



AFSTUDEERVERSLAG

VOEDSELTHEMAPARK ZUIDERPARK PROJECT 2016
GEMEENTE DEN HAAG - NATUUR EN MILIEUEDUCATIE
PERIODE FEBRUARI TOT OKTOBER





Afstudeerverslag

Project voedselthemapark Zuiderpark 2016
Gemeente Den Haag - Natuur en Milieuecudatie
Periode februari tot oktober 2016

*Marijn Sellink
Haagse Hogeschool Den Haag
Communicatie en Multimedia Design
Studentnummer: 12047473*

*Eerste examiner: Gaby Eenschoten
Tweede examiner: Arnold Jan Quanjer
Stagebegeleider: Rémon Dammers*

Voor u ligt het afstudeerverslag over het voedselthemapark in het Zuiderpark. Het vraagstuk dat hierbij centraal heeft gestaan is: 'Hoe kan ik de doelgroep het beste te enthousiasmeren om vaker naar het terrein op het Zuiderpark te komen, dat als thema voedsel heeft, door middel van een digitale oplossing. Het afstudeerverslag is geschreven in het kader van mijn afstudeeropdracht voor de Haagse Hogeschool te Den Haag opleiding Communicatie en Multimedia Design, in opdracht van de gemeente Den Haag, afdeling Natuur en Milieueducatie. Het project is uitgevoerd in de periode februari 2016 tot oktober 2016.

Het onderzoek was in mijn ogen zeer complex en de tijd die ervoor stond bleek uiteindelijk niet genoeg te zijn. Tijdens het onderzoek ben ik redelijk wat obstakels tegen gekomen, waaronder het betrekken van de doelgroep. Dit was oorspronkelijk de bedoeling, maar door de tijd en het wantrouwen vanuit de doelgroep is dit helaas niet gelukt. Ook werd de opdracht door alle informatie te groot, waardoor het overzicht een tijd weg is geweest. Hierdoor werd ik soms wel wat moedeloos van het project. Om toch zo goed mogelijk onderzoek te doen zijn er gesprekken gevoerd met mijn stagebegeleider Rémon Dammers en is de opdracht wat ingekaderd. Hij heeft mij erg goed geholpen waardoor ik nu toch antwoord heb kunnen geven op mijn hoofd- en deelvragen. Uit het onderzoek zijn concepten voortgekomen en deze zijn verwerkt tot een digitale oplossing die de doelgroep zou kunnen enthousiasmeren om vaker naar het Zuiderpark te komen. In dit verslag wordt het gehele project van begin tot einde beschreven.

Tijdens mijn onderzoek heb ik veel contact gehad met verschillende mensen die te maken hebben met de doelgroep. Deze mensen wil ik graag bedanken voor het advies en de tijd die zij in mij hebben geïnvesteerd. Ook wil ik graag Serferaaz Elahi bedanken voor zijn bijdrage met het enquêteren onder de doelgroep. Zonder hem zou ik nooit zoveel enquêtes ingevuld hebben gekregen.

Ook heb ik tijdens mijn project veel contact gehad met mijn begeleider Gaby Eenschoten en wil ik haar bedanken voor de hulp die zij mij heeft geboden tijdens het project. Daarnaast wil ik haar en Arnold Jan Quanjier bedanken voor de feedback tijdens het TTA's.

Ik wens u veel leesplezier.

Marijn Sellink Den Haag, 27-09-2016

Hoofdstuk 1	Inleiding	blz. 6
Hoofdstuk 2	Het bedrijf	blz. 8
Hoofdstuk 3	De opdracht	blz. 10
3.1	Startdocumenten	blz. 10
3.2	Aanpak opdracht	blz. 10
3.3	Plan van aanpak	blz. 10
Hoofdstuk 4	Onderzoeksfase	blz. 16
4.1	Zuiderparkanalyse	blz. 17
4.2	Doelgroepanalyse	blz. 26
4.2.1	Waar kan de doelgroep gevonden worden voor het onderzoek?	blz. 26
4.2.2	Hoe ziet de doelgroep eruit?	blz. 28
4.2.3	Wat zijn de interesses van de doelgroep?	blz. 29
4.3	Voedselinitiatieven	blz. 34
4.4	Digitale middelen	blz. 35
4.5	Antwoord op hoofdvraag	blz. 36
Hoofdstuk 5	Define fase	blz. 37
Hoofdstuk 6	Concept/Ideate fase	blz. 38
6.1	Concept ideeën	blz. 38
6.2	Concepten uitgewerkt	blz. 40
6.3	Definitief concept	blz. 41
Hoofdstuk 7	Design Details/Prototype fase	blz. 42
7.1	App of website	blz. 42
7.2	Interactie	blz. 42
7.3	Schetsen	blz. 46
7.4	Testplan paperprototype	blz. 49
7.5	Testen paperprototype met doelgroep	blz. 49
7.6	Schetsen naar wireframes	blz. 50
Hoofdstuk 8	Realise/Test fase	blz. 54
8.1	Wireframe naar ontwerp	blz. 54
8.2	Testplan klik baar prototype	blz. 59
8.3	Testen klik baar prototype met doelgroep	blz. 59
Hoofdstuk 9	Nazorg fase	blz. 61
9.1	Aanbevelingen	blz. 66
Hoofdstuk 10	Zelfreflectie	blz. 67
Bronvermelding		blz. 72
Bijlagen		blz. 75



HOOFDSTUK 1 – INLEIDING

De gemeente Den Haag heeft in het Zuiderpark een stuk grond van ongeveer 7 hectare groot. Er komen echter maar weinig mensen naar het terrein toe en daarom wil de afdeling Natuur en Milieu Educatie (NME) dit terrein omvormen tot een voedselthemapark voor de gemiddelde Hagenaar. De gemeente heeft als wens dat de direct omwonenden van het Zuiderpark betrokken raken bij het nieuwe terrein van de gemeente en er vaker naartoe komen. De herkomst van de omwonenden is zeer divers en de afdeling heeft onvoldoende inzicht in hoe zij deze verschillende groepen kan enthousiasmeren en betrekken bij het vernieuwde terrein in het Zuiderpark. Het is de taak van de opdrachtnemer om met de informatie die uit het onderzoek is gekomen een concept te bedenken dat ervoor kan zorgen dat de mensen enthousiast worden over het voedselthemapark. Het concept zal uiteindelijk leiden tot een digitale oplossing die de mogelijkheid creëert om mensen te betrekken en te enthousiasmeren voor het park.

In dit verslag wordt het gehele proces besproken dat is doorlopen om de opdracht uit te kunnen voeren. Het project is gedaan aan de hand van verschillende fasen met behulp van de Design Thinking methode en de Communicatie en Multimedia Design-cirkel (CMD-cirkel).



Afbeelding 1 - CMD-cirkel

De CMD-cirkel wordt als handvat gebruikt voor de gelijknamige opleiding voor het doorlopen van een ontwerp/interactie design proces. Binnen de fasen zijn bepaalde activiteiten en technieken die kunnen helpen bij dit proces.

Per fase van de methode en de CMD-cirkel zal in dit verslag worden onderbouwd wat er gedaan is om tot het eindresultaat te komen, een digitale oplossing. De volgende fasen zullen worden beschreven in het verslag:

In hoofdstuk 2 en 3 komen het bedrijf en de opdracht aan bod. Er wordt beschreven waar de opdracht uitgevoerd is en op welke afdeling. De grootte van de afdeling en de contactpersonen die belangrijk zijn geweest tijdens het proces komen ook in dit hoofdstuk naar voren. Uiteindelijk zal de opdracht worden beschreven en hoe deze is aangepakt met de CMD cirkel en de Design Thinking methode.

Hoofdstuk 4 zal gaan over de onderzoeksfase van het project, de Empathize/ look & listen fase. In deze fase is onderzoek gedaan naar het Zuiderpark, de doelgroep en waar de doelgroep in is geïnteresseerd. Ook is gekeken naar verschillende voedselinitiatieven en digitale middelen. Alle verkregen informatie is verwerkt in een onderzoeksrapport met daarin conclusies en aanbevelingen.



Het 5e hoofdstuk is de Definefase binnen het project. In deze fase zijn de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen opgesteld waarmee een duidelijke richting voor het concept kon worden bepaald.

In hoofdstuk 6 wordt aandacht besteed aan de fase Ideate / Create Concepts. Aan de hand van de gebruikersbehoeften en businessgoals is een richting bepaald voor het concept. Tijdens deze fase is gebruik gemaakt van mindmappen* en andere creatieve technieken om tot een aantal concepten te komen.

In het 7e hoofdstuk wordt de Prototype/Design Details fase beschreven. In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe het definitieve concept is omgezet in een paper prototype en hoe deze is getest met de doelgroep. Voor de test is een testplan opgesteld.

Hoofdstuk 8 is gewijd aan de uitwerkingsfase Test/Realise. Hierin zullen de wireframes** met de doorgevoerde bevindingen uit de test en de uitgangspunten uit het onderzoek, worden omgezet in een uitgewerkte vormgeving dat voor een deel klikbaar gemaakt zal worden. Dit ontwerp zal vervolgens opnieuw met de doelgroep worden getest.

Hoofdstuk 9 bestaat uit de nazorgfase na het testen van de klikbare mockups***. In deze fase is de feedback van de gebruiker doorgevoerd in een nieuw ontwerp voor de website.

Hoofdstuk 10 zal mijn reflectie voor het gehele project zijn.

* Een mindmap is een diagram opgebouwd uit begrippen, teksten, relaties en/of plaatjes, die zijn geordend in de vorm van een boomstructuur rond een centraal thema (Wikipedia, 2015)

** Een wireframe kan gezien worden als een bouwtekening voor een website dat een overzicht bevat van de verschillende aanwezige onderdelen op de betreffende website (Encyclo, 2016)

*** Een mockup is een tijdens de ontwerp- of productiefase op schaal of op ware grootte gemaakt model van een ontwerp of product.

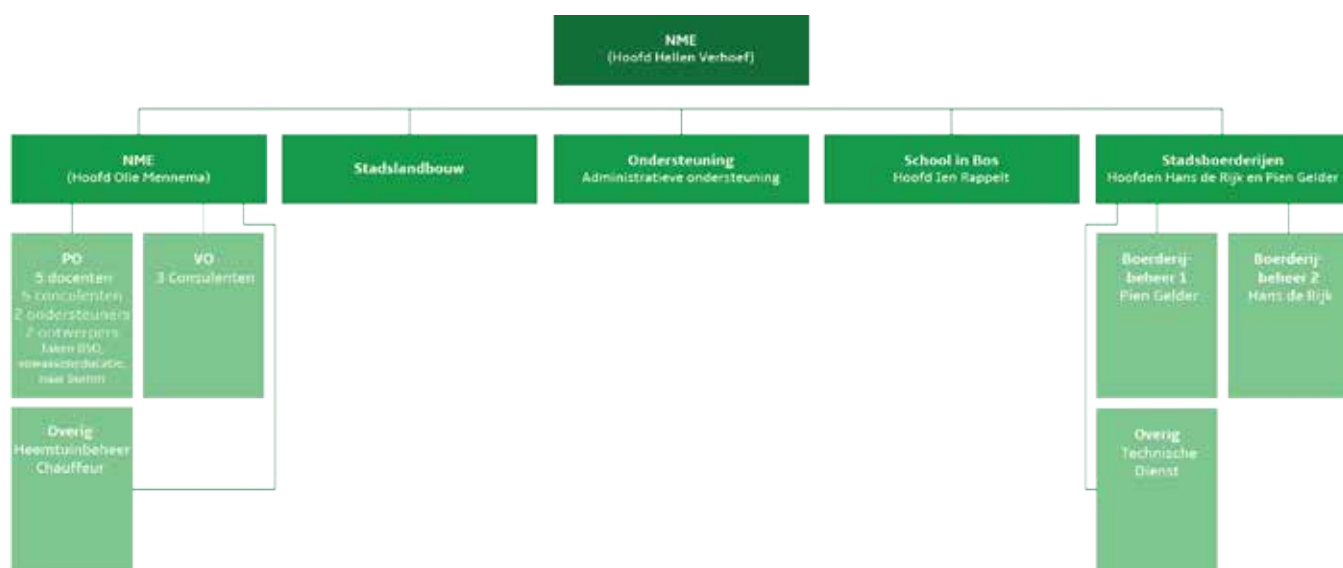


HOOFDSTUK 2 – HET BEDRIJF

De opdracht is uitgevoerd voor de gemeente Den Haag, Dienst Stadsbeheer (DSB), afdeling Natuur en Milieu Educatie (NME). De afdeling NME heeft o.a. als taak om mensen voor te lichten over het milieu en de impact die wij kunnen hebben op het milieu (duurzaamheidsdoelstelling). De afdeling wil mensen op een educatieve manier voorlichting geven over de herkomst van hun voedsel en bewustere keuzes maken wat betreft hun voedsel. Het terrein op het Zuiderpark is een voorbeeld van een plek die is gecreëerd om dit doel te kunnen bereiken.

Verder heeft de afdeling nog andere onderdelen die bijdragen aan de verschillende doelstellingen van de gemeente. Deze onderdelen worden ingezet om de Haagse burger bewust te maken op het gebied van natuur, milieu en duurzaamheid. Een aantal voorbeelden hiervan zijn hier onder beschreven:

- Vier Milieu Educatieve Centra (MEC); hier kunnen scholen terecht voor lesmateriaal en -suggesties over natuur en milieu
- Natuur- en milieueducatie Voortgezet Onderwijs (Haagse VO scholen kunnen hier terecht voor projecten, lesopdrachten, advies en het lenen van veldwerkmateriaal)
- Tien Haagse stadsboerderijen
- Verschillende schooltuinen (Haagse basisscholen kunnen hier met hun leerlingen tuinieren)
- Drieëntwintig buurttuinen (inwoners van Den Haag kunnen hier een tuin huren); deze zijn verdeeld over de wijken in de stad Den Haag.
- Stadslandbouw (voor de verbouw, verwerking en verspreiding van voedsel in en rond de stad en de participatie op het gebied van voedsel en een beetje groen)
- School in Bos in het Drentse Wilhelminaoord (leerlingen uit groep 7 en 8 kunnen hier op werkweek)
- Het (wetenschappelijke) Heempark de Heimanshof



Afbeelding 2 - Organogram afdeling NME

Mijn project richt zich op het aspect voedsel. Het bewust maken van de burgers over de herkomst van hun voedsel en voedsel verbouwen binnen de stad. Wat wordt verstaan onder voedsel is 'eten en drinken'.

De omvang van de afdeling NME ligt rond de 80 mensen. 40 hiervan werken echt op de locatie aan de Prins Hendrikstraat (de Tempel). De locatie heeft flexibele werkplekken waardoor de werknemers geen vaste werkplek hebben. Veel medewerkers zijn vaak op pad voor het werk en de tijden wanneer mensen aanwezig zijn verschillen veel. Wanneer er hulp nodig is, is er altijd iemand aanwezig die je kan helpen.

Aan het project dat ik heb gekregen bij de gemeente, werkte ik alleen. Er zijn contactpersonen aangewezen waarmee ik wekelijks contact had en terecht kon met vragen en/of opmerkingen.



Deze contactpersonen zijn:

- Rémon Dammers (bedrijfsmentor en begeleider). Hij is de consultant milieueducatie Voortgezet onderwijs binnen de afdeling.
- Tom Voorma (adviseur stadslandbouw).

Tom en Rémon zijn bezig met een project plan voor de omvorming van het NME-terrein op het Zuiderpark. Mijn opdracht vormt hier een onderdeel van.

Tijdens het project heb ik te maken gehad met verschillende mensen van stadsdeel kantoor Escamp en veel mensen gesproken die in contact stonden met de doelgroep. Op het gebied van mijn opleiding CMD waren er geen werknemers die mij konden helpen met mijn project. Deze begeleiding heeft school geboden via een leraar (Michiel Hopman) die mij heeft begeleid bij het CMD proces. Met een mede CMD student heb ik af en toe kunnen sparren over dit project.

Aan het begin van de opdracht was er weinig bekend. De doelstelling van de opdracht was niet specifiek, waardoor eerst gekeken moest worden naar de precieze formulering van de opdracht. Daarnaast was er weinig kennis over de doelgroep. Er werd een aantal contacten toegewezen die mij konden helpen met mijn project en het bereiken van de doelgroep. Ook was er een aantal wensen vanuit de afdeling wat betreft de opdracht. Om deze redenen was het in het begin niet geheel duidelijk wie de stakeholders zouden zijn gedurende het project. Gedurende het project werd duidelijk wie de stakeholders waren: de gemeente Den Haag, de beoogde doelgroep en eventuele wethouders voor sociale zaken (waar ook sociale cohesie/participatie onder valt, Rabin Baldewsignh) en duurzaamheid (Joris Wijsmuller) in Den Haag.



HOOFDSTUK 3 – DE OPDRACHT

De afdeling NME van de gemeente Den Haag heeft op het Zuiderpark een terrein voor educatieve doeleinden. Het terrein is op dit moment een samenraapsel van verschillende onderdelen, waaronder een boerderij, een heemtuin en schooltuintjes. Om deze reden komen er dan ook voornamelijk mensen of voor de boerderij of voor de schooltuintjes of (een klein aantal mensen die van het bestaan afweten) voor de heemtuin (zie afbeelding 6). Dit terrein, dat nu verschillende educatieve onderdelen heeft, wil de afdeling omvormen tot een geheel, een voedselthemapark.

De afdeling wil graag meer mensen trekken, namelijk de grote midden groep van de Haagse bevolking. Hieronder vallen ook veel Haagse burgers met een niet Nederlandse achtergrond. De gemeente heeft echter onvoldoende inzicht in hoe zij deze groep (van verschillende nationaliteiten) zou kunnen enthousiasmeren. Het was mijn taak om onderzoek te doen naar de interesse en behoeften (op het gebied van voedsel) van mensen die het Zuiderpark bezoeken maar het terrein van het NME nog niet. Vanuit de resultaten van het onderzoek heb ik een concept voor een digitale oplossing bedacht. Van dit concept is een digitale oplossing ontworpen die meer mensen zou kunnen enthousiasmeren om vaker naar het voedselthemapark te komen. Hierbij is het van belang dat de oplossing past bij de doelgroep en de wensen van de opdrachtgever.

3.1 Startdocumenten

Het voornemen om een voedselthemapark te maken in het Zuiderpark is vastgelegd in de Voedselstrategie. Om handen en voeten te geven aan dit voornemen is een presentatie gemaakt met daarin de huidige situatie van het terrein en wat de wensen zijn wat betreft het terrein, maar een concreet plan is er niet. Ook heb ik de Voedselstrategie in Den Haag (Voedselstrategie 2013) geraadpleegd en een afbeelding over de grootte van een park en het bereik ervan. Een concreet plan voor het voedselthemapark, een plan van aanpak of een beleidsplan waren er niet. De presentatie is weinig relevant voor mijn project aangezien ik onderzoek moest doen naar de doelgroep over wat haar zou enthousiasmeren om vaker te komen.

3.2 Aanpak opdracht

In de eerste twee weken van de afstudeerperiode bij de gemeente Den Haag is begonnen met het schrijven van een plan van aanpak (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 5). Er is gesproken met de opdrachtgever/bedrijfsmentor Rémon Dammers en daarnaast is goed gekeken naar tijd die voor het project staat en de activiteiten die gedaan moesten worden. Dit gesprek gaf inzicht in de minimale kennis waarover de afdeling beschikt van de doelgroep en hoe zij deze kan enthousiasmeren.

Aan de hand van de gesprekken met de bedrijfsmentor en de richtlijnen die vanuit school voor het afstuderen zijn opgesteld is een plan van aanpak geschreven met daarin onder andere een beschrijving van de opdracht, de doelstellingen en de methode en technieken waarmee het project is aangepakt. Daarbij is een planning gemaakt voor de gehele afstudeerperiode met daarin per dag aangegeven welke activiteiten er gedaan moesten worden om tot een eindproduct te komen (zie afbeeldingen 3 en 4 in paragraaf 3.3). Er is gekeken naar de eventuele risico's die dit project met zich mee zou kunnen brengen voor het bedrijf, maar ook voor het afstuderen. Deze zijn verwerkt in een risicoanalyse (zie tabellen 1 en 2 in paragraaf 3.3).

3.3 Plan van aanpak

Een plan van aanpak beschrijft wat het project inhoudt, welke doelstellingen en afspraken zijn gemaakt en welke resultaten verwacht worden van het project. Het was belangrijk om dit van te voren met de opdrachtgever vast te stellen zodat er geen onduidelijkheid kon zijn over de doelstelling van het project of de uiteindelijke resultaten (zie risicoanalyse: Gemeente wil het anders). Daarnaast is het van belang om alles binnen de gestelde tijd af te ronden (planning) dus ook dit is een belangrijk onderdeel van het plan van aanpak. Daarnaast is het van belang om alle gegevens vast te leggen op een overzichtelijke manier en om ervoor te zorgen dat het overzichtelijk blijft. Het plan van aanpak is opgedeeld in verschillende onderdelen en een aantal daarvan zullen in deze paragraaf besproken worden. Het gehele plan van aanpak is te vinden in de bijlagen (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 5). Hier zullen de methode en technieken besproken worden, de strokenplanning en de risicoanalyse omdat deze een belangrijke bijdragen hebben geleverd aan het project.

Methode

Om de opdracht op een overzichtelijke manier te kunnen doorlopen is gekozen om deze aan de hand van een methode te doorlopen. Veel projectmethoden zijn bedacht om te doorlopen met een heel team (bijvoorbeeld Scrum) maar



de afstudeeropdracht zal alleen worden uitgevoerd. Het is daarom belangrijk om een methode te kiezen die ook te gebruiken is bij een project dat alleen uitgevoerd wordt. Omdat de onderzoeksfase een belangrijk en groot onderdeel is van de opdracht is het belangrijk dat er binnen de methode ook ruimte is voor een grote onderzoeksfase. Verder is het belangrijk dat de gebruiker centraal staat tijdens het proces. Ook dit is daarom een belangrijke factor om rekening mee te houden tijdens het kiezen van een methode.

CMD-cirkel

De opdracht was niet specifiek en had geen duidelijke kaders. Er was hierdoor weinig om aan vast te houden. Om deze reden is ervoor gekozen om met de Communicatie en Multimedia Design cirkel (CMD-cirkel) te werken, zodat er enige houvast was gedurende het project. Vanuit school hebben wij leren werken met de CMD – cirkel. Hierin staan duidelijke stappen voor het doorlopen van een CMD-project. Gedurende de opleiding is deze dan ook volledig eigen gemaakt. De CMD-cirkel is een ontwerp/concepting methode die bestaat uit vier verschillende fasen, namelijk Look & Listen (onderzoeksfase), Create Concepts (conceptfase), Design details (designfase) en Realise (de uitwerkingsfase). Daarbij is het belangrijk om te itereren, te divergeren en te convergeren. Omdat er zo weinig bekend was over de doelgroep of de opdracht in zijn algemeen was het van belang om eerst zoveel mogelijk informatie te verzamelen en zo breed mogelijk onderzoek te doen naar het Zuiderpark, de doelgroep en de interesses van de doelgroep. Uit al deze informatie was het belangrijk om de informatie die kwaliteit heeft en van belang is voor mijn project ertussen uit te vissen (convergeren). Er is ook regelmatig geëvalueerd op de gemaakte stappen in de fasen(sommige ondernomen stappen bleken bijvoorbeeld niet te werken en dan moest er een andere oplossing worden bedacht). De CMD-cirkel met de verschillende technieken zorgt daarbij voor de nodige steun en houvast tijdens het afstuderen.

Bijpassende methode

De CMD-cirkel geen erkende methode. Daarom ben ik op zoek gegaan naar een methode die vergelijkbaar is met de cirkel om deze twee naast elkaar te kunnen leggen en te vergelijken. De ontwerpmethode Design Thinking (DT) (Stanford University, 2010) sluit aan bij de CMD-cirkel. Bij deze methode staat de gebruiker centraal. Empathie voor de gebruiker is heel belangrijk en bij deze methode wordt veel waarde gehecht aan de feedback van de gebruiker. Veelvuldig itereren op de gemaakte stappen en of deze tot de juiste informatie hebben geleid is belangrijk. Daarnaast lijkt de methode veel op de CMD-Cirkel wat betreft fasen, activiteiten en technieken die erin worden toegepast. Beide methoden hebben fasen voor het onderzoek, het maken van concepten, het uitwerken en het testen. De DT methode heeft één extra fase en dat is de Define fase waarin gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen worden opgesteld. De CMD-cirkel en de DT methode geven samen een goede houvast voor het doorlopen van het afstudeerproject en de uiteindelijke digitale oplossing die hieruit voort zal komen.

In de eerste fase van de CMD-cirkel en de DT methode is specifiek onderzoek gedaan naar de opdracht, de doelgroep en het gehele probleem dat zich voordoet bij de opdracht (Look&Listenfase/Empathiefase(DT)). Dit onderzoek heeft geresulteerd in gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen (Definefase (DT)) en van daaruit zijn meerdere concepten bedacht die passen bij de wensen van de doelgroep en de afdeling (CreateConceptfase/Ideatefase(DT)). In de conceptfase is een definitief concept gekozen dat het beste aansloot bij de doelgroep en de wensen van het bedrijf. Met dat concept is verder gegaan naar de designfase waarin paperprototypes zijn gemaakt en wireframes (DesignDetailsfase/Prototypefase(DT)). Deze zijn omgezet in een mockup met een vormgeving. Tot slot is deze omgezet in een high fidelity prototype (RealiseTest(DT)).

Activiteiten en technieken

Tijdens de verschillende fasen van de gekozen methoden werd gebruik gemaakt van verschillende technieken voor de activiteiten. In de onderzoeksfase is deskresearch en fieldresearch gedaan. Deskresearch is gedaan door middel van literatuur onderzoek (doelgroeponderzoek, benchmarking) en fieldresearch is gedaan door middel van gesprekken met deskundigen (interviews) op het gebied van het Zuiderpark of de doelgroep, en zijn interviews en enquêtes gehouden met de doelgroep.

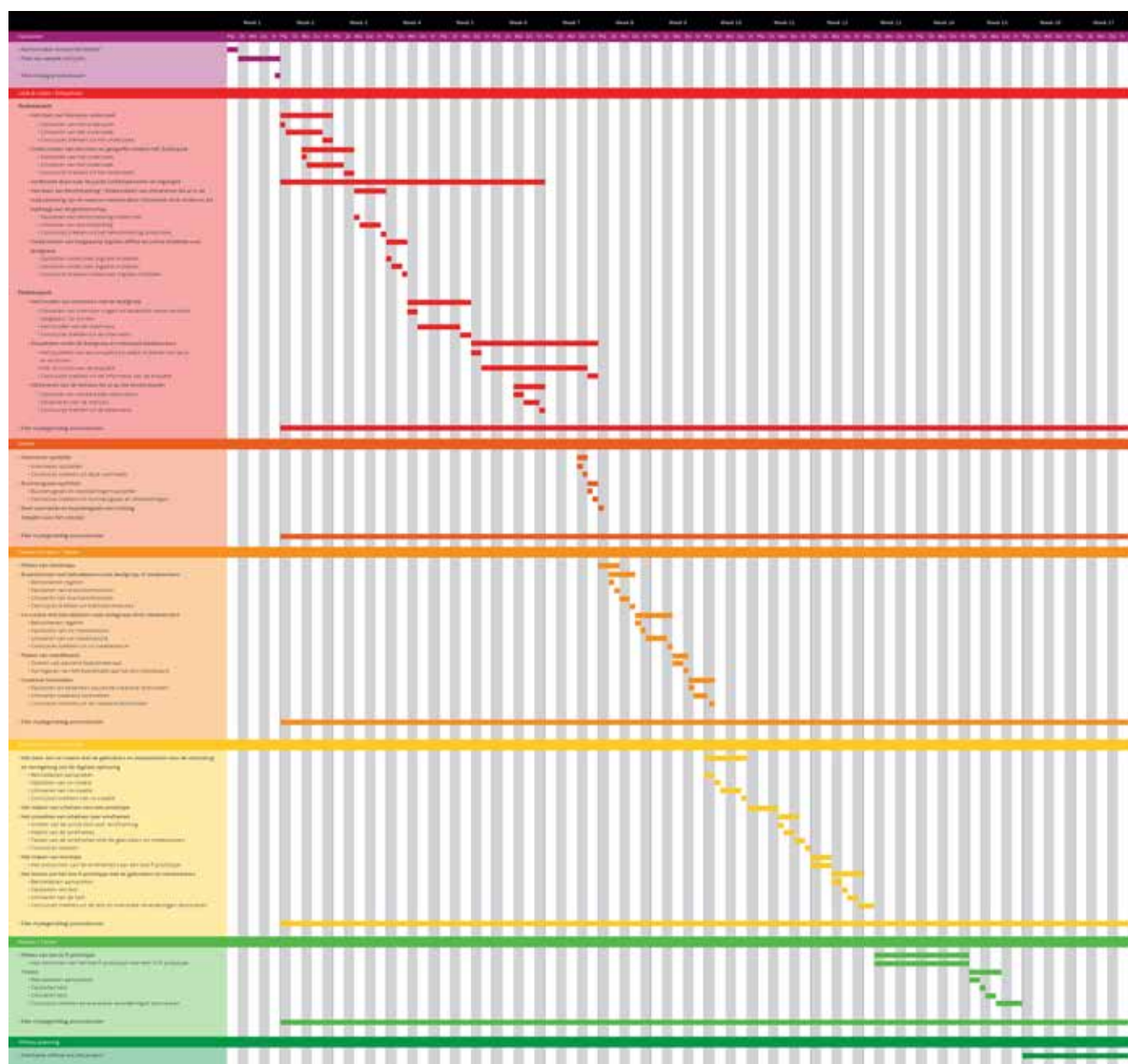
Aan de hand van het onderzoek zijn gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen opgesteld en waarmee een concept bedacht kon worden dat hierop aansloot. De concepten zijn tot stand gekomen door middel van mindmappen en brainstormen met verschillende mensen (familie, vrienden en medewerkers). Over de interactie voor de digitale oplossing



is nagedacht door middel van een sitemap, flowcharts en navigatie-diagram. Daarna zijn schetsen en wireframes gemaakt om tot een ontwerp te komen. Deze zijn uitgewerkt in mockups en later in een hi-fi prototype. Een uitgebreide beschrijving van de activiteiten en technieken is terug te vinden in het plan van aanpak (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 5).

Strokenplanning

De strokenplanning laat per dag zien wat er gedaan wordt aan het project om het einddoel te bereiken. Tijdens een project zijn er altijd wel aspecten die niet gaan zoals de bedoeling is. Om deze reden heb ik de planning flexibel gehouden zodat er ruimte was voor speling. In de afbeeldingen van de strokenplanningen is de laatste versie van de planning te zien. De originele planning zoals deze in het begin was is te vinden in de bijlagen (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 10).



Afbeelding 3 - Strokenplanning + Afbeelding 4 - Strokenplanning taken ingezoomd (blz. 13)

Uitleg strokenplanning

Links in de gekleurde kolommen staan de activiteiten die gedaan moeten worden gedurende het project. De zwarte balk bovenin geeft het aantal weken aan waarover de activiteiten verdeeld moeten worden. De gekleurde balkjes in het grote



gebied geven aan welke activiteiten er in welke weken gaan gebeuren.

De verschillende kleuren staan voor de verschillende fasen voor het project:

- Paars** • Schrijven van het plan van aanpak
- Rood** • Tijd die ik denk nodig te hebben voor het onderzoek.
- Donkeroranje** • Definfase van het project
- Lichtoranje** • Conceptfase
- Geel** • Design Detailfase
- Lichtgroen** • Testen van de uitwerking van de website met de gebruiker
- Donkergroen** • Eventuele uitloop bij de andere fasen.

Opstarten
• Kennismaken binnen het bedrijf • Plan van aanpak schrijven • Elke vrijdag procesdossier
Look & Listen / Empathize
Deskresearch • Het doen van literatuur onderzoek • Opstarten van het onderzoek • Uitvoeren van het onderzoek • Conclusies trekken uit het onderzoek • Onderzoeken van etniciteit en geografie rondom het Zuiderpark • Opstarten van het onderzoek • Uitvoeren van het onderzoek • Conclusies trekken uit het onderzoek • Onderzoek doen naar de juiste contactpersonen en ingangen • Het doen van Benchmarking - Onderzoeken van initiatieven die al in de stad aanwezig zijn en waarom mensen deze initiatieven leuk vinden en dit bijdraagt aan de gemeenschap • Opstarten van benchmarking onderzoek • Uitvoeren van benchmarking • Conclusies trekken uit het benchmarking onderzoek • Onderzoeken van toegepaste digitale offline en online middelen voor doelgroep • Opstarten onderzoek digitale middelen • Uitvoeren onderzoek digitale middelen • Conclusies trekken onderzoek digitale middelen Fieldresearch • Het houden van interviews met de doelgroep • Opstellen van interview vragen en bedenken welke techniek toegepast zal worden • Het houden van de interviews • Conclusies trekken uit de interviews • Enquêteren onder de doelgroep en eventueel medewerkers • Het opstellen van een enquête en welke middelen om deze te versturen • Het versturen van de enquête • Conclusies trekken uit de informatie van de enquête • Observeren van de mensen die al op het terrein komen • Opstarten en voorbereiden observeren • Observeren van de mensen • Conclusies trekken uit de observatie • Elke vrijdagmiddag procesdossier
Define
• Userneeds opstellen • Userneeds opstellen • Conclusies trekken uit deze userneeds • Businessgoals opstellen • Businessgoals en doelstellingen opstellen • Conclusies trekken uit businessgoals en doelstellingen • Door userneeds en businessgoals een richting bepalen voor het concept

Create Concepts / Ideate
• Maken van mindmaps • Brainstormen met betrokkenen zoals doelgroep of medewerkers • Betrokkenen regelen • Opstarten van brainstormsessies • Uitvoeren van brainstormsessies • Conclusies trekken uit brainstormsessies • Co-creatie met betrokkenen zoals doelgroep of/en medewerkers • Betrokkenen regelen • Opstarten van co-creatiesessie • Uitvoeren van co-creatiesessie • Conclusies trekken uit co-creatiesessie • Maken van moodboards • Zoeken van passend beeldmateriaal • Vormgeven van het beeldmateriaal tot een moodboard • Creatieve technieken • Opstarten en bedenken passende creatieve technieken • Uitvoeren creatieve technieken • Conclusies trekken uit de creatieve technieken • Elke vrijdagmiddag procesdossier
Design Details / Prototype
• Het doen van co-creatie met de gebruikers en medewerkers voor de uitstraling en vormgeving van de digitale oplossing • Betrokkenen aanspreken • Opstellen van co-creatie • Uitvoeren van co-creatie • Conclusies trekken van co-creatie • Het maken van schetsen voor een prototype • Het omzetten van schetsen naar wireframes • Vinden van de juiste tool voor wireframing • Maken van de wireframes • Testen van de wireframes met de gebruikers en medewerkers • Conclusies trekken • Het maken van mockups • Het omvormen van de wireframes naar een low-fi prototype • Het testen van het low-fi prototype met de gebruikers en medewerkers • Betrokkenen aanspreken • Opstarten van test • Uitvoeren van de test • Conclusies trekken uit de test en eventuele veranderingen doorvoeren • Elke vrijdagmiddag procesdossier
Realise / Testen
• Maken van een hi-fi prototype • Het omzetten van het low-fi prototype naar een hi-fi prototype • Testen • Betrokkenen aanspreken • Opstarten test • Uitvoeren test • Conclusies trekken en eventuele veranderingen doorvoeren • Elke vrijdagmiddag procesdossier
Uitloop planning



Risicoanalyse

Elke opdracht brengt risico's met zich mee. Voor mijn afstudeerproject is het goed om te weten welke risico's de opdracht met zich meebrengt voor mijn afstuderen maar ook welke risico's er komen kijken voor de opdrachtgever. Om deze reden zijn twee risicoanalyses opgesteld. Om rekening te houden met deze risico's is gekeken naar de kans en de impact die deze risico's hebben. Hier worden alleen de belangrijkste risico's genoemd. De rest van de risicoanalyse staat in de bijlagen (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 8).

Risico Opdracht	Uitleg risico	Gevolg	Oplossing	Impact	Kans
Interviewen doelgroep	Tijdens het interviewen zegt de doelgroep dat ze zullen komen als er bepaalde onderdelen op het terrein aanwezig zouden zijn (bijvoorbeeld workshops). Wanneer het project eenmaal draait blijkt dit niet het geval te zijn en komen er geen mensen.	Er komen minder mensen dan oorspronkelijk gedacht.	Meer mensen interviewen om een goed beeld te krijgen. Wordt veelal hetzelfde antwoord gegeven dan kan er van uit worden gegaan dat deze mensen dan ook komen wanneer ze dit aangeven. Daarbij moet de drempel om te komen zeer laag zijn	De impact voor het project is groot omdat er dan minder mensen komen dan gedacht	Gemiddeld
Winterperiode in Zuiderpark	Door de tijd van het jaar komen er minder mensen in het Zuiderpark waardoor er minder mensen zijn om te interviewen	Er kan geen goed onderzoek worden gedaan naar de doelgroep wat hen enthousiast zou maken. Hierdoor kan er geen passend concept gemaakt worden en kan het project niet realiseren worden	Onderzoek doen in wijken rondom het Zuiderpark bijv. in buurthuizen en winkelcentra etc. zodat de doelgroep toch bereikt kan worden	Gemiddeld	De kans om niemand te spreken is zeer klein. Wel bestaat de kans om minder mensen dan oorspronkelijk gepland te spreken

Tabel 1 - Risicoanalyse opdracht

Grootste risico's voor de afdeling

Mensen geven vaak sociaal wenselijke antwoorden. Het zou kunnen dat de doelgroep dit ook doet tijdens een interview. De kans dat de doelgroep zegt dat ze iets zal gaan doen (omdat men denkt dat dit het gewenste antwoord is) maar het uiteindelijk niet zal doen is daarom vrij groot.

Ook kan het voorkomen dat er met minder mensen gesproken kan worden dan oorspronkelijk gedacht doordat het niet de tijd van het jaar is waarbinnen veel mensen te vinden zijn in het Zuiderpark. Doordat mensen wenselijke antwoorden kunnen geven en doordat er niet met genoeg mensen gesproken kan worden, kan het zijn dat de conclusies die getrokken zijn uit deze gesprekken, berusten op aannames.

Verder zijn er nog een aantal kleinere risico's die komen kijken bij een project als deze (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 8).



Grootste risico's afstuderen

De belangrijkste risico's voor het afstuderen zijn dat de doelgroep geen behoefte blijkt te hebben aan een digitale oplossing, dat er onvoldoende informatie beschikbaar is over de doelgroep en dat de gemeente ineens de hele opdracht om wil gooien. Deze risico's kunnen het project frustreren maar de kans dat dit daadwerkelijk gebeurt is vrij klein. Behoeftte kan worden gecreëerd en informatie over geografische en demografische gegevens is over het algemeen goed te vinden. Het is belangrijk om steeds contact te houden met de opdrachtgever en deze ook op de hoogte te houden. Zo wordt de kans verkleind dat de gemeente ineens iets heel anders wil. Deze kans is ook verkleind door middel van het plan van aanpak met daarin duidelijke afspraken over doelstellingen en resultaten. Verder zijn er nog een aantal dingen waarvan de kans klein is dat dit zal gebeuren. Deze zijn te lezen in de risicoanalyse voor het afstuderen (zie externe bijlagen: Plan van aanpak, blz. 9).

Risico's afstuderen	Uitleg risico	Gevolg	Oplossing	Impact	Kans
Digitale oplossing	Om voor de Haagse Hogeschool te kunnen afstuderen is er een digitale oplossing nodig, echter uit onderzoek blijkt de doelgroep hier geen behoefte aan te hebben	Opdracht kan hierdoor in gevaar komen en planning kan uitlopen	Behoeftte kan gecreëerd worden. Digitale oplossing wordt toch gemaakt (geen afspraken over online of offline). Er zijn veel verschillende mogelijkheden.	Gemiddeld	Klein
Niet voldoende informatie	Er is niet voldoende informatie beschikbaar over culturele aspecten in de wijken rondom het Zuiderpark	Hierdoor kan er geen duidelijke conclusie getrokken worden en daardoor geen concept bedacht worden dat leidt tot de realisatie van de opdracht	Er zijn veel geografische en etnische gegevens over deze wijken en veel verschillende contacten die verstand hebben van deze zaken.	Gemiddeld	Klein
Gemeente wil het anders	De gemeente wil ineens de hele opdracht anders gaan aanpakken en aankleden.	Gevolg hiervan is dat de opdracht niet meer hetzelfde is als oorspronkelijk afgesproken (de opdracht waarmee ik zou gaan afstuderen).	Duidelijke afspraken maken met de opdrachtgever en begeleider om dit te voorkomen	Groot	Klein wanneer er duidelijke afspraken gemaakt worden over de opdracht

Tabel 2 - Risicoanalyse afstuderen



HOOFDSTUK 4 – ONDERZOEKSFASE

De onderzoeksfase is voor mijn project heel belangrijk. Er is dan ook de helft van de tijd die staat voor het project voor uitgetrokken om de doelgroep goed te kunnen onderzoeken. De probleemstelling die is geformuleerd voor de opdracht is als volgt:

“De gemeente heeft op dit moment geen inzicht in hoe zij de mensen van verschillende culturele komaf die rondom het Zuiderpark wonen en het Zuiderpark bezoeken, door middel van een digitale oplossing, kan enthousiasmeren om vaker naar het terrein (of een deel hiervan) te komen als dat het thema “voedsel en de herkomst hiervan” zal hebben”.

Daarnaast is er een hoofdvraag opgesteld en deze is opgedeeld in verschillende deelvragen die uiteindelijk een antwoord kunnen geven op de hoofdvraag. In deze fase zal onderzoek gedaan worden naar de opgestelde deelvragen zodat daarmee antwoord kan worden gegeven op de hoofdvraag. Er is een breed onderzoek gedaan (divergeren) door middel van deskresearch en fieldresearch en aan de hand hiervan is de belangrijkste informatie eruit gefilterd (convergeren) zodat antwoord op de hoofdvraag kon worden gegeven. In dit hoofdstuk staat het gehele onderzoek beschreven met alle stappen die zijn ondernomen om tot een antwoord op de hoofdvraag te komen.

Het Zuiderpark is een volkspark uit de jaren 20 van de 20e eeuw (Den Haag, 2015). Veel Hagenaars komen graag in het Zuiderpark om te picknicken, te fietsen, te barbecueën en nog veel meer. De afdeling NME heeft in het Zuiderpark een stuk grond van ongeveer 7 hectare groot. Dit terrein bevat nu onder andere een kinderboerderij, een heemtuin en een ontdektuin. Het zijn vooral losse onderdelen die weinig samenhang hebben met elkaar behalve dat het bedoeld is voor educatieve doeleinden. Er komen echter maar weinig mensen naar het terrein toe en daarom wil de afdeling NME dit terrein omvormen tot een voedselthemapark voor de gemiddelde Hagenaar. De gemeente heeft als wens dat de direct omwonenden van het Zuiderpark betrokken raken bij het voedselthemapark en er vaker naartoe komen. De herkomst van de omwonenden is zeer divers en de afdeling heeft onvoldoende inzicht in hoe zij deze verschillende groepen kan enthousiasmeren en betrekken bij het vernieuwde terrein. Het gaat het als het ware om een omvorming van de functie van het terrein. Dit is een politieke wens (Wethouder Baldewingsh) om niet alleen de focus te leggen op scholen maar nu ook meer op de gemiddelde Hagenaar. Ook is de omvorming van het terrein opgenomen in beleidsdocument ‘Voedselstrategie’ en staat deze vermeld onder ‘voedsel showcase Zuiderpark’ (Voedselstrategie, 2013). Het doel van de voedselstrategie is onder andere een betere gezondheid en het realiseren van een groenere leefomgeving.

Het is de bedoeling dat het vernieuwde terrein mensen bewuster maakt over voedsel. Het doel is om nieuw publiek/een nieuwe doelgroep naar het terrein te trekken. De vraag die tijdens het onderzoek centraal heeft gestaan is:

‘Hoe enthousiasmeer ik de mensen van verschillende culturele komaf, die rondom het Zuiderpark wonen, om met behulp van een digitale oplossing vaker naar het terrein van de afdeling NME op het Zuiderpark te komen, als dat het thema voedsel heeft?’.

Tijdens mijn onderzoek heeft de gebruiker centraal gestaan. Er waren een aantal ideeën bij de afdeling NME zelf, maar het was tijdens mijn onderzoek vooral van belang om erachter te komen wat de doelgroep interessant zou vinden over het thema voedsel en hoe deze doelgroep zou kunnen worden geënthousiasmeerd om vaker naar het park te komen. Om meer inzicht te krijgen in wat de interesses van de doelgroep zijn en om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag, zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- *Wat is er bekend over de doelgroep?*
 - *Hoe ziet de doelgroep eruit? Welke mensen zijn het?*
 - *Waar bevindt de doelgroep zich? Waar woont zij?*
 - *Wat vindt de doelgroep interessant omtrent voedsel?*
 - *Is de doelgroep geïnteresseerd in andere voedselculturen of alleen in eigen cultuur?*
- *Welke voedselinitiatieven zijn er al?*
 - *Welke bestaan er al?*
 - *Welke zijn geliefd?*



- Welke digitale middelen bestaan er en welke kunnen worden ingezet?
- Wat zijn de mogelijkheden op digitaal gebied?
- Gebruikt de doelgroep digitale middelen en zo ja, welke dan?

Om deze deelvragen te beantwoorden is gebruik gemaakt van verschillende onderzoekstechnieken zoals literatuur onderzoek, benchmarken, interviews en enquêtes houden onder de doelgroep.

Het literatuur onderzoek is gedaan om de nodige achtergrond informatie over het Zuiderpark te krijgen, uit te vinden waar de doelgroep te vinden is (in welke stadsdelen en wijken) en te ontdekken hoe de doelgroep eruit ziet (wat betreft afkomst en cultuur en dergelijke). Verder is onderzoek gedaan naar de doelgroep zelf door interviews en enquêtes om er achter te komen wat zij interessant vindt en wat haar bezig houdt.

Het benchmarken is gedaan om er achter te komen of er al voedselinitiatieven bestaan die enigszins lijken op mijn project en welke voedselinitiatieven in de smaak vallen bij de beoogde doelgroep. Omdat de uiteindelijke oplossing van digitale aard zal zijn is er online onderzoek gedaan maar ook met deskundigen op dit gebied en met de doelgroep zelf gesproken over de mogelijkheden voor een digitale oplossing en naar de digitale middelen waarin de doelgroep geïnteresseerd is. Omdat er voor mij nog niets bekend was over de doelgroep, digitale middelen of voedsel initiatieven, was het voor mij van belang om eerst onderzoek te doen naar wat er online al bekend is over deze aspecten. Er zijn al heel veel onderzoeken gedaan en daaruit kun je veel informatie halen die aansluit bij je eigen project. Een voorbeeld hiervan zijn de onderzoeken die zijn gedaan naar de wijken en stadsdelen in Den Haag en de verschillende culturen die er wonen. Een ander voorbeeld is allochtonen en voedsel (wat voor soorten voeding consumeren verschillende allochtonen?). Echter deze onderzoeken zijn vaak gedaan met andere doelstellingen en kunnen soms gedateerd zijn waardoor de gevonden informatie over deze aspecten niet altijd meer klopt of actueel is. Het is daarom belangrijk om goed op te letten uit welk jaar het artikel of het onderzoek komt en daarnaast is het belangrijk om ook gesprekken te voeren met deskundigen op het gebied van de doelgroep en met de doelgroep zelf om de bevindingen te verifiëren. Maar ook om meer informatie te verzamelen want niet alle informatie is te vinden op internet. Uit de conclusies van het onderzoek zijn bedrijfsdoelstellingen en gebruikersbehoeften voor de digitale oplossing voortgekomen, die gebruikt zijn om concepten te ontwikkelen die passen bij de doelgroep maar ook bij de wensen van het bedrijf.

4.1 Zuiderpark analyse

Om een duidelijk beeld te vormen van het Zuiderpark in zijn totaliteit maar ook ten aanzien van het terrein van de afdeling NME, moest onderzoek gedaan worden naar beide locaties. Om dit te onderzoeken zijn verschillende stappen ondernomen. Eerst is op internet gekeken wat er bekend was over het Zuiderpark en het terrein van de afdeling. Hier stonden een aantal algemene dingen over het park zoals wanneer het is aangelegd en wat er zoal te doen is. Er was online niet veel bekend over de verschillende doelgroepen die er komen en daarom wilde ik hier wat meer onderzoek naar doen. Daarnaast is er gesproken met deskundigen op het gebied van het Zuiderpark en het terrein om de nodige extra informatie te krijgen. Daarbij was het voor mij belangrijk om zelf een beeld te krijgen van hoe het park eruit ziet, wat er zoal te doen is en welke mensen er komen. Later ben ik daarom op locatie onderzoek gaan doen (zie paragraaf 'Fieldresearch naar het Zuiderpark en het terrein van NME')(zie externe bijlagen: Onderzoeksrapport, blz. 15).

Literatuur onderzoek

Het literatuur onderzoek is online gedaan, om meer te weten te komen over het park. Online staat vooral veel algemene informatie over de wijken en het Zuiderpark en waarvoor het vooral wordt gebruikt. Door het online onderzoek werd duidelijk dat het Zuiderpark grenst aan verschillende wijken (Moerwijk, Morgenstond, Leyenburg, Rustenburg en Oostbroek en Transvaal, veelal krachtwijken) en dat deze wijken erg multicultureel zijn. Het park zelf is een groot park met veel verschillende onderdelen zoals sportvelden, recreatieve voorzieningen, een openlucht theater, een hertenkamp, een boerderij en nog veel meer (zie afbeelding 5). In de zomer wordt er veelal gebarbecued en gepicknickt en in de winter wordt het park vooral gebruikt om te sporten of te wandelen. De wijken zijn niet de beste van Den Haag en de criminaliteit en daarmee samenhangende problemen in deze wijken zijn dan ook vrij hoog. De belangrijkste aspecten uit het online literatuur onderzoek zijn dan ook vrij algemene dingen over het park en de wijken rondom het park. Het online literatuur onderzoek heeft gezorgd voor een duidelijker beeld van het park en de dingen die er te doen zijn (zie externe bijlagen: Onderzoeksrapport, blz. 15).



Onderdeel	oppervlakte
1 Boerderij	0,87 ha
2 Buurttuinen	0,46 ha
3 Systeertuin	0,97 ha
4 Landschappentuin	2,16 ha
5 Boerendorp	0,29 ha
6 Kas	0,02 ha
7 Boomgaard	0,03 ha
8 Eetbaar park	0,09 ha
9 Veldwerkcentrum en ontdektuin	0,17 ha
10 Vrijwilligerstuintjes	0,04 ha
11 Kruidentuin	0,03 ha
12 Uitbreiding ontdektuin	0,04 ha
13 MEC	0,03 ha
14 Parkeerplaats	0,04 ha
15 Omnigroen	0,03 ha
16 Schooltuin	0,20 ha
17 'Graancirkels' onderdeel van boerendorp	0,16 ha
	5,63 ha

-Totaal oppervlakte van het NME-terrein is tussen de 6,9 en 7,1. Hiervan is 5,63 ha ingevuld. Paden en sloten zijn niet gemeten.

-De metingen zijn indicatief. Gemeten met webgis van de gemeente. Voor de manier van meten zie pagina 2

-De metingen van de verschillende onderdelen (1 t/m 17) volgen op pagina 3 t/m 8.

-Kruidentuin van stadsdeel (0,58 ha) en hertenkamp (0,99 ha) zijn niet van NME maar hebben functies gelijk of gelinkt aan ons terrein.

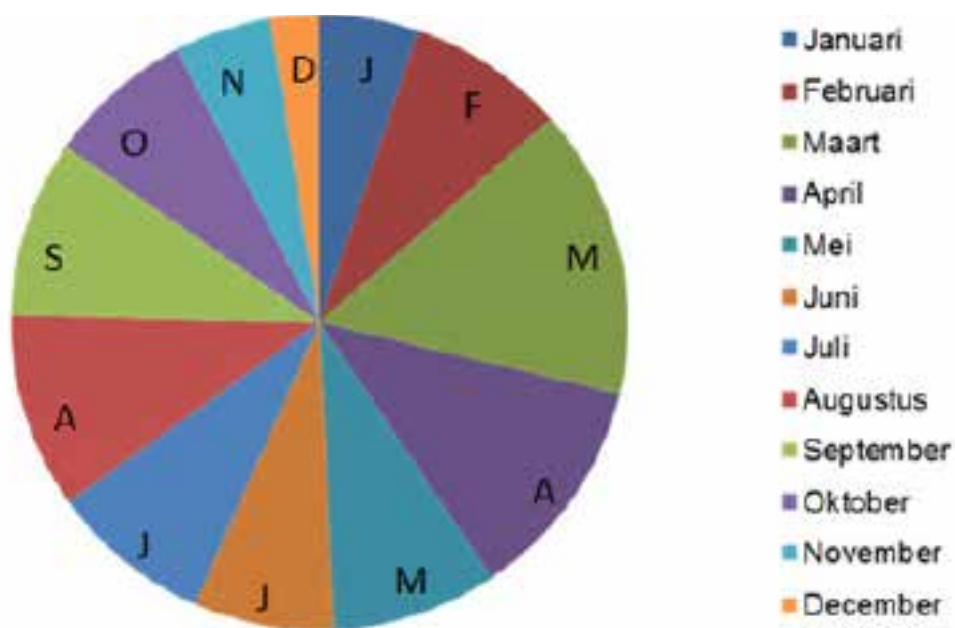
Afbeelding 5 - Onderdelen locatie terrein NME

Bron: Presentatie Zuiderpark Stap 2 plan versie 1.2b door Rémon Dammers

Fieldresearch naar het Zuiderpark en het terrein van NME

Omdat het literatuur onderzoek vrij algemeen was en daarin niet werd vermeld wat voor type mensen er in het park komt of hoe het park er in het echt uitziet, ben ik zelf op locatie onderzoek gaan doen op het terrein van het NME en in het Zuiderpark (zie afbeeldingen 7, 8, 9, 10, 11 en 12). Hierdoor heb ik mij een beter beeld kunnen vormen over de mensen die op het terrein van het NME komen maar ook van de mensen die in het Zuiderpark te vinden zijn en hoe deze beiden terreinen eruit zien. Het viel mij op dat er voornamelijk veel mensen aan het sporten waren. Fietsen, wandelen, hardlopen en mensen die hun hond aan het uitlaten waren. Daarnaast waren er veel mensen met kinderwagens. De nationaliteit van de mensen was zeer divers. Ik heb gesluierde moslim vrouwen gezien die aan het hardlopen waren maar ook Westerse vrouwen achter de kinderwagens en verschillende mannen die aan het sporten waren op het buitensportveld.

Het terrein van de afdeling heb ik onderzocht in de wintermaanden. Om deze reden was er weinig begroeiing en waren er dus zeer weinig planten en bloemen te vinden. Ook waren er alleen een aantal mensen te vinden bij de boerderij en een aantal die in de tuin werkten (werknemers). Het terrein van het NME wordt in de zomermaanden vele malen meer bezocht dan in de wintermaanden (vooral de boerderij)(zie grafiek 1, opkomst maanden boerderij).



Grafiek 1, opkomst maanden boerderij

Bron: Presentatie Zuiderpark Stap 2 plan versie 1.2b door Rémon Dammers

.... huidig gebruik; soort



Veel onderdelen ingericht op schoolbezoeken (en select. groepen)

Onderdelen voor algemeen publiek:

- Boerderij**
- (groot) ouders met kinderen
 - Een gemiddeld bezoek 0,5 -1,0 uur.
 - Komen voor de dieren
 - Bezoek vaak gecombineerd met bv Speeltuin
 - Allochtoon en autochtoon (niet persé progressief)
- Heemtuin**
- Ouder publiek
 - Bezoek duurt 1,0-1,5 uur
 - Doel is rust, mooie omgeving en planten kennis

	Onderdeel	Bezoekers	Schoolbezoekers
1	Boerderij	66.547	1200
2	Syste emtuin/landschappentu in	10.000	350
3	Boerendorp		650
4	Veldverken centrum en ontdek tuin*	350	1000
5	MEC		525
6	Zuiderpark**		1225
7	Eetbaar park***	?	?

* Voor de ontdek tuin zijn we dit jaar aan de slag gegaan met woensdagmiddag activiteiten

** Activiteiten die gebruik maken van meerdere onderdelen van het park.

*** Van het eetbaar park zijn geen gegevens bekend

Afbeelding 6 - Bezoekers boerderij en heemtuin aantallen

Bron: Presentatie Zuiderpark Stap 2 plan versie 1.2b door Rémon Dammers



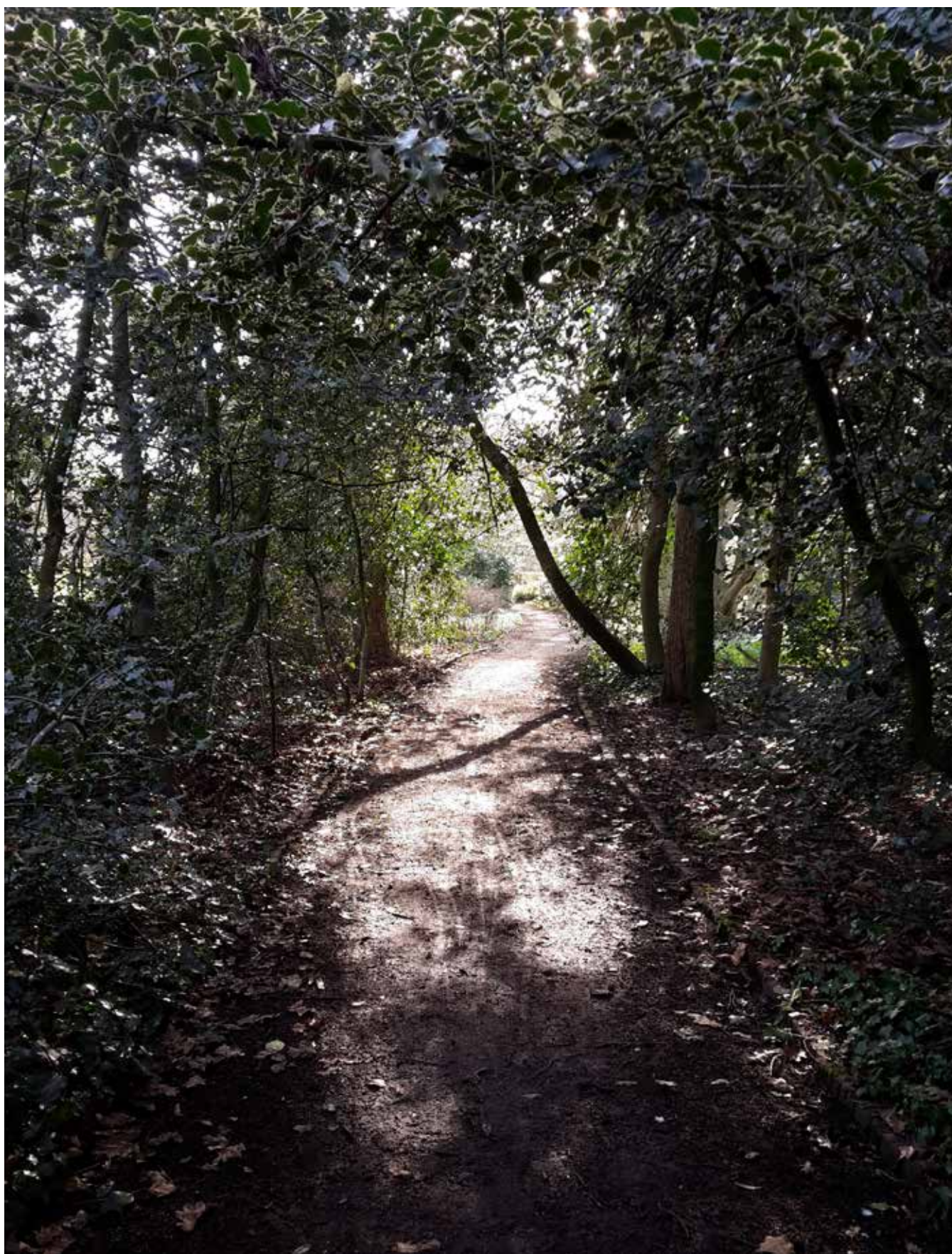
Afbeelding 7 - Boerderij Zuiderparkterrein
Bron: Foto Marijn Sellink



Afbeelding 8 - Boerderij Zuiderparkterrein
Bron: Foto Marijn Sellink



Afbeelding 9 - Boerderij Zuiderparkterrein
Bron: Foto Marijn Sellink



Afbeelding 10 - Heimanshof
Bron: Foto Marijn Sellink



Afbeelding 11 - Zuiderparkterrein NME

Bron: Foto Marijn Sellink



Afbeelding 12 - Zuiderparkterrein NME

Bron: Foto Marijn Sellink



Gesprekken met deskundigen op het gebied van het Zuiderpark

Er is gesproken met de bedrijfsmentor en opdrachtgever van het project, Rémon Dammers. Hij had de nodige informatie over het terrein van de afdeling en de mensen die er nu naar toe komen (vooral voor de boerderij en de heemtuin, zie afbeelding 6 – Bezoekers boerderij en heemtuin aantallen). Op dit moment komen er vooral ouders met kinderen voor de boerderij (verschillende nationaliteiten) en oudere die door de heemtuin wandelen (Nederlanders). Ook vertelde hij dat veel mensen niet afweten van het grote terrein dat nog achter de boerderij ligt en dat de heemtuin alleen open is door de weeks tot half 4. Dit zorgt ervoor dat veel mensen (kinderen die op school zitten en werkende mensen) niet naar de heemtuin kunnen tijdens de openingstijden.

Na het gesprek had ik een beter beeld van de mensen die op het terrein van de afdeling komen maar wist ik verder nog niets van de doelgroep die naar het terrein toe getrokken zou moeten worden. Rémon had een aantal contactpersonen die mij verder konden helpen wat betreft de doelgroep.

Naar aanleiding van het gesprek met Rémon is gesproken met verschillende medewerkers die betrokken zijn bij het terrein of bij het gehele Zuiderpark zoals bijvoorbeeld de groenbeheerder Peter van Kan en stadsdeel medewerker Merel de Vries (Welzijn Jeugd en Participatie) door middel van een interview. Met deze deskundigen heb ik een open interview gehouden omdat je op deze manier veel extra informatie krijgt doordat je kunt doorvragen op belangrijke aspecten die naar voren komen tijdens het gesprek. De gesprekken met Merel en Peter zijn gevoerd om een beter beeld te krijgen van het park, het terrein van de afdeling, maar ook van de doelgroep die in het Zuiderpark komt.

Ter voorbereiding op het interview had ik samen met Rémon een aantal vragen opgesteld waar ik graag antwoord op wilde hebben, zoals vragen over de doelgroep die nu al in het gehele Zuiderpark komt. In eerste instantie had ik in mijn hoofd om een concept te bedenken voor de grootste groepen allochtonen die rondom het Zuiderpark wonen. Om deze reden had ik als vraag bedacht welke groepen de grootste groepen allochtonen waren die in het Zuiderpark kwamen. Verder wilde ik weten waarin deze groepen geïnteresseerd zijn en waar ik deze groepen zou kunnen vinden (zie externe bijlagen: Merel de Vries en Peter van Kan, blz. 52).

Ik had van te voren een duidelijk idee in mijn hoofd over het soort vragen wat ik wilde stellen, maar ik wilde een open gesprek voeren en mij niet specifiek aan de vragen houden. Een open gesprek geeft vaak meer inzichten en daarin is de spreker veel vrijer om te vertellen, waardoor meer informatie loskomt die je niet zou krijgen wanneer je alleen vragen stelt en daar een antwoord op krijgt. De vragen die ik had opgesteld waren meer een topiclijst waar ik het in ieder geval over wilde gaan hebben.

Het gesprek heeft mij veel inzicht gegeven in de mensen die er komen en hoe gevarieerd deze groep is (Nederlandse mensen maar ook veel allochtonen mensen), maar ook wat er gedaan wordt in het park in bijvoorbeeld de zomer- en de wintermaanden, zoals barbecueën picknicken en sporten (zie externe bijlage: Merel de Vries en Peter van Kan, blz. 52). Het park wordt veel gebruikt en op verschillende manieren zoals bijvoorbeeld voor festivals, honden uitlaten, sporten en nog veel meer verschillende activiteiten. Het is mij duidelijk geworden in het gesprek dat de mensen niet veel te besteden hebben en dat gratis activiteiten die bijvoorbeeld met voedsel te maken hebben (gratis fruit plukken), een groter trekker zijn. Daarnaast is het mij duidelijk geworden dat er niet één of twee grote groepen mensen van een bepaalde afkomst in het park komen, maar dat deze groepen heel gevarieerd zijn (zie onderstaande paragraaf ‘aanpassingen in het onderzoek naar de werkelijkheid’).

Aanpassing in het onderzoek naar de werkelijkheid

In eerste instantie was het de bedoeling om te focussen op één of twee grotere groepen binnen de beoogde doelgroep, zodat de opdracht wat beter behapbaar zou worden. Wat duidelijk werd tijdens het gesprek met Merel en Peter, is dat de mensen die in het Zuiderpark komen van heel veel verschillende nationaliteiten zijn en dat het heel moeilijk is om met de doelgroep in contact te komen. Om deze reden was niet verstandig om te focussen op één of twee van de groepen binnen de doelgroep. Dit zou veel mensen uitsluiten en zou het onnodig lastig maken om met deze specifieke doelgroep in contact te komen. Hierdoor is de doelgroep waarop ik me wilde focussen heel breed geworden maar werd het makkelijker om met de doelgroep in contact te komen omdat er zo veel verschillende nationaliteiten wonen rondom het Zuiderpark. Ook hoefde ik niet op zoek te gaan naar bijvoorbeeld alleen de Turken of Surinamers of de Marokkanen. Wel zou er



daardoor minder grondig onderzoek gedaan kunnen worden naar de verschillende culturen omdat ook dit te veel tijd in beslag zou nemen gedurende het onderzoek. Gedurende de periode die stond voor het onderzoek was dit daarom de beste oplossing om zoveel mogelijk informatie te verzamelen over de beoogde doelgroep.

Resultaten

Het onderzoek, zowel deskresearch als fieldresearch, heeft mij meer inzicht gegeven in het Zuiderpark en de in de doelgroep die daar komt of naartoe getrokken moet worden. Het Zuiderpark zelf is een groot park dat gebruikt wordt voor verschillende doeleinden zoals sporten, recreatie en verschillende festivals. Het park wordt bezocht door een zeer gevarieerd publiek van uiteenlopende nationaliteiten. Deze vele verschillende nationaliteiten spreken allemaal een andere taal waardoor er een taalbarrière ontstaat.

Overall in het park mag gebarbecued worden. Dit geeft soms problemen tussen de barbecueënde mensen en de mensen die er lopen met hun honden. In de winter wordt er vooral gebruik gemaakt van het park om te lopen, te fietsen, rennen en andere sportenactiviteiten.

Veel mensen zijn steeds meer bezig met gezonder leven. Sporten en gezonde voeding zijn daar een groot onderdeel van kwam uit de gesprekken met deskundigen naar voren. Dit blijkt niet alleen uit de gesprekken maar ook online staat dat mensen zich hier steeds meer mee bezig houden ('Ruim vijf miljoen Nederlanders willen in 2015 meer sporten' op <http://www.nocnsf.nl> (NOC*NSF, 2015)).

Het terrein van de afdeling NME is een vrij groot terrein (ca. 7 hectare) waar verschillende onderdelen op te vinden zijn, waaronder een boerderij, een heemtuin en een veldwerkcentrum. De delen van het terrein die het meest bezocht worden zijn de boerderij, het Milieu Educatief Centrum Zuiderpark en het veldwerkcentrum door de scholen (basis en voortgezet onderwijs). De heemtuin wordt slecht bezocht omdat veel mensen niet van het bestaan van de tuin af weten. Op de rest van het terrein komen ook weinig mensen vertelden medewerkers van de afdeling. In de zomer- en lentemaanden is het drukker op het terrein (vooral bij de boerderij) en ziet het terrein er ook minder leeg uit wat betreft planten en bloemen. Op het terrein van het NME zijn ook moestuintjes aanwezig. In het gesprek met Merel en Peter bleek dat veel mensen heel graag een moestuintje willen maar dat deze er niet genoeg zijn om iedereen er van één te voorzien. Stadslandbouw is in stadsdeel Escamp erg in trek en daarbij gaat het niet alleen om de oogst maar vaak ook om het sociale aspect dat er vaak bij komt kijken. Toch blijven mensen vaak nog bij hun eigen cultuur hangen volgens Merel.

Discussie

Het interview ging ik in met de verwachting dat Merel veel wist over de doelgroep en hier ook vaak mee in contact stond. Dit bleek helaas niet het geval. Wel had zij een aantal nuttige contacten die mij misschien verder konden helpen.

Er is van een aantal nationaliteiten maar met één of twee mensen gesproken. Helaas zijn één of twee personen per nationaliteit niet representatief voor de gehele cultuur en kan er niet vanuit worden gegaan dat zij een standaard zijn voor alle mensen met deze nationaliteit. Het onderzoek bestaat dan ook voor een deel uit aannames.

Conclusie

Het Zuiderpark wordt voor veel verschillende activiteiten gebruikt zoals bijvoorbeeld voor festivals, picknicken, barbecueën, sporten en honden uitlaten. Uit de gesprekken met Merel en Peter maar ook uit het onderzoek online lijkt het erop dat mensen steeds meer bezig zijn met een gezonde leefstijl. Niet alleen qua sporten maar ook wat betreft voeding.

Mensen hebben niet veel geld om uit te geven en op gratis activiteiten en evenementen komt deze doelgroep zeker af wanneer men er van af weet. Daarnaast is stadslandbouw erg in trek bij de doelgroep in Escamp. Mensen zijn dus veel bezig met het verbouwen van voedsel en zijn steeds vaker bezig met een gezondere leefstijl. Dit soort activiteiten zorgt voor een betere sociale cohesie in de wijken maar mensen blijven toch vaak ook bij hun eigen cultuur hangen en hebben weinig affiniteit met andere culturen.

Het terrein van de afdeling wordt vooral gebruikt voor de boerderij, de moestuintjes, het veldwerkcentrum en het MEC (scholen). Er komen maar weinig mensen op de rest van het terrein omdat sommige mensen ook helemaal niet weten dat



er nog veel meer terrein is waar gebruik van gemaakt kan worden. Wil je hier mensen naartoe trekken dan zal er moeten worden gezorgd voordat er meer bekendheid komt over het terrein zodat mensen ook weten dat het bestaat en wat er te doen is.

4.2 Doelgroep analyse

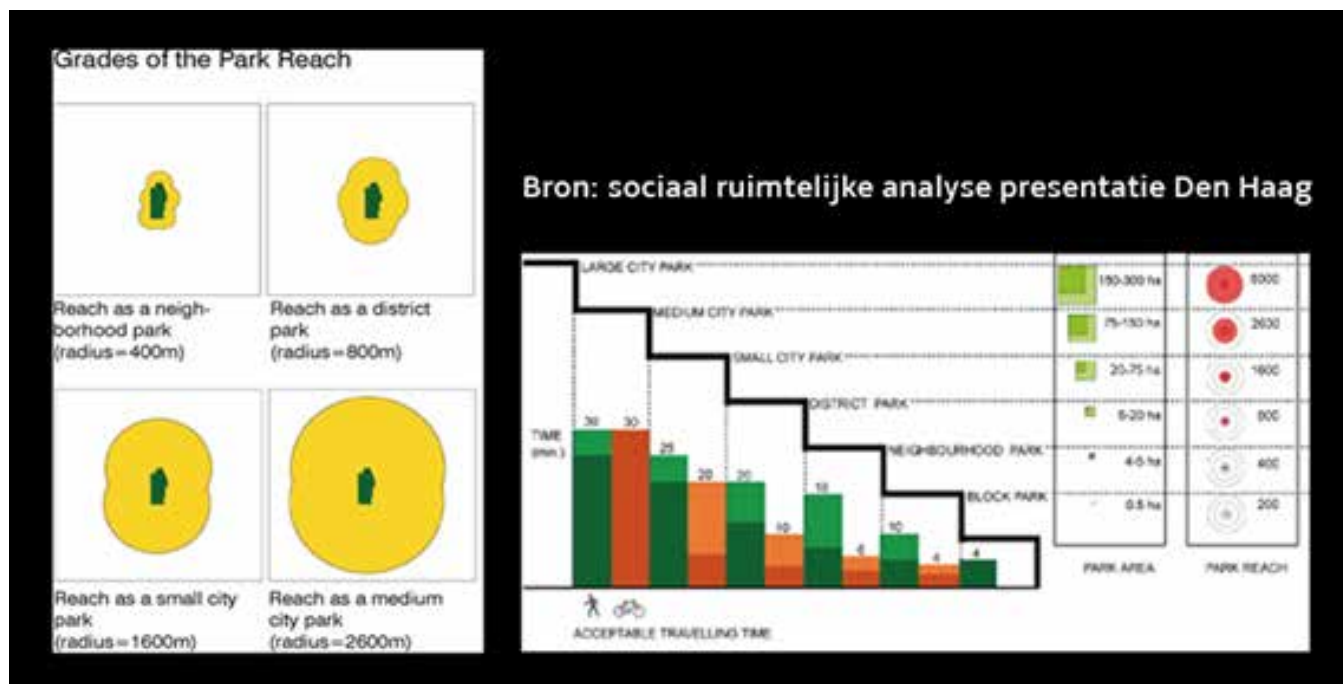
De gemeente vindt het wenselijk om meer publiek (van verschillende nationaliteiten) enthousiast te maken om vaker naar het terrein van het NME te komen. Het beoogde publiek dat ze op het terrein wil hebben komt nu al wel in het Zuiderpark maar bijna niet op het terrein van de afdeling. In deze paragraaf wordt onderzoek gedaan naar waar de doelgroep gevonden kan worden, hoe de doelgroep eruit ziet en wat de interesses van de doelgroep zijn op het gebied van voedsel.

4.2.1 Waar kan de doelgroep gevonden worden voor het onderzoek?

De onderzoeksperiode van mijn project viel niet in de zomermaanden maar in de wintermaanden van februari tot april. Om deze reden bestond de kans dat de beoogde doelgroep niet in het Zuiderpark aanwezig zou zijn omdat het weer dat niet toeliet (in de winter zijn er minder mensen te vinden in het park). Wanneer de doelgroep niet in het Zuiderpark zou zijn was het van belang om te weten waar deze wel gevonden kon worden voor het onderzoek. Om hier achter te komen is onderzoek gedaan door middel van literatuuronderzoek online en is er gesproken met deskundigen op het gebied van de doelgroep.

Literatuur onderzoek

In het gesprek met de bedrijfsmentor kwam naar voren dat er onderzoek is gedaan naar de grootte van een park en de invloed die deze grootte heeft op het aantal kilometers dat mensen ervoor bereid zijn te reizen (TU Delft, Boek openbare ruimte en strategie, z.d)(zie afbeelding 13). Aan de hand van deze informatie heb ik online onderzoek gedaan naar de straal waarin de doelgroep zich zou kunnen bevinden door de kaart van Den Haag te bekijken. Het bleek dat dit voor een park ter grootte van het Zuiderpark ongeveer twee kilometer rondom het Zuiderpark zou zijn.



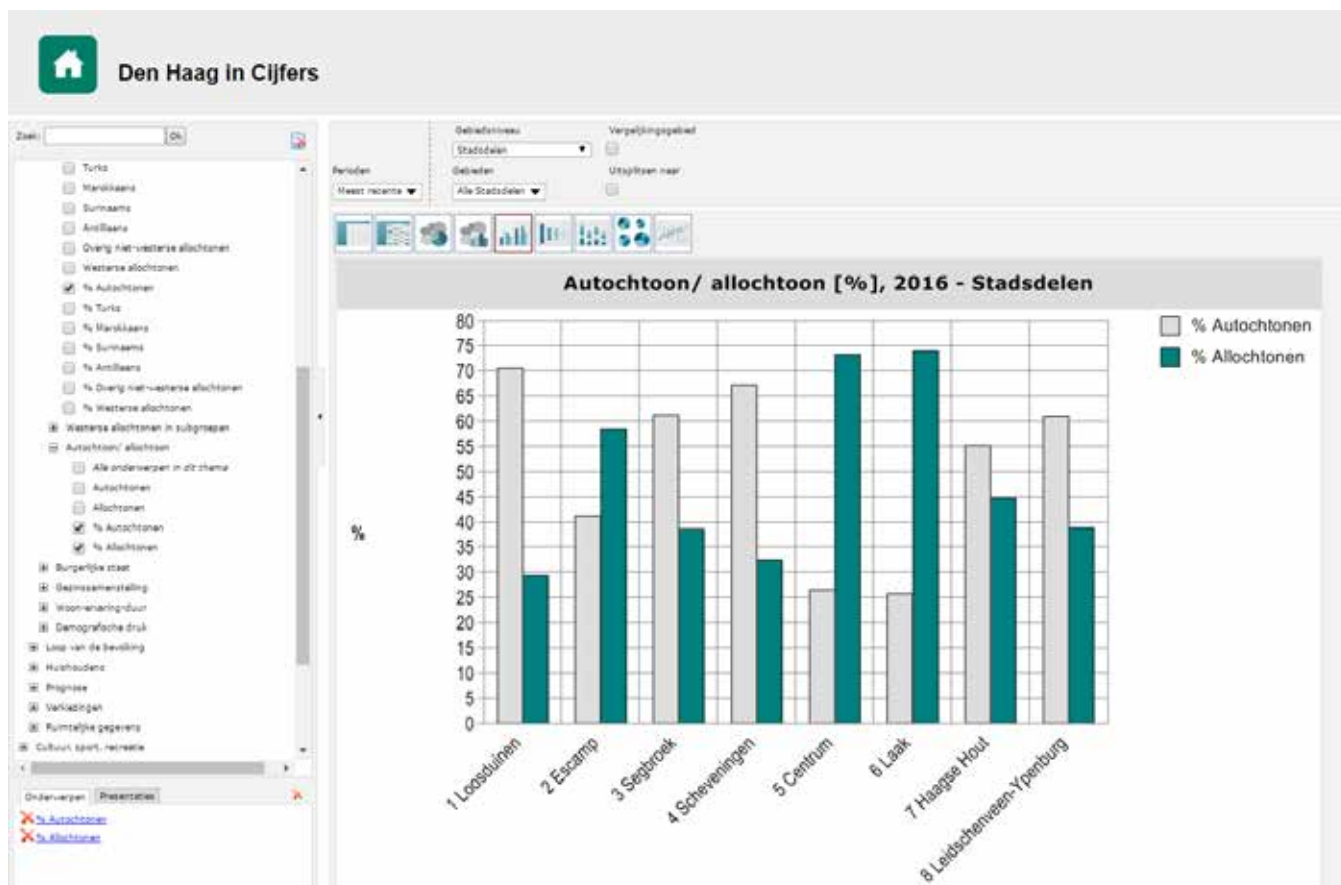
Afbeelding 13 - Grootte park en bereik mensen

Bron: aangereikt door Rémon Dammers



Deze twee kilometer heb ik op de kaart rondom het Zuiderpark getekend en binnen deze straal zou de doelgroep te vinden zijn in de wijken Moerwijk, Transvaal, Rustenburg & Oostbroek, Morgenstond en Leyenburg.

In deze wijken wonen veelal allochtonen (58,7% volgens de buurtmonitor, zie afbeelding 14). Deze allochtonen zijn hoofdzakelijk niet westerse allochtonen maar het aantal westerse allochtonen wordt steeds groter (dit werd ook duidelijk in het gesprek met Merel). Uit onderzoek van de gemeente Den Haag 'Wijkprogramma's Escamp 2016-2019 (2015) komt naar voren dat de sociale cohesie binnen de wijken bijna overal slecht is en mensen zich over het algemeen niet veilig voelen in hun eigen wijk. Uit dit onderzoek blijkt ook dat het aantal inbraken vaak hoger is dan gemiddeld in de rest van Den Haag.



Afbeelding 14 - Allochtoon/autochtoon stadsdeel Escamp

Bron: <http://www.denhaag.buurtmonitor.nl/>

Uit hetzelfde onderzoek van de gemeente Den Haag kwam naar voren dat de percentages werklozen of mensen die minder werken dan 12 uur, heel hoog zijn en het besteedbaar inkomen in de wijken vaak lager ligt dan gemiddeld. Ook het aantal werkloze jongeren is erg hoog. In de wijk Moerwijk moet 48% van de bewoners zelfs bezuinigen op eerste levensbehoeften en in de wijk Morgenstond heeft men het grootste aantal financiële schulden van alle wijken rondom het Zuiderpark. Dit betekent dat de mensen niet veel geld hebben om uit te geven aan leuke dingen zoals bijvoorbeeld een voedselthema park en dat daar rekening mee gehouden moet worden tijdens het bedenken van een concept (voor meer specifieke gegevens over inkomens, leeftijden en dergelijke per wijk zie externe bijlagen, vanaf blz. 44).

Gesprekken met deskundigen

Uit het literatuur onderzoek, maar ook uit het gesprek met Merel en Peter (zie externe bijlagen: Merel de Vries en Peter van Kan, blz. 52), kwam naar voren waar de doelgroep te vinden zou zijn als ze niet in het Zuiderpark aanwezig zou zijn. Dit waren onder andere buurthuizen, ontmoetingscentra, winkelcentra en andere plekken waar mensen bij elkaar komen zoals bijvoorbeeld moskeeën.



In meerdere gesprekken met deskundigen, zoals opbouwmedewerkers en medewerkers van stadsdeelkantoor Escamp, bleek dat de meeste deskundigen niet zelf in contact staan met de doelgroep. De gesprekken leverden echter wel nuttige informatie op over waar de doelgroep gevonden kon worden en hoe ik eventueel het beste met de doelgroep in contact kan komen. Uit meerdere gesprekken kwam duidelijk naar voren dat de doelgroep bestaat uit veel verschillende nationaliteiten en dat er om deze reden een grote kans is op een taalbarrière wat het lastig maakt om de doelgroep bijvoorbeeld te interviewen.

Een ander belangrijk punt dat in veel gesprekken naar voren kwam is dat het in contact komen met de doelgroep zelf lastig is. Het echt betrekken van de doelgroep bij het project, zoals laten meedenken met concepten en dergelijke, zou lastig worden binnen de tijd voor het project. Uit gesprekken kwam naar voren dat mensen graag binnen hun eigen groepje blijven en moeilijk over te halen zijn om zich te mengen in andere culturen. Een concept wordt door co-creatie met de doelgroep beter en zal ook beter passen bij de doelgroep doordat deze zelf input heeft kunnen leveren. Ook is het vaak zo dat mensen sneller gebruik maken van iets waar ze zelf een aandeel in hebben gehad (Voor je buurt, z.d.) (Martin van Kranenburg, 2012). Om deze reden is het jammer dat de doelgroep moeilijk te betrekken is en is een aanbeveling naar de gemeente om meer tijd te investeren in contact met doelgroep en dit contact ook te onderhouden.

Resultaten

Het online onderzoek en de gesprekken met de deskundigen hebben mij meer zicht gegeven in de wijken waar de doelgroep te vinden is en hoe deze wijken eruit zien. De doelgroep is te vinden in een straal van twee kilometer rondom het Zuiderpark, in de wijken Moerwijk, Transvaal, Rustenburg & Oostbroek, Morgenstond en Leyenburg in bijvoorbeeld buurthuizen, ontmoetingscentra, winkelcentra en andere plekken waar mensen bij elkaar komen zoals bijvoorbeeld moskeeën. Er wonen veel verschillende nationaliteiten in de wijken maar deze mengen zich vaak niet omdat mensen graag binnen hun eigen vertrouwde groepje blijven. Het in contact komen met de doelgroep blijkt vrij lastig en zo ook het betrekken van de doelgroep. De wijken waarin de doelgroep woont, zijn over het algemeen niet de beste wijken van Den Haag en de situatie wat betreft geld, sociale cohesie, opleidingsniveau en werkende mensen is niet erg goed (zie externe bijlagen: Onderzoek doelgroep, blz. 44).

Conclusie

De doelgroep betreft veelal allochtonen en die verblijft het liefst binnen de eigen kringen. Het is lastig om in contact te komen met de doelgroep en om deze reden zal er een oplossing bedacht moeten worden om toch de nodige informatie van de doelgroep te krijgen. Wel is het mij duidelijk geworden waar ik de doelgroep zou kunnen vinden om deze te benaderen. Geld heeft de doelgroep niet of nauwelijks (soms zelfs niet eens voor eerste levensbehoefte) en met het bedenken van een concept voor de digitale oplossing zal hier rekening mee moeten worden gehouden. In de volgende paragrafen zal verder in worden gegaan op hoe de doelgroep eruit ziet en wat haar interesses zijn.

4.2.2 Hoe ziet de doelgroep eruit

Om meer te weten te komen over de doelgroep en om met haar in contact te kunnen komen was het nodig om goede ingangen te vinden en om te weten waar zij kan worden gevonden. Voor het onderzoek zijn gesprekken gevoerd met deskundigen op het gebied van de doelgroep, maar ook is contact gezocht met de doelgroep zelf in onder andere wijkcentra, buurthuizen en ontmoetingscentra in de wijken rondom het Zuiderpark.

Gesprekken met deskundigen

Door veel verschillende mensen te spreken bij buurthuizen, het stadsdeelkantoor en organisaties die zich bezig houden met de doelgroep heb ik nuttige informatie kunnen verzamelen. Veel informatie die ik kreeg bleek hier en daar overlappen te vertonen wat aangeeft dat deze aspecten vanuit meerdere invalshoeken worden beschouwd.

Nuttige aspecten die ik uit de gesprekken met deskundigen heb gehaald zijn dat mensen erg aangetrokken worden door gratis activiteiten (bijvoorbeeld gratis voedsel komen plukken), dat mensen vaak wel geïnteresseerd zijn in gezond leven en dat mensen eigenlijk vaak binnen hun eigen cultuur blijven (zie externe bijlagen: Gesprekken, vanaf blz. 52).

Beperkte representativiteit

Tijdens gesprekken zijn een aantal namen genoemd waarmee ik zeker eens zou moeten gaan praten. Helaas werd er niet



op mail gereageerd of het telefoonnummer klopte niet. Deze belangrijke contactpersonen, met wie niet is gesproken, zijn opgenomen als aanbeveling in het onderzoeksrapport.

De bevindingen zijn verhalen en meningen van enkele personen en kunnen daarom niet als representatief en betrouwbaar worden gezien voor de gehele doelgroep. Echter door de bevindingen aan verschillende deskundigen voor te leggen en de informatie te verifiëren bij de doelgroep kan er toch vanuit worden gegaan dat er waarheid zit in de informatie ook als is deze niet representatief voor de gehele doelgroep. Het concept zal gebaseerd zijn op het online literatuur onderzoek en de verhalen en meningen van de deskundigen en de doelgroep (deze komen met elkaar overeen).

Aanpassingen in het onderzoek naar de werkelijkheid

Het was oorspronkelijk de bedoeling om de doelgroep te betrekken bij het project en deze mee te laten denken en mee te laten doen. Echter gezien de korte tijd die staat voor het project en voor het onderzoek hierbinnen is het niet mogelijk om een band op te bouwen en om dit daadwerkelijk voor elkaar te krijgen. Ook werd in de gesprekken duidelijk dat de doelgroep wantrouwig is naar de gemeente. Er werd gezegd dat wanneer de gemeente iets doet voor de wijk er dan eenmalig iemand langs komt die zegt de boel te gaan regelen. Vervolgens wordt er van deze persoon niets meer vernomen en wordt er niets gedaan met de wensen van de bewoners. Een band opbouwen is daarom lastig en duurt te lang. Gedurende de tijd die stond voor de onderzoeksfase tijdens het project zou dit helaas een onmogelijke taak zijn en daarom is dit aspect opgenomen in de aanbevelingen in het onderzoeksrapport (zie externe bijlagen: Onderzoeksrapport, blz. 15).

Doelgroep beschrijving

Geografisch

De gemeente wil meer maar vooral ook een meer gevarieerd publiek trekken naar het terrein op het Zuiderpark. De doelgroep bestaat daarom uit veel verschillende culturen en vele verschillende mensen. Het Zuiderpark ligt in Den Haag in stadsdeel Escamp. De leefomgeving van de doelgroep is voornamelijk de wijken rondom het Zuiderpark, namelijk Morgenstond, Moerwijk, Transvaal, Rustenburg Oostbroek en Leyenburg.

Sociaaleconomisch en demografisch

Deze gevarieerde doelgroep heeft veel verschillende religies. Een voorbeeld van een geloof dat veel voorkomt in deze wijken is de Islam. De wijken zijn veelal krachtwijken en over het algemeen niet de beste wijken van Den Haag. De sociale cohesie tussen de wijkbewoners is hier vaak slecht en het niveau van inkomens ligt rond de 27.272 euro in stadsdeel Escamp (Den Haag in cijfers, 2013), wat niet erg hoog is vergeleken met de rest van Den Haag.

56.8% van de bewoners van Escamp heeft een laag inkomen en het opleidingsniveau is lager dan gemiddeld in Den Haag. Het aantal mensen dat geen of basisonderwijs heeft is 11% wat het op een na hoogste percentage is van alle wijken in Den Haag. Verder bedraagt het percentage lager onderwijs 21% en gemiddeld onderwijs 39%. Hoger onderwijs kent een aandeel van 29% . Er zijn veel werklozen of mensen die maar heel weinig werk hebben en het aantal schulden ligt vrij hoog vergeleken met de rest van Den Haag (Den Haag in cijfers).

De leeftijd van de doelgroep is in principe alle leeftijden, mannen, vrouwen, kinderen en ouderen. Echter, omdat de oudere generaties allochtone mensen (boven de 45/50 jaar) vaak niet goed Nederlands spreken en de kinderen vaak al meegenomen worden door hun ouders, zal er gefocust worden op de leeftijd 20 tot en met 45 jaar oud. Meer informatie over de doelgroep is te vinden in Infographic van de enquête (zie afbeelding 16).

4.2.3 Wat zijn de interesses van de doelgroep?

Om te ontdekken wat de interesses van de doelgroep zijn wat betreft voedsel, zijn er enquêtes gedaan onder de doelgroep en is met deskundigen over de doelgroep gesproken.

Gesprekken met deskundigen

Tijdens de gesprekken die ik heb gevoerd met deskundigen heb ik steeds geprobeerd antwoord te krijgen op de deelvragen die ik had opgesteld (inleiding hoofdstuk 4). Uit de gesprekken kwamen vaak dezelfde aspecten duidelijk naar voren. Een voorbeeld hiervan is dat de doelgroep niet veel geld heeft en dat gratis activiteiten daarom een goede publiekstrekker



zijn. Ook is de doelgroep zeker geïnteresseerd in voedsel en zijn moestuintjes populair in stadsdeel Escamp onder de verschillende culturen. Met behulp van de informatie die ik uit deze gesprekken en het online onderzoek heb gehaald kon ik een aantal deelvragen beantwoorden. Toch waren er ook bepaalde aspecten waar ik nog geen antwoord op had. Om deze reden wilde ik graag in contact komen met de doelgroep, om de antwoorden die ik al had, te verifiëren en om de antwoorden die ik nog niet had te krijgen.

Gesprekken met de doelgroep

Om informatie te krijgen over de interesses van de doelgroep wat betreft voedsel en dergelijke, zijn interviews gehouden op het Milieu Educatief Centrum op het Zuiderpark. Ik heb een aantal mensen kunnen interviewen (die kwamen betalen voor hun moestuintje op het terrein) maar kwam er al snel achter dat dit niet de manier was om de benodigde informatie uit de doelgroep te krijgen. Mensen wisten niet goed waarin ze geïnteresseerd waren wat betreft voedsel waardoor ik niet de informatie kreeg waar ik naar op zoek was. Dat de mensen geen duidelijke antwoorden wisten te geven zou goed gelegen kunnen hebben aan de vragen die ik stelde. Ik had van te voren een aantal vragen bedacht met het idee dat hier wel een gesprek uit zou komen net als met de deskundigen het geval was. Echter tijdens het interviewen werd mij duidelijk dat de vragen die ik stelde niet de gewenste antwoorden opleverden. Een vraag als 'Op welke manier is voedsel voor u belangrijk?' had een stilte tot gevolg en geen duidelijk antwoorden waar ik iets mee kon. Een ander voorbeeld van een vraag die niet altijd begrepen werd is 'Is het eten een sociale gebeurtenis?' Ook hierop kreeg ik geen duidelijke antwoorden waar ik iets mee kon.

Een ander obstakel in deze manier van informatie verzamelen was dat sommige mensen de Nederlandse taal niet machtig zijn. Het is dan lastig om duidelijke antwoorden te krijgen waar je wat mee kunt. Dat veel mensen (vaak boven de 45/50 jaar oud) de Nederlandse taal beperkt of helemaal niet spreken, werd ook duidelijk in de gesprekken met bijvoorbeeld Merel (stadsdeelnkantoor), Peter (groenbeheer) en Sofie (medewerker op Zuiderpark). Tijdens het interviewen met de doelgroep werd de opgedane informatie over deze taalbarrière bevestigd. De doelgroep in de leeftijdscategorie tot 45/50 jaar oud beheerst de Nederlandse taal over het algemeen redelijk tot goed. Na een gesprek hierover met de bedrijfsmentor is er dan ook voor gekozen om te focussen op de doelgroep tot 45 jaar. Dit was in eerste instantie al wat de bedrijfsmentor in het hoofd had qua doelgroep. Dit omdat deze generatie nog veel te leren valt over het bewust omgaan met voedsel en omdat deze vaak ook nog kinderen hebben en het daar weer aan door kunnen geven. Daarnaast heeft de gemeente als regel om met de burgers van Den Haag te communiceren in het Nederlands.

Aanpassing in het onderzoek naar de werkelijkheid

Op het MEC Zuiderpark heb ik in het begin 8 interviews gedaan. De respondenten voor de enquête waren er uiteindelijk 71. De steekproefgrootte voor een goed onderzoek had voor het aantal inwoners dat in de wijken rondom het Zuiderpark woont 383 personen moeten zijn. Echter gezien de tijd waarin ik deze enquêtes heb laten invullen en de tijd die voor het gehele project staat, is dit onhaalbaar.

Het interviewen van de doelgroep was in dit geval geen succes (door mijn vraagstellingen, de taalbarrière of doordat de doelgroep het lastig vindt om antwoord te geven op de vraag waarin ze geïnteresseerd is). Om deze reden ben ik overgestapt op het onderzoeken van de interesses van de doelgroep door middel van een enquête. In een enquête kon ik voorbeelden geven van wat ik bedoelde maar kon men zelf ook een antwoord invullen. De eerste groep die de enquête invulde had moeite met het taalgebruik in de enquête. Een voorbeeld van taalgebruik dat de doelgroep niet begreep is: ' motiveer je antwoord'. Daarna heb ik de enquête aangepast naar een minder hoog niveau taalgebruik (in plaats van ' motiveer je antwoord' werd het ' waarom wel of niet') en heb ik een aantal vragen geschrapt die redelijk voor de hand lagen en die ook steeds dezelfde antwoorden opleverden (hoeveel geld mensen bereid waren te betalen voor een voedselthemapark bijvoorbeeld). Op deze enquête werd beter gereageerd maar nog steeds waren er een aantal details die beter konden of erbij moesten. Een voorbeeld van een aanpassing op de derde enquête is dat er geen Nederlands stond tussen de keuze-opties voor herkomst/nationaliteit. Hier werd naar gevraagd door de doelgroep maar omdat ik zo gefocust was op de vele verschillende culturen, heb ik Nederland helemaal over het hoofd gezien terwijl er ook vrij veel Nederlanders wonen (41,3% is autochtoon in stadsdeel Escamp, volgens de buurtmonitor).



Enquête

Ik heb ervoor gekozen om een enquête op te stellen met meerkeuze antwoorden, maar met daartussen ook een antwoord *anders, namelijk.....* zodat de geënquêteerde zelf ook nog een antwoord kon geven. Hier heb ik voor gekozen omdat tijdens mijn interviews met de doelgroep duidelijk werd dat mensen het lastig vonden om een antwoord te geven op de vragen. Wanneer er al antwoorden staan wordt het makkelijker om een antwoord te geven of om er dan alsnog een te bedenken. Om afhaken te voorkomen heb ik ervoor gekozen om niet te veel vragen op te stellen.

ENQUÊTE CULTUUR EN VOEDSEL

Binnen welke leeftijdscategorie valt u?

- ☐ < 19
- ☐ 20 - 25
- ☐ 26 - 30
- ☐ 31 - 40
- ☐ 40 - 45
- ☐ 45 >

Wat is uw afkomst?

- ☐ Turks
- ☐ Marokkaans
- ☐ Surinaams
- ☐ Antiliaans
- ☐ Nederlands
- ☐ Anders, namelijk

Waar wordt u blij van als het gaat over voedsel? (meer antwoorden mogelijk)

- ☐ Lekker eten / genieten
- ☐ Sociale gelegenheid
- ☐ Informatie over voedsel zoals herkomst
- ☐ Gezondheid
- ☐ Anders, namelijk.....

Wat doet u het liefst als u vrij bent?

- ☐ Naar een park / tuin gaan
- ☐ Uitgebreid koken
- ☐ Met vrienden/familie dingen doen
- ☐ Sporten
- ☐ Workshops of cursussen volgen
- ☐ Anders, namelijk.....

Wat zou er zeker in een voedselthema park aanwezig moeten zijn voor u om er naar toe te gaan? Wat verwacht u daar?

- ☐ Dat u er kunt eten/proeven
- ☐ Dat het park gemaakt is van voedsel
- ☐ Dat er informatie over voedsel te vinden is
- ☐ Workshops en cursussen volgen
- ☐ Anders, namelijk.....

Als u informatie digitaal ontvangt, via welk middel zou u het dan lezen?

- ☐ Mobiele telefoon
- ☐ Tablet
- ☐ Laptop / pc
- ☐ Tv
- ☐ Anders, namelijk.....

Zou u kennis willen maken met voedsel uit andere landen / culturen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Via welke wijze volgt u dingen over voedsel en gezondheid en dergelijke?

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Snapchat
- ☐ Websites
- ☐ Via apps op mobiele telefoon
- ☐ Dit doe ik niet

Waarom wel of niet?

.....

Afbeelding 15 - Enquête



De enquêtes die zijn ingevuld zijn niet allemaal ingevuld door mensen onder de 45 jaar. Dit komt doordat ik niet alle enquêtes zelf in heb laten vullen door de doelgroep maar Serferaaz (één van de contactpersonen die mij veel kon vertellen over de doelgroep (zie externe bijlagen: Serferaaz Elahi, blz. 67)) mij heeft geholpen met het laten invullen van de enquêtes. In de enquêtes heb ik wel gevraagd naar de leeftijdscategorie van mensen en daarom heb ik de enquêtes opgesplitst in twee groepen namelijk de mensen onder de 45 jaar en de mensen boven de 45 jaar.

Resultaten enquête < 45

Wat hier opviel was dat de mensen van heel veel verschillende culturen afkomstig waren. Qua voedsel wordt het belangrijk gevonden dat het gezond is, dat mensen kunnen genieten van eten en dat het een sociale aangelegenheid is. Wat mensen in een voedselthema park zouden verwachten is dat ze er kunnen proeven en eten en dat er informatie over voedsel te vinden is. Verder wordt er verwacht dat er workshops en cursussen te volgen zijn. In hun vrije tijd gaan mensen graag naar een park/tuin of samen met vrienden en familie leuke dingen doen. Ze zijn niet bereid om veel te betalen voor een park/tuin. Informatie wordt vooral verkregen via een websites op een laptop of mobiel en ze zijn wel geïnteresseerd in andere voedselculturen omdat ze het leuk vinden om verschillen te proeven of meer te weten te komen over deze culturen.

Resultaten enquête > 45

De mensen in deze groep waren van heel verschillende komaf maar ook veel Nederlanders en West-Europeanen. Belangrijk wat betreft voedsel werden gezondheid en prijs gevonden maar ook genieten en sociaal worden veel genoemd. Waar mensen blij van werden is lekker genieten van eten maar ook dat het gezond is. In een voedselthema park wordt verwacht dat ze er kunnen proeven en dat er informatie over voedsel te vinden is. Ook workshops en cursussen werd wel genoemd (25%).

In hun vrije tijd gaan ze het liefst naar een park of tuin of met vrienden of familie dingen doen. Qua uitjes willen ze zo min mogelijk of niets uitgeven en informatie krijgen ze het liefst via websites of kranten en folders. Digitaal lezen ze de info het liefst via de laptop of mobiel. Ze gebruiken deze middelen het meest voor weetjes en informatie en voor sociale contacten. Op de vraag of ze geïnteresseerd zijn in andere voedselculturen zei het grootste gedeelte ja.

Resultaten

Uit deze 71 enquêtes is nuttige informatie naar voren gekomen waarmee duidelijke gebruikersbehoeften opgesteld konden worden. Voorbeelden hiervan zijn dat 88% van de mensen geïnteresseerd is in andere voedselculturen, wat een duidelijk antwoord geeft op de deelvraag 'is de doelgroep geïnteresseerd in andere voedselculturen, of alleen in eigen cultuur?'. In de gesprekken met de deskundigen kwam wel naar voren dat de doelgroep vooral in de eigen cultuur blijft hangen maar uit de enquête blijkt wel dat de doelgroep wel geïnteresseerd is in andere voedselculturen. Gezondheid wat voedsel betreft, kunnen genieten van voedsel en een sociale gelegenheid worden erg belangrijk wordt gevonden door de doelgroep. Ook dit geeft een duidelijk antwoord op de deelvraag 'wat vindt de doelgroep interessant omtrent voedsel?'. Qua digitale middelen worden vooral laptop/pc of mobiel (smartphone) of tablet gebruikt en informatie wordt vaak gezocht via websites (zowel mobiel als op laptop/pc). Deze uitkomsten geven antwoord op de deelvraag 'Welke digitale middelen gebruikt de doelgroep?'. Verdere uitkomsten zijn te vinden in het onderzoeksrapport (zie externe bijlagen: Onderzoeksrapport, blz. 15).

Infographic

Vanuit de afdeling NME bestond de wens om alle gegevens van de enquête netjes in een infographic verwerkt te hebben. Om deze reden heb ik de belangrijkste informatie uit de enquête verwerkt in de infographic (zie afbeelding 16).



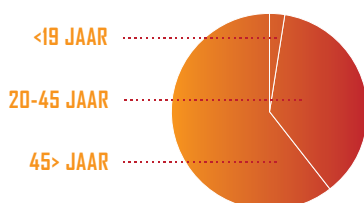
ENQUÊTE VOEDSEL

AFKOMST



Nederland.....	21,13%	Irak.....	01,41%
West-Europa.....	23,94%	Marokko.....	01,41%
Oost-Europa.....	05,63%	Dominicaanse Republiek.....	01,41%
Turkije.....	11,27%	Portugal.....	01,41%
Suriname.....	09,86%	Ecuador.....	01,41%
Egypte.....	02,82%	Litouwen.....	01,41%
Vietnam.....	01,41%	India.....	01,41%
Afrikaans.....	01,41%	Brazilië.....	01,41%
Koerdistan.....	01,41%		

LEEFTIJD



GEBRUIK DIGITALE MIDDELEN



**SMARTPHONE
LAPTOP/PC
TABLET**

VRIJETIJSBESTEDING

**MET VRIENDEN/FAMILIE
DINGEN DOEN
NAAR TUIN/PARK
SPORTEN
UITGEBREID KOKEN**



KOSTEN VAN EEN UITJE



**GRATIS
OF ZO MIN
MOGELIJK**

BLIJ WORDEN VAN VOEDSEL



**GENIETEN VAN ETEN
SOCIALE GELEGENHEID
GEZONDHEID**

EETCULTUREN

88%
ZEGT GEÏNTERESSEERD TE ZIJN
IN ANDERE VOEDSEL CULTUREN

WAT WORDT VERWACHT IN EEN VOEDSELTHEMAPARK

**INFORMATIE OVER VOEDSEL
PROEVEN/ETEN
WORKSHOPS OF CURSUSSEN**



71 respondenten
Afdeling Natuur en Milieueducatie
Gemeente Den Haag
Marijn Sellink



Discussie

Tijdens het interviewen met de doelgroep, kreeg ik weinig bruikbare informatie in de antwoorden. Wanneer je niet de goede of begrijpelijke vragen stelt, krijg je niet de goede antwoorden en zo kwam ik erachter dat dit voor mij niet de manier was om antwoorden van de doelgroep te krijgen.

Conclusie

Bepaalde aspecten die waren gevonden tijdens het doen van literatuur onderzoek werden door de gesprekken met deskundigen maar ook door de uitkomsten van de enquête geverifieerd. Zoals bijvoorbeeld de interesse voor goedkope of gratis activiteiten of dat de doelgroep uit veel verschillende culturen bestaat. Uit het onderzoek online kwam al naar voren dat de inkomens in de wijken rondom het Zuiderpark laag zijn en daarom hebben mensen niet veel geld te besteden aan leuke dingen. Deze informatie werd door de doelgroep zelf in de enquête bevestigd. Door de antwoorden van de enquête heb ik op een aantal deelvragen hele duidelijke antwoorden gekregen.

Uit de enquête bleek dat mensen in een voedselthemapark verwachten eten te kunnen proeven en informatie over eten te kunnen krijgen. Verder wordt door een vrij groot deel van de doelgroep verwacht dat er workshops of cursussen te volgen zijn. Dit zijn belangrijke dingen om rekening mee te houden bij het opzetten van een voedselthemapark. De informatie over een voedselthemapark willen mensen het liefst bekijken via een website op mobiel (smartphone) of laptop/pc. Ook dit is belangrijke informatie als het gaat om een digitale oplossing om mensen te enthousiasmeren om vaker naar het park te komen.

De enquête heeft veel bijgedragen aan het kunnen beantwoorden van de opgestelde deelvragen. Aan de hand van de gebruikersbehoeften en de bedrijfsdoelstellingen kon de volgende stap worden gemaakt naar het bedenken van een concept, dat paste bij de doelgroep maar ook bij de wensen van de opdrachtgever.

4.3 Voedselinitiatieven

Omdat de gemeente de wens heeft om het terrein op het Zuiderpark om te vormen tot een voedselthemapark is het belangrijk om te weten welke initiatieven er in Den Haag al zijn op het gebied van voedsel. Ook is het goed om te weten welke initiatieven omtrent voedsel leuk en interessant gevonden worden door de doelgroep. Om dit te weten te komen heb ik gesproken met de adviseur stadslandbouw van het NME, online literatuur onderzoek gedaan naar bestaande voedselinitiatieven en heb ik gesproken met verschillende deskundigen wat betreft moestuintjes en buurttuinen.

Gesprekken met deskundigen

Allereerst wilde ik weten welke informatie er al op de afdeling was op het gebied van voedselinitiatieven en wat er leuk gevonden wordt. Ik heb een gesprek gehad met Tom Voorma van de afdeling NME, die adviseur stadslandbouw is en veel weet van de voedselinitiatieven die al in Den Haag bestaan. Uit dit gesprek bleek dat mensen veelal geïnteresseerd zijn in stadslandbouw en daar ook zelf veel mee aan de slag gaan met moestuintjes en buurttuinen. Na het gesprek met Tom ben ik bij meerdere bijeenkomsten geweest die te maken hadden met dit soort initiatieven. De mensen die hierbij aanwezig waren staan vaak in contact met de doelgroep en tijdens de bijeenkomsten werd duidelijk dat moestuintjes, maar ook buurttuinen, zeer in trek zijn bij de doelgroep en dat deze ook bijdragen aan de sociale cohesie binnen een wijk. Dit komt overeen met de informatie die Tom had (zie externe bijlagen: Tom Voorma, blz. 54).

Literatuur onderzoek

Na het gesprek met Tom, wilde ik online onderzoek doen naar de initiatieven die in Den Haag zijn, maar ook de initiatieven die in Nederland zijn wat betreft voedsel. Ik wilde inzicht krijgen in welke initiatieven er allemaal bestaan maar vooral welke aspecten leuk gevonden worden wat voedsel betreft en of ze te maken hebben met gezondheid en dergelijke.

De vele verschillende initiatieven in Nederland maar ook in Den Haag hebben veelal te maken met stadslandbouw. Voorbeelden hiervan zijn oogst ruilen, buurttuinen en moestuintjes die zelf worden gemaakt op bijvoorbeeld een balkon. Ook de moestuintjes van bijvoorbeeld Albert Heijn, trekken veel mensen. Ook projecten die te maken hebben met lelijke groente en fruit soorten, of vergeten groenten en superfoods genieten populariteit. Het is daarom geen verrassing dat er zo veel verschillende voedselinitiatieven te vinden zijn die te maken hebben met stadslandbouw (zie externe bijlagen: Verassende voedselinitiatieven, blz. 82).



Resultaten

Moestuintjes, buurttuinen en stadslandbouw initiatieven zijn erg in trek bij de doelgroep volgens de aangehaalde deskundigen maar ook volgens het artikel 'PvdA wil verdubbeling aantal buurttuinen in Den Haag' (Djenna Perreijn, 2014) en het artikel 'Stadslandbouw' (DuurzaamDenHaag, z.d.). Moestuintjes zijn er niet genoeg voor iedereen en buurttuinen schieten als paddenstoelen uit de grond. Dit kwam veel naar voren tijdens gesprekken met deskundigen op dit gebied. Niet alleen voor de producten die het oplevert, maar ook voor het sociale aspect (het draagt namelijk ook bij aan de bevordering van de sociale cohesie) dat erbij komt kijken en het lekker buiten bezig zijn. Mensen hebben toch behoefte aan sociale cohesie en starten dan een buurttuin op of een ander initiatief op. Om die reden zorgt dit soort initiatieven er ook voor dat verschillende culturen wel met elkaar om gaan terwijl ze elkaar gewoonlijk niet eens begroeten op straat. Dit kwam naar voren in één van de bijeenkomsten over voedselinitiatieven (zie externe bijlagen: Bijeenkomst 3 maart, blz. 62). Tijdens deze bijeenkomst werd verteld over een project in Rotterdam-Schiebroek waarbij men ook buurttuintjes in een wijk wilde aanleggen omdat de sociale cohesie heel slecht was. Door dit project is de sociale cohesie in de buurt enorm verbeterd en gaan buurtbewoners die normaal ruzie met elkaar hadden, nu goed met elkaar om (Paul de Graaf, 2012).

Conclusie

Mensen hebben behoefte aan meer sociale cohesie en voedsel is een goed middel om mensen bij elkaar te brengen. Iedereen heeft voedsel nodig om te overleven en mensen zijn geïnteresseerd in andere voedsel culturen en informatie over voedsel. Waar mensen enthousiast van worden is sociale cohesie en aspecten die te maken hebben met voedsel. Moestuintjes en buurttuinen zijn initiatieven die te maken hebben met voedsel en die mensen zelf opzetten. Dit kwam vooral duidelijk naar voren in een bijeenkomst over buurttuinen en sociale cohesie (zie externe bijlagen: Bijeenkomst 3 maart, blz. 62). Voor het Zuiderpark project kan een plek worden gecreëerd waar mensen van verschillende culturen elkaar kunnen ontmoeten.

4.4 Digitale middelen

De oplossing die bedacht gaat worden voor het project is er een van digitale aard. Daarbij is het belangrijk dat het mensen enthousiasmeert om vaker naar het park te komen. Het is daarom goed om te weten welke mogelijkheden er zijn op digitaal vlak en waar de doelgroep enthousiast van wordt. Ook is het belangrijk om te weten waar de doelgroep zelf veelal gebruik van maakt qua digitale middelen. Het onderzoek naar de deelvragen over digitale middelen, is gedaan via online literatuur onderzoek om te bekijken wat er allemaal mogelijk is op digitaal vlak. Daarnaast is gesproken met Mayan Smidt, deskundige op het gebied van digitale middelen bij het Museon in Den Haag. Ook is er door middel van de enquête bij de doelgroep gepeild welke digitale middelen er veelal gebruikt worden.

Literatuur onderzoek

De zoekopdracht 'digitale middelen' in Google, gaf niet de antwoorden waar ik naar op zoek was. Uit deze zoekopdracht kwamen vooral digitale middelen waar in het onderwijs gebruik van wordt gemaakt en dat is voor mijn project niet van toepassing. De zoekopdracht 'digitaal meest gebruikt' gaf meer nuttige informatie. Ook de gegevens van het CBS en dergelijke sites zijn een goed hulpmiddel geweest om erachter te komen welke middelen in Nederland populair zijn. Deze manier van zoeken gaf geen duidelijkheid over de digitale middelen waar de doelgroep enthousiast van wordt. De bevindingen die ik online gedaan had, heb ik daarom verifieert bij de doelgroep maar ik wilde ook onderzoeken welke middelen de doelgroep enthousiast maken door te praten met een deskundigen op het gebied digitale middelen (zie externe bijlagen: Gesprekken met deskundigen, vanaf blz. 52).

Een aantal aspecten heb ik niet geverifieerd bij de deskundigen of de doelgroep. Bijvoorbeeld dat 96% van de Nederlanders toegang heeft tot het internet met een laptop, pc of mobiele telefoon. 88% van de Nederlanders tussen de 25 en 45 jaar beschikt over een mobiel apparaat met toegang tot internet (zie externe bijlagen: Onderzoeksrapport, Hoofdstuk 5, blz. 31) en in 2014 worden online spelletjes en muziekluisteren door 2/3 van de internetgebruikers gedaan. Deze informatie is belangrijk maar niet nodig om te verifiëren bij de doelgroep omdat dit al vaststaat in cijfers van het CBS (CBS, 2015).

Gesprekken met deskundigen

Het doel van mijn project is om uiteindelijk een digitale oplossing te bedenken en ontwerpen die mensen enthousiasmeert om vaker naar het Zuiderpark te komen. Of deze oplossing er een is die mensen vanuit huis enthousiasmeert of een die



mensen op het terrein zelf enthousiasmeert, is voor de gemeente niet van belang. Dit hangt af van waarin de mensen geïnteresseerd zijn. Om erachter te komen wat de mogelijkheden zijn op het gebied van digitale middelen heb ik een gesprek gehad met eerder genoemde Mayan Smidt waarin verschillende nuttige aspecten naar voren zijn gekomen (zie externe bijlagen: Mayan Smidt, blz. 59). Voorbeelden hiervan zijn dat de doelgroep enthousiast wordt van interactie en dat het gebruik van meerdere zintuigen tegelijk de opname van informatie in het geheugen bevordert. Dit soort bevindingen zijn belangrijke elementen om rekening mee te houden tijdens het bedenken van een concept omdat de digitale oplossing hier beter van wordt en ook leerzamer voor de gebruikers. Dit sluit goed aan bij de bedrijfsdoelstellingen van het NME die graag wil dat de digitale oplossing leerzaam en leuk is.

Onderzoek bij de doelgroep

De bevindingen uit het online onderzoek zijn doormiddel van de enquête bij de doelgroep geverifieerd. Aspecten als dat de doelgroep vooral gebruik maakt van laptop/pc of smartphone kwamen duidelijk naar voren. De informatie die zij krijgt wil zij het liefst ontvangen via laptop of smartphone door middel van een website.

Resultaten

Laptops/pc en smartphones zijn de meest gebruikte digitale middelen onder de doelgroep. Daarmee kan ook bijna iedereen op internet (88% van de Nederlanders tussen de 25 en 45 jaar) en wordt door 2/3 van de Nederlandse bevolking spelletjes gespeeld en informatie gevonden. Een ander aspect dat in de smaak valt is interactie. Dit wordt niet alleen leuk gevonden maar hierdoor blijft de informatie ook beter hangen. Het gebruik van meer zintuigen is ook een aspect waar de doelgroep enthousiast van wordt. Het gebruik van interactie of meer zintuigen hoeft niet perse verwerkt te worden in een website. Een interactief digitaal middel aanwezig op het park zelf, zoals bijvoorbeeld de digitale middelen die gebruikt worden bij het Museon werkt ook prima (zie externe bijlagen: Mayan Smidt, blz. 59).

Conclusie

De digitale oplossing kan er een zijn voor laptop/pc of smartphone maar ook op het terrein zelf kan een digitale oplossing worden bedacht die leuk en interactief is om mensen te enthousiasmeren. Omdat bijna iedereen over een smartphone of laptop beschikt en 88% daarmee het internet op kan, kan een groot deel van de doelgroep hiermee worden aangesproken. Interactie en het gebruik van zintuigen wordt leuk gevonden door de doelgroep en het is daarom goed om iets met deze informatie te doen bij het bedenken van de digitale oplossing.

4.5 Antwoord op hoofdvraag

Aan de hand van het onderzoeken van de verschillende deelvragen kan ik antwoord geven op de hoofdvraag die centraal stond tijdens het onderzoek:

'Hoe enthousiasmeer ik de mensen van verschillende culturele herkomst die rondom het Zuiderpark wonen om vaker naar het terrein van de gemeente Den Haag (afdeling NME) op het Zuiderpark te komen met als thema voedsel?'

Waar de doelgroep enthousiast van wordt omtrent voedsel is:

- gratis voedsel
- gezonde voeding
- ergens kunnen proeven en eten
- informatie krijgen over voedsel
- genieten van voedsel
- dat het een sociale gelegenheid is met familie of vrienden.

Mensen zijn geïnteresseerd in andere culturen als het gaat om voedsel (88%) maar uit onderzoek blijkt ook dat mensen moeilijk te motiveren zijn om uit hun comfortzone te stappen. Men blijft vaak bij de eigen culturele groep hangen. Om mensen naar het park te trekken zijn daarom de bovenstaande aspecten belangrijk om rekening mee te houden bij het ontwerpen van een digitale oplossing maar ook bij het ontwerpen van het voedselthemapark zelf. De digitale oplossing kan er een zijn voor laptop/pc of smartphone (veel mensen beschikken over deze digitale middelen) maar het digitale ontwerp kan ook een oplossing op het terrein van het NME zijn. Wel is het verstandig om de digitale oplossing interactief te maken. Dit wordt leuk gevonden door de doelgroep en door gebruik te maken van interactie blijft de informatie beter hangen bij de gebruiker.



Aan de hand van de conclusies die naar voren zijn gekomen uit het onderzoek zijn een aantal belangrijke punten gevonden waarmee rekening gehouden moet worden bij het bedenken van concepten. Deze punten zijn gebruikt voor het opstellen van gebruikersbehoeften en samen met de bedrijfsdoelstellingen vormen deze een duidelijke leidraad voor een concept.

Gebruikersbehoeften

- De gebruiker wil graag informatie over voedsel
- De gebruiker wil niet teveel of zelfs helemaal niet betalen
- De gebruiker wil graag informatie over gezond of gezonde voeding
- De gebruiker wil graag eten kunnen proeven
- De gebruiker wil graag informatie over andere voedselculturen
- De gebruiker wil graag sociale dingen kunnen doen met familie of vrienden

Bedrijfsdoelstellingen

- De afdeling wil inzicht krijgen in de interesses op het gebied van voedsel van de doelgroep
- De afdeling wil de gemiddelde Hagenaar enthousiasmeren vaker naar het terrein te komen met een digitale oplossing
- De afdeling wil de gemiddelde Hagenaar bewuster laten nadenken over voedsel
- De afdeling wil dat de digitale oplossing leerzaam is voor de gebruiker

De uitdaging is nu om met deze punten een concept te bedenken dat zowel past bij de wensen van de doelgroep als bij de wensen van de afdeling NME. De gebruikersbehoeften zijn niet allemaal door te voeren in een digitale oplossing. Proeven is met een digitale oplossing bijvoorbeeld (nog) niet mogelijk maar wel belangrijk om rekening mee te houden bij het ontwerpen van het voedselthemapark (dit zijn aanbevelingen naar de afdeling NME). De bedrijfsdoelstellingen en een groot deel van de gebruikersbehoeften zijn door te voeren in een concept.

Het is tijdens deze fase ook belangrijk om een focus te gaan leggen op wat voor digitale oplossing er gaat komen. Is dit een digitale oplossing zoals bijvoorbeeld een website of app voor bij de mensen thuis? Of is dit een digitale oplossing op het terrein van de gemeente? Of beiden?

In overleg met de opdrachtgever is ervoor gekozen om te gaan voor een digitale oplossing (website of app) bij de mensen thuis om ze zo te enthousiasmeren om vaker naar het terrein te komen. Dit heeft een aantal redenen. Het budget dat de gemeente heeft om aan een digitale oplossing uit te geven is beperkt en het is belangrijk dat de digitale oplossing gemakkelijk aangepast kan worden. Dit is met een website of app goed mogelijk maar met een digitale oplossing op het terrein zelf is het al lastiger om veranderingen door te voeren. Daarnaast is er weinig toezicht op het Zuiderpark terrein van het NME en is de kans op vandalisme aan de digitale oplossing te groot.

Uit eerder onderzoek bleek dat 96% van de Nederlanders op internet kan door middel van een laptop/pc of een smartphone en kwam uit mijn onderzoek onder de doelgroep naar voren dat mensen veelal informatie zoeken via een website. Veel mensen weten niet van het bestaan van het terrein af (wel de boerderij maar vaak niet de rest) en zou er dan nog een ander concept bedacht moeten worden om de mensen naar de digitale oplossing op het terrein te krijgen. Een combinatie van beide (een website of app met daarbij nog een digitale aanvulling op de website op het terrein) zou goed zijn, maar voor nu (in verband met tijd en kosten) wordt de focus gelegd op een digitale oplossing in de vorm van een website of app met de aanbeveling naar de gemeente om verder te onderzoeken of en zo ja, op welke wijze er aandacht aan kan worden gegeven op het terrein zelf zodat er een duidelijke link is tussen de twee.



HOOFDSTUK 6 – CONCEPT/IDEATEFASE

Met de gebruikersbehoeften, bedrijfsdoelstellingen en keuze voor een website/app ben ik aan de slag gegaan met mindmappen om zo ideeën te genereren voor concepten. Mindmappen zorgt ervoor dat je verbanden gaat zien tussen verschillende punten en het helpt je om te denken in overzicht en sleutelwoorden. Andere manieren om tot ideeën te komen die ik heb gebruikt zijn bijvoorbeeld negatief brainstormen**, metafoor denken*** en sparren met verschillende mensen (mensen die wel met het project te maken hebben, maar ook met mensen die er helemaal los van staan). Ook daar kwamen veel nieuwe ideeën uit.*

Eisen concept

De doelgroep wordt enthousiast van voedsel, gezonde voeding, ergens kunnen proeven en eten, informatie krijgen over voedsel en dat het een sociale gelegenheid is met familie of vrienden. Veel van deze punten kunnen worden verwerkt in een digitale oplossing maar bijvoorbeeld eten proeven zal niet gaan met een digitale oplossing. Dit is een gebruikersbehoefte die op het park verwezenlijkt zou kunnen worden. Wel kan dit worden aangespoord door middel van een digitale oplossing. Daarnaast zijn mensen geïnteresseerd in andere culturen als het gaat om voedsel (88%) maar uit onderzoek blijkt ook dat mensen moeilijk te motiveren zijn om uit hun comfortzone te stappen. Tijdens het bedenken van concepten zal met de bovenstaande informatie rekening gehouden moeten worden.

Bij een interactie project wordt er vaak uitgegaan van een vervelende situatie zoals bijvoorbeeld een website die niet naar behoren werkt. Het hele project wordt dan gebaseerd op deze situatie met bijvoorbeeld testen met de gebruikers of het bepalen van de interactie. Dit project is gestart vanaf vrijwel niets en daarom was er ook geen situatie waar van uit kon worden gegaan. Om deze reden zijn er eerst concepten bedacht (om een begin situatie te hebben wat betreft het interactieve proces en het testen) is aansluitend een definitief concept gekozen en is tenslotte gekeken naar het interactieve proces voor de website.

6.1 Concept ideeën

Door het maken van verschillende mindmaps met belangrijke woorden als gratis, voedsel, sociaal en dergelijke en door te praten/sparren met mensen over deze aspecten ben ik op verschillende ideeën gekomen voor concepten (zie afbeelding 17) (externe bijlagen: mindmaps, blz. 90). Hieronder staan een aantal voorbeelden van deze ideeën. In totaal zijn het elf kleinere ideetjes (zie externe bijlagen blz. 93) geweest, maar hier worden er 3 beschreven.

Idee 1 – 4 plaatjes, 1 land

4 afbeeldingen van bijvoorbeeld groente, fruit, granen etc. en dan raden uit welk land het oorspronkelijk afkomstig is. Zoals 4 pics 1 wordt. Met de punten je krijgt door het spel te spelen, kun je iets doen op het terrein. Het concept is er voor bedoeld om mensen te verleiden hun punten uit te komen geven op het terrein. De doelgroep wordt als het ware naar het terrein gelokt op deze manier.

Waarom past het idee bij de doelgroep en het bedrijf:

Smartphone - spelletje – interactief – leerzaam – bewust maken van voedsel – punten sparen en op park uitgeven (mensen trekken).

Nadelen/beperkingen:

Het is een spelletje en hoewel veel mensen gebruik maken van spelletjes volgens onderzoek (twee derde van de internetgebruikers) sluit je er misschien toch ook veel mensen mee uit. Daarnaast sluit je misschien ook mensen uit die wel van spelletjes houden maar dit spel niet.

* Een mindmap is een diagram opgebouwd uit begrippen, teksten, relaties en/of plaatjes, die zijn geordend in de vorm van een boomstructuur rond een centraal thema (Wikipedia, 2015)

** De meest mensen denken eerder negatief dan positief; we zijn een landje van klagers. De negatieve brainstorm maakt hier elegant gebruik van. Het probleem draaien we om en laten ons leeglopen op de negatieve aspecten (The innovator, z.d.)

*** Metafoor denken - Metaforen (vergelijkingen) kunnen een heel krachtig instrument zijn om nieuwe ideeën te genereren (Leren.nl, z.d.)



Idee 2 – Wereld gerechten uitpluizen

Herkenbare wereld gerechten zoals bijvoorbeeld couscous etc. uitpluizen en ontleden. Dan op een wereldkaart laten zien waar het vandaan komt of laten zien waar het van gemaakt wordt zoals bijvoorbeeld melk. Sommige kinderen weten helemaal niet meer waar het van wordt gemaakt. Leerzaam over herkomst van voedsel. Je zou er ook nog bij kunnen laten zien hoe ver het voedsel moet reizen voordat het in bijvoorbeeld Nederland is. Het concept zou uitgevoerd kunnen worden op het terrein zelf maar zou ook in website vorm gegoten kunnen worden.

Waarom past het idee bij de doelgroep en het bedrijf:

Voedsel in andere culturen – bewust maken over voedsel – informatief – leerzaam

Nadelen/beperkingen:

Het kan enigszins kinderlijk overkomen waardoor je de doelgroep van 20-45 jaar er mogelijk niet mee bereikt. Daarnaast is dit concept leuker op het terrein van het NME zelf en sluit dit dus niet geheel aan bij de wensen van de opdrachtgever.

Idee 3 – vreemde voeding

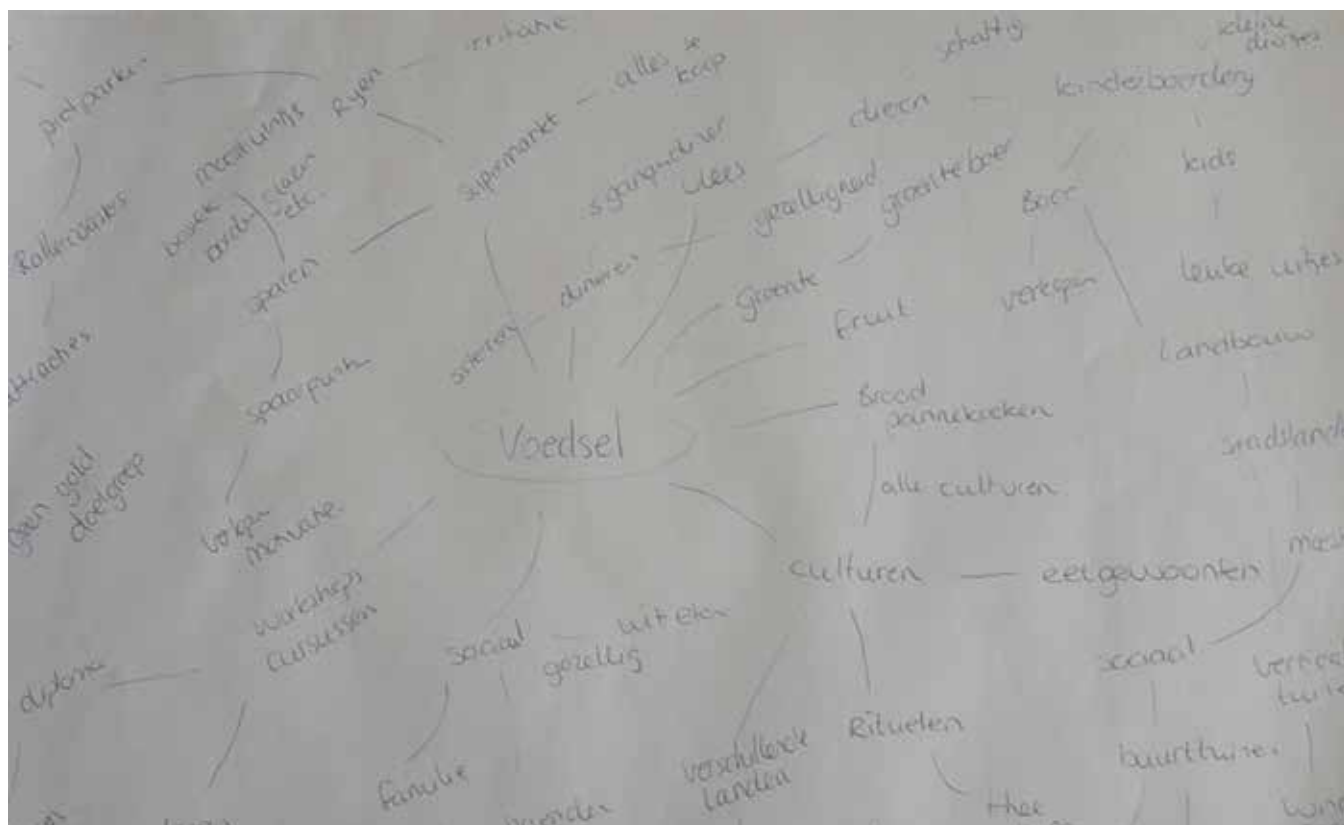
Van over de hele wereld vreemde maar gezonde voeding. Dit laten zien op een wereldkaart en mensen er informatie over geven. Deze gekke gezonde voeding kunnen proeven op terrein. Het trekt mensen naar het terrein toe en je kunt er proeven op het terrein (proeven was een van de dingen die mensen zouden verwachten in het voedselthemapark).

Waarom past het idee bij de doelgroep en het bedrijf:

Andere culturen – gezond – leerzaam – lokken naar terrein – interactief- proeven

Nadelen/beperkingen:

Vreemde voeding kan mensen aantrekken omdat het leuk is om te zien en te beleven maar het kan ook averechts werken en mensen afschrikken.



Afbeelding 17 - Mindmap



6.2 Concept uitgewerkt

Aan de hand van de voor en nadelen van de ideeën en op basis van de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen heb ik gekeken naar welke ideeën het beste zouden passen bij de doelgroep en het bedrijf. Een aantal van de ideeën zijn samengevoegd of enigszins veranderd om ze beter te laten passen bij de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen. Na het samenvoegen en veranderen van de ideeën zijn vier concepten tot stand gekomen. Twee van de vier concepten worden hier uitgelegd. De andere staan in de bijlagen (externe bijlagen: Concepten, blz. 94).

Concept 1 Vreemde middelen tegen kwalen

Dit concept laat een wereldkaart zien met daarnaast een menselijk lichaam met organen erin. De gebruiker klikt op een orgaan en krijg je te zien waar ter wereld ze wat voor middelen gebruiken tegen deze kwaal. Benieuwd hoe het smaakt of werkt? Kom kijken in het Zuiderpark. Je kunt ook zelf dingen toevoegen tegen een bepaalde kwaal. Op deze manier wordt het door de gebruiker gegenereerde content! Op het zuiderpark krijg je dan meer informatie over het middel en kun je het eventueel proeven als je durft!

Dit concept kan ook met kruiden. In plaats van vreemde middeltjes zoals koeienhersen en gaat het dan om geneeskrachtige kruiden en waar ze voor gebruikt worden. Wanneer je zelf een kruid of recept ervoor toevoegt kan je op het Zuiderpark kruiden komen plukken en hier thee van komen maken of bijvoorbeeld kookworkshops en cursussen bijwonen die met deze kruiden te maken hebben.

Waarom past het concept bij de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen:

- De doelgroep is geïnteresseerd in gezondheid
- De doelgroep is geïnteresseerd in sociaal (zelf toevoegen en delen van leuke recepten en dergelijke)
- De doelgroep is geïnteresseerd in andere voedselculturen en dit sluit daarbij aan
- Interactief blijft beter hangen en wordt leuker gevonden.
- De gemeente wil dat de digitale oplossing leerzaam is en leuk is
- De gemeente wil dat het leerzaam is en dat het de doelgroep bewust maakt over voedsel
- De doelgroep wil dat het gratis is of goedkoop. Het systeem zelf hoeven ze niet voor te betalen, en ze kunnen er punten mee sparen waarmee ze gratis iets kunnen doen of korting krijgen voor iets op het terrein.

Nadelen/beperkingen:

De vreemde middelen kunnen mensen ook afschrikken (zoals bijvoorbeeld koeienhersen of kikkerogen). Echter het concept zou ook prima kunnen met kruiden. Dit is een stuk minder afschrikwekkend dan vreemde middelen.

Concept 2 Wereldgerechten

Bij dit concept worden wereldgerechten zoals bijvoorbeeld couscous of nasi en dergelijke helemaal uitgepluisd tot op de ingrediënten. Deze ingrediënten moeten dan naar het wereld deel gesleept worden waar de gebruiker denkt dat deze vandaan komen. Hoe meer je op de goede plaats sleept of in ieder geval het goede continent, hoe meer punten je kunt verdienen. Met deze punten kun je gratis of met korting naar het Zuiderpark komen om hier workshops te volgen over bijvoorbeeld deze wereldgerechten.

Waarom past het concept bij de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen:

- De gemeente wil dat het concept leerzaam is voor de Haagse bewoners
- Interactief blijft beter hangen en wordt leuker gevonden. De gemeente wil dat de digitale oplossing leerzaam is en leuk is
- De doelgroep wil dat het gratis is of goedkoop. Het systeem zelf hoeft men niet voor te betalen en men kan er punten mee sparen waarmee gratis iets kan worden gedaan of korting kan worden verkregen voor iets op het terrein.
- Informatie over voedsel uit verschillende culturen vindt de doelgroep interessant

Nadelen/beperkingen:

Dit concept is een soort spelletje. Spelletjes zijn vaak lastig. Wanneer het spelletje niet een leuk genoeg is haakt een groot deel af. Verder is dit iets dat leuk is om eenmalig te spelen of een aantal keer maar daarna is het vaak niet leuk meer. Het is de bedoeling dat mensen vaker terugkomen of aangespoord worden om naar het Zuiderpark te gaan.



Om mijn verhaal beter te kunnen illustreren heb ik van de vier concepten een schets gemaakt (zie externe bijlagen: Schetsen met annotaties, blz. 98). Met de vier concepten met schets ben ik allereerst naar twee medewerkers van het Zuiderpark gegaan voor feedback. Zij vonden de concepten erg leuk en verrassend maar er kwam toch een duidelijke voorkeur naar voren voor het kruiden/kwalenconcept bij de medewerkers. Daarna heb ik drie van de vier concepten gepresenteerd aan de doelgroep. Op het Zuiderpark was op dat moment een vrouwenbijeenkomst (met allochtone en autochtone vrouwen uit de doelgroep) waar ik al een keer eerder bij was geweest en aan hen mocht ik mijn concepten presenteren. Tijdens het presenteren kreeg ik leuke feedback en al snel werd duidelijk dat ook de doelgroep een duidelijke voorkeur had voor het concept met de kruiden/kwalen. Het concept Wereldgerechten werd leuk gevonden maar ook wel enigszins kinderlijk en meer iets voor op het terrein zelf. Het concept kruidenquiz werd meer een onderdeel van een ander concept gevonden. Niet een op zichzelf staand concept. Het laatste concept ben ik niet aan toegekomen om te presenteren.

Aan de hand van de bevindingen met de medewerkers en de doelgroep maar ook door goed te kijken naar de voor- en nadelen van elk concept en deze naast de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen te leggen, is besloten om verder te gaan met het concept Kruiden/Kwalen (meer feedback in externe bijlagen: Concepten presentatie vrouwenbijeenkomst, blz. 96).

6.3 Definitief concept

Het definitieve concept zal een wereldkaart laten zien met daarnaast een mensenlichaam waarbij je de organen kunt zien. Je kunt één van deze organen kiezen en hierop klikken. Op de kaart verschijnen dan pins met kruiden die in dat werelddeel/land voor deze organen gebruikt worden om ze in goede conditie te houden.

Mensen kunnen zelf ook kruiden toevoegen op de kaart of recepten toevoegen wanneer ze een lekker recept weten met dit bepaalde kruid. Hiermee worden punten gespaard door de gebruiker. Deze punten moeten wel in profiel van de gebruiker terecht komen en daarom is het van belang dat de gebruiker eerst een account aanmaakt.

De punten geven gratis toegang of korting op bijvoorbeeld kookworkshops en cursussen die te maken hebben met de gezonde kruiden en recepten die mensen hebben toegevoegd (van verschillende culturen en nationaliteiten). Uit de enquête bleek dat veel mensen toch wel verwachten dat er workshops of cursussen worden gegeven in een voedselthemapark. Een andere mogelijkheid is dat ze gratis kruiden kunnen komen plukken uit de kruidentuin op het terrein in het Zuiderpark. Zo krijgen mensen informatie over de kruiden en kunnen ze zien hoe het kruid groeit.

Waarom past het concept bij de gebruikersbehoeften en bedrijfsdoelstellingen

De doelgroep is geïnteresseerd in voedsel van andere culturen en gezondheid. Het concept speelt op beide punten in door mensen kruiden toe te laten voegen bij organen (gezondheid), maar ook door recepten toe te laten voegen met deze kruiden. Deze kruiden en recepten worden door de doelgroep (van verschillende nationaliteiten) zelf op de website gezet, waardoor het aspect geïnteresseerd in andere voedselculturen duidelijk terug komt. Uit het onderzoek bleek dat mensen moeilijk te motiveren zijn om zich in andere culturen te mengen en op deze manier kunnen verschillende culturen toch kennis maken. Daarnaast komt het aspect sociaal terug, doordat mensen zelf deze kruiden en recepten willen delen met hun medemens.

Uit de enquête bleek dat veel mensen verwachten dat er op een voedselthemapark workshops te volgen zijn. De gespaarde punten geven de mensen korting of misschien zelfs gratis toegang tot workshops of cursussen die te maken hebben met de kruiden en recepten die mensen zelf hebben toegevoegd. Zo worden mensen enthousiast gemaakt om de punten te gaan sparen en deze uit te geven op het voedselthemapark. Ook hier komt het aspect sociaal met de medemens weer terug, doordat de doelgroep bij elkaar komt voor de workshops wanneer er voldoende punten zijn gespaard.

De gemeente wil dat de doelgroep bewust wordt gemaakt van voedsel en dat het concept leerzaam is. Het concept sluit aan bij de doelstellingen van de voedselstrategie (Voedselstrategie, 2013), dat mensen een betere gezondheid krijgen. De doelgroep wordt door dit concept bewust gemaakt dat er veel verschillende kruiden zijn die eigenlijk heel gezond zijn voor het menselijk lichaam. Maar ook dat mensen in verschillende landen verschillende verrassende kruiden of recepten gebruiken. Daarnaast is het concept interactief, wat leuk gevonden wordt door de doelgroep en komt het leerzame aspect hierin terug omdat het door interactie beter blijft hangen bij de mensen.



HOOFDSTUK 7 – DESIGN DETAILS/PROTOTYPEFASE

De keuze van het definitieve concept heeft geleid tot een ingang naar de volgende fase, namelijk de design details fase / de prototype fase. In deze fase is het definitieve concept omgevormd tot een paper prototype/ low fidelity prototype dat vervolgens getest is op de doelgroep. Het low-fidelity prototype heeft daarna geleid tot een high fidelity prototype.

7.1 App of website

Met de digitale oplossing is gekozen om deze te maken in de vorm van een website of een app en niet om de digitale oplossing op het park zelf te maken. Het concept geeft wel de mogelijkheid tot beide maar voor nu wordt er gefocust op een digitale oplossing in de vorm van een website of app. Om beide (website en app) uit te werken is helaas gedurende het project niet genoeg tijd. Daarom zal er een keuze moeten worden gemaakt welke van de twee het meest logisch is om te gaan ontwerpen.

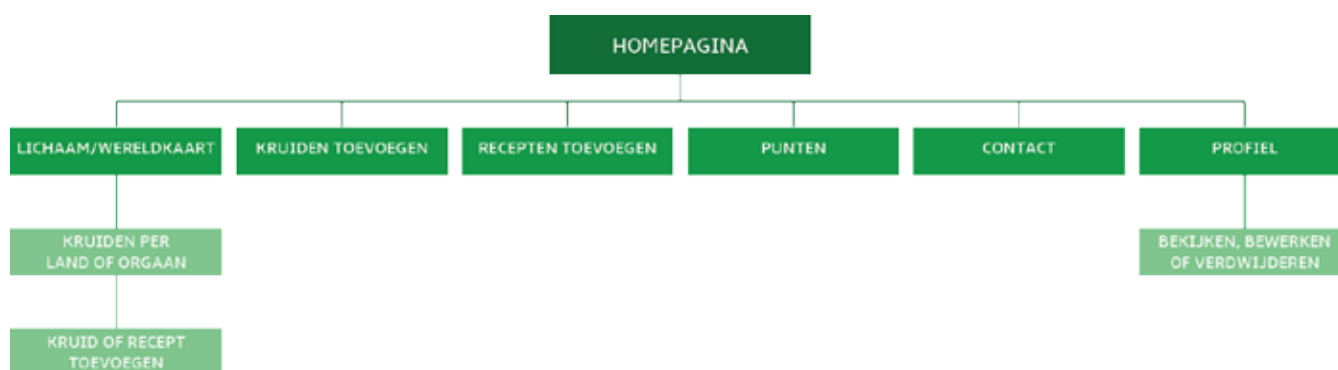
Een website is laagdrempeliger omdat hierbij niet eerst iets gedownload hoeft te worden. Echter er is wel altijd een internet verbinding nodig voor een website. Uit onderzoek bleek dat veel mensen een mobiel apparaat hebben waarmee zij op internet kunnen. Een app daarentegen hoeft maar één keer gedownload te worden en de kans is hierbij groter dat mensen de app meerdere malen gebruiken. Toch is de stap om een app te downloaden wel weer groter en zorgt dit ervoor dat het minder laagdrempelig is dan een website. Bij een app wordt gezegd dat het de beleving meer vergroot dan op een website (Dailycms, z.d., Stephanie Kloet, februari 2013).

De voor- en nadelen van een app of een website heb ik voorgelegd aan de bedrijfsmentor. Met hem is overlegd wat het slimste was om voor te gaan ontwerpen en hij vond toch een website laagdrempeliger voor de doelgroep. Om deze reden, samen met het feit dat de doelgroep laptop/pc en mobiel veel gebruikt en omdat veel mensen over een internetverbinding beschikken, is er voor gekozen om het digitale middel een website te laten zijn.

7.2 Interactie

Het gekozen concept brengt een aantal functies met zich mee waar de website (het systeem) aan zal moeten voldoen om goed te werken. Het interactieve aspect van de website zal door middel van een sitemap, flowcharts, een navigatie diagram en systeemeisen worden verduidelijkt.

De belangrijkste onderdelen van de website zullen het lichaam en de wereldkaart met de kruiden zijn, het toevoegen van de kruiden en recepten en het krijgen van de punten die uitgegeven kunnen worden aan workshops of kruiden plukken en dergelijke. Om helder te krijgen welke pagina's de website zou moeten bevatten en welke er belangrijk zijn, zijn deze uitgewerkt in een sitemap (zie afbeelding 18).

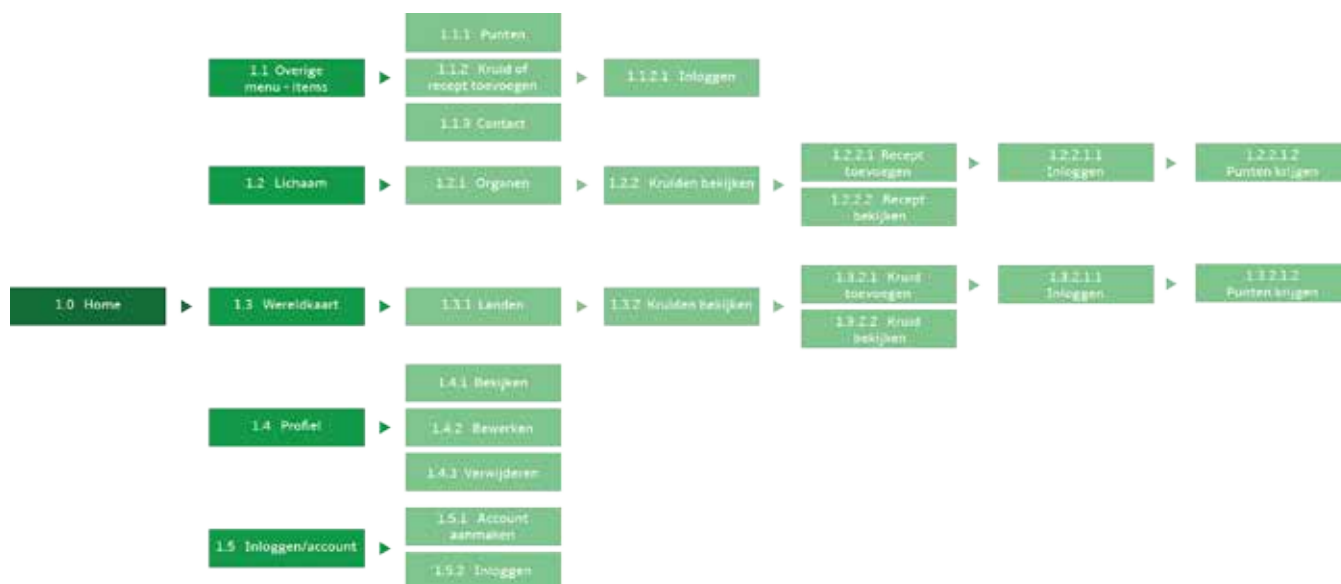


Afbeelding 18 - Sitemap website

Het deel kruiden/recepten toevoegen is heel belangrijk in de website. Om deze reden kan de gebruiker hier ook op twee manieren terecht komen. Via de menubalk (zo is het voor de gebruiker in één oogopslag duidelijk wat er gedaan kan worden op de website) maar ook wanneer er kruiden zijn bekeken krijgt de gebruiker de kans om zelf ook recepten of kruiden toe te voegen.



De sitemap laat zien welke pagina's op de website belangrijk zijn om de website goed te laten werken. Het navigatie diagram (zie afbeelding 19) laat zien welke stappen de gebruiker kan nemen om bepaalde acties uit te voeren. De gebruiker komt (meestal) binnen op de homepagina en kan daarna naar verschillende pagina's van het menu, maar kan ook via het lichaam of de wereldkaart de kruiden bekijken of recepten bekijken of toevoegen.



Afbeelding 19 - Navigatie diagram

Om een beter beeld te kunnen schetsen van hoe de website op mensen over zou kunnen komen en hoe deze gebruikt kan worden, zijn een aantal user scenario's gemaakt. Om de stappen duidelijker te maken staat bij de scenario's welke stappen er doorlopen worden in het navigatie diagram.

User scenario

Scenario 1

Safira komt op de website van Kruidige Krachten. Ze kijkt rond op de pagina en ziet een lichaam met organen en daarnaast een wereldkaart. Ze gaat met de muis over beide heen en ziet dat er op geklikt kan worden. Ze klikt op een long en op de wereldkaart komen pinnen in landen te staan. Ze klikt op een pin in Brazilië en krijgt een kruid te zien dat in Brazilië gebruikt wordt voor slapeloosheid. Haar nieuwsgierigheid is geprikkeld en ze klikt ook op de andere landen waar pins in zijn verschenen. Ze bekijkt een aantal kruiden en haar oog valt op de buttons die bij de kruiden staan: recept toevoegen met dit kruid of recepten bekijken met dit kruid. Ze klikt op de button recept toevoegen en krijgt een melding dat ze eerst een account aan moet maken voordat ze een recept kan toevoegen, omdat ze daar punten voor krijgt. Punten? Wat kan ze met die punten? Haar oog valt op de menubalk waarin een menu-item staat met de tekst punten. Ze klikt erop en komt op een pagina waarop staat wat ze met haar punten kan doen. Kookworkshops lijken haar heel leuk om eens een keer te doen met vriendinnen of familie. Ze maakt een account aan en voegt een aantal recepten en kruiden toe. Dit moeten haar familie en vrienden ook gaan doen. Dan kunnen ze samen naar die kookworkshops. Meteen laat ze het haar vriendinnen en familie weten.

Navigatie diagram – 1.0 – 1.2 – 1.2.1 – 1.2.2 – 1.2.2.1 – 1.2.2.1.1 – 1.1 – 1.1.1

Scenario 2

Annemarie komt op de website Kruidige Krachten. Ze was op internet opzoek gegaan naar een recept voor iets rustgeevends omdat ze de laatste tijd zo gestrest is. Haar oog valt op de welkomtekst en ze leest deze aandachtig door. Daarna klikt ze op het lichaam op het hoofd en krijgt een aantal kruiden te zien die goed zijn voor rust in het hoofd. Ze ziet dat ze recepten kan bekijken met deze kruiden en klikt er op. Nu kan ze de recepten zelf uitproberen en ze hoopt



dat ze helpen tegen de stress. Ze bekijkt de website verder en ziet dat ze zelf ook kruiden en recepten toe kan voegen. Haar moeder heeft haar vroeger een hoop trucjes geleerd hoe je kruiden goed kunt gebruiken tegen bepaalde pijntjes en kwalen en deze wil ze best delen met de rest van de wereld. Ze vindt het leuk dat mensen hier hun kruidenweetjes uit eigen cultuur kunnen delen. Zo hebben andere mensen ook nog wat aan de informatie en blijft deze niet in een bepaalde cultuur hangen. Ze maakt een account aan en voegt een aantal kruiden en recepten toe. Ze ziet dat ze daarvoor punten krijgt en met deze punten naar het voedselthemapark kan om kruiden te plukken of kookworkshops te doen. Vooral het aspect kruiden plukken trekt haar wel omdat ze deze dan kan gebruiken voor bijvoorbeeld haar stresslevels.

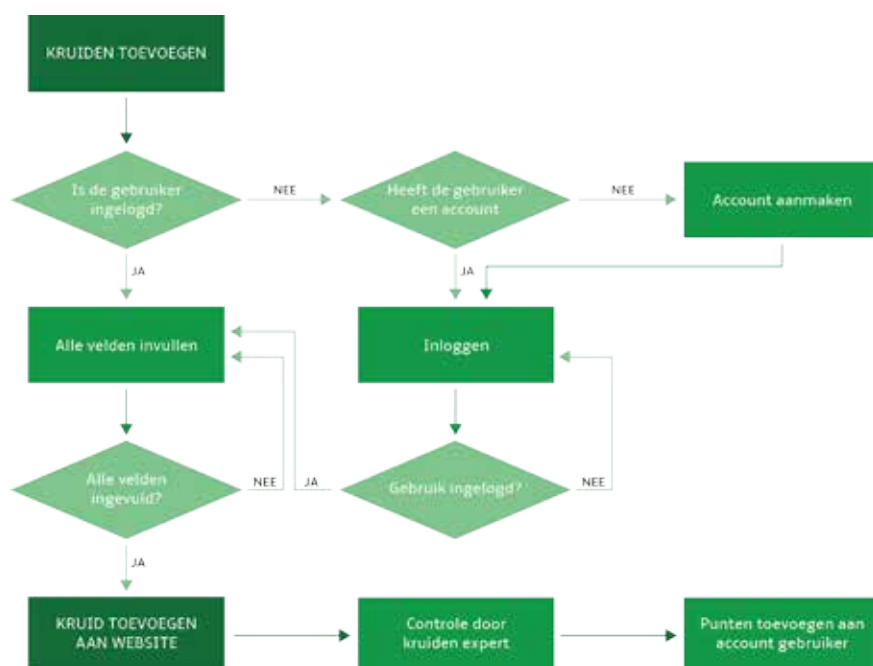
Navigatie diagram – 1.0 – 1.2 – 1.2.1 – 1.2.2 – 1.5 – 1.5.1 – 1.2.2.1 – 1.1 – 1.1.1

Scenario 3

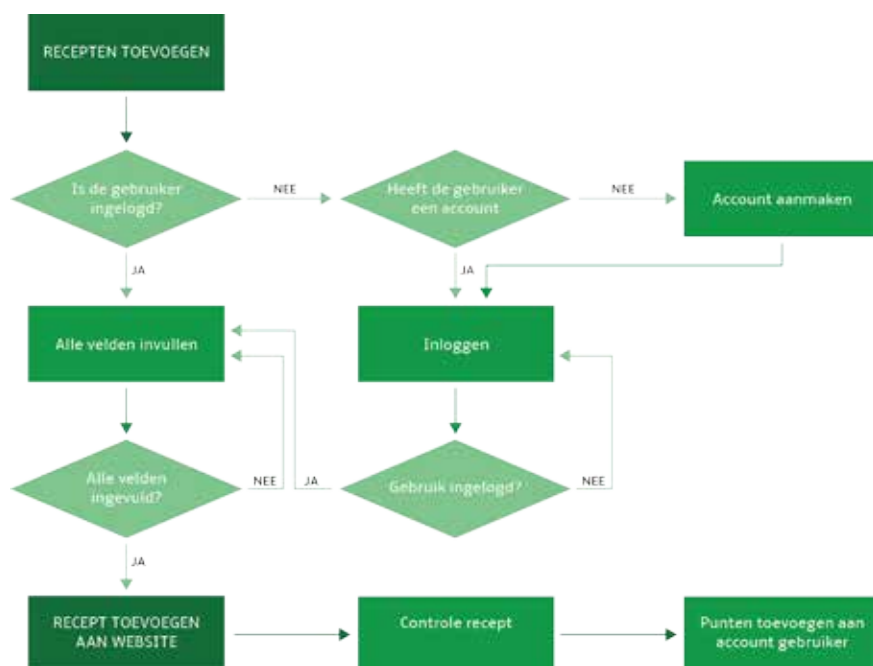
Mohamed komt op de website van Kruidige Krachten. Zijn oog valt op de menubalk en hij ziet dat er kruiden en recepten toegevoegd kunnen worden. Hier wordt hij wel nieuwsgierig van en bekijkt de rest van de website. Zijn oog valt op de wereldkaart en hij klikt op zijn geboorteland Marokko. Hij krijgt een lijst met kruiden te zien die ze daar inderdaad vaak gebruiken. Hij leest de teksten bij een aantal kruiden en bedenkt zich dat hij zelf ook nog wel een aantal kruiden weet die goed zijn voor een aantal organen. Hij klikt in de menubalk op kruid toevoegen en krijgt te zien dat hij eerst een account aan moet maken om kruiden toe te voegen omdat hij daar punten mee kan verdienen. Punten verdienen? Hij klikt in de menubalk op punten (deze had hij al gezien) en ziet wat hij allemaal met de punten kan doen. De workshops lijken hem wel heel leuk en hij maakt een account aan. Daarna voegt hij de kruiden toe en krijgt de melding dat de kruiden eerst gecontroleerd moeten worden voordat de punten bij het profiel worden opgeteld. Na enkele dagen kijkt hij bij zijn profiel en ziet dat de punten zijn toegevoegd. Hij heeft het met zijn vrouw over de website gehad en samen hebben ze nog een aantal recepten toegevoegd. Zijn vrouw heeft het ook weer tegen haar vriendinnen verteld met het idee dat ze nu gezellig met zijn alle kookworkshops konden gaan doen.

Navigatie diagram – 1.0 – 1.3 – 1.3.1 – 1.3.2 – 1.1 – 1.1.2 – 1.5.1 – 1.1 – 1.1.1 – 1.3.2.1 – 1.4 – 1.4.1 – 1.1 – 1.1.2

De belangrijkste handelingen waarmee de gebruiker enthousiast wordt gemaakt om ook daadwerkelijk naar het Zuiderpark te komen zijn het toevoegen van de kruiden en het toevoegen van de recepten, waarmee de gebruiker punten verdient die hij of zij uit kan geven aan de workshops of het plukken van kruiden en dergelijke. Om deze twee belangrijke stappen te verduidelijken zijn deze uitgewerkt in een stroomdiagram (zie afbeeldingen 20 en 21).



Afbeelding 20 - Stroomdiagram kruid toevoegen



Afbeelding 21 - Stroomdiagram recept toevoegen

Systeemeisen

De sitemap, flowcharts en het navigatie diagram geven aan welke pagina's de website zou moeten bevatten om het concept te laten werken. Echter om het concept te kunnen laten werken als website moet het systeem aan een aantal aspecten voldoen. Deze zijn opgenomen in systeemeisen.

Functionele eisen

- Het systeem geeft de gebruiker de mogelijkheid om een account aan te maken op basis van gebruikersnaam, email en wachtwoord, of door middel van Facebook.
- Het systeem geeft gebruikers toegang op basis van hun loginnaam en wachtwoord
- Het systeem kent de gebruiker punten toe na het toevoegen van recepten of kruiden (als gebruiker is ingelogd)
- Het systeem geeft de gebruiker de mogelijkheid om kruiden toe te voegen aan de website
- Het systeem geeft de gebruiker de mogelijkheid om recepten toe te voegen aan de website
- Het systeem geeft de gebruiker de mogelijkheid om recepten te bekijken
- Het systeem geeft de gebruiker de mogelijkheid om kruiden te bekijken via organen of landen
- Het systeem geeft de mogelijkheid om recepten en kruiden als concept op te slaan in het profiel
- Het systeem geeft de mogelijkheid om opgeslagen concepten van recepten of kruiden verder uit te werken en toe te voegen aan de website.
- Het systeem geeft de gebruiker de mogelijkheid om te reageren op reeds geplaatste recepten
- Het systeem moet een uitleg over de werking van de website bevatten
- Het systeem moet altijd een escape hatch (soort nooduitgang om op bekende pagina te komen (home)) voor de gebruiker bevatten
- Het systeem bevat geen onnodige lange teksten die de gebruiker niet begrijpt of leest.

Niet functionele eisen

- De gebruiker moet binnen 2 minuten doorhebben waar de website om draait
- Het systeem moet de gebruiker altijd laten weten waar deze zich bevindt
- Het systeem moet buttons die actief zijn (waar op is geklikt) duidelijk naar voren laten komen
- Het systeem moet duidelijk aangeven waar op geklikt kan worden
- Het systeem moet de gebruiker in zo min mogelijk stappen (kliks) de belangrijkste doelen laten behalen
- Het systeem moet duidelijk de beschikbare opties tonen

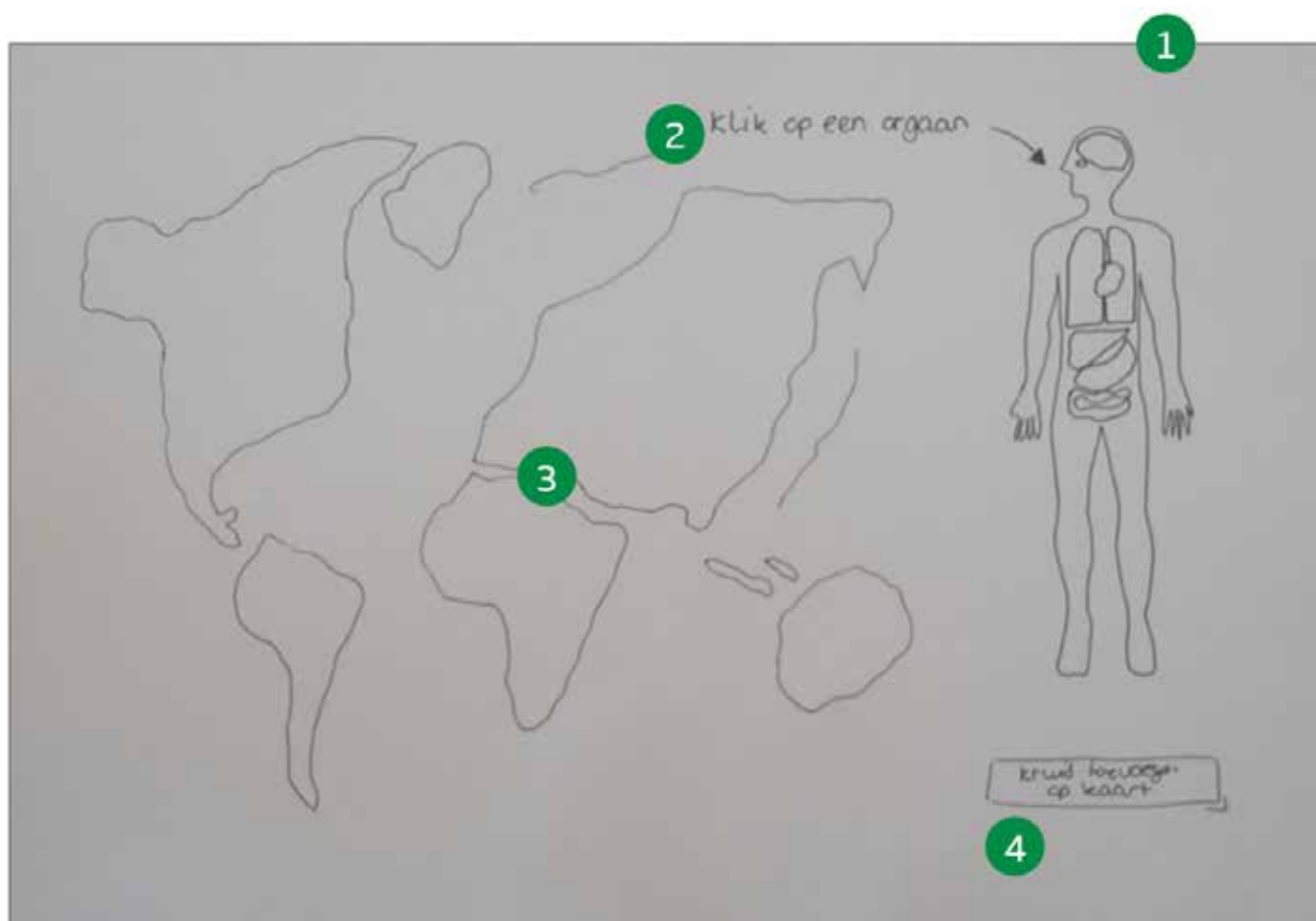


7.3 Schetsen

Toen eenmaal helder was welke pagina's de website zou moeten bevatten en wat belangrijke aspecten waren om rekening mee te houden met de website, ben ik aan de slag gegaan met het maken van schetsen, voor zowel een laptop versie als een mobiele versie. Het grootste gedeelte van de doelgroep gebruikt volgens de enquête een laptop of pc of een smartphone. Onder de groep mensen van 45 en ouder wordt ook vaak de tablet nog wel gebruikt. Er zal nu echter gefocust worden op de groep 20 jaar tot en met 45/50 jaar en daarom is ervoor gekozen om bij het maken van de website te richten op een voor de desktop. Een mobiele versie zou wel gewenst zijn omdat zoveel mensen een smartphone gebruiken maar omdat de tijd die staat voor het project te kort is om beide uit te werken, zal er worden gefocust op een desktop versie wat betreft uitwerkingen. Wel zijn er schetsen gemaakt om een indruk te geven van hoe het zou kunnen worden. Een mobiele versie blijft een aanbeveling naar de gemeente toe.

Mensen zijn geprogrammeerd om patronen te herkennen (ook op websites) en er zijn een aantal patronen die voor mensen zo vertrouwd zijn dat het niet slim zou zijn als daar geen gebruik van zou worden gemaakt (Creative Blog Staff, 2015). Tijdens het maken van de schetsen en het bedenken hoe de website eruit zou komen te zien, is hier dan ook rekening mee gehouden. Er is daarbij gebruik gemaakt van onder andere het boek Designing interfaces van J. Tidwell en verschillende websites als UI-patterns.com. In de annotaties worden deze patronen aangekaart.

Hieronder volgen een aantal voorbeelden van schetsen met uitleg erbij waarom bepaalde keuzen zijn gemaakt. De rest van de schetsen met annotaties is te vinden in de bijlagen (externe bijlagen: Schetsen met annotaties, blz. 100).



Schets 1 - Homepagina

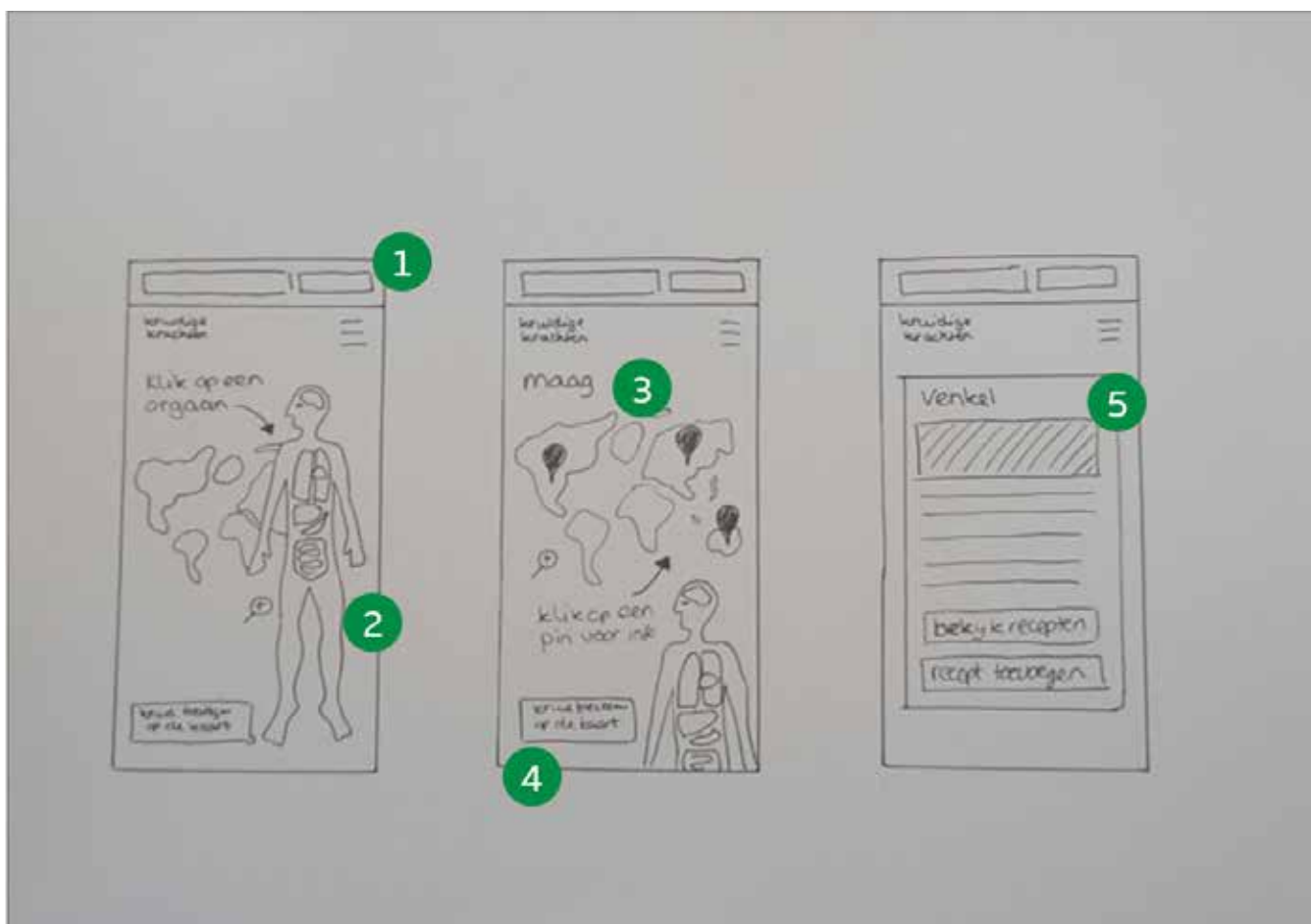


Annotaties schets 1

- 1 De schetsen zijn gemaakt zonder browser eromheen. Dit is een bewuste keuze dat ik deze apart kon maken en steeds de verschillende schermen erin kon laten zien.
- 2 Voor de website is zo min mogelijk gebruik gemaakt van teksten. Afbeeldingen zijn voor veel mensen duidelijker dan tekst en door de taalbarriere zou het kunnen dat mensen de teksten niet altijd goed begrijpen.
- 3 De schets laat een wereldkaart zien en een lichaam met organen waarop geklikt kan worden. Dit wordt ook \ aangegeven in de zin met de pijl bovenaan de schets.
- 4 Onderaan de pagina staat een button met kruiden toevoegen. Dit is een van de belangrijkste functies van de website en mag daarom ook niet ontbreken.

Schets 1 - Een wereldkaart met pinnen en een lichaam met organen.

Wanneer op een orgaan geklikt is komen er op de wereldkaart pinnen tevoorschijn die laten zien waar ter wereld ze kruiden gebruiken voor dit orgaan. Er staat uitleg bij met een pijl wat de gebruiker moet doen op de website. Er staat zo min mogelijk tekst op de website om eventuele taalbarrières te voorkomen. Daarnaast staat er nog een button met kruiden toevoegen omdat dit de manier is om punten te verdienen die op het park kunnen worden uitgegeven. Op de schetsen heb ik niet de hele browser er om heen getekend maar mij alleen gericht op het scherm met daarop waar het om gaat.



Schets 2 - Homepagina vervolg

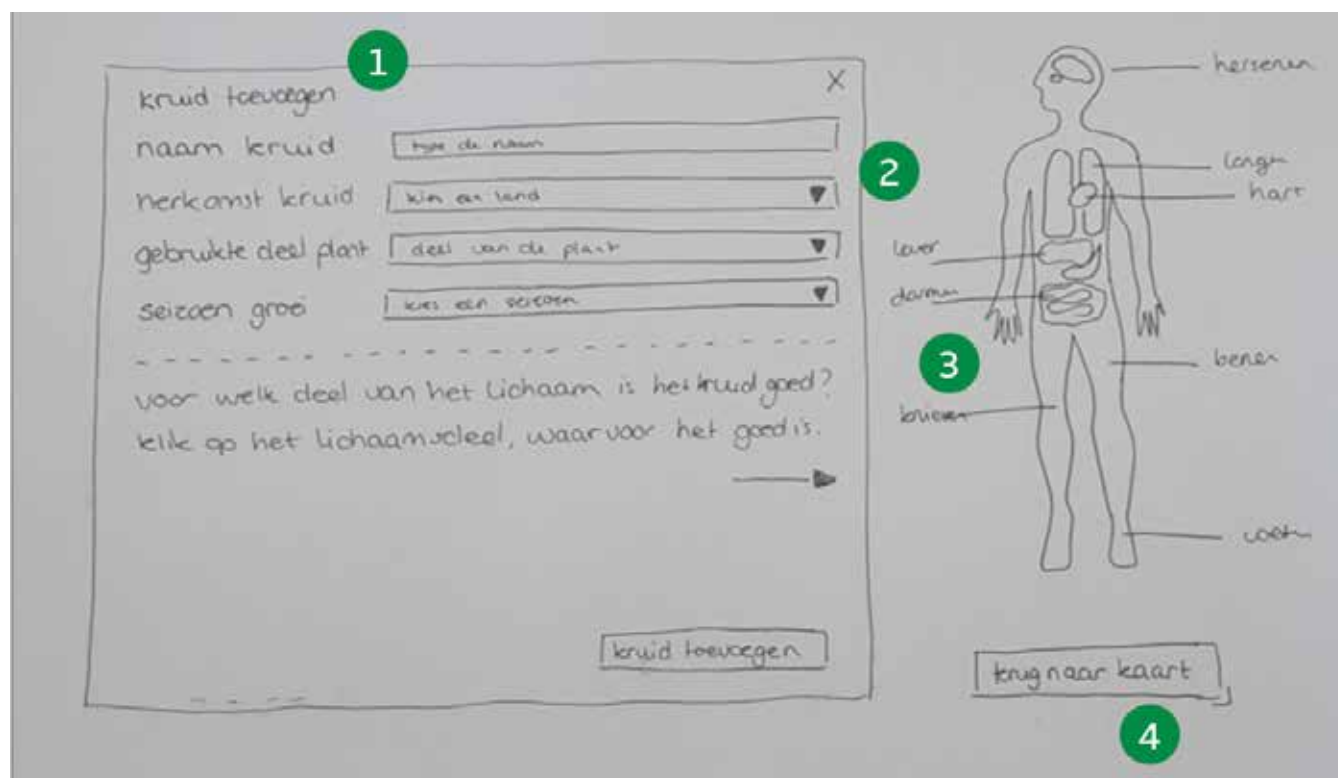


Annotaties schets 2

- 1 De mobiele versie is bijna hetzelfde als de desktop versie. Echter alles is kleiner en wordt daarom op een andere manier getoond.
- 2 De eerste stap op de website is op een orgaan klikken op het lichaam. Om deze reden wordt het lichaam hier groter getoond dan de wereldkaart.
- 3 Wanneer op een orgaan is geklikt komt de wereldkaart met pinnen groter in beeld.
- 4 De button kruiden toevoegen blijft altijd in beeld omdat dit een belangrijk aspect van de website is.
- 5 Eenmaal op een pin op de wereldkaart geklikt, komt het scherm omhoog dat uitleg geeft over het kruid en de gezondheid ervan. Hier kunnen recepten worden bekeken met dit kruid of recepten met dit kruid worden toegevoegd.

De mobiele versie is een versimpelde weergave van de desktop versie. Ook hierop is een wereldkaart en een lichaam te zien met organen. De drie verschillende schetsen laten het verloop zien van de eerste stappen. Allereerst wordt er op een orgaan geklikt, daarna verschijnen er pinnen op de kaart waarop geklikt kan worden (deze geven aan waar ter wereld een kruid gebruikt wordt voor dit bepaalde orgaan waarop geklikt is) en wanneer er op een pin geklikt is verschijnt de tekst over dit bepaalde kruid, waar het gezond voor is en op welke manier het gebruikt wordt. De schetsen sluiten aan bij de gebruikersbehoeften (geïnteresseerd in andere culturen, gezonde voeding en sociaal informatie hierover delen met elkaar) en bedrijfsdoelstellingen van de gemeente (leerzaam, interactief en bewust maken over voedsel).

Natuurlijk zal er bij de mobiele versie rekening moeten worden gehouden met het kleine formaat van de smartphoneschermpjes. Omdat er nu gefocust gaat worden op de desktop versie, zal dit een aanbeveling zijn naar de gemeente.



Schets 3 - Homepagina vervolg



Annotaties schets 3

- 1 Voor het toevoegen van kruiden zijn een aantal stappen van belang zoals de naam van het kruid, de herkomst van het kruid (zodat het op de kaart toegevoegd kan worden), het gebruikte deel van de plant (als mensen ermee aan de slag willen) en de groei van het seizoen (als mensen het kruid willen plukken). Daarnaast is het van belang voor het hele concept dat aangegeven wordt voor welk orgaan of lichaamsdeel het kruid gezond is.
- 2 Het wordt de gebruiker zo makkelijk mogelijk gemaakt door gebruik te maken van een dropdown menu. Herkennen is makkelijker dan herinneren en daarnaast kunnen er geen typefouten worden gemaakt.
- 3 Bij het lichaam worden weer duidelijk alle organen getoond met daarbij de namen van de organen voor als mensen niet weten waar deze te vinden zijn of hoe deze eruit zien.
- 4 Onderaan de pagina staat nu een button met terug naar de kaart (wereldkaart)

Schets 3 – Desktop versie kruid toevoegen aan de website

Op deze schets is te zien hoe de pagina kruiden toevoegen eruit zou kunnen komen te zien. Er is gekozen voor een uitklapmenu waarin mensen kunnen kiezen welk land of welk deel van de plant gebruikt wordt. Er is hiervoor gekozen om het zo makkelijk mogelijk te maken. Herkennen is altijd beter dan herinneren en op deze manier kunnen er ook geen fouten worden gemaakt in het spellen van een land of dergelijke (taalbarrière). Ook bij het lichaam staan de namen van de organen duidelijk aangegeven zodat het zo makkelijk mogelijk gemaakt wordt voor de gebruiker. Organen herkennen aan vorm of plek in het lichaam is niet voor iedereen even makkelijk en daarom staan er duidelijke namen en pijltjes bij de organen.

7.4 Testplan paperprototype

De paperprototypes/schetsen die ik heb gemaakt heb ik getest met de doelgroep. Het onderzoek heeft veel tijd in beslag genomen en om deze reden is ervoor gekozen om de schetsen (paperprototype) te testen met de gebruiker. Op deze manier kon er nog feedback van de gebruiker verkregen worden voor het geval het niet mocht lukken om aan het einde het hi-fi prototype te testen met de gebruiker. Voor het testen met de doelgroep heb ik een testplan opgesteld om een duidelijk doel te bepalen voor het testen en om de nodige feedback te krijgen.

Testplan

Om problemen op te sporen in de gebruiksvriendelijkheid en efficiëntie van de website is het goed om te testen met de gebruiker. Om de problemen in de website te vinden doormiddel van testen met de gebruiker is een testplan opgesteld. Het is belangrijk om van te voren een doel te bepalen over wat je gaat testen en wat je te weten wilt komen van de testpersonen.

Om te kunnen testen met de doelgroep zijn vrij gedetailleerde schetsen gemaakt om goede feedback te kunnen krijgen over hoe deze gaat werken en hoe deze overkomt op de gebruiker. De feedback van de doelgroep is verkregen doormiddel van formulieren en observatieformulieren tijdens het testen.

Testdoel

Het doel van het testen van de paperprototypes is om te kijken of de gebruiker de website gemakkelijk zou kunnen gebruiken en of de stappen van de website worden begrepen. Hierbij is het de bedoeling dat er feedback verkregen wordt op zo'n manier dat deze verwerkt kan worden en leidt tot een beter product. Het gehele testplan is terug te vinden in de bijlagen (externe bijlage: Testplan Paperprototype, blz. 112).

7.5 Testen paperprototype met de doelgroep

In een onderzoek van Jacob Nielsen en Tom Landauer is aangetoond dat de maximale ROI (return on investment) bij een kwalitatieve usability test bij 5 testpersonen ligt (Webvink, augustus 2014). Er zijn dus vijf testpersonen nodig om de grootste obstakels uit de website te halen. Ik heb vijf mensen van de doelgroep benaderd of zij mij wilden helpen. Van deze vijf testpersonen vallen er drie echt binnen de doelgroep (leeftijd en leefomgeving). Eén van de testpersonen woont



net buiten de cirkel van twee kilometer rondom het park maar is vaak in de omgeving van het Zuiderpark te vinden en valt binnen de leeftijdscategorie. Eén testpersoon valt binnen de leeftijdscategorie en heeft vroeger in Den Haag gewoond maar woont inmiddels in Zoetermeer. Wel werk de testpersoon nog in Den Haag en is zij bekend met het terrein waar het over gaat.

Resultaten testen met doelgroep

Uit het testen met de vijf testpersonen heb ik veel goede feedback gehaald. Een voorbeeld hiervan is een telkens opnieuw verschijnende pop-up (zodra je de website opent). Erg vervelend als je al weet hoe de website werkt. Het blijkt dat mensen bij recepten vaak graag een rating willen zien of favoriete recepten en dergelijke. Wordt er een waarschuwing gegeven wanneer iemand tijdens het toevoegen van een kruid of recept per ongeluk op kruisje klikt?

Veelal kwamen dezelfde punten naar voren (grote punten) maar soms kwamen er ook nieuwe punten naar voren. Bijvoorbeeld dat het lichaam met de organen aan de rechter kant staat. Hier staat meestal de reclame en daar kijken mensen dus niet snel. Beter zou het zijn om het lichaam met de organen aan de linkerkant te zetten omdat mensen hier vaak als eerste kijken (f-vorm van scannen op de website (Nielsen, 2006)) en zo een belangrijk onderdeel van het concept niet over het hoofd kunnen zien.

De tekst in het begin en de teksten in het algemeen mogen wel wat duidelijker en korter volgens de testpersonen. Meer de kern vertellen en beter opsplitsen in alinea's zodat het duidelijk is dat er twee dingen te doen zijn op de website, namelijk informatie over kruiden en organen krijgen maar ook punten sparen waarmee iets leuks gedaan kan worden op het Zuiderpark.

Voor de testpersonen was het niet duidelijk dat het om een voedselthemapark in Den Haag gaat. Als iemand in Groningen op de website komt en na een enthousiaste start afhaakt omdat hij ziet dat het zich in Den Haag afspeelt werkt dat demotiverend. Beter aangeven dat het om een voedselthemapark in Den Haag gaat werd daarom belangrijk gevonden.

Ratings kunnen zien bij recepten werd belangrijk gevonden. En dat een recept met een hoge rating ook punten kan scoren. Testpersonen vonden het belangrijk dat er op verschillende manieren punten gespaard kunnen worden omdat men dan meer wordt geënthousiasmeerd om naar het voedselthemapark te gaan. Het is op deze manier (wanneer er op verschillende manieren punten kunnen worden gespaard) makkelijker om de punten bij elkaar te krijgen om een kookworkshop te kunnen volgen of kruiden te kunnen plukken.

Alle verkregen feedback staat in de bijlagen verwerkt (externe bijlagen: Testen Paperprototype, blz. 127).

Conclusie

Het testen met de gebruikers heeft veel goede feedback opgeleverd. Mensen vinden het belangrijk om te weten wat andere mensen vinden van bijvoorbeeld recepten en met dit aspect moet dus rekening worden gehouden in het ontwerp. Ook vonden de testpersonen dat het belangrijk is om op veel verschillende manier punten te krijgen. Niet alleen door recepten of kruiden toe te voegen. Op deze manier worden mensen meer gestimuleerd om punten te sparen en om deze uit te geven op het Zuiderpark.

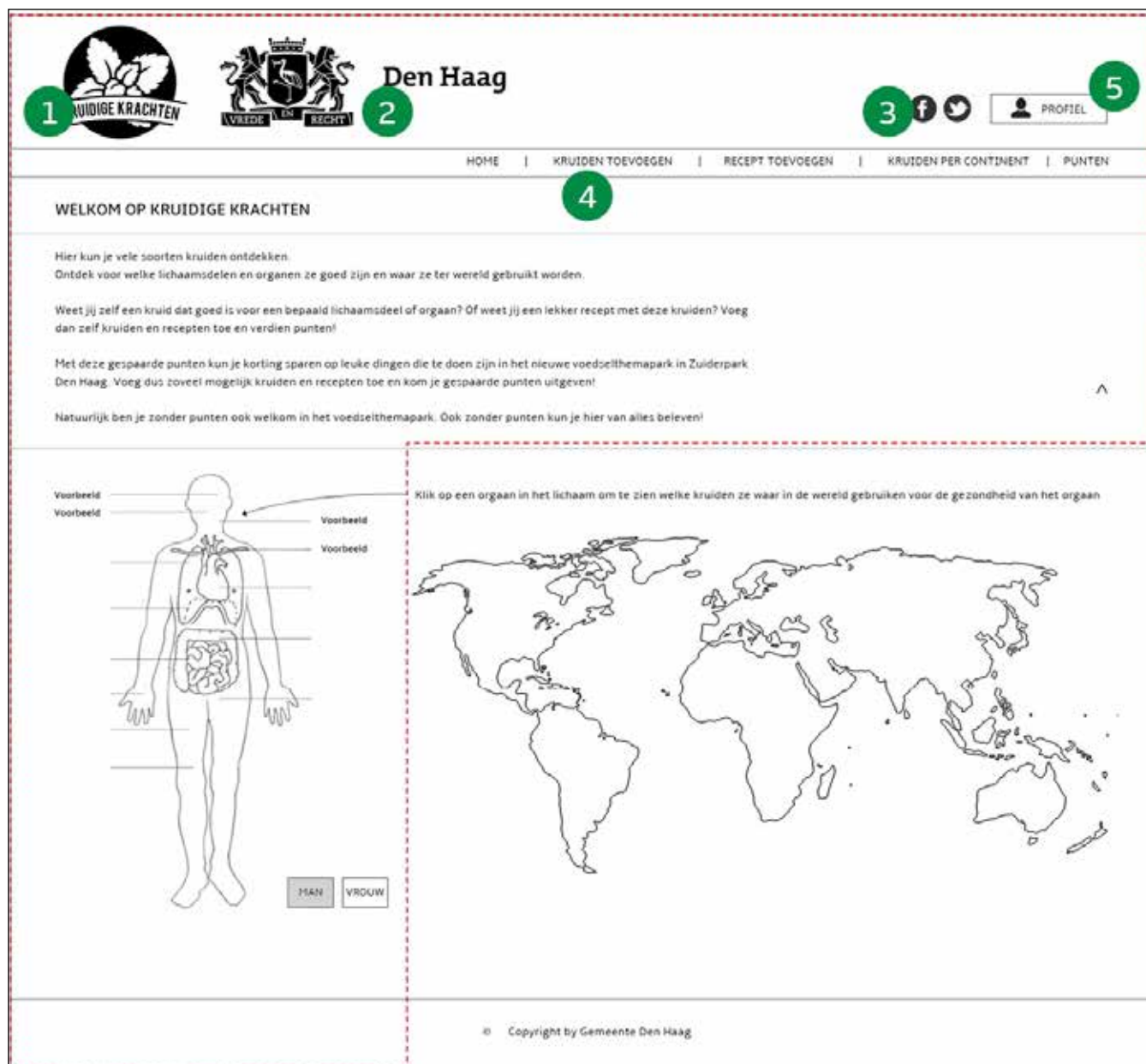
Daarnaast is het belangrijk om de teksten korter en bondiger te houden en om zoveel mogelijk gebruik te maken van afbeeldingen. Wat er zoal met de verzamelde punten kan worden gedaan/gewonnen mag ook duidelijker worden aangegeven. Mensen willen niet alleen kruiden kunnen zoeken door middel van de organen maar willen ook op andere manieren kruiden kunnen zoeken. Er zijn heel wat nuttige aspecten naar voren gekomen tijdens het testen waar in het ontwerpen van de wireframes en mockups rekening mee gehouden moet worden.

7.6 schetsen naar wireframes

Om de concepten aan de doelgroep duidelijk te kunnen presenteren had ik grove schetsen gemaakt van de concepten. Deze grove schetsen heb ik verder uitgewerkt om te kunnen testen met de doelgroep. Om schetsen te kunnen testen met de doelgroep moeten deze vrij gedetailleerd zijn om feedback te krijgen, duidelijke stappen of patronen vertonen en enthousiasmerend werken om naar het park te komen. Na het testen van de gedetailleerde schetsen had ik veel feedback gekregen en deze heb ik verwerkt in de wireframes. Omdat de schetsen al gedetailleerd waren zijn de wireframes vrij gedetailleerd geworden (externe bijlagen: Wireframes met annotaties, blz. 132).



Tijdens het testen heb ik de doelgroep gevraagd wat voor kleur zij de website zouden geven. Er kwamen hier veelal antwoorden uit als 'aardetinten' of de kleuren van de stad Den Haag, namelijk groen en geel.



Wireframe 1 – Desktop versie homepage

Annotaties wireframe 1

- 1 Het logo Kruidige Krachten staat links boven in de hoek. Op de meeste websites wordt het logo daar geplaatst en dit is de plek waar de meeste mensen een logo verwachten (Bobdewebbouwer, 2016) Daarnaast is het logo een escape hatch (Tidwell, 2010).
- 2 Het testen met de gebruikers wees uit dat het niet duidelijk was op de site dat het om een voedselthemapark in Den Haag gaat. Dit zou duidelijker op de website terug moeten komen om verwarring te voorkomen.
- 3 Testen met de gebruikers wees uit dat zij social media buttons verwachten op de website om deze te kunnen delen en dergelijke



- 4 Na het testen met de schetsen bleek dat de gebruiker op een desktop versie een uitgeschreven menu wil hebben. Voor een mobiele versie is een uitklap menu wel gewenst
- 5 De profielbutton staat rechts op de website (Sign in tool (Tidwell 2010)). Dit is een veel voorkomend patroon waar mensen aan gewend zijn geraakt en dit is de plek waar de meeste mensen een profielbutton verwachten \ (of inloggen of een account aanmaken)

Bronnen

- Tidwell, J.(2010). Designing Interfaces Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media.
- Bobdewebbouwer (2016). Usability tip 9: Houd je aan webstandaarden. Geraadpleegd op 13-06-2016, van <https://www.bobdewebbouwer.com/usability-tips-gebruiksvriendelijke-website/#usabilitytip9>

Bij het maken van de wireframes is rekening gehouden met de feedback van het testen met de gebruiker. Zo is er in plaats van een pop-up een balk met tekst over de website gekomen die omhoog geschoven kan worden. Tijdens het testen werd aangegeven dat op een desktop een uitgeschreven menu handig zou zijn zodat in één keer duidelijk was waar de website over zou gaan. Naar aanleiding van het testen is er veel veranderd tussen de schetsen en de wireframes.

Annotaties wireframe 2

- 6 Het testen wees uit dat een pop-up op de website met de uitleg van een website zeer vervelend gevonden werd. Om deze reden is ervoor gekozen om een tekst op de homepage te laten zien die omhoog geklapt kan worden zodat deze niet constant in beeld staat mocht dit niet gewenst zijn (Patroon accordion slide up en down mogelijkheid, zo staat de tekst niet altijd in beeld (Tidwell, 2010))
- 7 Mannen en vrouwen hebben een aantal organen die van elkaar verschillen. Om deze reden moet er gekozen kunnen worden tussen een mannelijk en een vrouwelijk figuurtje.
- 8 De namen van de organen staan duidelijk bij het figuurtje beschreven. Dit omdat niet iedereen weet op welke plek de organen in het lichaam zitten.
- 9 Om de eerste stap op de website duidelijk te maken staat er een pijl met daarbij tekst over de eerste stap die gezet kan worden. (Patroon clear entry point, gebruikers die voor het eerst op de website komen moet het duidelijk zijn wat de eerste stap is (Tidwell, 2010))
- 10 In de footer staat duidelijk dat de site van de gemeente Den Haag is.\
- 11 Uit onderzoek is gebleken dat mensen een website scannen in een F-patroon. Om deze reden staan de belangrijkste elementen van de website in een F-patroon zodat deze niet over het hoofd gezien kunnen worden (Nielsen, 2006)

Patronen

Center stage

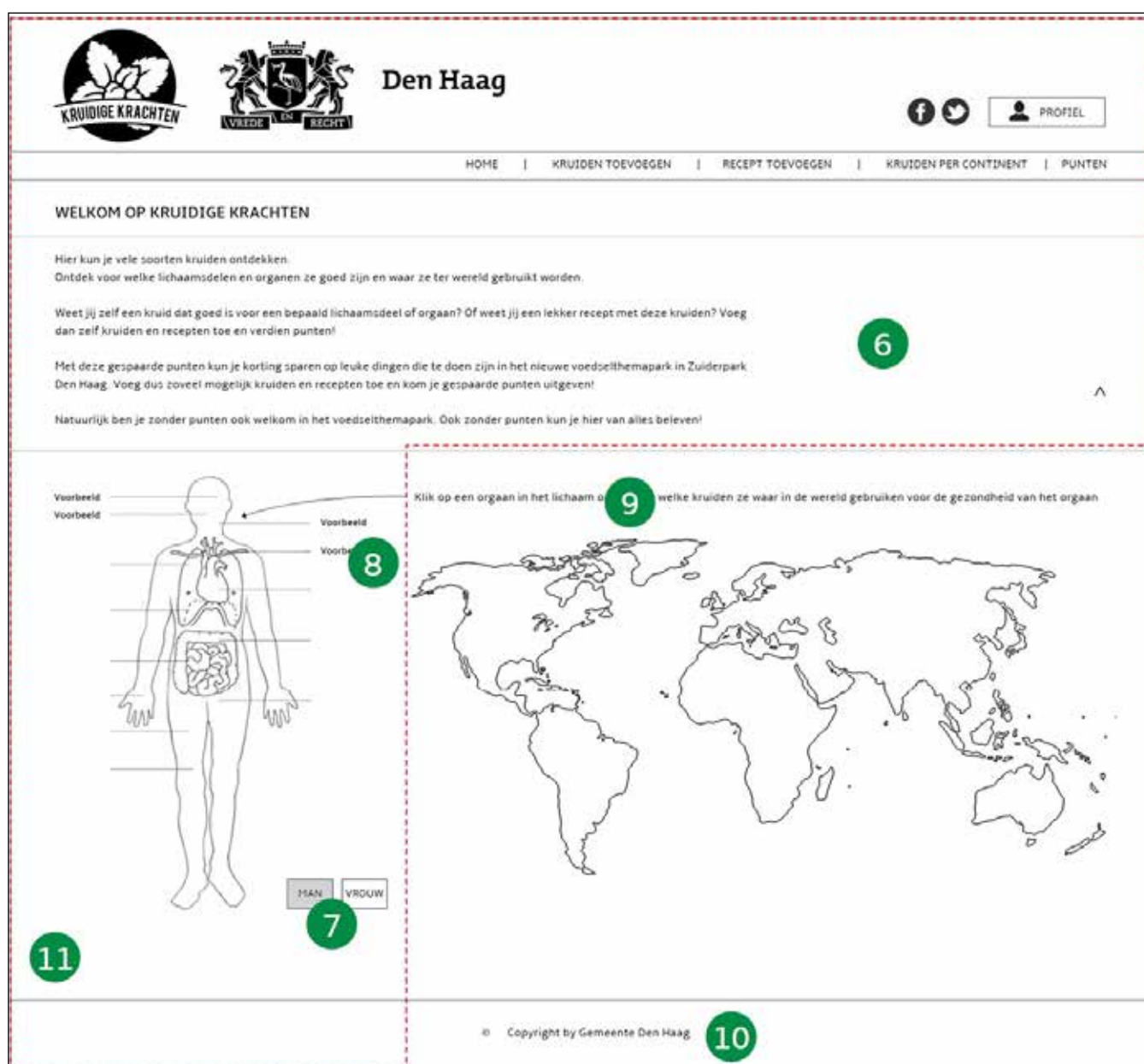
De belangrijkste elementen staan groot in beeld. In dit geval dus het lichaam en de wereldkaart.

Wizard

Stap voor stap de gebruiker begeleiden. Hier wordt duidelijk aangegeven welke stap de gebruiker als eerste kan maken.

Bron

- Tidwell, J.(2010). Designing Interfaces Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media.
- Nielsen, J (2006). F-Shaped Pattern For Reading Web Content. Geraadpleegd op 11 -06-2016, van <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>



Wireframe 2 - Desktop versie vervolg

Meer wireframes met annotaties zijn te vinden in de externe bijlagen (externe bijlagen: Wireframes met annotaties, blz. 132)

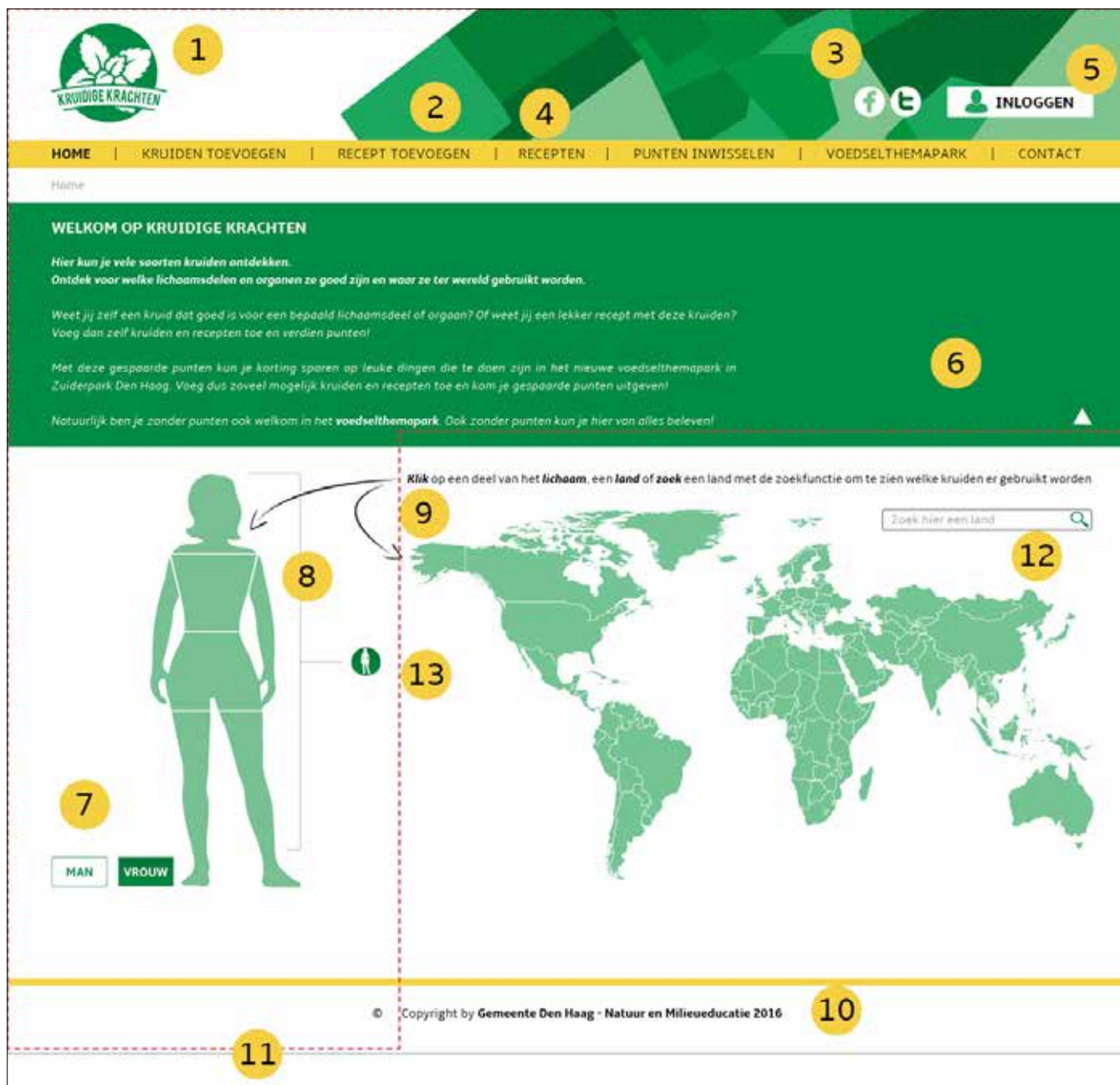


HOOFDSTUK 8 – REALISE/TESTFASE

De wireframes zijn in deze fase omgezet in mockups met kleuren, vormen en lettertypes. Het ontwerp is daarna omgezet in een klikbaar prototype dat opnieuw getest is met de doelgroep om te verifiëren of de resultaten van het testen met het papierprototype goed zijn doorgevoerd of dat er meer veranderingen nodig zijn.

8.1 Wireframes naar ontwerp

De wireframes waren vrij gedetailleerd en uit het testen met de doelgroep kwam een duidelijke voorkeur voor kleuren naar voren. In deze paragraaf worden de ontwerpen voor de verschillende pagina's van de website besproken en uitgelegd.



Mockup 1 - Homepagina

Annotaties mockup 1

- 1 Het logo Kruidige Krachten staat links boven in de hoek. Op de meeste websites wordt het logo daar geplaatst en dit is de plek waar de meeste mensen een logo verwachten (Bobbewebbouwer, 2016). Daarnaast is het logo een escape hatch (Tidwell, 2010).

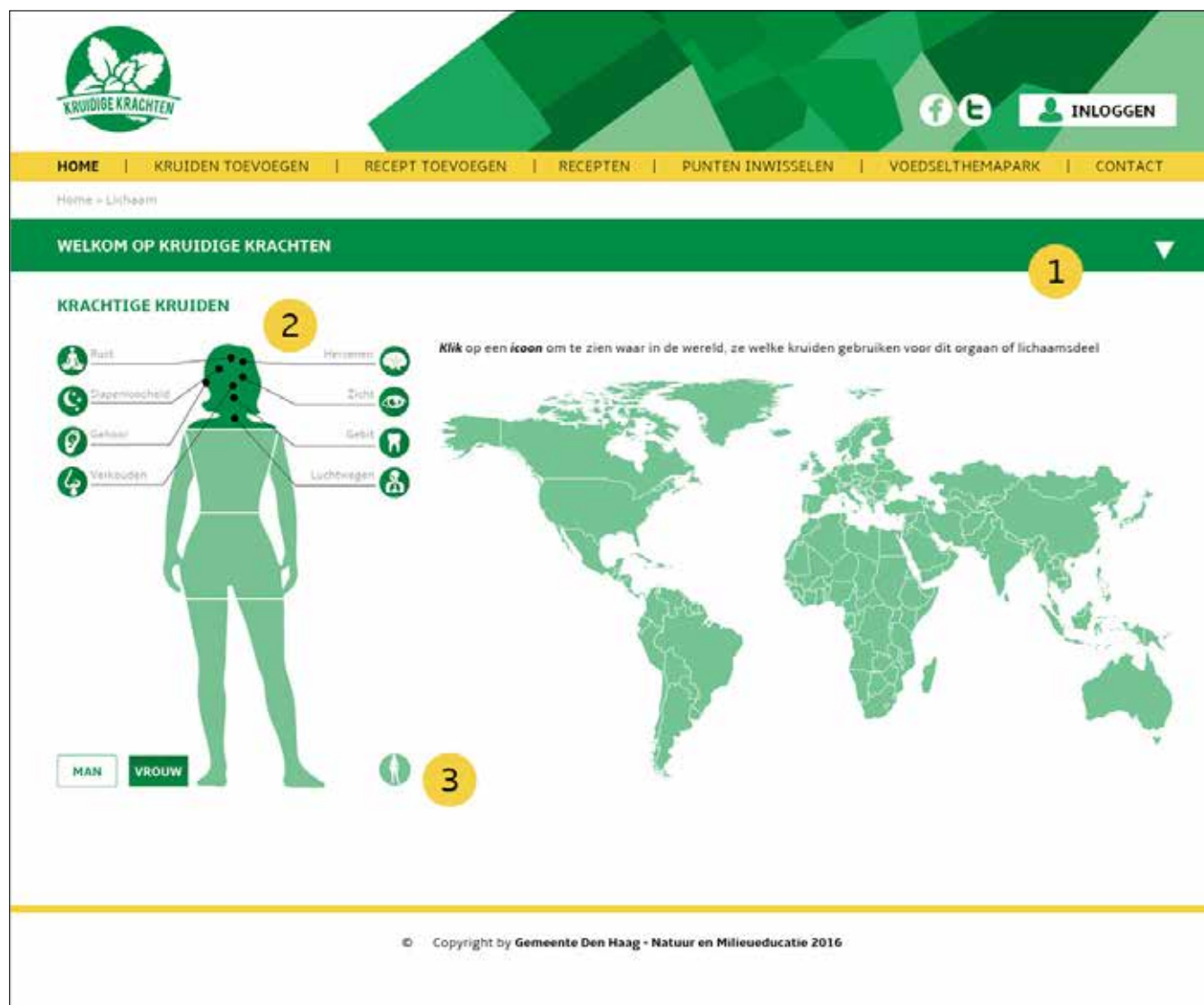


- 2 Uit onderzoek met de gebruikers bleek dat het niet duidelijk was op de site dat het om een voedselthemapark in Den Haag gaat. In de wireframes stond het logo van Den Haag in de header. Tijdens het testen met de gebruiker kwam twee keer naar voren dat de kleuren van Den Haag gebruikt zouden moeten worden. Om deze reden en omdat kruiden/planten vaak groen zijn, is ervoor gekozen om de kleuren op de websites groen en geel te maken (Den Haag - groen/geel). Daarnaast is in de header gebruik gemaakt van de vormgeving van de gemeente Den Haag.
- 3 Uit onderzoek met de gebruikers bleek dat zij social media buttons verwachten op de website om deze te kunnen delen en dergelijke. Er is voor gekozen om ze op deze plek te zetten omdat hier ook de inlogbutton staat. Zo staan alle profielachtige buttons op een plek.
- 4 Na het testen met de schetsen bleek dat de gebruiker op een desktop versie een uitgeschreven menu wil hebben. Voor een mobiele versie is een uitklap menu wel gewenst. Het menu moet zo kort mogelijk blijven, omdat deze dan gemakkelijker te scannen is waardoor het makkelijker wordt om in één overzicht te zien wat er te doen is op de website (Nielsen, 2009). Ook mogen de te bereiken acties niet meer dan 3 kliks van de start af liggen (Molchanov, 2014).
- 5 De profielbutton staat rechts op de website. Dit is een veel voorkomend patroon (sign up tool) (Tidwell, 2010) waar mensen aan gewend zijn geraakt en dit is de plek waar de meeste mensen een profielbutton verwachten (of inloggen of een account aanmaken)
- 6 Uit onderzoek met de gebruikers bleek dat een pop-up op de website met de uitleg van een website zeer vervelend gevonden werd. Om deze reden is ervoor gekozen om een tekst op de homepagina te laten zien die omhoog geklapt kan worden zodat deze niet constant in beeld staat mocht dit niet gewenst zijn.
- 7 Mannen en vrouwen hebben een aantal organen die van elkaar verschillen. Om deze reden moet er gekozen kunnen worden tussen een mannelijk en een vrouwelijk figuurtje.
- 8 Het was oorspronkelijk de bedoeling om alle organen te laten zien in het lichaam. Na enig onderzoek naar organen en op welke plekken deze zitten, kwam ik erachter dat veel organen achter elkaar verstopt zitten en dat alle organen laten zien daarom geen optie is. Om deze reden heb ik ervoor gekozen om te werken met icoontjes met organen erin en heb ik ervoor gekozen om het lichaam op te delen in stukken zodat de gebruiker niet alle organen tegelijk te zien krijgt, maar kan kiezen voor welk deel van het lichaam hij of zij de organen zou willen zien.
- 9 De eerste stap die genomen zou kunnen worden, moet duidelijk zijn. Om deze reden staat er een pijl met daarbij tekst over de eerste stap die gezet kan worden. Echter de gebruiker moet zich vrij voelen en het gevoel krijgen dat ze in control zijn en daarom kan de gebruiker ook op andere dingen klikken (Nielsen, 1995).
- 10 Om nog een keer duidelijk te maken dat het om een website van de gemeente Den Haag gaat, wordt dat in de footer nog een keer duidelijk aangegeven. Ook staat hier dat de gemeente Den Haag de copyrights heeft over de website.
- 11 Uit onderzoek is gebleken dat mensen een website scannen in een F-patroon. Om deze reden staan de belangrijkste elementen van de website in een F-patroon zodat deze niet over het hoofd gezien kunnen worden (Nielsen, 2006)
- 12 Het testen met de testpersonen wees uit dat de gebruiker op meer verschillende manier kruiden zou willen kunnen zoeken. Niet alleen door op het lichaam te klikken. Om deze reden kan er ook gezocht worden door op de wereldkaart te klikken en door te zoeken met de zoekbalk.



Bronnen

- Molchanov, D (Augustus 2014). 22 Principles Of Good Website Navigation and Usability. Geraadpleegd op 11-06-2016, van <http://swimbi.com/blog/22-principles-of-good-web-navigation-and-maximum-usability/>
- Nielsen, J (2009). Short-term memory and web usability. Geraadpleegd op 13-06-2016, van <https://www.nngroup.com/articles/short-term-memory-and-web-usability/>
- Tidwell, J.(2010). Designing Interfaces Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media.
- Bobdewebbouwer (2016). Usability tip 9: Houd je aan webstandaarden. Geraadpleegd op 13-06-2016, van <https://www.bobdewebbouwer.com/usability-tips-gebruiksvriendelijke-website/#usabilitytip9>



Mockup 2 - Homepagina vervolg

Annotaties mockup 2

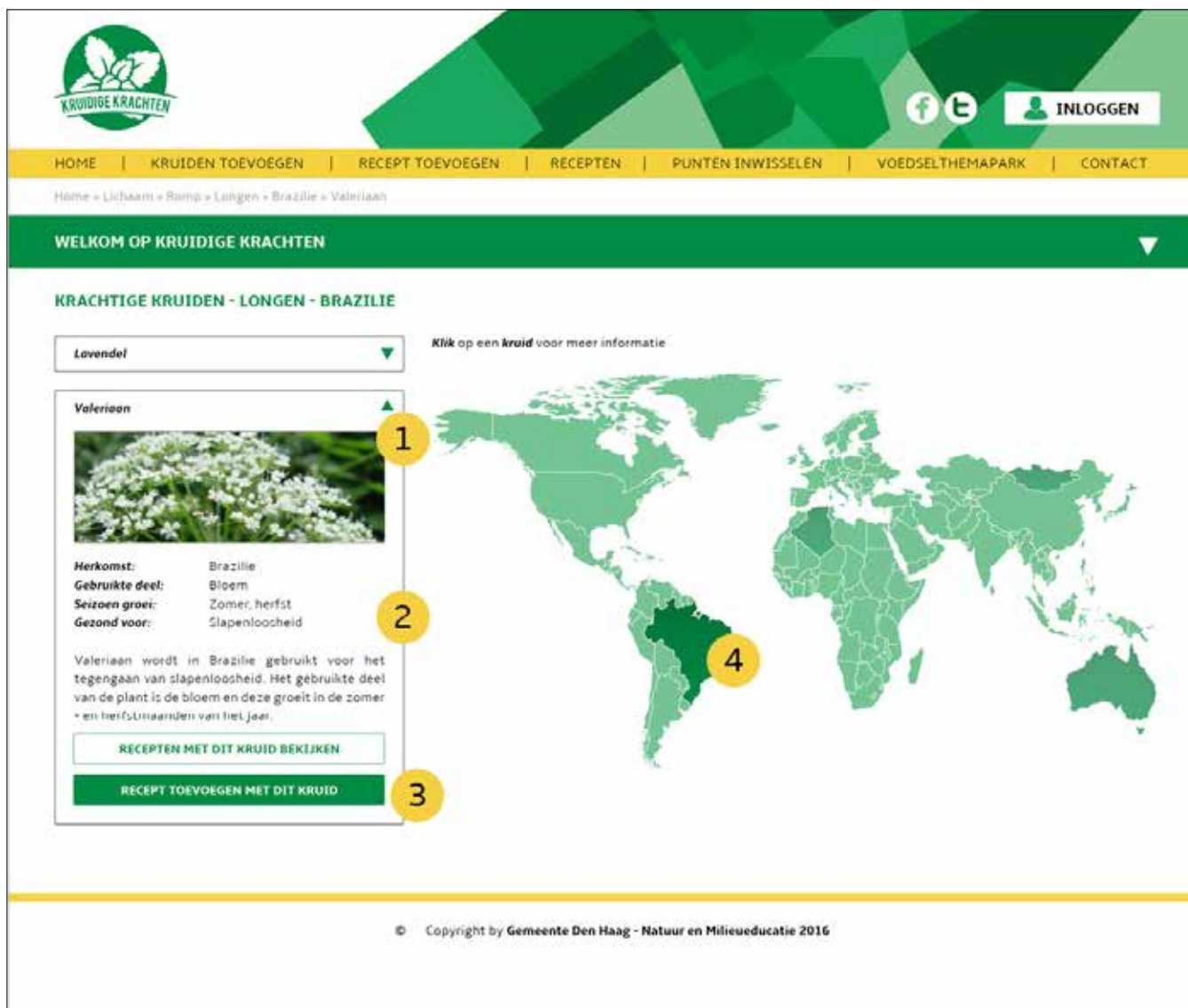
- 1 De tekstbalk met de welkomstekst is op deze pagina ingeklapt. Deze kan altijd weer worden uitgeklaapt door op het pijltje of de gehele balk te klikken. Dat deze balk klikbaar is wordt verduidelijkt door het pijltje rechts (tidwell, 2010) en wanneer er over de balk wordt gehoverd, verandert het pijltje in een handje.
- 2 Wanneer op een onderdeel van het lichaam is geklikt, bijvoorbeeld het hoofd, wordt deze donkergroen zodat duidelijk is dat deze actief is. Om het lichaamsdeel verschijnen de icoontjes met daarin de organen die zich in dat lichaamsdeel bevinden. Rechts staat de tekst met uitleg over de volgende stap die genomen kan worden.



- 3 De button algemeen is hier naar de onderkant van het lichaam afgezakt. Hier kan altijd op geklikt worden, net als op de andere lichaamsdelen.

Bronnen

Tidwell, J.(2010). Designing Interfaces Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media.



Mockup 3 - Kruiden bekijken

Annotaties mockup 3

- 1 Op deze pagina is te zien dat er op een kruid is geklikt en dat deze opengeklapt is naar beneden toe. Wanneer er nog een keer op het vlak wordt geklikt of op het pijltje rechts boven, dan schuift deze weer naar boven toe dicht.
- 2 De tekst is zo minimaal mogelijk gehouden. Alleen de noodzakelijke aspecten worden verteld en uitgelicht.
- 3 Wanneer iemand nieuwsgierig is geworden naar recepten met dit kruid, of zelf een recept weet met dit kruid, kan gebruik worden gemaakt van de buttons onder de tekst over het kruid.
- 4 Het gekozen land is nog steeds donkergroen en actief en ook in de titel staat nog steeds om welk lang het gaat. (Op dit moment is de afgelegde weg naar deze pagina eerst de romp, dan de longen en daarna is gekozen voor het land).



The screenshot shows a web form titled 'KRUIDEN TOEVOEGEN' (Add Herbs) on a website called 'KRUIDIGE KRACHTEN'. The form has several input fields and a body diagram. Annotations are as follows:

- 1**: Points to a red asterisk indicating a required field.
- 2**: Points to a dropdown menu for 'Herkomst kruid' (Herb origin).
- 3**: Points to a plus button labeled 'Meer kruiden voor 1 orgaan? Voeg extra kruid toe +' (More herbs for 1 organ? Add extra herb).
- 4**: Points to a yellow circle on the torso of a female body diagram.
- 5**: Points to the 'MAN' (Male) and 'VROUW' (Female) selection buttons.
- 6**: Points to the user profile 'MARJAN' in the top right corner.

The form fields include:

- Noom van het kruid * (Name of the herb): Eucalyptus
- Herkomst kruid * (Herb origin): Uit welk land komt het? (Dropdown)
- Gebruikte deel plant * (Used part of the plant): Welk deel de plant gebruik je? (Dropdown)
- Seizoen groei plant (Season of growth): In welk seizoen groeit het kruid? (Dropdown)

Buttons at the bottom: ANNULEREN (Cancel) and KRUID TOEVOEGEN OP DE KAART (Add herb to the card).

Mockup 4 - kruid toevoegen

Annotaties mockup 4

- 1** Veel invul werk zit niemand op te wachten. Om deze reden is hetgeen dat ingevuld moet worden zo minimaal mogelijk gehouden. Echter een goede werking van de website en het concept zijn een aantal aspecten van belang die wel ingevuld moeten worden door de gebruiker.
- 2** Om de velden die ingevuld moeten worden toch zo makkelijk mogelijk te maken voor de gebruiker, wordt er gebruik gemaakt van een dropdown menu. Herkennen is makkelijker dan herinneren (Nielsen, 1995) en daarom staat een lijst met bijvoorbeeld landen. Dit voorkomt ook dat er fouten worden gemaakt (taalfouten, doortaalbarrière).
- 3** Uit het testen met de gebruikers kwam de vraag 'wat als ik meer kruiden voor één orgaan weet?' naar voren. Om deze reden is rechts onder de invulvelden een plusbutton toegevoegd zodat er meerdere kruiden toegevoegd kunnen worden voor 1 orgaan.
- 4** Gezondheid van het lichaam daar draait eigenlijk het hele concept om. De namen van de verschillende organen worden duidelijk aangegeven zodat mensen zich niet kunnen vergissen in de organen. Verder kan er worden gekozen voor een man of een vrouw voor de verschillende organen.



Ook 1 kruid kan goed zijn voor meerdere organen. Dan kan er geklikt worden op meerdere organen. Meer kruiden en meer organen kunnen niet tegelijkertijd

- 5 Ook hier is het belangrijk dat er gekozen kan worden tussen een mannelijk en een vrouwelijk poppetje voor verschillende organen.
- 6 Een kruid of recept kan niet toegevoegd worden wanneer er niet is ingelogd (in verband met punten sparen). Rechts boven in is de tekst inloggen vervangen door de naam van de gebruiker die is ingelogd.

Meer mockups met annotaties zijn te vinden in de externe bijlagen (externe bijlagen: Mockups met annotaties, blz. 158).

8.2 Testplan klikbaar prototype

De gemaakte mockups heb ik tot een klikbaar prototype gemaakt door middel van Marvelapp.com. Dit is een website die schetsen en mockups omzet tot klikbare prototypes. Dit klikbare prototype heb ik vervolgens getest met vijf mensen van de doelgroep.

Testplan

Om problemen op te sporen in de gebruiksvriendelijkheid en efficiëntie van de website en om te verifiëren of de website de gebruiker ook daadwerkelijk enthousiast maakt, ben ik gaan testen met de doelgroep. Om de problemen in de website te vinden doormiddel van testen met de gebruiker, is een testplan opgesteld. Van te voren een doel stellen over wat er getest gaat worden en wat je wilt weten van de doelgroep is belangrijk. Om deze reden is het van belang om een testplan op te stellen met daarin een duidelijk doel van wat er getest gaat worden en met wie.

De website die ik heb getest met de gebruiker zijn op basis van statische afbeeldingen die door middel van de Marvelapp website klikbaar zijn gemaakt om zo de website te kunnen testen met de doelgroep. De feedback van de doelgroep is verkregen doormiddel van formulieren en observatieformulieren tijdens het testen.

Testdoel

Het doel van het testen van het klikbare prototype was om te kijken of de gebruiker de website gemakkelijk kan gebruiken, de stappen begrijpt en geënthousiasmeerd raakt om naar voedselthemapark te gaan. Daarnaast was het de bedoeling om te verifiëren of de feedback van het testen met de schetsen goed was doorgevoerd en of er nog belangrijke grote punten veranderd moesten worden. Het was de bedoeling dat er feedback verkregen zou worden op zo'n manier dat deze verwerkt kon worden en zou leiden tot een beter product. Het verifiëren of de gebruiker de stappen goed begrijpt heb ik gedaan door middel van taken geven en daarbij goed te observeren waar de gebruiker op klikt en hoe lang dit duurt. Na het testen heb ik de gebruiker gevraagd of hij/zij een formulier in wilde vullen met vragen over de website. Ook het testen of de gebruiker enthousiast zou raken en naar het Zuiderpark zou gaan heb ik gedaan door hierover een vraag te stellen in de formulieren. Het gehele testplan is terug te vinden in de bijlagen (externe bijlage: Testplan Klikbaar prototype, blz. 186).

8.3 Testen klikbaar prototype met doelgroep

Het testen van de klikbare mockups is gedaan met vijf testpersonen (onderzoek van Jacob Nielsen en Tom Landauer, return on investment)(Webvink, augustus 2014). Van deze vijf testpersonen vallen er drie binnen de doelgroep (leeftijd en leefomgeving). Eén van de testpersonen woont net buiten de cirkel van twee kilometer rondom het park maar is vaak in de omgeving van het Zuiderpark te vinden en valt binnen de leeftijdscategorie. Eén testpersoon valt binnen de leeftijdscategorie en heeft vroeger in Den Haag gewoond maar woont inmiddels in Zoetermeer. Wel werkt de testpersoon nog in Den Haag en is de testpersoon bekend met het terrein waar het over gaat.

De link naar de website waarmee ik met de gebruikers heb getest is:

- <https://marvelapp.com/1e71deb>

Resultaten testen

De eerste keer testen heeft veel feedback opgeleverd. Met deze tweede keer testen bleek dat er nog veel feedback



verkregen kon worden met het testen van de mockups. Een voorbeeld hiervan is dat de groene balk met de uitleg van de website niet gelezen bleek te worden en als te groot werd ervaren. Hierdoor werden de belangrijkste geachte onderdelen, namelijk de wereldkaart en het lichaam, niet meteen gezien.

De tekst moest daarom korter worden gemaakt. De punten die de gebruiker had behaald en te zien zijn onder het kopje profiel, moesten groter en duidelijker in beeld. Deze vielen nu te veel weg.

Wanneer er nu een account aangemaakt moest worden, moest er eerst op inloggen worden geklikt. Dit is geen logische actie en daarom werd er verwacht dat er een button bij zou komen met account aanmaken of registreren.

Door iedere testpersoon werd om foto's van het voedselthemapark gevraagd.

Voor meer feedback van het testen zie bijlagen (externe bijlagen: Feedback testen, blz. 217).

Discussie

Er is onvoldoende tijd om alle feedback van de testpersonen door te voeren. Daarom is ervoor gekozen om de grote punten aan te passen in de mockups en om de resterende feedback op te nemen in een aanbeveling naar de gemeente.

Conclusie

Het testen van de klikbare mockups heeft veel feedback opgeleverd wat betreft de werking van de website en de sfeer die de website op mensen overbrengt. De sfeer werd over het algemeen gemist omdat er weinig gebruik werd gemaakt van foto's en sfeervolle beelden. Afbeeldingen van het voedselthemapark en sfeervolle afbeeldingen van bijvoorbeeld workshops en dergelijke werden door de doelgroep belangrijk gevonden om hen enthousiast te maken om naar het Zuiderpark te komen. Tijdens het testen kwamen een aantal aspecten naar voren die voor de gebruiker niet logisch waren in de vormgeving of de stappen om de website te doorlopen. Het is belangrijk om het de gebruiker zo makkelijk mogelijk te maken op de website en daarom zijn korte duidelijke teksten en zoekfuncties gewenst voor de gebruiker. Om de website optimaal te laten werken en de gebruiker enthousiast te maken zal hier rekening mee gehouden moeten worden.

HOOFDSTUK 9 – NAZORGFASE



Na het testen van het klikbare prototype met de doelgroep heb ik opnieuw veel inzicht gekregen in hoe het ontwerp beter kan. Ik heb het ontwerp voor de website opnieuw aangepast. In dit hoofdstuk is te zien hoe de website er uit zou kunnen zien. In verband met tijd zijn niet feedbackpunten opgenomen in het nieuwe ontwerp. Deze zijn opgenomen in de aanbevelingen naar de gemeente toe.



Mockup laatste versie 1 - Home

Annotaties mockup laatste versie 1

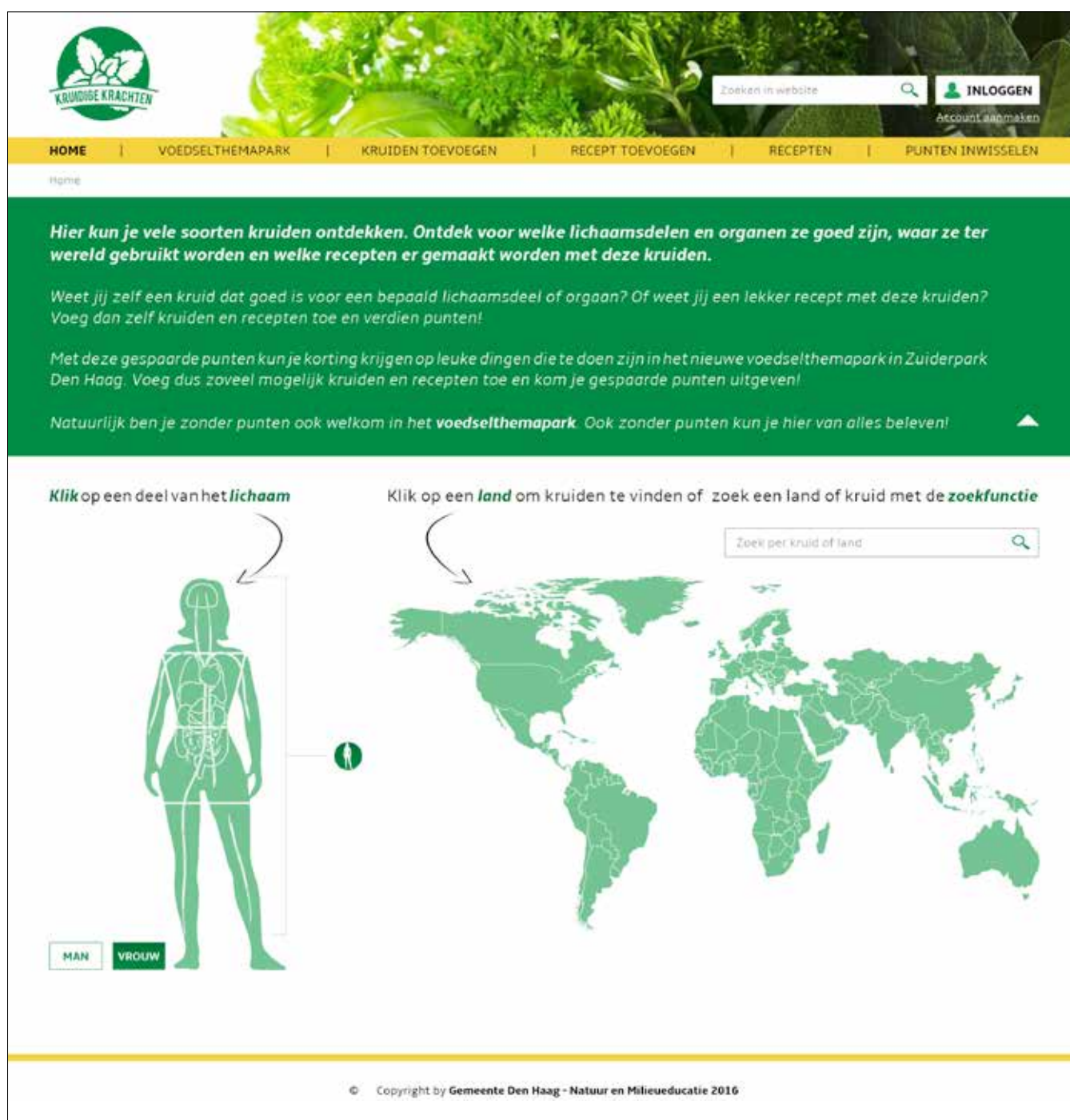
- 1 Het logo Kruidige Krachten staat links boven in de hoek. Op de meeste websites wordt het logo daar geplaatst en dit is de plek waar de meeste mensen een logo verwachten (Bobdewebbouwer, 2016) Daarnaast is het logo een escape hatch (Tidwell, 2005).
- 2 Groen en geel worden gebruikt op de website om aan te geven dat het om een voedselthemapark in Den Haag gaat (Testresultaten kleur). Daarnaast wordt in de footer ook aangegeven dat het om de gemeente Den Haag gaat.



- 3 Tijdens het testen bleken de gebruikers te denken dat de socialmedia buttons bij de button inloggen naar hun eigen profiel zouden leiden. Om deze reden zijn de socialmedia buttons (die leiden naar de facebookpagina van de gemeente Den Haag of het voedselthemapark) in de footer geplaatst.
- 4 Tijdens het testen kreeg ik vaak te horen dat de website niet uitstraalde dat het echt over kruiden ging. Dit was alleen de lezen in de menubalk. De oude vormgeving was met de vlakken van de vormgeving van de gemeente en straalde weinig uit. Om deze reden is er gekozen voor een afbeelding van kruiden.
- 5 De inlogbutton staat nog steeds rechts op de website (zoals volgens de patterns). Echter onder de button inloggen, staat nu een linkje met account aanmaken. Voorheen moest er eerst op inloggen worden geklikt en daarna kon er een profiel aangemaakt worden. Dit bleek tijdens het testen niet logisch te zijn (dit vond ik zelf ook) en om deze reden staat er nu een linkje met account aanmaken onder de profiel button.
- 6 Tijdens het testen bleek dat de gebruiker de groene balk met veel tekst te overheersend vond. Voor het lichaam en de wereldkaart moest er gescrold worden en dit wilde de gebruiker niet. Het lichaam en de wereldkaart zijn heel belangrijk op de website en hiervoor zou dan ook niet gescrold moeten worden. Om deze reden is ervoor gekozen om de belangrijkste inleidende tekst te laten zien en hierop te kunnen klikken voor meer informatie \ over het gebruik van de website. Zo kan de gebruiker altijd de gehele tekst lezen mochten zij dit willen en zijn het lichaam en de wereldkaart altijd zichtbaar.
- 7 Mannen en vrouwen hebben een aantal organen die van elkaar verschillen. Om deze reden moet er gekozen kunnen worden tussen een mannelijk en een vrouwelijk figuurtje.
- 8 Tijdens het testen werd als feedback gegeven dat het lichaam meer op een paspop leek dan op een poppetje met organen en dergelijke. Om deze reden is er gebruik gemaakt van een aantal organen en lijnen om het \ poppetje wat meer bij het concept te laten passen.
- 9 De eerste stap die genomen zou kunnen worden, moet duidelijk zijn. Om deze reden staat er een pijl met daarbij tekst over de eerste stap die gezet kan worden. Echter de gebruiker moet zich vrij voelen en het gevoel krijgen dat ze in control zijn en daarom kan de gebruiker ook op andere dingen klikken (Nielsen, 1995).
- 10 Het testen met de gebruiker wees uit dat de gebruiker ook wilde kunnen zoeken op een kruid, niet alleen op een land. Om deze reden kan er met de zoekbalk gezocht worden per land, maar ook per kruid
- 11 Uit onderzoek is gebleken dat mensen een website scannen in een F-patroon. Om deze reden staan de belangrijkste elementen van de website in een F-patroon zodat deze niet over het hoofd gezien kunnen worden (Nielsen, 2006)
- 12 Omdat er ook een aantal kwaaltjes zijn die gelden voor het gehele lichaam, staat er rechts van het lichaam een button met algemeen. Wanneer er over de button gehoverd wordt komt erbij te staan dat het gaat om de button algemeen.

Bronnen

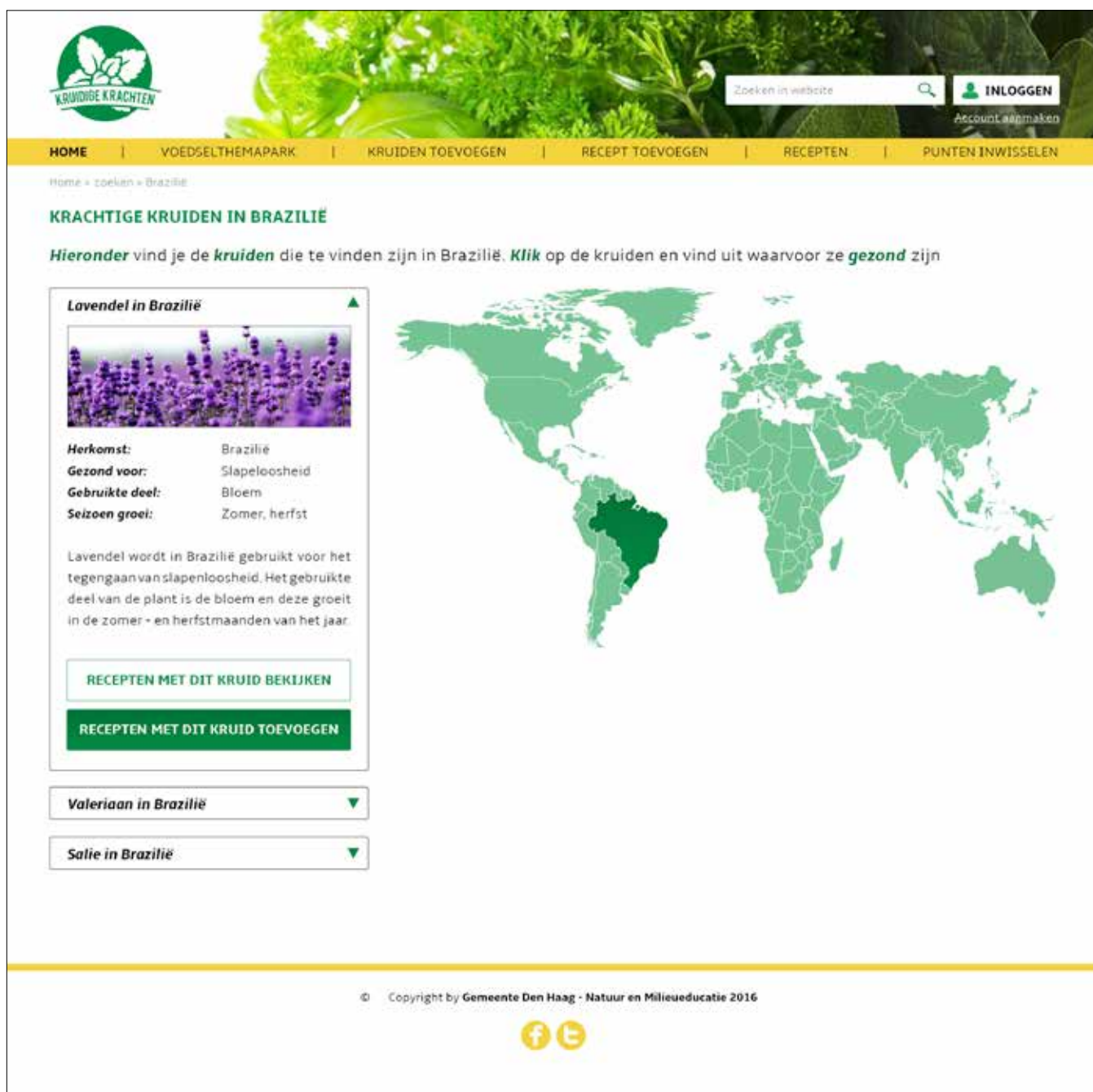
- Nielsen, J (2006). F-Shaped Pattern For Reading Web Content. Geraadpleegd op 11-06-2016, van <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>
- Bobdewebbouwer (2016). Usability tip 9: Houd je aan webstandaarden. Geraadpleegd op 13-06-2016, van <https://www.bobdewebbouwer.com/usability-tips-gebruiksvriendelijke-website/#usabilitytip9>
- Tidwell, J.(2005). Designing Interfaces Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media.



Mockup laatste versie 2 - Home vervolg

Annotaties mockup laatste versie 2

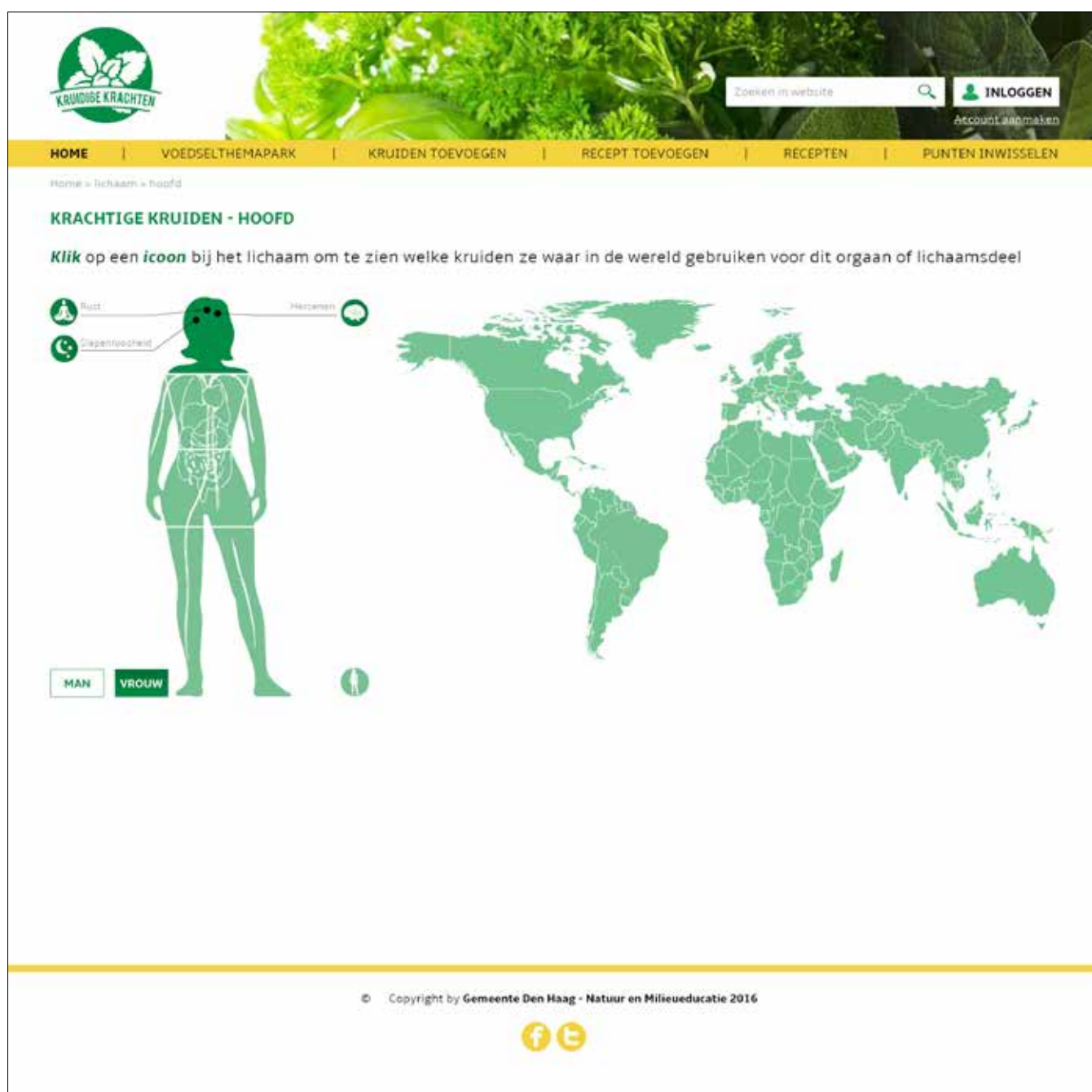
- 1 Wanneer de gebruiker meer wil lezen over het gebruik van de website, kan op de groene balk geklikt worden (er staat ook lees meer linkje, de muis verandert van vorm en er staat een pijl naar beneden waardoor duidelijk is dat erop geklikt kan worden). De pagina hiernaast laat zien hoe de website eruit ziet wanneer de balk is uitgeklapt.



Mockup laatste versie 3 - Kruiden bekijken

Annotaties Mockup laatste versie 3

- 1 Wanneer geklikt is op een kruid, hier bijvoorbeeld Lavendel, klapt deze uit naar beneden. De andere kruiden schuiven daarmee verder naar onder. Voorheen klapte het venster uit over de andere kruiden heen. Echter dan moet het venster eerst dicht geklappt worden voordat er op een ander kruid geklikt kan worden. Nu kan er gelijk naar een ander kruid worden gegaan zonder een onnodige klik.
- 2 Door nog een keer op het venster te klikken klapt deze weer dicht, of er kan op het pijltje rechts boven in geklikt worden.
- 3 Het uitgeklapte venster van het kruid bevat ook twee buttons. Wanneer mensen benieuwd zijn naar recepten met dit kruid kan hierop geklikt worden of wanneer mensen zelf een lekker kruid weten kan hier ook op geklikt worden.



Mockup laatste versie 4 - Home vervolg

Annotaties mockup laatste versie 4

- 1 Als er op de homepagina op het hoofd is geklikt, komt de gebruiker op deze pagina terecht. Hier worden met icoontjes de organen getoond die zich in het hoofd bevinden (deze versie is een uitgekleepte versie, de normale versie bevat veel meer iconen met organen die in het hoofd te vinden zijn).
- 2 Op de iconen te klikken, bijvoorbeeld de hersenen, kan door worden gegaan naar de volgende stap.
- 3 Er kan hier alsnog gekozen worden voor een mannelijk of een vrouwelijk figuurtje.
- 4 Er kan hier ook nog steeds gekozen worden voor de optie algemeen. Deze is nu gedeactiveerd (lichtgroen), maar kan op elk mogelijk moment aangeklikt worden.



- 5 Uit het testen bleek dat het poppetje te veel op een paspop leek. Om deze reden zijn er organen en menselijke lijnen toegevoegd aan het poppetje. Echter wanneer deze lijnen nu in het hoofd ook door zouden gaan zou dit een op een hoping aan lijnen en stipjes worden en zou het een chaos worden om te zien. Om deze reden is het hoofd donker gekleurd (actief) zonder verdere lijnen.

Meer mockups van de laatste versie zijn te vinden in de externe bijlagen (externe bijlagen: Definitieve mockups met annotaties, blz. 222).

9.1 Aanbevelingen

Het testen met de gebruiker heeft veel inzichten gegeven. Omdat de tijd voor het project te kort was zijn niet al deze inzichten verwerkt maar zijn er een aantal opgenomen in een aanbeveling naar de gemeente. Ook eerdere inzichten die niet zijn verwerkt zijn opgenomen in de aanbevelingen naar de gemeente.

- Om ook daadwerkelijk iets met de punten te kunnen doen is het belangrijk om de punten bijvoorbeeld op de website al in te kunnen leveren voor workshops of cursussen. Het is dan ook een aanbeveling naar de gemeente om hier een manier voor te vinden wanneer de website in werking wordt gesteld.
- Gezien de tijd was het niet mogelijk om ook een mobiele website te ontwerpen. Echter, een groot deel van de doelgroep beschikt over een smartphone met internetverbinding waardoor het goed zou zijn om ook een mobiele versie van de website te hebben.
- Om het aspect cultuur en nationaliteit nog beter terug te laten komen zou het leuk zijn om op de website bij de recepten te laten zien van wie het recept is en uit welk land dit afkomstig is.
- Mensen delen tegenwoordig veel via sociale media. Dit is een aanbeveling naar de gemeente toe om hier rekening mee te houden. Echter, door regels en dergelijke door de gemeente wat betreft sociale media is dit nu lastig. Om deze reden is deze nu nog niet toegevoegd. Wel blijft dit een aanbeveling naar de gemeente toe want hierdoor komt er meer aandacht voor de website en worden er nog meer mensen geënthousiasmeerd om naar het Zuiderpark te gaan.
- Het krijgen van punten is op de website een belangrijke trigger om mensen enthousiast te maken om naar het Zuiderpark te gaan. Het is dan ook verstandig om voor zo veel mogelijk acties die de gebruiker maakt punten te kunnen krijgen zodat zij getriggerd worden om meer punten te sparen en deze uit te komen geven op het park
- De link tussen het park en de website mag duidelijker worden gemaakt door het gebruik van foto's van park.
- De website verleent geen services waardoor het niet nodig is om een contactbutton op de website te hebben. Echter wanneer mensen vragen hebben of iets dergelijks is het toch verstandig om een email adres of telefoonnummer op de website te hebben. Deze zou toegevoegd kunnen worden in de footer van de website.



Het project heeft mij enorm veel inzicht gegeven in hoe projecten in de bedrijfswereld werken. Tijdens het project zijn er heel wat momenten van tegenslag geweest maar ook momenten waarop het proces goed verliep. Tijdens deze momenten heb ik geëvalueerd en geïtereerd en in dit hoofdstuk zal ik deze momenten beschrijven.

Look & Listen / Empathie

Aan het begin van de opdracht, tijdens het maken van mijn plan van aanpak, bleek dat het idee van een voedselthemapark al bestond maar dat er verder vrij weinig duidelijkheid was over de opdracht. De opdracht had geen specifieke richtlijnen of kaders en deze moesten eerst worden opgesteld. Om tijdens het project houvast voor mijzelf te creëren heb ik besloten om de opdracht aan de hand van de Communicatie en Multimedia Design-cirkel (CMD-cirkel) te doorlopen. Ik kreeg echter te horen dat dit niet een erkende methode is en daarom moest ik opzoek naar een methode die daarbij aansloot. De CMD-cirkel en de Design Thinking (DT) methode lijken redelijk veel op elkaar. Bij beide methoden staat de gebruiker centraal. Empathie voor de gebruiker is heel belangrijk en aan feedback van de gebruiker wordt veel waarde gehecht bij deze methoden. Omdat het tijdens mijn project zo belangrijk was om te weten wat de gebruiker wilde en om deze er ook goed bij te betrekken, vond ik dat deze methoden goed aansloten bij het project. Daarnaast vond ik het fijn om een duidelijk plan te hebben (de CMD-cirkel geeft voor mij een goede houvast) om het project mee te doorlopen.

Allereerst heb ik een plan van aanpak opgesteld met daarin de probleemstelling, de doelstelling, op te leveren resultaten, een risicoanalyse en een planning. Om een planning te kunnen maken heb ik allereerst gekeken naar welke taken er tijdens het project belangrijk waren. Hier kon ik mooi de CMD-cirkel erbij halen om te kijken in welke fasen van het project ik welke activiteiten en technieken kon gebruiken om de nodige informatie te krijgen. Aan de hand van deze fasen, activiteiten en technieken heb ik een planning gemaakt die per dag aangaf wat ik zou gaan doen. Het was belangrijk om per dag (of in ieder geval per week) te weten wat ik zou moeten doen zodat het project op tijd afgerond zou kunnen worden. Echter tijdens mijn onderzoeksfase bleek dat mijn planning vrij flexibel moest zijn en dat er veel zaken waren waar ik in het begin wel rekening mee had gehouden maar niet goed genoeg. Een voorbeeld hiervan was dat ik een aantal contactpersonen had gekregen van mijn opdrachtgever. Deze konden mij helpen met het onderzoek naar de doelgroep maar ook met het in contact komen van de doelgroep. Helaas bleek dat deze contactpersonen zelf vaak niet in contact stonden met de doelgroep en dat zij ook geen weet hadden van de interesses van de doelgroep. Wel hadden zij vaak weer andere contacten die misschien meer wisten van de doelgroep of wel in contact stonden. Zo heb ik uiteindelijk veel verschillende mensen gesproken die allemaal wel wat wisten van de doelgroep (vaak kreeg ik dezelfde informatie) maar kreeg ik ook steeds te horen dat het moeilijk was om in contact te komen met de doelgroep en dat wanneer ik deze bij het project wilde betrekken, ik eerst een band op moest bouwen met de mensen. Tijdens mijn onderzoeksperiode was dit niet mogelijk en het betrekken van de doelgroep was daarmee dus lastig. Vanuit de gemeente was een doelstelling om de mensen meer te betrekken bij het Zuiderpark project maar deze doelstelling bleek helaas niet haalbaar gedurende mijn onderzoeksperiode.

De informatie die ik online had gevonden en de informatie die ik van de deskundigen had gekregen, wilde ik verifiëren bij de doelgroep. Daarnaast waren er bepaalde aspecten die op internet niet gevonden konden worden maar ook de deskundigen hadden hier geen informatie over. Een voorbeeld hiervan was de interesse op het gebied van voedsel of activiteiten van de doelgroep. Om hier informatie over te krijgen moest ik zelf met de doelgroep in contact komen en deze interviewen. Er kwam een ingang om de doelgroep te kunnen interviewen en deze heb ik met beide handen aangepakt. Echter tijdens het interviewen bleek dat er bij veel mensen een taalbarrière was en dat mensen geen duidelijke antwoorden hadden op mijn vragen. Nu denk ik dat dat ook gelegen heeft aan het soort vragen dat ik stelde en aan mijn taalgebruik. Het effectief interviewen van mensen is best lastig en daarbij vind ik het ook heel moeilijk om de goede vragen te stellen die goede/buikbare antwoorden opleveren. Er zijn verschillende manieren van interviewen maar voor mij bleek het niet een goede optie te zijn waar ik de goede antwoorden mee kon krijgen. De doelgroep bleek niet te weten waarin zij geïnteresseerd waren wat betreft voedsel. Dit lag denk ik ook aan mijn vragen en daarom ben ik overgestapt op een enquête. Bij een enquête kon ik door middel van meerkeuze antwoorden voorbeelden geven van wat voor soort antwoorden ik bedoelde. Ik gaf bij de meerkeuze antwoorden dus voorbeelden maar daarnaast wilde ik wel dat mensen ook hun eigen antwoord in konden vullen. Daarom heb ik onderaan als antwoord steeds de optie *anders, namelijk.....* gegeven.

De enquête bleek een stuk effectiever dan het interviewen en hier heb ik wel de nodige informatie uit gehaald. Wel bleek dat ik 381 enquêtes had moeten hebben in relatie tot het aantal mensen dat in de wijken rondom het Zuiderpark woont. Echter gezien de tijd was dit niet mogelijk en heb ik 71 enquêtes ingevuld gekregen. Als ik terug kijk op hoe ik het interviewen en



het enquêteren heb aangepakt denk ik dat ik mij meer had moeten verdiepen in het doen van diepte interviews en betere vragen had kunnen bedenken. Ook de taalbarrière bleef een obstakel en daarom denk ik dat het een slimme keuze is geweest om over te stappen op een enquête.

Als ik terug kijk op de Look & Listen / Empathie fase ben ik best veel obstakels tegengekomen. De opdracht bleek groter en complexer dan in eerste instantie gedacht en de informatie die beschikbaar was bleek minder dan verwacht. Hierdoor heeft de onderzoeksperiode langer geduurd dan gepland maar heb ik wel zoveel informatie kunnen verzamelen dat ik verder kon naar de volgende fase. Terug kijkend op hoe ik het heb aangepakt zou ik toch een aantal dingen wel anders doen. Ik zou meer deskundigen hebben gezocht op het gebied van de doelgroep en ik zou ook meer contact gehad willen hebben met de doelgroep om toch goede diepte interviews te houden en de doelgroep toch proberen te betrekken bij het project. Ook had ik mij meer willen verdiepen in de digitale middelen en daarover wat meer verschillende mensen over gesproken willen hebben. Gezien de tijd voor het onderzoek was dit niet meer mogelijk.

Define

De definefase was voor mij nieuw. Bij de CMD-cirkel worden de stappen uit de definefase aan het einde van de onderzoeksfase gedaan. Tijdens de definefase zijn gebruikersbehoefte en bedrijfsdoelstellingen bepaald waarmee door kon worden gegaan naar de volgende fase maar ook is er een keuze gemaakt in wat voor digitale oplossing er gemaakt zou gaan worden. Dit kon een digitale oplossing worden bij de mensen thuis zoals een website of een app, maar dit had ook een digitale oplossing op het terrein van NME zelf kunnen zijn. Uiteindelijk is er in overleg met de opdrachtgever voor gekozen om een website te gaan maken.

Voor mij is de CMD-cirkel zo logisch dat ik de stappen allemaal wel in mijn hoofd heb. De stappen moeten alleen ook op papier worden gezet zodat duidelijk is hoe mijn proces precies is verlopen. Het opschrijven van alle stappen van het proces blijft voor mij een vrij lastige taak. De stappen zijn voor mij zo logisch dat ik sommige stappen oversla waardoor er gaten in mijn verhaal vallen. Hier had ik ook last van bij de define fase. Deze fase heb ik dan ook in het begin gewoon overgeslagen (niet in mijn hoofd maar wel op papier) en heb ik deze fase later nog beter uit moeten werken.

Als ik terug kijk op de definefase had ik gelijk in het begin al beter alle stappen uit moeten denken zodat ik voor mezelf een beter beeld had van de stappen die ik ook op moest schrijven. In het begin hield ik in een logboek bij met de taken die ik had gedaan maar later ben ik dit steeds vergeten te doen. Achteraf gezien had ik beter mijn logboek bij moeten houden (per dag met de taken die ik had gedaan), zodat bij het schrijven van mijn verslag geen gaten zouden zijn ontstaan.

Create Concepts/ Ideate

Tijdens de conceptfase heb ik voornamelijk gebruik gemaakt van Mindmappen. Mindmappen werkt bij mij heel goed bij het bedenken van concepten. Daarnaast heb ik wel gekeken naar andere technieken om creatieve oplossingen te bedenken, zoals bijvoorbeeld negatief brainstormen en metafoor denken. Ik heb met verschillende mensen gesproken en gespeld over mijn ideeën en daaruit zijn weer meer verschillende ideeën gekomen. Het was de bedoeling om met klasgenootjes een creatieve sessie te gaan doen maar doordat iedereen het zo druk had met zijn eigen project, is dit er niet van gekomen.

De doelgroep had ik graag willen betrekken bij het gehele project. Niet alleen tijdens het onderzoek maar ook tijdens het bedenken van concepten en dergelijke. Het in contact komen met de doelgroep bleek al een enorme uitdaging en het mee laten denken wat betreft concepten een ideeën was hierdoor geen optie. Wel heb ik mijn concepten aan de doelgroep kunnen presenteren en kreeg ik hier leuke reacties op en een duidelijke voorkeur voor een concept.

Design details / prototype fase

Met de keuze om een website te ontwerpen en een duidelijke voorkeur voor een concept door de doelgroep, de medewerkers van het Zuiderpark en door mij, kon ik doorgaan met het interactie gedeelte op de website. De belangrijke aspecten voor de website heb ik in een sitemap, flowcharts en een navigatie diagram verwerkt om duidelijk te krijgen welke interactieve aspecten de website nodig heeft om het concept te laten werken.

Nadat voor mij duidelijk was welke pagina's de website zou moeten bevatten ben ik gaan schetsen. Ik had al eerder grove schetsen gemaakt om de concepten te verduidelijken bij de doelgroep en daarom zijn de schetsen van de website redelijk



gedetailleerd geworden. De schetsen wilde ik ook testen met de doelgroep. Doordat het onderzoek zo veel tijd in beslag heeft genomen wist ik niet zeker of ik het zou redden om het klikbare prototype met de doelgroep te testen. Om schetsen met de doelgroep te kunnen testen moeten deze vrij gedetailleerd zijn.

Om de schetsen te testen met de doelgroep had ik een testplan opgesteld. Hierin stond wat het doel van het testen was, de precieze doelgroep die ik wilde gaan testen en de observatie formulieren voor tijdens het testen. Om te controleren of de gebruiker de website begreep en de stappen logisch en efficiënt waren had ik taken opgesteld die de testpersonen uit moesten voeren. Dit vond ik zelf een fijne manier van testen en hier heb ik ook veel aan gehad. Achteraf gezien had ik wat meer taken uit moeten werken en de schetsen nog gedetailleerder moeten maken om de test nog beter uit te kunnen voeren.

Uit het testen zijn veel aspecten naar voren gekomen waar ik zelf nog niet aan had gedacht. Een voorbeeld hiervan is dat mensen de website scannen in een f-vorm (Nielsen, 2006). Dit had ik zelf over het hoofd gezien bij het vormgeven van de schetsen met het lichaam (stond rechts), maar één van de testpersonen kwam met de informatie dat rechts vaak de reclame staat. Wanneer je zo veel met een project bezig bent ga je bepaalde aspecten over het hoofd zien en door te testen met de gebruiker heb ik veel inzicht gekregen in deze aspecten. Op school tijdens een project moesten wij vaak ook testen maar vaak vond ik dit vervelend en zag ik het nut er niet erg van in. Door het testen met de gebruiker is dat beeld veranderd. Het heeft mij veel inzicht gegeven in hoe de website verbeterd zou kunnen worden voor de gebruiker.

Tussentijds assessment (TTA)

Op mijn eerste TTA, was ik nog maar bij de schetsen. Daarna zou ik nog drie weken de tijd hebben om mijn hele ontwerp te maken en mijn verslag te schrijven. Ik kreeg te horen dat ik dat waarschijnlijk niet zou gaan redden. Dit vond ik heel vervelend om te horen maar had zelf ook een vermoeden dat ik het niet zou gaan redden om alles op tijd af te krijgen. Ik heb gekozen voor de verlenging en vond het daarbij fijn dat ik de kans kreeg om mijn ontwerp klikbaar te maken en deze nog een keer te testen met de doelgroep. De eerste keer testen met mijn schetsen had mij al veel waardevolle informatie opgeleverd en door nog een keer mijn eindproduct te testen met de doelgroep zou het ontwerp alleen nog maar beter worden.

Schetsen naar ontwerp

De inzichten die ik had opgedaan tijdens het testen van de schetsen heb ik doorgevoerd in wireframes. Tijdens het testen van de schetsen had ik de testpersonen gevraagd in welke kleur zij de website voor zich zagen. Hier kwamen veelal dezelfde antwoorden uit en zelf had ik één van deze antwoorden ook al in gedachte. Om deze reden was het vrij makkelijk om de wireframes te voorzien van kleuren.

Echter tijdens het ontwerpen van de website kwamen er een aantal aspecten naar boven die ik in eerst instantie bedacht had, maar niet bleken te werken. Een voorbeeld hiervan was het lichaam. Ik had bedacht dat het lichaam organen zou bevatten waar de gebruiker op zou klikken en dan zouden de kruiden tevoorschijn komen die gezond zijn voor het orgaan waar de gebruiker op geklikt had. Tijdens het ontwerpen bleek echter dat een lichaam met organen niet mogelijk is. Organen zitten allemaal onder en achter elkaar waardoor het niet mogelijk is om alle organen te laten zien in een lichaam. Om deze reden heb ik ervoor gekozen om de organen in icoontjes te verwerken en deze bij het lichaam te plaatsen. Er zijn echter zoveel organen dat ook dit een chaotische aanblik gaf. Om dit op te lossen heb ik ervoor gekozen om het lichaam op te delen in stukken en de gebruiker op een van deze stukken te laten klikken. Daarna zouden de icoontjes met de organen die in dat gedeelte van het lichaam zitten, tevoorschijn komen.

Tijdens het ontwerpen, maar ook tijdens het testen, zijn er veel verschillende aspecten naar boven gekomen, die uiteindelijk niet helemaal bleken te werken. Niet alleen tijdens het ontwerpen zijn er veel obstakels naar voren gekomen, maar gedurende het hele project zijn redelijk wat obstakels opgedoken. Het was daarom nodig om flexibel te zijn en om oplossingen voor deze obstakels te vinden. In het begin had ik er enigszins moeite mee om door te zetten en op zoek te gaan naar oplossingen. Echter terugkijkend op het project vind ik dat ik daar redelijk mee om ben gegaan.

Realise/Test fase

Om het ontwerp nog een keer met de gebruiker te kunnen testen, wilde ik een klikbaar prototype maken. Dit heb ik gedaan



door middel van de website Marvelapp.com. Helaas was het niet alleen mogelijk in om de afbeeldingen die ik had ontworpen naar elkaar te linken. Het was hierdoor niet mogelijk om de gebruiker echt recepten en kruiden toe te laten voegen op de website. Wel kon ik laten zien hoe het in zijn werk zou gaan door de afbeeldingen enigszins uit te werken en daar naar toe te laten linken. Op deze manier heb ik toch de nodige feedback over de werking van de website kunnen krijgen van de doelgroep. Ook tijdens de tweede keer testen kwam veel feedback naar boven. Het doel tijdens de tweede keer testen was om erachter te komen of de stappen duidelijk waren voor de gebruiker, de website efficiënt te gebruiken was en om te checken of de gebruiker daadwerkelijk enthousiast gemaakt werd om naar het Zuiderpark te gaan. Doormiddel van formulieren heb ik geverifieerd bij de doelgroep of de website efficiënt was en of de doelgroep enthousiast werd gemaakt om naar het Zuiderpark te komen.

Voor de tweede keer testen had ik weer een testplan gemaakt. Hiervoor had ik het testplan van de eerste keer gebruikt en deze aangepast zodat ik hier het klikbare prototype mee kon testen. De taken waren anders en het waren er meer en de vraag of mensen enthousiast werden gemaakt om naar het park te gaan werd toegevoegd. Dit was een belangrijk onderdeel van het testen want de doelgroep enthousiast maken om naar het park te komen was de doelstelling tijdens het project. Twee van de vijf testpersonen gaven aan dat de website meer foto's en sfeerbeelden zou moeten bevatten om hen enthousiaster te maken voor het themapark. De cijfers die zij nu gaven waren dan ook niet heel hoog. Eén was neutraal en de ander was laag. Twee van de vijf testpersonen gaven hoge cijfers om te laten merken dat zij enthousiast zouden worden van de website en wel naar het Zuiderpark zouden gaan. Daarnaast was er nog één die ook neutraal was wat betreft naar het themapark gaan. Uiteindelijk denk ik dat met meer sfeerbeelden en foto's van de workshops en het themapark zelf de mensen wel enthousiast gemaakt kunnen worden om naar het park te komen.

Feedback over de werking van de site kwam ook nog naar voren tijdens het testen. Ook nu bleek dat er vrij veel dingen anders zouden moeten om de website beter te laten werken voor de gebruikers. Niet al deze feedback heb ik kunnen verwerken gedurende de tijd voor het project. Wel heb ik een aantal belangrijke feedbackpunten verwerkt in een nieuwe mockup om te laten zien hoe deze er uit zou kunnen zien.

Terugkijkend op het ontwerpen van de website, ben ik redelijk wat aspecten tegengekomen die in eerste instantie leuk leken maar tijdens het ontwerpen en het testen niet bleken te werken. Hierdoor heb ik vaak mijn ontwerpen aan moeten passen zodat deze in werkelijkheid zouden werken. Als ik terug kijk op hoe ik dit heb aangepakt vind ik dat ik daar goed en flexibel mee om ben gegaan. Steeds heb ik een andere oplossing gezocht voor het probleem zodat het wel zou werken. Ook als ik kijk naar de feedback die ik heb gekregen en dat mensen de website een leuk idee vinden, denk ik dat het mensen enthousiast zal maken om naar het voedselthemapark te komen. Wel denk ik dat er een duidelijke link moet komen tussen het park en de website.

Conclusie

Terug kijkend op het hele project vind ik dat ik goed ben omgegaan met de onduidelijkheid van het project. Het project had vanaf het begin af aan al geen duidelijke kaders en later bleek dat er minder informatie was dan oorspronkelijk gedacht. Toch vind ik zelf dat ik daar flexibel mee om heb weten te gaan, ook al leverde het voor mij af en toe veel stress op. Uiteindelijk heb ik nuttige informatie weten te krijgen via online onderzoek, van deskundigen en door middel van de enquête onder de doelgroep zelf. Wel had ik graag de doelgroep willen betrekken bij het project en hen mee willen laten denken met het maken van concepten en dergelijke. Helaas bleek dit tijdens de onderzoeksperiode geen reële mogelijkheid en moest ik het doen met wat er voor handen was. Tijdens mijn Tussen Tijds Assessment (TTA) kreeg ik te horen dat ik het waarschijnlijk niet zou gaan redden om alles op tijd af te krijgen. Dit vond ik vervelend maar gaf mij ook de kans om mijn project helemaal af te ronden en nog een keer te testen met de doelgroep.

Er zijn een aantal dingen die ik de volgende keer anders zou doen zoals bijvoorbeeld meer in contact komen met de doelgroep of meer deskundigen spreken over de doelgroep. Echter de deskundigen die ik heb gesproken en de informatie die ik kon halen uit de enquête kwamen veelal overeen, waardoor de kans groot is dat de informatie die ik hieruit heb gehaald wel degelijk berust op de werkelijkheid (feiten). Dat deze informatie niet voor alle culturen en nationaliteiten die rondom het park wonen geldt, is duidelijk. Om hier achter te komen zou een heel onderzoeksteam opgezet moeten worden die de doelgroep tot in de puntjes zou kunnen onderzoeken.



Op school deden wij projecten vaak in groepjes maar dit project moesten wij van het begin tot het einde helemaal alleen doen. Dat vond ik onwennig maar ik heb er veel van geleerd. Niet alleen over de aspecten van het project zelf maar ook heb ik mijzelf beter leren kennen tijdens de tegenslagen in het project. Zo weet ik nu dat ik veel zelf op kan lossen en dat wanneer dit niet kan, het niet vreemd is om hulp te vragen. Terug kijkend op het project kan ik daarom zeggen dat ik tevreden ben over de uitkomst van het project en de manier waarop ik dit project heb aangepakt.

Hoofdstuk 1

- Wikipedia (2015). *Mindmap*. Geraadpleegd op 14 september 2016, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Mindmap>
- Encyclo (2016). *Wireframe*. Geraadpleegd op 14 september 2016, van <http://www.encyclo.nl/begrip/wireframe>
- Encyclo (2016). *Mockup*. Geraadpleegd op 14 september 2016, van <http://www.encyclo.nl/begrip/mockup>

Hoofdstuk 3.1

- Gemeente Den Haag (2013). *Voedselstrategie*. Geraadpleegd op 17 februari 2016, van https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3356076/1/RIS268898_bijlage%20voedselstrategie%20Rapport

Hoofdstuk 3.2

- Stanford University (2010). *Bootcamp Bootleg van D.school*. Geraadpleegd op 8 februari 2016, van <http://dschool.stanford.edu/wp-content/uploads/2011/03/BootcampBootleg2010v2SLIM.pdf>

Hoofdstuk 4

- Den Haag (2015). *Zuiderpark*. Geraadpleegd op 24 februari 2016, van <http://www.denhaag.nl/home/bewoners/to/Zuiderpark.htm>
- Den Haag (2013). *Voedselstrategie*. Geraadpleegd op 18 februari 2016, van https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3356076/1/RIS268898_bijlage%20voedselstrategie%20Rapport

Hoofdstuk 4.1

- Carla Kok (maart 2014). *Ambassadeur zetten zich in voor gezonde leefstijl wijkgenoten*. Geraadpleegd op 27 april 2016, van <http://www.dichtbij.nl/den-haag/regionaal-nieuws/artikel/3413943/ambassadeur-zetten-zich-in-voor-gezonde-leefstijl-wijkgenoten.aspx>
- NOC* NSF (2015). *Ruim vijf miljoen Nederlanders willen in 2015 meer sporten*. Geraadpleegd op 15 september 2016, van <http://www.nocnsf.nl/ruim-vijf-miljoen-nederlanders-willen-in-2015-meer-sporten>
- Voor je buurt, z.d.. *Slimme subsidie door koppeling crowdfunding*. Geraadpleegd op 25-05-2016, van <https://www.voorjebuurt.nl/matchfunding/>
- Martin van Kranenburg (2012). *De psychologie van het overtuigen: commitment en consistentie*. Geraadpleegd op 25-05-2016, van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/de-psychologie-van-het-overtuigen-commitment-en-consistentie>
- Den haag in cijfers (2013). *Gem. besteedbaar part. huishoudens inkomen [euro's], 2013 – Stadsdelen*. Geraadpleegd op 2 april 2016, van <http://www.denhaag.buurtmonitor.nl/>

Hoofdstuk 4.3

- Djenna Perreijnzaterdag (2014). *PvdA wil verdubbeling aantal buurttuinen in Den Haag*. Geraadpleegd op 8 maart 2016, van <http://www.denhaagdirect.nl/pvda-wil-verdubbeling-aantal-buurttuinen-in-den-haag/>
- DuurzaamDenHaag (z.d.). *Stadslandbouw*. Geraadpleegd op 8 maart 2016, van <http://duurzaamdenhaag.nl/themas/stadslandbouw>
- Paul de Graaf (2012). *Stadslandbouw in Schiebroek*. Geraadpleegd op 3 april 2016, van <http://www.eetbaarrotterdam.nl/2012/09/stadslandbouw-in-schiebroek/>

Hoofdstuk 6

- Wikipedia (2015). *Mindmap*. Geraadpleegd op 14 september 2016, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Mindmap>
- The innovator (z.d.). *Negatief brainstormen*, geraadpleegd op 5 april 2016, van <http://www.de-innovator.nl/innovatie/brainstormtechnieken/negatief-brainstormen/>
- Leren.nl (z.d.). *Leren > Cursus > Persoonlijke effectiviteit > Creatief denken > Divergerende fase*. Geraadpleegd op 5 april 2016, van <http://www.leren.nl/cursus/persoonlijke-effectiviteit/creatief-denken/divergerende-fase.html>

Hoofdstuk 7.1

- Dailycms (z.d.). *De voor- en nadelen van een mobiele website versus een app*. Geraadpleegd op 21 april 2016, van <https://www.dailycms.com/artikelen/de-voor--en-nadelen-van-een-mobiele-website-versus-een-app/>



- Stephanie Kloet (februari 2013). *App, mobiele of responsive site: de voor- en nadelen op een rij*. Geraadpleegd op 21 april 2016, van <http://www.frankwatching.com/archive/2013/02/14/app-mobiele-of-responsive-site-de-voor-en-nadelen-op-een-rij/>

Hoofdstuk 7.3

- Creative Blog Staff (2015). *Why UX design patterns work and how to use them*. Geraadpleegd op 22 april 2016, van <http://www.creativebloq.com/web-design/ux-design-patterns-work-91516961>

Hoofdstuk 7.4

- Webvink (augustus 2014), *Hoeveel testgebruikers moet ik inzetten?*. Geraadpleegd op 29 april 2016, van <http://www.webvink.nl/blog/2014/08/hoeveel-testgebruikers-inzetten>

Hoofdstuk 7.5

- Nielsen, J (2006). *F-Shaped Pattern For Reading Web Content*. Geraadpleegd op 11-06-2016, van <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>



BIJLAGEN

VOEDSELTHEMAPARK ZUIDERPARK PROJECT 2016
TTA-FORMULIEREN



EERSTE TTA FORMULIEREN

Tussentijds assessment CMD

Student: Marijn Sellink

Studentnummer: 12047473

Examinator 1: G. Eenschoten

Examinator 2: A.J. Quanjer

Datum: 10 – 05- 2016

eerste / tweede TTA:

Tijdens het tussentijds assessment is het volgende geconstateerd:		ja	nee
a	Het voortgangsverslag is ontvangen	x	
b	Het afstudeerdossier is digitaal beschikbaar	x	
c	Het plan van aanpak is aanwezig	x	
d	Formulier conceptbespreking is aanwezig	x	
e	Het afstudeerdossier geeft voldoende inzicht in de stand van zaken	x	
f	De afstudeeropdracht is tot nu toe naar behoren uitgevoerd	x	

Advies examinatoren (niet bindend)

Aankruisen welk advies de student heeft gekregen

	Inleveren
x	Verlengen
	Stoppen

Besluit student

Aankruisen welke beslissing de student heeft genomen

	Afstudeerdossier wordt op afgesproken datum ingeleverd	Inleverdatum: :
x	Afstudeerperiode wordt verlengd	Inleverdatum: 3 oktober 2016
	Student stopt met afstudeeropdracht	

Korte samenvatting hoofdpunten feedback TTA

Het verslag legt nog teveel nadruk op gedetailleerd beschrijven van elke activiteit. Dit ondermijnt de samenhang in het verslag. Er moet meer nadruk gelegd worden op activiteiten die echt relevant zijn geweest voor het onderzoeks- en ontwerp-proces. Omdat de student nog het ontwerp moet realiseren en het verslag drastisch moet herschrijven en aanvullen vrezen wij dat dit teveel ten koste zal gaan van de kwaliteit van het eindresultaat. Daarom adviseren wij uitstel.



Competentie	
1. Look and listen.	
1A. Analyseren en begrijpen van de opdracht. Onderzoekt zelfstandig de probleemstelling en stelt een debriefing met planning op aan de hand van zelf gekozen methoden voor een opdracht in een lastige context. Eindkwalificatie Beoordelingsdimensie	Het ontwerpprobleem wordt inhoudelijk onderzocht en begrepen.
	Hoofd- en bijzaken worden onderscheiden en hoofdzaken krijgen aandacht in de rapportage.
	onvoldoende
	De debriefing geeft een weergave van de inhoud en complexiteit van de opdracht.
	De debriefing past bij de complexiteit van de opdracht en getuigt van inzicht in de gegeven probleemstelling of onderzoeksvraag.
	voldoende
	De analyse van de opdracht is vertaald naar een planning voor het project.
	De planning is compleet.
	voldoende
1B. Businessdoelstelling uitwerken en user needs verzamelen. Kan zelfstandig in een lastige context met behulp van een passende techniek een gebruikersonderzoek doen, verantwoorden en presenteren waarin de samenhang tussen business goals en user needs van de opdracht naar voren komt.	Er is onderzoek gedaan naar business goals en user needs, leidend tot requirements.
	De organisatie en gebruiker staan aangetoond centraal in het onderzoek. De requirements zijn gebaseerd op de conclusies van het onderzoek en geven voldoende beeld waaraan het ontwerp moet voldoen.
	voldoende
1C. Context onderzoeken. Onderzoekt zelfstandig op passende wijze gebruiksomstandigheden vanuit meerdere invalshoeken.	Onderzoek naar de context of gebruiksomstandigheden leidt tot helder beeld daarvan.
	Er is een helder beeld van de context of gebruiksomstandigheden. Keuzes en conclusies zijn (soms indirect) afgeleid uit de onderzoeksresultaten.
	voldoende
	Er is een geschikte onderzoeksmethode toegepast.
	Onderzoeksmethode is geschikt.
	twijfel
	Gebruikte bronnen zijn betrouwbaar en relevant.
	Bronnen zijn betrouwbaar en relevant.
	voldoende



Competentie			
Opmerkingen: De student heeft een complexe ontwerpvraag gehad waarbij vanuit een niet vast omlijnde opdracht een zeer breed onderzoek gedaan moest worden. Dit heeft tot veel informatie geleid waarin in het verslag nog meer lijn gebracht moet worden. In haar onderzoeksrapport komt het gedane onderzoek, inclusief synthese en conclusies, veel beter tot zijn recht. Het valt nog niet te beoordelen of het onderzoek ook een goede samenhang heeft met het ontwerp om dat dit nog niet gerealiseerd is.			



Competentie				
2. Create Concepts.				
2A. Ontwerprichtingen creëren in conceptvorm. Kan zelfstandig op basis van een passende methode verschillende ontwerprichtingen creëren uitgaande van user needs en deze in business goals en conceptvorm verantwoordt aan diverse stakeholders.	Het ontwerpproces is een user-centered design proces.			
	De gebruiker staat centraal in het vaststellen van ontwerpisen en het uitwerken van concepten.			
	voldoende			
	In het ontwerpproces is de oplossingsruimte creatief verkend.			
	Het proces is iteratief en reflectief en leidt tot een beargumenteerde oplossingsrichting.			
twijfel				
2B. Concept concretiseren. Maakt zelfstandig in een lastige context aan de hand van user needs en business goals een keuze uit ontwerprichtingen en concretiseert deze in een concept.	Het ontworpen concept is duidelijk en gestoeld op onderzoek.			
	Het concept is helder gepresenteerd en beargumenteerd vanuit de conclusies uit het onderzoek.			
	twijfel			
	Het ontworpen concept beantwoordt aan de business goals en user needs.			
	Het concept is een relevant antwoord op de probleemstelling en is een acceptabel voorstel, qua strategie & concept.			
twijfel				
Opmerkingen: Vanuit het onderzoek zijn userneeds opgesteld en concepten beschreven. Wel wordt er te stellig vanuit gegaan dat voor al deze userneeds een digitale toepassing de oplossing is. Er had nog verder nagedacht kunnen worden over oplossingen met verschillende touchpoints (digitaal en analoog). Het proces van de conceptfase: brainstorm, mindmappen , synthese vanuit onderzoek etc. wordt nauwelijks in het verslag beschreven. Het wordt daarom niet geheel duidelijk hoe de concepten tot stand zijn gekomen. Ook worden er geen systeemeisen beschreven. Er is een keuze gemaakt voor een concept maar het is nog niet duidelijk waar deze keuze op gebaseerd is.				



Competentie			
3. Design Details.			
3A. Informatiearchitectuur ontwerpen. Kan volgens een zelf gekozen methode binnen een lastige context gegevens identificeren en hiervoor een informatie-structuur ontwerpen.	Er is een informatiestructuur ontworpen die aansluit bij gebruiksbehoeften.		
	De gebruiker is meegenomen in het vaststellen van ontwerpeisen en het uitwerken van een informatiearchitectuur.		
	twijfel		
3B. Handelingen en feedback ontwerpen. Kan zelfstandig volgens geschikte methoden de task flow, de functionele specificaties en het gedrag van een digitale toepassing ontwerpen in de vorm van een interactiemodel van gebruikshandelingen en systeemfeedback.	Er is een interactieontwerp gemaakt dat aansluit bij gebruiksbehoeften.		
	De gebruiker is meegenomen in het vaststellen van ontwerpeisen en het uitwerken van een interactie-ontwerp.		
	De interactie en gebruikersbeleving zijn beargumenteerd.		
3C. Ontwerpen user interface en maken visueel ontwerp. Kan zelfstandig het interactiemodel vertalen naar een user interface ontwerp, maakt daarin een keuze in interactie elementen, bepaalt de opbouw van de interface en maakt een visueel ontwerp.	twijfel		
3D. Maken van een low-fidelity prototype. Kan zelfstandig een juiste keuze maken tussen soorten low-fidelity prototypes om de feedback te verzamelen over de gewenste aspecten van het ontwerp.	Het ontwerp voldoet aan de eisen die aan het ontwerp gesteld werden.		
	Het ontwerp voldoet voldoende aan de eisen die aan het ontwerp gesteld werden.		
	twijfel		
	Het ontwerp beantwoordt aan de business goals en user needs.		
	Het ontwerp is een relevant antwoord op de probleemstelling en er is een acceptabel ontwerp, qua interactie & (visueel) design.		
	twijfel		
Opmerkingen: Er zijn schetsen gemaakt voor de interface maar deze schetsen wekken de indruk van een eerste verkenning van een mogelijk ontwerp. Zij zijn weinig uitgewerkt en worden niet onderbouwd in het verslag. Ook zijn er geen professioneel uitgewerkte en geannoteerde wireframes gemaakt. Daardoor maakt het ontwerp voor de interface een oppervlakkige indruk.	Er is een <u>low-fidelity</u> prototype dat de functionaliteit van het ontwerp effectief communiceert.		
	Het prototype communiceert duidelijk de functionaliteit van het ontwerp.		
	twijfel		



Competentie	
4. Realise.	
4A. Vervaardigen van een werkend high-fidelity prototype. Maakt zelfstandig, met zelfgekozen tools, een werkend high-fidelity prototype van een ontwerp en kan daarmee gebruiksfeedback verzamelen om het concept te verifiëren.	Er is een <u>high-fidelity</u> prototype dat de kwaliteiten van het ontwerp effectief communiceert.
	Het prototype communiceert duidelijk de kwaliteiten van het ontwerp.
	Nog niet gerealiseerd
4B. Rekening houden met de technische eisen van de omgeving waarin een digitale toepassing geïmplementeerd moet worden. Kan zelfstandig het ontwerp van een digitale toepassing afstemmen op de grenzen van de technische mogelijkheden waarbinnen de toepassing geïmplementeerd kan worden en kan optreden als gesprekspartner voor technische experts.	Het ontwerp is afgestemd op de technische mogelijkheden.
	Het ontwerp is realiseerbaar en maakt gebruik van de technische mogelijkheden.
	Nog niet gerealiseerd
Opmerkingen:	
5. Evalueren en testen tijdens alle fasen van het ontwerpproces.	
Kan zelfstandig in alle fasen van het ontwerpproces evalueren en valideren op basis van behoeften, wensen en eisen van de belanghebbenden. Kan aan de hand van relevante richtlijnen van de beroepsgroep conclusies trekken uit de feedback ten aanzien van het ontwerp en het ontwerpproces.	Het ontwerp is gevalideerd met belanghebbenden.
	Er is gevalideerd met subjecten uit de doelgroep.
	twijfel
	Evaluatie-/testresultaten zijn geanalyseerd en conclusies zijn getrokken t.a.v. het ontwerp.
	Heldere analyse en conclusies.
	twijfel
Opmerkingen:	
Er is een begin gemaakt met een testplan maar dit is nog niet uitgevoerd.	



Competentie			
6. Kiezen van de aanpak			
6A. Kiezen methode(n) en technieken bij een user-centered ontwerpproces. Is in staat om zelfstandig een eigen user-centered ontwerpproces in een lastige context in te richten en te verantwoorden met behulp van geschikte methoden en technieken.	Methoden en technieken zijn gekozen om gebruiksbehoeften te achterhalen en oplossingen te creëren in een user-centered ontwerpproces.		
	Gekozen methoden en technieken zijn geschikt.		
	Feedback		
	Er is een volledig ontwerpproces dat in samenhang is uitgevoerd.		
	De benodigde ontwerpfasen zijn doorlopen en zijn in samenhang uitgewerkt.		
	Feedback		
6B. Kiezen projectbeheersingsmethode. Kan zelfstandig op basis van een opdracht in een lastige context een geschikte projectbeheersingsmethode kiezen en een beheersingstraject inrichten.	De methode voor projectbeheersing is geschikt en adequaat toegepast.		
	Het project is methodisch beheerst, de aanpak is afgestemd op de context, doelstellingen en middelen.		
	twijfel		
6C. Reflecteren op de aanpak. Kan zelfstandig reflecteren op het resultaat in relatie tot eigen aanpak van een opdracht in een lastige context en in relatie tot actuele ontwikkelingen in het vakgebied.	Er is goed gereflecteerd op de aanpak.		
	Student reflecteert voldoende op de projectaanpak		
	Nog niet gedaan		
	Er is adequaat gereageerd op veranderingen in de context en/of in het project.		
	Student heeft op gepaste wijze afgeweken van of vastgehouden aan het plan van aanpak.		
	twijfel		
Opmerkingen: Er zijn passende keuzes gemaakt maar doordat verschillende fase in het proces nog niet uitgewerkt zijn is nog niet te beoordelen of de methodes ook tot een goed resultaat hebben geleid. Wat betreft het beheersen van het project kan opgemerkt worden dat, mede door de complexiteit van de opdracht, de student in tijdnood is gekomen waardoor er twijfel is of de student het ontwerpproces op een optimaal niveau kan afronden.			



Competentie	
7. Inzicht verwerven in (nieuwe) toepassingsdomeinen.	
Kan zelfstandig de specifieke kennis van een nieuw toepassingsdomein verwerven en vertalen naar kaders voor een ontwerp in een lastige context.	Er is onderzoek gedaan in het toepassingsdomein.
	Het onderzoek heeft geleid tot inzicht in het toepassingsdomein.
	voldoende
	Er is een oplossingsrichting bepaald die beantwoordt aan de problemen in het toepassingsdomein.
	Inzicht in het toepassingsdomein is vertaald in heldere ontwerpkaders en oplossingen.
Opmerkingen: Er is veel onderzoek gedaan maar het moet blijken of dit tot een goed ontwerp heeft geleid.	
8. Functioneren als kenniswerker.	
8A. Toepassen resultaten onderzoek. Selecteert en gebruikt zelfstandig actuele wetenschappelijke informatie bij het zoeken naar de oplossing van een probleem in een lastige context.	Actuele, betrouwbare en relevante bronnen zijn correct gebruikt.
	Er zijn diverse en voldoende bronnen gebruikt en er is correct gerefereerd.
	Voldoende
	Wetenschappelijke informatie is effectief ingezet bij het nemen van ontwerpbeslissingen.
	Ontwerpbeslissingen zijn helder onderbouwd op basis van resultaten uit onderzoek.
nvt	
8B. Praktijkgericht onderzoek doen. Kan zelfstandig een opdracht in een lastige context vertalen naar onderzoeksvragen en een	Relevante en passende onderzoeksvragen zijn geformuleerd.
	De geformuleerde onderzoeksvragen zijn relevant en passend bij de opdracht.
	voldoende



Competentie	
passend onderzoeksplan en werkt daarin als reflectieve practioner met betrekking tot de ontwikkeling van kennis over de context en het vakgebied CMD.	Passende onderzoeksactiviteiten zijn opgezet en uitgevoerd.
	De onderzoeksactiviteiten zijn qua methode, techniek en haalbaarheid passend gekozen en correct uitgevoerd.
	voldoende
	Uit het onderzoek worden heldere conclusies getrokken die tot een advies of ontwerpbeslissingen kunnen leiden.
	De onderzoeksresultaten zijn helder geanalyseerd en conclusies zijn getrokken m.b.t. de mogelijke implicaties voor het vervolg.
twijfel	
Opmerkingen: Rapportage moet nog afgemaakt worden , dan kan pas alles echt beoordeeld worden.	
9. Verantwoordelijkheid nemen voor jezelf en anderen.	
9A. Je eigen leerproces vormen. Is in staat om zelfstandig zijn eigen leervragen over het vakgebied van CMD te formuleren en weet met welke strategieën hij zich verder kan ontwikkelen.	Student kan aangeven wat hij/zij nog wil leren in het vakgebied.
	Student geeft blijk van inzicht in eigen kunnen en wat nog ontwikkeld moet worden.
	Nog geen informatie
	Student kan constructief met feedback omgaan.
	Student kan feedback zakelijk opvatten en op zijn werk betrekken, neemt het niet persoonlijk.
voldoende	
9B. Hanteren van je maatschappelijke verantwoordelijkheid Is in staat om bij het bedenken van oplossingen voor de opdrachtgever de invloed van het ontwerp op de maatschappij in te schatten.	Uit de verantwoording van het ontwerp blijkt dat over maatschappelijke effecten is nagedacht.
	Ontwerpbeslissingen kunnen worden verantwoord, m.b.t. maatschappelijke effecten.
	voldoende





Competentie	
Opmerkingen:	
10. Functioneren in (internationale) organisaties.	
10A. Je plek vinden in een organisatie. Neemt zijn eigen plek in de beroepsomgeving in en kent zijn taken en verantwoordelijkheden daarbinnen.	De documentatie en/of presentatie geven blijk van een eigen rol en verantwoordelijkheden.
	Rol en verantwoordelijkheden zijn voldoende duidelijk en van voldoende niveau.
	voldoende
10B. Communiceren in organisaties. Kan zelfstandig een adviesproces uitvoeren en alle belanghebbenden binnen en buiten de organisatie daarbij betrekken.	In het project is actief gecommuniceerd met belanghebbenden.
	Belanghebbenden zijn op correcte en effectieve wijze betrokken.
	Nog geen informatie
	De presentatie van het projectresultaat geeft inzicht in de kwaliteiten daarvan.
	De presentatie en verdediging zijn overtuigend, zowel qua boodschap en argumentatie als middel.
	Nog geen informatie
10C. Projectmatig werken. Gaaf zelfstandig in een lastige context samenwerkingsrelaties aan met alle belanghebbenden gericht op het behalen van gemeenschappelijke doelen en rekening houdend met risico's, planning en rollen.	Het project is planmatig en methodisch aangepakt en op veranderingen is adequaat gereageerd.
	De aanpak in het project is passend en effectief geweest en gaande het proces is bewust met veranderingen omgegaan.
	twijfel
Opmerkingen: De student heeft vanuit de opdrachtgever weinig structuur aangeboden gekregen	
11. Denken en handelen als een ontwerper.	
Functioneert als beginnend beroepsbeoefenaar en staat daarbij in een actieve verhouding tot de beroepspraktijk. Denkt actief na over zijn be-	De student heeft een beeld van het vakgebied en weet zich daarin te positioneren.
	De student heeft een goed beeld van wat het vakgebied inhoudt en neemt daarin een positie.



Competentie			
roep op metaniveau. Ontwikkelt een carrièreperspectief.	voldoende		
Houdt ontwikkelingen in de samenleving in relatie tot zijn vakgebied in de gaten en ontwikkeld een eigen visie hierop. Is in staat om op zijn eigen werk te reflecteren op basis van het werk van ontwerpers en ontwerpstromingen in zijn vakgebied.	De student kan reflecteren op het vakgebied, het eigen werk en dat van anderen.		
	De student kan beredeneerd spreken over het vakgebied en in vaktermen discussiëren over de rollen en kwaliteiten daarbinnen.		
	Nog te weinig informatie		
Opmerkingen:			



Competentie			
Taalgebruik			
Taalgebruik en structuur op C1 niveau.	Aantal hoofditems op C1 niveau gescoord in de tabel voor taalgebruik:		
	> 6	5-6	< 5

Taalgebruik

	C1	B2
Tekststructuur	De tekst bevat een duidelijke rode draad bij een complexe gedachtegang; hoofd- en bijzaken zijn duidelijk gescheiden.	De tekst is logisch en consequent opgebouwd.
	De tekst bevat alinea's en waar nodig paragrafen waartussen inhoudelijke verbanden expliciet zijn aangegeven met alle mogelijke verbindingswoorden en duidelijke, cohesieverhogende kernzinnen (wat hier verder nog aan bijdraagt, dit doet echter geen afbreuk aan, enz.).	De tekst bevat alinea's en waar nodig paragrafen waartussen inhoudelijke verbanden expliciet zijn aangegeven met complexere verbindingswoorden (daarentegen, namelijk, enz.) en duidelijke, cohesieverhogende kernzinnen.
	Relaties (zie B2) zijn duidelijk aangegeven met de juiste verwijs- en voegwoorden, ook in lange, meervoudig samengestelde zinnen of complexe redeneringen.	Relaties als oorzaak-gevolg, voor- en nadelen, overeenkomsten, standpunt-argument en vergelijkingen zijn duidelijk aangegeven met de juiste verwijs- en voegwoorden.
Vocabulaire	De tekst bevat rijk en gevarieerd woordgebruik, een goed gebruik van idiomatische uitdrukkingen.	De tekst bevat gevarieerd woordgebruik waarmee herhaling wordt voorkomen.
	De tekst drukt precies uit wat de schrijver wil zeggen. Er worden (vrijwel) geen fouten gemaakt.	De woordkeuze in de tekst is meestal adequaat en trefzeker; er wordt slechts een enkele fout gemaakt.
Argumentatie	Argumentatie is helder en overtuigend. Er worden argumenten genoemd die het standpunt duidelijk ondersteunen.	Argumentatie is helder en voldoende onderbouwd. Er worden argumenten genoemd die het standpunt ondersteunen.
Conclusie	Conclusie is aanwezig, volgt uit de aangedragen argumenten en eventuele aanbevelingen en wordt daaraan expliciet gerelateerd.	Conclusie is aanwezig en volgt uit de aangedragen argumenten. De relatie tussen argumenten, eventuele aanbevelingen en conclusie wordt gelegd.
Grammaticale correctheid	Fouten zijn zeldzaam en moeilijk aan te wijzen.	Slechts incidentele vergissingen en kleine onvolkomenheden in de zinsstructuur komen voor.
Spelling en interpunctie	Maakt vrijwel geen fouten op het gebied van spelling en interpunctie.	Maakt weinig fouten op het gebied van spelling en interpunctie.
Bronvermelding	Als B2.	Bronnen zijn vermeld volgens de APA-norm, of een andere in het vakgebied geaccepteerde standaard.
Register	Als B2.	Het register in de tekst is afgestemd op het tekstdoel, eventueel op meerdere in de tekst: uiteenzetten, betogen, tot handelen aanzetten.



TWEEDE TTA FORMULIEREN

Tussentijds assessment CMD

Student: Marijn
Sellink

Studentnummer:
12047473

Examinator 1: G. Eenschoten

Examinator 2:
A.J.Quanjer

Datum: 07 –
09-2016

eerste / tweede TTA:

Tijdens het tussentijds assessment is het volgende geconstateerd:		ja	nee
a	Het voortgangsverslag is ontvangen	x	
b	Het afstudeerdossier is digitaal beschikbaar	x	
c	Het plan van aanpak is aanwezig	x	
d	Formulier conceptbespreking is aanwezig	x	
e	Het afstudeerdossier geeft voldoende inzicht in de stand van zaken	x	
f	De afstudeeropdracht is tot nu toe naar behoren uitgevoerd	x	

Advies examinatoren (niet bindend)

Aankruisen welk advies de student heeft gekregen

x	Inleveren
	Verlengen
	Stoppen

Besluit student

Aankruisen welke beslissing de student heeft genomen

x	Afstudeerdossier wordt op afgesproken datum ingeleverd	Inleverdatum: 3-10-2016
	Afstudeerperiode wordt verlengd	Inleverdatum:
	Student stopt met afstudeeropdracht	

Korte samenvatting hoofdpunten feedback TTA

Het onderzoek kan nog kernachtiger in het afstudeerverslag beschreven worden. Er moet meer nadruk gelegd worden op activiteiten die echt relevant zijn geweest voor het onderzoeks- en ontwerpproces. De reflectie op de activiteiten moet vooral in het hoofdstuk reflectie beschreven worden. Systeemeisen zijn niet correct beschreven en de beschrijving van het interactie-ontwerp ontbreekt. De onderbouwing van het eindconcept overtuigd nog te weinig. |



Competentie	
1. Look and listen.	
1A. Analyseren en begrijpen van de opdracht. Onderzoekt zelfstandig de probleemstelling en stelt een debriefing met planning op aan de hand van zelf gekozen methoden voor een opdracht in een lastige context. Eindkwalificatie Beoordelingsdimensie	Het ontwerpprobleem wordt inhoudelijk onderzocht en begrepen.
	Hoofd- en bijzaken worden onderscheiden en hoofdzaken krijgen aandacht in de rapportage.
	onvoldoende
	De debriefing geeft een weergave van de inhoud en complexiteit van de opdracht.
	De debriefing past bij de complexiteit van de opdracht en getuigt van inzicht in de gegeven probleemstelling of onderzoeksvraag.
	voldoende
	De analyse van de opdracht is vertaald naar een planning voor het project.
	De planning is compleet.
	voldoende
1B. Businessdoelstelling uitwerken en user needs verzamelen. Kan zelfstandig in een lastige context met behulp van een passende techniek een gebruikersonderzoek doen, verantwoorden en presenteren waarin de samenhang tussen business goals en user needs van de opdracht naar voren komt.	Er is onderzoek gedaan naar business goals en user needs, leidend tot requirements.
	De organisatie en gebruiker staan aangetoond centraal in het onderzoek. De requirements zijn gebaseerd op de conclusies van het onderzoek en geven voldoende beeld waaraan het ontwerp moet voldoen.
	twijfel
1C. Context onderzoeken. Onderzoekt zelfstandig op passende wijze gebruiksomstandigheden vanuit meerdere invalshoeken.	Onderzoek naar de context of gebruiksomstandigheden leidt tot helder beeld daarvan.
	Er is een helder beeld van de context of gebruiksomstandigheden. Keuzes en conclusies zijn (soms indirect) afgeleid uit de onderzoeksresultaten.
	twijfel
	Er is een geschikte onderzoeksmethode toegepast.
	Onderzoeksmethode is geschikt.
	twijfel
	Gebruikte bronnen zijn betrouwbaar en relevant.
	Bronnen zijn betrouwbaar en relevant.
	voldoende



Competentie			
Opmerkingen: De student heeft een complexe ontwerp vraag gehad waarbij vanuit een niet vastomlijnde opdracht een zeer breed onderzoek gedaan moest worden. Dit heeft tot veel informatie geleid waarin in het verslag nog te weinig steekhoudende conclusies worden getrokken. De conclusies lijken na het (doelgroep) onderzoek nog vrij algemeen en redelijk summier. Het onderzoek kan nog kernachtiger in het afstudeerverslag beschreven worden. Er moet meer nadruk gelegd worden op activiteiten die echt relevant zijn geweest voor het onderzoeks- en ontwerpproces.			



Competentie			
2. Create Concepts.			
2A. Ontwerprichtingen creëren in conceptvorm. Kan zelfstandig op basis van een passende methode verschillende ontwerprichtingen creëren uitgaande van user needs en deze in business goals en conceptvorm verantwoorden aan diverse stakeholders.	Het ontwerpproces is een user-centered design proces.		
	De gebruiker staat centraal in het vaststellen van ontwerpisen en het uitwerken van concepten.		
	voldoende		
	In het ontwerpproces is de oplossingsruimte creatief verkend.		
	Het proces is iteratief en reflectief en leidt tot een beargumenteerde oplossingsrichting.		
	twijfel		
2B. Concept concretiseren. Maakt zelfstandig in een lastige context aan de hand van user needs en business goals een keuze uit ontwerprichtingen en concretiseert deze in een concept.	Het ontworpen concept is duidelijk en gestoeld op onderzoek.		
	Het concept is helder gepresenteerd en beargumenteerd vanuit de conclusies uit het onderzoek.		
	twijfel		
	Het ontworpen concept beantwoordt aan de business goals en user needs.		
	Het concept is een relevant antwoord op de probleemstelling en is een acceptabel voorstel, qua strategie & concept.		
	twijfel		
Opmerkingen: Vanuit het onderzoek zijn userneeds opgesteld en concepten beschreven. Wel wordt er te stellig vanuit gegaan dat voor al deze userneeds een digitale toepassing de oplossing is. Er had nog verder nagedacht kunnen worden over oplossingen met verschillende touchpoints (digitaal en analoog). Het proces van de conceptfase wordt matig in het verslag beschreven. Het wordt daarom niet geheel duidelijk hoe de concepten tot stand zijn gekomen. Er is geen duidelijk verschil gemaakt tussen userneeds/doelstellingen en systeemeisen. De systeemeisen zijn meer doelstellingen.			



Competentie			
3. Design Details.			
3A. Informatiearchitectuur ontwerpen. Kan volgens een zelf gekozen methode binnen een lastige context gegevens identificeren en hiervoor een informatie-structuur ontwerpen.	Er is een informatiestructuur ontworpen die aansluit bij gebruiksbehoeften.		
	De gebruiker is meegenomen in het vaststellen van ontwerpeisen en het uitwerken van een informatiearchitectuur.		
	onvoldoende		
3B. Handelingen en feedback ontwerpen. Kan zelfstandig volgens geschikte methoden de task flow, de functionele specificaties en het gedrag van een digitale toepassing ontwerpen in de vorm van een interactiemodel van gebruikshandelingen en systeemfeedback.	Er is een interactieontwerp gemaakt dat aansluit bij gebruiksbehoeften.		
	De gebruiker is meegenomen in het vaststellen van ontwerpeisen en het uitwerken van een interactie-ontwerp.		
	De interactie en gebruikersbeleving zijn beargumenteerd.		
3C. Ontwerpen user interface en maken visueel ontwerp. Kan zelfstandig het interactiemodel vertalen naar een user interface ontwerp, maakt daar in een keuze in interactie elementen, bepaalt de opbouw van de interface en maakt een visueel ontwerp.	Het ontwerp voldoet aan de eisen die aan het ontwerp gesteld werden.		
	Het ontwerp voldoet voldoende aan de eisen die aan het ontwerp gesteld werden.		
	voldoende		
	Het ontwerp beantwoordt aan de business goals en user needs.		
	Het ontwerp is een relevant antwoord op de probleemstelling en er is een acceptabel ontwerp, qua interactie & (visueel) design.		
3D. Maken van een low-fidelity prototype. Kan zelfstandig een juiste keuze maken tussen soorten low-fidelity prototypes om de feedback te verzamelen over de gewenste aspecten van het ontwerp.	twijfel		
	Er is een <u>low-fidelity</u> prototype dat de functionaliteit van het ontwerp effectief communiceert.		
	Het prototype communiceert duidelijk de functionaliteit van het ontwerp.		
voldoende			
Opmerkingen: Het uitwerken van het ontwerp begint bij het het schetsen van de interface. Het is niet duidelijk welk interactie-ontwerp daar de basis voor is. Methoden voor het ontwerpen van een informatie- architectuur zijn niet beschreven. Er zijn schetsen gemaakt voor de interface en deze schetsen zijn goed geannoteerd. Er is ook een goede stap naar geannoteerde wireframes gemaakt. Het interface-ontwerp is geëvalueerd met gebruikers. Naar aanleiding van user-feedback zijn er zinnige verbeteringen uitgevoerd. Het gekozen concept ligt dicht bij het toepassen van kruiden voor een gezond lichaam. Het is de vraag of dit niet wat te ver af ligt van het thema "Voedsel themapark". Het is daarom de vraag of de applicatie, ondanks het potentieel interessant concept, meer bezoek aan het park zal genereren. Daarmee is de hoofdvraag/ probleemstelling nog niet overtuigend beantwoord.			



Competentie	
4. Realise.	
4A. Vervaardigen van een werkend high-fidelity prototype. Maakt zelfstandig, met zelfgekozen tools, een werkend high-fidelity prototype van een ontwerp en kan daarmee gebruiksfeedback verzamelen om het concept te verifiëren.	Er is een <u>high-fidelity</u> prototype dat de kwaliteiten van het ontwerp effectief communiceert.
	Het prototype communiceert duidelijk de kwaliteiten van het ontwerp.
	Voldoende
4B. Rekening houden met de technische eisen van de omgeving waarin een digitale toepassing geïmplementeerd moet worden. Kan zelfstandig het ontwerp van een digitale toepassing afstemmen op de grenzen van de technische mogelijkheden waarbinnen de toepassing geïmplementeerd kan worden en kan optreden als gesprekspartner voor technische experts.	Het ontwerp is afgestemd op de technische mogelijkheden.
	Het ontwerp is realiseerbaar en maakt gebruik van de technische mogelijkheden.
	Voldoende
Opmerkingen: Het prototype laat de functionaliteit voldoende zien.	
5. Evalueren en testen tijdens alle fasen van het ontwerpproces.	
Kan zelfstandig in alle fasen van het ontwerpproces evalueren en valideren op basis van behoeften, wensen en eisen van de belanghebbenden. Kan aan de hand van relevante richtlijnen van de beroepsgroep conclusies trekken uit de feedback ten aanzien van het ontwerp en het ontwerpproces.	Het ontwerp is gevalideerd met belanghebbenden.
	Er is gevalideerd met subjecten uit de doelgroep.
	voldoende
	Evaluatie-/testresultaten zijn geanalyseerd en conclusies zijn getrokken t.a.v. het ontwerp.
	Heldere analyse en conclusies.
	voldoende
Opmerkingen: Er is beperkt getest met users. Het lijkt of dat vrij informeel, zonder een heel systematisch uitgevoerd plan, is gebeurd. er zijn wel relevante tips en feedback uitgekomen.	



Competentie			
6. Kiezen van de aanpak			
6A. Kiezen methode(n) en technieken bij een user-centered ontwerpproces. Is in staat om zelfstandig een eigen user-centered ontwerpproces in een lastige context in te richten en te verantwoorden met behulp van geschikte methoden en technieken.	Methoden en technieken zijn gekozen om gebruiksbehoeften te achterhalen en oplossingen te creëren in een user-centered ontwerpproces.		
	Gekozen methoden en technieken zijn geschikt.		
	voldoende		
	Er is een volledig ontwerpproces dat in samenhang is uitgevoerd.		
	De benodigde ontwerpfasen zijn doorlopen en zijn in samenhang uitgewerkt.		
6B. Kiezen projectbeheersingsmethode. Kan zelfstandig op basis van een opdracht in een lastige context een geschikte projectbeheersingsmethode kiezen en een beheersingstraject inrichten.	De methode voor projectbeheersing is geschikt en adequaat toegepast.		
	Het project is methodisch beheerst, de aanpak is afgestemd op de context, doelstellingen en middelen.		
	twijfel		
6C. Reflecteren op de aanpak. Kan zelfstandig reflecteren op het resultaat in relatie tot eigen aanpak van een opdracht in een lastige context en in relatie tot actuele ontwikkelingen in het vakgebied.	Er is goed gereflecteerd op de aanpak.		
	Student reflecteert voldoende op de projectaanpak		
	Nog niet gedaan		
	Er is adequaat gereageerd op veranderingen in de context en/of in het project.		
	Student heeft op gepaste wijze afgeweken van of vastgehouden aan het plan van aanpak.		
Opmerkingen: Wat betreft het beheersen van het project kan opgemerkt worden dat, mede door de complexiteit van de opdracht, de student in tijdnood is gekomen. In het ontwerpproces zijn soms minder onderbouwde beslissingen genomen en zijn sommige stappen over geslagen (informatie-architectuur) of verkeer geïnterpreteerd (systeemeisen).	twijfel		



Competentie	
7. Inzicht verwerven in (nieuwe) toepassingsdomeinen.	
Kan zelfstandig de specifieke kennis van een nieuw toepassingsdomein verwerven en vertalen naar kaders voor een ontwerp in een lastige context.	Er is onderzoek gedaan in het toepassingsdomein.
	Het onderzoek heeft geleid tot inzicht in het toepassingsdomein.
	voldoende
	Er is een oplossingsrichting bepaald die beantwoordt aan de problemen in het toepassingsdomein.
	Inzicht in het toepassingsdomein is vertaald in heldere ontwerp-kaders en oplossingen.
Opmerkingen: Er is veel onderzoek gedaan maar het blijft twijfelachtig of de resultaten uit het onderzoek een diepgaande basis hebben gelegd voor het daaropvolgende ontwerp.	
8. Functioneren als kenniswerker.	
8A. Toepassen resultaten onderzoek. Selecteert en gebruikt zelfstandig actuele wetenschappelijke informatie bij het zoeken naar de oplossing van een probleem in een lastige context.	Actuele, betrouwbare en relevante bronnen zijn correct gebruikt.
	Er zijn diverse en voldoende bronnen gebruikt en er is correct gerefereerd.
	Voldoende
	Wetenschappelijke informatie is effectief ingezet bij het nemen van ontwerpbeslissingen.
	Ontwerpbeslissingen zijn helder onderbouwd op basis van resultaten uit onderzoek.
nvt	
8B. Praktijkgericht onderzoek doen. Kan zelfstandig een opdracht in een lastige context vertalen naar onderzoeksvragen en een	Relevante en passende onderzoeksvragen zijn geformuleerd.
	De geformuleerde onderzoeksvragen zijn relevant en passend bij de opdracht.
	twijfel



Competentie	
passend onderzoeksplan en werkt daarin als reflectieve practitioner met betrekking tot de ontwikkeling van kennis over de context en het vakgebied CMD.	Passende onderzoeksactiviteiten zijn opgezet en uitgevoerd.
	De onderzoeksactiviteiten zijn qua methode, techniek en haalbaarheid passend gekozen en correct uitgevoerd.
	twijfel
	Uit het onderzoek worden heldere conclusies getrokken die tot een advies of ontwerpbeslissingen kunnen leiden.
	De onderzoeksresultaten zijn helder geanalyseerd en conclusies zijn getrokken m.b.t. de mogelijke implicaties voor het vervolg.
Opmerkingen: Zie competentie 1 en 7	
9. Verantwoordelijkheid nemen voor jezelf en anderen.	
9A. Je eigen leerproces vormgeven. Is in staat om zelfstandig zijn eigen leervragen over het vakgebied van CMD te formuleren en weet met welke strategieën hij zich verder kan ontwikkelen.	Student kan aangeven wat hij/zij nog wil leren in het vakgebied.
	Student geeft blijk van inzicht in eigen kunnen en wat nog ontwikkeld moet worden.
	voldoende
	Student kan constructief met feedback omgaan.
	Student kan feedback zakelijk opvatten en op zijn werk betrekken, neemt het niet persoonlijk.
9B. Hanteren van je maatschappelijke verantwoordelijkheid Is in staat om bij het bedenken van oplossingen voor de opdrachtgever de invloed van het ontwerp op de maatschappij in te schatten.	Uit de verantwoording van het ontwerp blijkt dat over maatschappelijke effecten is nagedacht.
	Ontwerpbeslissingen kunnen worden verantwoord, m.b.t. maatschappelijke effecten.
	voldoende

□



Competentie	
Opmerkingen: Student stelt zich open voor feedback en toont inzicht in haar eigen leerproces.	
10. Functioneren in (internationale) organisaties.	
10A. Je plek vinden in een organisatie. Neemt zijn eigen plek in de beroepsomgeving in en kent zijn taken en verantwoordelijkheden daarbinnen.	De documentatie en/of presentatie geven blijk van een eigen rol en verantwoordelijkheden.
	Rol en verantwoordelijkheden zijn voldoende duidelijk en van voldoende niveau.
	voldoende
10B. Communiceren in organisaties. Kan zelfstandig een adviesproces uitvoeren en alle belanghebbenden binnen en buiten de organisatie daarbij betrekken.	In het project is actief gecommuniceerd met belanghebbenden.
	Belanghebbenden zijn op correcte en effectieve wijze betrokken.
	twijfel
	De presentatie van het projectresultaat geeft inzicht in de kwaliteiten daarvan.
	De presentatie en verdediging zijn overtuigend, zowel qua boodschap en argumentatie als middel.
	Nog geen informatie
10C. Projectmatig werken. Gaat zelfstandig in een lastige context samenwerkingsrelaties aan met alle belanghebbenden gericht op het behalen van gemeenschappelijke doelen en rekening houdend met risico's, planning en rollen.	Het project is planmatig en methodisch aangepakt en op veranderingen is adequaat gereageerd.
	De aanpak in het project is passend en effectief geweest en gaande het proces is bewust met veranderingen omgegaan.
	twijfel
Opmerkingen: De student heeft vanuit de opdrachtgever weinig structuur aangeboden gekregen en heeft moeite gehad om een duidelijk lijn in haar activiteiten te brengen. We is het haar gelukt om haar het hele proces, van onderzoek tot ontwerp, te doorlopen.	
11. Denken en handelen als een ontwerper.	
Functioneert als beginnend beroepsbeoefenaar en staat daarbij in een actieve verhouding tot de beroepspraktijk. Denkt actief na over zijn be-	De student heeft een beeld van het vakgebied en weet zicht daarin te positioneren.
	De student heeft een goed beeld van wat het vakgebied inhoudt en neemt daarin een positie.



Competentie			
roep op metaniveau. Ontwikkelt een carrièreperspectief.	voldoende		
Houdt ontwikkelingen in de samenleving in relatie tot zijn vakgebied in de gaten en ontwikkelt een eigen visie hierop. Is in staat om op zijn eigen werk te reflecteren op basis van het werk van ontwerpers en ontwerpstromingen in zijn vakgebied.	De student kan reflecteren op het vakgebied, het eigen werk en dat van anderen.		
	De student kan beredeneerd spreken over het vakgebied en in vaktermen discussiëren over de rollen en kwaliteiten daarbinnen.		
	Nog te weinig informatie		
Opmerkingen:			



Competentie			
Taalgebruik			
Taalgebruik en structuur op C1 niveau.	Aantal hoofditems op C1 niveau gescoord in de tabel voor taalgebruik:		
	> 6	5-6	< 5

Taalgebruik



	C1	B2
Tekststructuur	De tekst bevat een duidelijke rode draad bij een complexe gedachtegang; hoofd- en bijzaken zijn duidelijk gescheiden.	De tekst is logisch en consequent opgebouwd.
	De tekst bevat alinea's en waar nodig paragrafen waartussen inhoudelijke verbanden expliciet zijn aangegeven met alle mogelijke verbindingswoorden en duidelijke, cohesieverhogende kernzinnen (wat hier verder nog aan bijdraagt, dit doet echter geen afbreuk aan, enz.).	De tekst bevat alinea's en waar nodig paragrafen waartussen inhoudelijke verbanden expliciet zijn aangegeven met complexere verbindingswoorden (daarentegen, namelijk, enz.) en duidelijke, cohesieverhogende kernzinnen.
	Relaties (zie B2) zijn duidelijk aangegeven met de juiste verwijs- en voegwoorden, ook in lange, meervoudig samengestelde zinnen of complexe redeneringen.	Relaties als oorzaak-gevolg, voor- en nadelen, overeenkomsten, standpunt-argument en vergelijkingen zijn duidelijk aangegeven met de juiste verwijs- en voegwoorden.
Vocabulaire	De tekst bevat rijk en gevarieerd woordgebruik, een goed gebruik van idiomatische uitdrukkingen.	De tekst bevat gevarieerd woordgebruik waarmee herhaling wordt voorkomen.
	De tekst drukt precies uit wat de schrijver wil zeggen. Er worden (vrijwel) geen fouten gemaakt.	De woordkeuze in de tekst is meestal adequaat en trefzeker; er wordt slechts een enkele fout gemaakt.
Argumentatie	Argumentatie is helder en overtuigend. Er worden argumenten genoemd die het standpunt duidelijk ondersteunen.	Argumentatie is helder en voldoende onderbouwd. Er worden argumenten genoemd die het standpunt ondersteunen.
Conclusie	Conclusie is aanwezig, volgt uit de aangedragen argumenten en eventuele aanbevelingen en wordt daaraan expliciet gerelateerd.	Conclusie is aanwezig en volgt uit de aangedragen argumenten. De relatie tussen argumenten, eventuele aanbevelingen en conclusie wordt gelegd.
Grammaticale correctheid	Fouten zijn zeldzaam en moeilijk aan te wijzen.	Slechts incidentele vergissingen en kleine onvolkomenheden in de zinsstructuur komen voor.
Spelling en interpunctie	Maakt vrijwel geen fouten op het gebied van spelling en interpunctie.	Maakt weinig fouten op het gebied van spelling en interpunctie.
Bronvermelding	Als B2.	Bronnen zijn vermeld volgens de APA-norm, of een andere in het vakgebied geaccepteerde standaard.
Register	Als B2.	Het register in de tekst is afgestemd op het tekstdoel, eventueel op meerdere in de tekst: uiteenzetten, betogen, tot handelen aanzetten.



EVALUATIEFORMULIER AFSTUDEREN

In te vullen door opdrachtgever c.q. bedrijfsmentor(en)

Student: Marijn Sellink

Periode: februari 2016- oktober 2016

Bedrijf c.q. instelling: Gemeente Den Haag

Bedrijfsmentor: Rémon Dammers

Plaats: Den Haag

Datum: 29-09-2016

1. Heeft de student zich zelf snel en goed ingewerkt in het bedrijf en de uit te voeren afstudeeropdracht?

De opdracht van Marijn was een grote uitdaging. Binnen onze afdeling is er weinig kennis over de te bereiken doelgroep en we konden dan ook geen concrete handvatten (wel collega's van andere diensten) bieden hoe iets aan te pakken. Desondanks heeft toch snel stappen kunnen zetten om de opdracht uit te kunnen voeren. Ze heeft hierdoor wel een goed beeld gekregen van de manier waarop een gemeente organisatie werkt en waar je tegen aan kunt lopen.

2. **Hoe beoordeelt u de communicatieve vaardigheden van de student (in de samenwerking met collega's, in contacten met de opdrachtgever, bij mondelinge presentaties, schriftelijke rapportages)?**

De communicatieve vaardigheden van Marijn laat weinig te wensen over. Met een open houding gaat ze gesprekken met veel verschillende mensen in. Hierbij weet ze ook mensen te mobiliseren om haar te helpen (haar enthousiasme maakt andere ook weer enthousiast). Soms mag ze zich wel zekerder opstellen. In gesprekken met mij twijfelt ze regelmatig of het goede wat ze doet ook goed is.

De schriftelijke vaardigheden heeft ze zich tijdens de stage steeds meer eigen gemaakt. Het verschil tussen de eerste versie van het onderzoeksverslag en het eindverslag zijn enorm. Ze is daar echt in gegroeid. Ze weet nu een logisch verhaal op te schrijven. Aandachtspunt is nog de formuleringen die ze kiest.

3. **Hoe heeft de student tijdens het uitvoeren van de opdracht gefunctioneerd?**

- | | |
|---|-----------|
| • Qua verantwoordelijkheid | goed |
| • Qua zelfstandigheid | goed |
| • Qua planmatig werken | voldoende |
| • Qua creativiteit | goed |
| • Qua productiviteit | goed |
| • Qua samenwerken met collega's | goed |
| • Qua draagvlakontwikkeling | goed |
| • Qua inspelen op bedrijfscultuur | goed |
| • Qua rekening houden met de specifieke context van het bedrijf | goed |
| • Qua het op gang brengen van de nodige veranderingen | voldoende |

4. **Hoe beoordeelt u de kennis en kunde van de student in verhouding tot wat u verwacht van een bijna afgestudeerde?**

Marijn weet goed haar weg op een weg die niet uitgestippeld is. In dit project heeft ze op veel verschillende plekken (soms via via) stukjes informatie kunnen vinden om tot een goed beeld te komen van de doelgroep die we willen bereiken. Zowel met schriftelijke bronnen als in contacten met diverse mensen (van verschillende komaf en niveau) heeft ze laten zien daar de juiste informatie uit te kunnen halen.

Dit ging niet altijd in één keer, maar Marijn is goed in staat om met tegenslagen om te gaan. Reflecteren op wat ze gedaan heeft en hoe het anders kan (en dat nog doorvoeren ook) is iets wat ze goed kan en wat het project geholpen heeft.

Het omzetten van de bevindingen in een concept wat aansluit bij de wensen en mogelijkheden van de doelgroep heeft ze erg goed aangepakt.

5. **Hoe beoordeelt u de kwaliteit van de opgeleverde (tussen)producten?**

Het onderzoeksverslag geeft een duidelijk beeld van de wensen en mogelijkheden om de doelgroep (de mensen die het



Zuiderpark maar niet ons terrein bezoeken) te bereiken. Het geeft ook inzichten in de stappen die wij in het vervolg traject moeten nemen om mensen meer te betrekken.

Het concept de Krachtige Kruiden vonden wij al een mooi concept. Dat ze door een externe partij (Coöperatief eigenwijzer) op basis van de schetsen van het concept een baan aangeboden kreeg zegt genoeg over de kwaliteit van het concept.

6. Bent u tevreden over het opgeleverde (eind)product?

- **In hoeverre heeft u gekregen wat is afgesproken?**

Krachtige kruiden is een goede mogelijkheid om mensen te bereiken als het gaat om gezonde voeding in een sociale setting. Als wij (waarschijnlijk volgend jaar) een deel van ons terrein inrichten om aan te sluiten bij krachtige kruiden hebben we een mooie trekker die aansluit bij de wensen van de mensen en waarbij fysiek en digitaal elkaar versterken.

- **In hoeverre voldoet het (eind)product aan uw verwachtingen?**

Het voldoet zeker aan onze verwachtingen. We hadden van te voren geen verwachting van het eindproduct. Het doel (mensen trekken met als onderwerp voedsel) was voor ons het belangrijkste. Hoe dat er uit zou zien was afhankelijk van de uitkomsten van het onderzoek. Het koppelen van bevindingen uit het onderzoek en dat vertalen in een concept is Marijn goed geslaagd en daarmee voldoet ze en het geleverde concept geheel aan de verwachtingen

- **Wat is de bruikbaarheid en onderhoudbaarheid hiervan?**

Er zal een moderator moeten zijn voor de website om posts te kunnen bijhouden.

- **Wat gebeurt er met het opgeleverde (eind)product?**

Intern gaan we het product te integreren in het plan voor de ontwikkeling van het NME terrein op het Zuiderpark.

- **Kunt u direct met het opgeleverde product aan de slag?**

Het plan rond het Zuiderpark is nog in ontwikkeling. Wel zou dit één van de initiatieven kunnen worden die alvast uitgevoerd gaat worden om al wat veranderingen in gang te zetten. Er is daar ook budget voor.

7. Zijn er nog aspecten voor u van belang die nog niet aan de orde zijn geweest?

Een punt dat ik bij de andere stagiair (Leonie) ook al heb aangegeven is dat ik denk dat er te weinig aandacht besteed is aan de vaardigheid, het schrijven van een verslag. Opmerkelijk is dat beide studenten betrekkelijk eenvoudig hun studie CMD doorlopen hebben en pas bij het afstuderen tegen de hiaten in kennis van de verslaglegging aanlopen. Het gewicht wat nu aan de verslaglegging gehangen is erg groot.

Dat stage langer heeft geduurd dan aanvankelijk gepland heeft voor een groot gedeelte met de complexiteit van het onderzoek te maken. Ik heb de omvang van de onderzoeksvraag onderschat. Dit heeft soms tot wat frustraties geleid waar Marijn zich goed doorheen geworsteld heeft. Hierin zou iets meer sturing van mij uit de Hogeschool wenselijk zijn geweest. Jullie hebben meer ervaring met dit soort onderzoeken en kunnen beter inschatten of een onderzoeksvraag te behappen is binnen de gestelde tijd.

Ook zou ik dat er meer eisen gesteld werden aan mij als begeleider. Het kwam er op neer dat ik een afstudeerplaats en een opdracht moest leveren en verder niets. Een student die erg veel tijd besteed aan een afstudeeropdracht verdient meer. Contact tussen de Hogeschool en mij (als begeleider) mag beter, om een student beter te kunnen begeleiden. Mijn leerproces in het begeleiden van een student mag niet ten koste gaan van in dit geval Marijn (en Leonie). Ik kan dat in deze stage helaas nu niet kan uitsluiten.

8. Bent u bereid een volgende keer weer uw medewerking te verlenen aan het beschikbaar stellen van een afstudeerplaats (graag met toelichting)?

Gezien de ervaring met de studenten die we nu gezien hebben graag. De producten die geleverd zijn bieden veel perspectief voor ons. Wel zouden de bovengenoemde punten beter ingevuld moeten worden.

