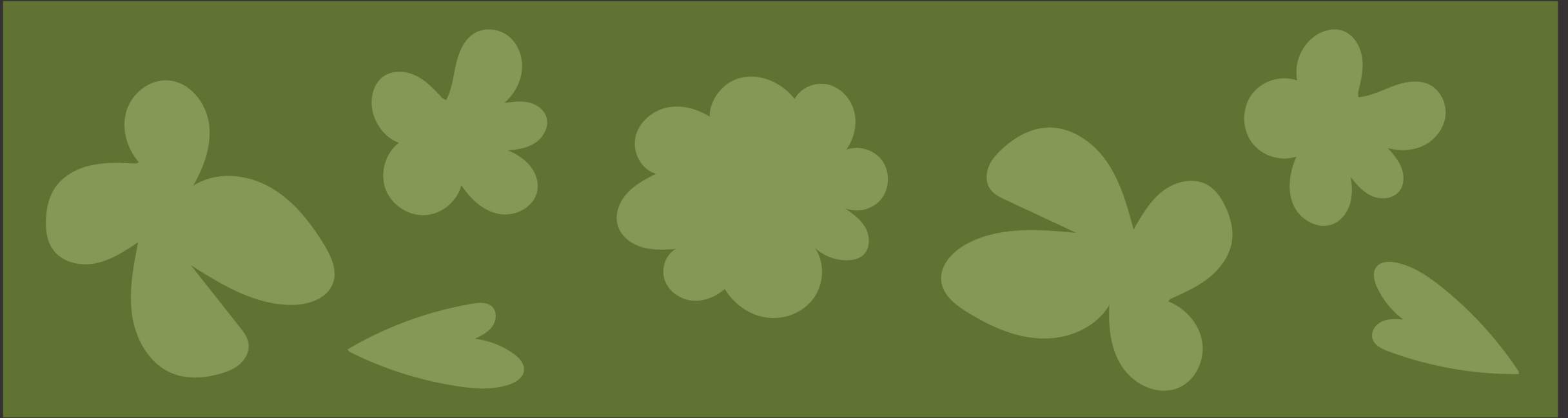


Datapunt 4C

Wij en IK als bedrijf in proces



Faye Canton - Jaar 2025 - 2152618

LUK'S

BC 4.1.2 Je illustreert je persoonlijke kijk op de waarde van je ontwerpoplossing voor de toepassingscontext en maakt zichtbaar welke verrijkingen en beperkingen de oplossing met zich mee kan brengen. [Ontwikkelen]

BC 4.2.2 Je onderbouwt de gemaakte keuzes tijdens het ontwerpproces en maakt zichtbaar welke impact deze keuzes hebben op de belanghebbenden. [Organiseren & Samenwerken]

BC 4.3.1 Je laat zien dat je je bewust bent van wat jouw aandeel is in de samenwerking met anderen. [Samenwerken]

BC 4.3.2 Je beschrijft leerambities met bijpassende leerdoelen op basis van je doorgemaakte ontwikkeling in het afgelopen jaar en formuleert concrete acties op basis van theorie om deze leerdoelen te bereiken. [Ontwikkelen]

Mijn aandeel in het ontwerp- proces

Groepsgenoten

Nynke



Ferhan



Eline



Naomi



Aftrap

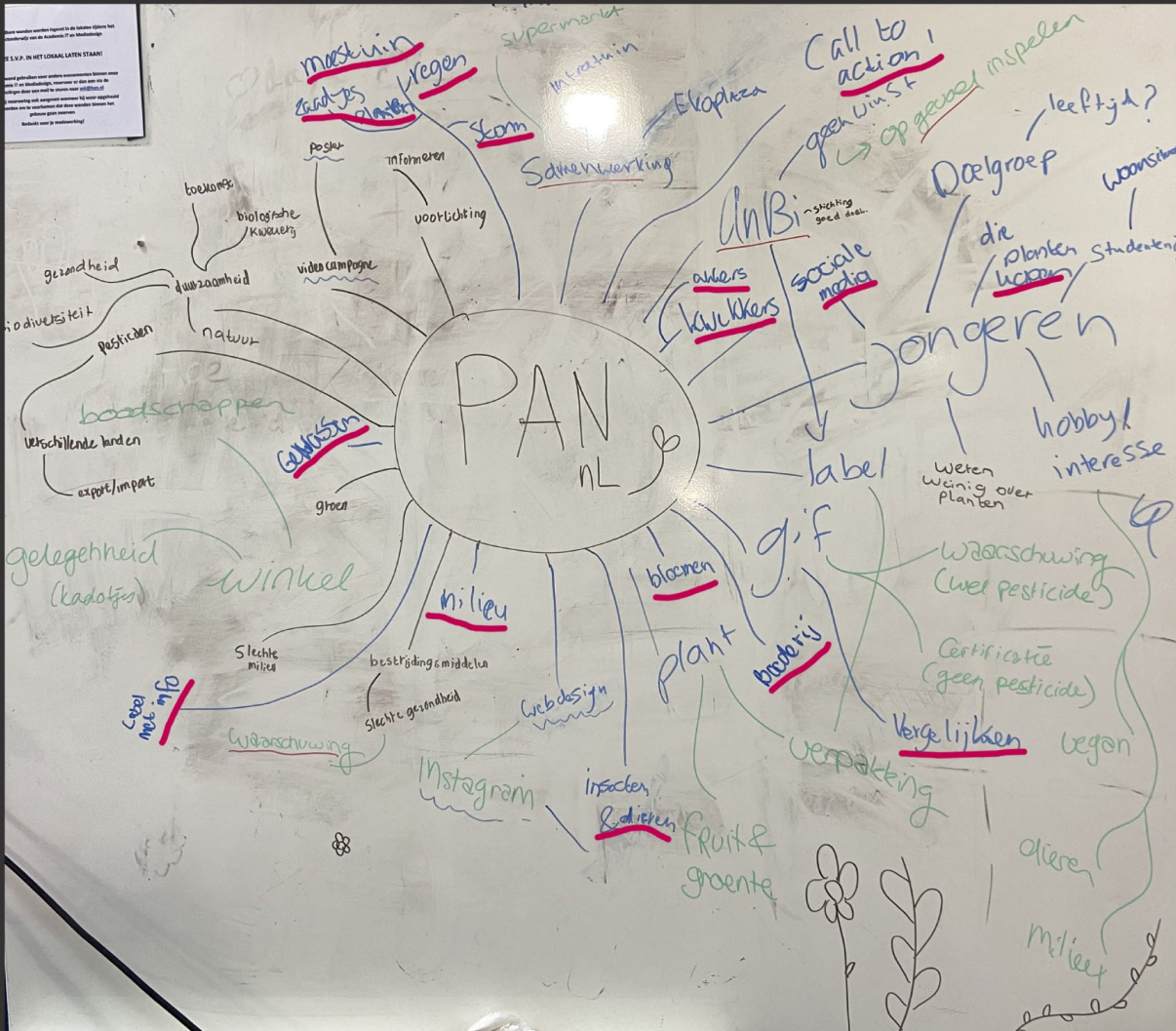
Wij hebben als eerst een Mindmap gemaakt om na te denken over wat wij al wisten van het onderwerp en de organisatie PAN-NL.

Aan de hand daarvan konden wij een aantal vragen opstellen die wij bij de eerste ontmoeting met Matheus van PAN-NL konden stellen. Mijn groepsgenoten hebben deze vragen gesteld en ik heb mij beziggehouden met het noteren van de informatie die er verteld werd.

Hierdoor hebben wij de doelgroep kunnen vast stellen en de opdracht van PAN-NL helder voor onszelf kunnen verwoorden.

Doelgroep: Jongeren die klant zijn bij een tuincentrum.

Opdracht: Jongeren bereiken en informeren over bespoten planten in tuincentra om ze zo te behoeden voor de mogelijke gevolgen op hun gezondheid en de impact op de natuur.



Vervolgens zijn wij gezaamenlijk een ontwerpvrage gaan opstellen.

“Hoe kunnen we jongeren tijdens hun bezoek aan een tuincentrum bewuster maken over bespoten en onbespoten planten, zodat er minder bespoten planten worden verkocht middels een ontwerp dat eenvoudig inzetbaar is?”

En bijbehorende **onderzoeksvragen**:

- In welke mate zijn jongeren in Nederland zich bewust van het gebruik van pesticiden bij tuinplanten?
- Wat zijn de voor- en nadelen van onbespoten planten?
- Welke obstakels ervaren tuincentra bij het vergroten van hun aanbod van gifvrije planten?
- Via welke media ontvangen jongeren het liefst informatie over milieuvriendelijke keuzes?
- Wat word er al gedaan om de verkoop van onbespoten planten te verkopen en wat zijn de resultaten daarvan?

Ik ben bezig geweest om de vraag over de wat de voor- en nadelen van bespoten en onbespoten planten zijn. Deze vraag heb ik beantwoord doormiddel van een **literatuur onderzoek** met als bron bijv. het onderzoek van PAN-NL.

Een aantal **waardevolle bevindingen**:

Nadelen van bespoten planten:

- Negatieve impact op klimaat en milieu
- Vervuiling van bodemwater en omgeving
- Minderbiodiversiteit en insecten
- Slecht voor mens en dier

Voordelen bespoten planten:

- Besparing van geld op kort termijn
- Langer houdbaar en beter beschermd
- Voorkomt plagen en ziektes

Door deze vraag te beantwoorden zijn wij al veel te weten gekomen over de verschillende negatieve effecten van bespoten planten op mens, dier en omgeving. Daarnaast hebben we ook gekeken naar voor argumenten voor het bespuiten van planten. Door deze kant ook te bekijken wouden wij meer begrip krijgen voor waarom mensen juist wel bespoten planten kopen.

Pressure cooker

Empathize & define: Hier zijn verder ingaan op wat het probleem is en wat de doelgroep wil. Aan de hand daarvan zijn gebruikers vragen opgesteld.

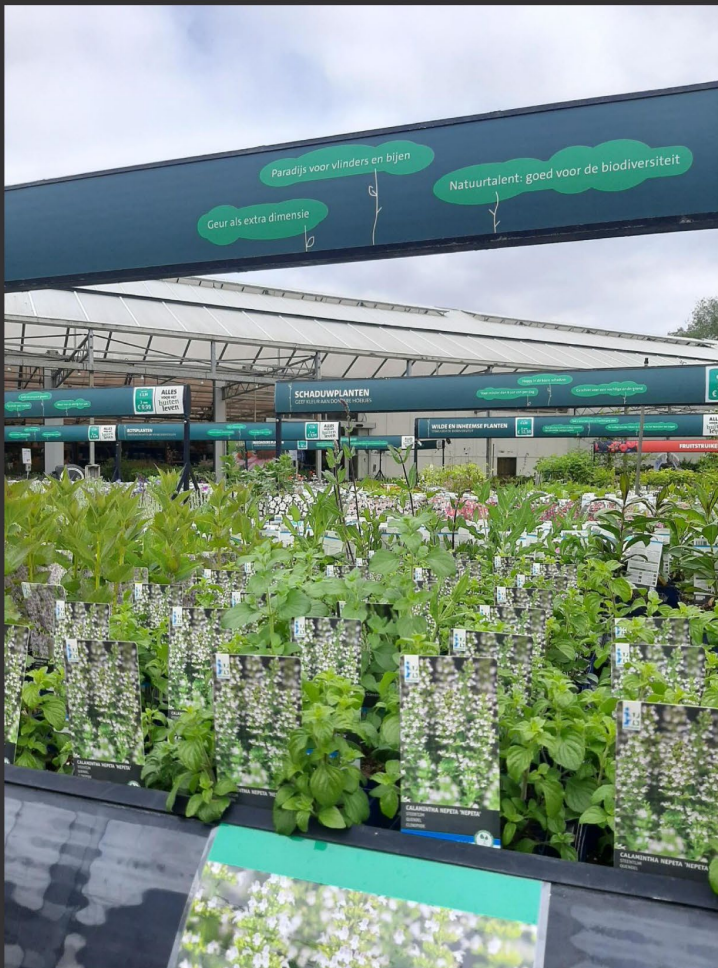
Mijn gebruikers vragen:

- Hoe kan ik wanneer ik planten koop informatie vinden over met wat deze bespoten is?
- Welke tuincentra verkopen onbespoten planten?
- Hoe houd in mijn tuin insect vrij zonder chemicaliën?
- Welke gevolgen kan ik zelf ervaren wanneer ik bespoten planten koop?

Mijn groepsgenoten hebben vervolgens weer een mindmap gemaakt en schetsen voor een eerste idee.(bronchure/flyer)
Deze is vervolgens getest waardoor wij al verschillende inzichten hebben opgedaan over welke informatie er te lezen moet zijn.



De pressure cooker was handig om mee te beginnen omdat we op deze manier al een keer alle fases van een ontwerpproces met elkaar hebben door gemaakt. Zo konden we onze taken later makkelijk verdelen omdat we dit al een keer eerder hadden gedaan.



Vervolgens hebben we gezamenlijk een project planning en plan van aanpak gemaakt. Hierdoor konden we makkelijk de taken verdelen en bleven we op schema zodat we niet in tijdsnood raakte.

Informeren

Toen hebben we om meer informatie te verzamelen een bezoek gebracht aan de Intratuin en hier een medewerker geïnterviewd. Ik ben toen vooral bezig geweest met het rond kijken naar wat de Intratuin al voor een informatie geeft over bespoten en onbespoten planten.

Hier hebben we veel informatie opgedaan over hoe de intratuin hun verkoop van bespoten planten aan het verminderen is en hoe erg klanten hiermee bezig zijn.

Tussen presentatie

Tijdens de tussen presentatie hebben wij veel feedback gekregen van de opdrachtgever, docenten en medeleerlingen. Het belangrijkste inzichten dat wij op hebben gedaan kwamen van PAN-NL zelf. Namelijk dat we moeten letten op hoe duur het produceren van bijvoorbeeld een broche zou zijn omdat het budget niet groot is. En dat ze het leuk zouden vinden om een actie te hebben waarbij de vrijwilligers van PAN-NL fysiek zelf iets zouden kunnen doen omdat hier vaak naar gevraagd wordt.

Tijdens deze presentatie heb ik verteld over de ontwerpvrage en onderzoeksvragen en hoe we die voorlopig hebben beantwoord met bijvoorbeeld een bronnenonderzoek of prototype.



Concept

Tijdens onze eerste echt teambespreking met een docent kwamen wij erachter dat wij nog geen concept hadden. Wij hebben toen even een stapje teruggezet om een concept te bedenken.

We hadden besloten om los van elkaar ieder een concept te bedenken en deze met elkaar te bespreken. Uit eindelijk besloten we dat mijn concept het meest passend was bij ons doel van informeren en activeren.

Dit hebben we los van elkaar gedaan om zoveel mogelijk verschillende Ideeën voor een concept in korte tijd te kunnen bedenken.

Na feedback van onze begeleider over dat het concept nog niet echt bij jongeren past hebben wij deze passende gemaakt voor de jongere/ studenten doelgroep. Door in plaats van de tuin, plekken te benoemen die jongeren **wel hebben** zoals een balkon, vensterbank of vaas.

Ook in JOUW tuin!
Ook in JOUW tuin_
Ook in JOUW tuin?

Informeren &
Activeren

Het informeren van jongeren over wat de gevolgen van pesticide zijn en wat zij kunnen doen om deze negatieve gevolgen tegen te gaan. Dit word gedaan door ze aan te spreken met dringende zin of een vraag. Hiermee willen we meer bewust zijn creëren en negatieve gevolgen verminderen voor iedereen!

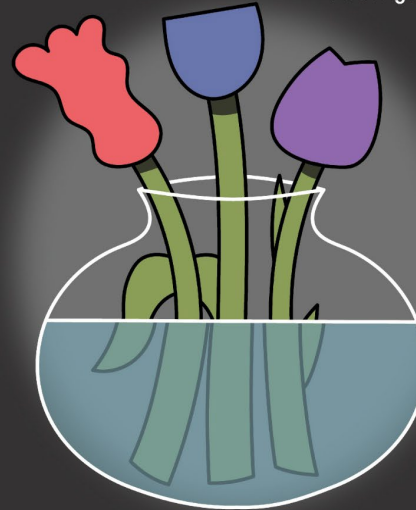
Campagne maken

Hierbij zijn we ook weer los van elkaar na gaan denken over ideeën voor een campagne uit eindelijk kwamen we op Posters, button pins en Plannen prikkers. Voor alle ideeën gebruikt we een voor af afgesproken lettertype en kleur gebruik.

Na het bespreken van onze ideeën hadden we besloten om mijn design van poster te gebruiken en hier een serie van te maken. We hebben zo uit eindelijk 2 series een van mij en een gemaakt door Naomi.

Ook in **JOUW** vaas!

..bevinden zich sporen van chemicaliën die schadelijk kunnen zijn voor JOUW gezondheid!

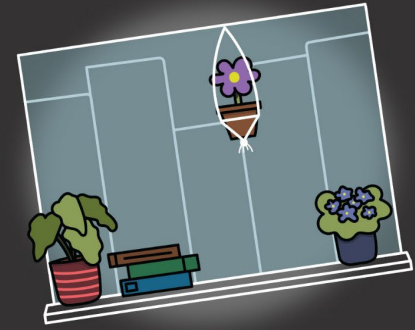


Kies voor **onbespoten** planten!

PAN-NL x InBeeld

Ook op **JOUW** vensterbank!

..bevinden zich sporen van chemicaliën die schadelijk kunnen zijn voor JOUW gezondheid!

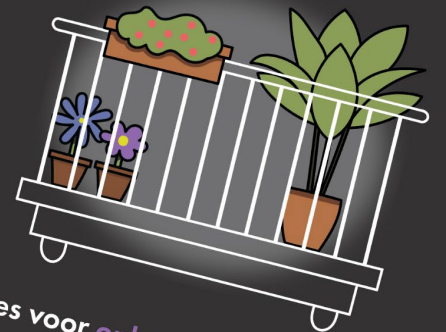


Kies voor **onbespoten** planten!

PAN-NL x InBeeld

Ook op **JOUW** balkon!

..bevinden zich sporen van chemicaliën die schadelijk kunnen zijn voor JOUW gezondheid!



Kies voor **onbespoten** planten!

PAN-NL x InBeeld

Prototype

Om te gaan prototypen hebben ik en Ferhan een testplan opgesteld en hebben we gezamenlijk vragen bedacht bij de prototypes. Deze tests zijn wij gaan uitvoeren bij de Intratuin. Dit ging wat moeilijker dan verwacht omdat hier maar weinig mensen uit onze doelgroep rondliepen. Daarom ben ik thuis nog met vrienden en mijn moeder (Bloemist) gaan testen. Dit had dan wel weer als nadeel dat er sprake was van een Social desirability bias omdat zij je niet teleur willen stellen.

We hebben deze tests gedaan omdat we wilde weten wat de aandacht van jongere het meest trekt en waar mee wij de boodschap het beste mee over kunnen brengen aan hun.

Waardevolle bevindingen uit de tests die ik heb gedaan:

- De boodschap is duidelijk.
- Op de afbeelding met de vaas staan bloemen geen planten dit is wat onsamenhangend.
- De QR-codes zullen niet snel gescanned worden door mensen.



Presentatie



Tijdens de presentatie heb ik verteld over ons concept en wat mijn doel hiermee was. En hoe we hierbij een campagne hebben gemaakt in de vorm van posters.

Feedback medeleeringen:

Interessante en pakkende posters! Fijn gepresenteerd in een goed tempo. Empathy map gemaakt om de doelgroep beter te begrijpen. En duidelijk gesproken. Misschien nog wat meer afbeelding in de presentatie. Sterk dat jullie de bias nog even meenemen. Jullie presentatie had een fijne flow en leuk dat jullie campagne jongeren aanmoedigt om zelf te informeren en te leren.

Feedback docenten:

Je vertelt zelfverzekerd en verteld duidelijk welke keuzes er gemaakt zijn en waarom. Jullie noemen gelijk jullie rollen en hebben een visueel ontwerpproces in de presentatie verwerkt. Jullie hebben goed je gemaakte keuzes onderbouwd. Er worden belangrijke inzichten genoemd en er is helder wat individueel en gezamenlijk is gedaan. In de conclusie benoemen jullie goed welke vervolgstappen er nog gezet kunnen worden, met een goede terugkoppeling naar de ontwerp vraag. - Gerjanne

Erg handig bij iedere stap naam labels gezet. De presentatie heeft een duidelijke staart en kop met een gedeeltelijke oplossing voor de ontwerp vraag. Iedere methode en keuze wordt onderbouwd en de impact op het ontwerp is duidelijk. Het ontwerp is een duidelijk gevolg van de opgedane kennis en onderzoeksresultaten. Er had wel nog wat meer aandacht besteed kunnen worden aan de ontwerptheorie en principes. - Max

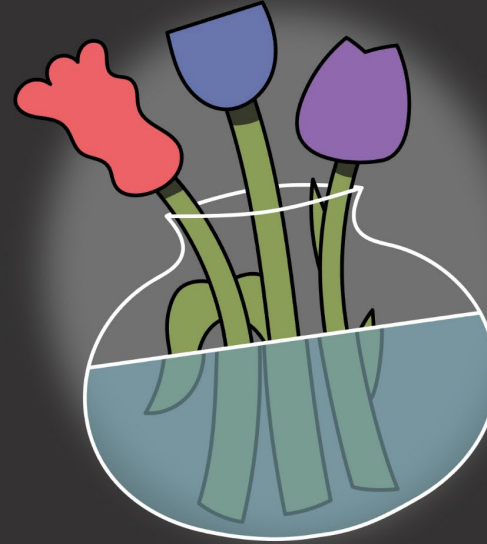
BC 4.1.2

BC 4.1.2 Je illustreert je persoonlijke kijk op de waarde van je ontwerpoplossing voor de toepassingscontext en maakt zichtbaar welke verrijkingen en beperkingen de oplossing met zich mee kan brengen. [Ontwikkelen]

De voorlopige ontwerpoplossing die wij nu hebben is dat: Wij doormiddel van prikkers die in planten potten gezet kunnen worden en poster die opgehangen of online gepost kunnen worden, de aandacht brengen naar de risico's en de gevolgen van het kopen van bespoten planten. Deze oplossing stimuleert jongeren om meer informatie op te halen over dit onderwerp. En zo het bewust zijn van de gevolgen en risico's onder jongeren hierdoor vergroten.

De oplossing is vooral gericht op jongeren die er nog niet veel vanaf weten om hun zo te informeren (**Verrijking**). Maar het is daardoor niet voor iedereen geschikt of zichtbaar. Online posts zullen voor een oudere doelgroep niet zoveel waarde hebben (**Beperking**).

Ook in JOUW vaas!
..bevinden zich sporen van chemicaliën
die schadelijk kunnen zijn voor
JOUW gezondheid!



Kies voor onbespoten planten
PAN-NL x InBeeld



BC 4.1.2

Beide de posters en prikker trekken de aandacht van jongeren omdat deze opvallend zijn en een aantrekkelijk design hebben iets wat jongeren nu vaak belangrijk vinden. De posters en prikker creëren bewust zijn over het onderwerp onder jongeren een groep die hier vaak niet zoveel van afweet en dus nog veel hierover kan leren (**Verrijking**).

Als beperking is er dat er vaak weinig jongeren aanwezig zijn in tuinentra waardoor de acties daar dus niet zo veel op zullen vallen. En jongeren die het ontwerp niks boeit zullen hier dan niet snel informatie over opzoeken of de campagne delen. Het richt zich dus vooral op jongeren die het wel belangrijk vinden en er over willen leren. Hierdoor mis je dus een gedeelte van de doelgroep (**Beperking**).

Vervolg stappen: Om deze beperkingen tegen te gaan zou ik de toepassing van de campagne online en in tuinentra verbreden naar meer plaatsen zoals boodschappen winkels of de openbare ruimte om zo meer op te vallen. En ook het gedeelte van de doelgroep die aangeeft het niet te boeien toch te bereiken waardoor ze als gevolg er misschien toch even over na gaan denken wanneer ze wel een keer een plant kopen.

BC 4.2.2

*Je onderbouwt de gemaakte keuzes tijdens het ontwerpproces en maakt zichtbaar welke impact deze keuzes hebben op de belanghebbenden.
[Organiseren & Samenwerken]*

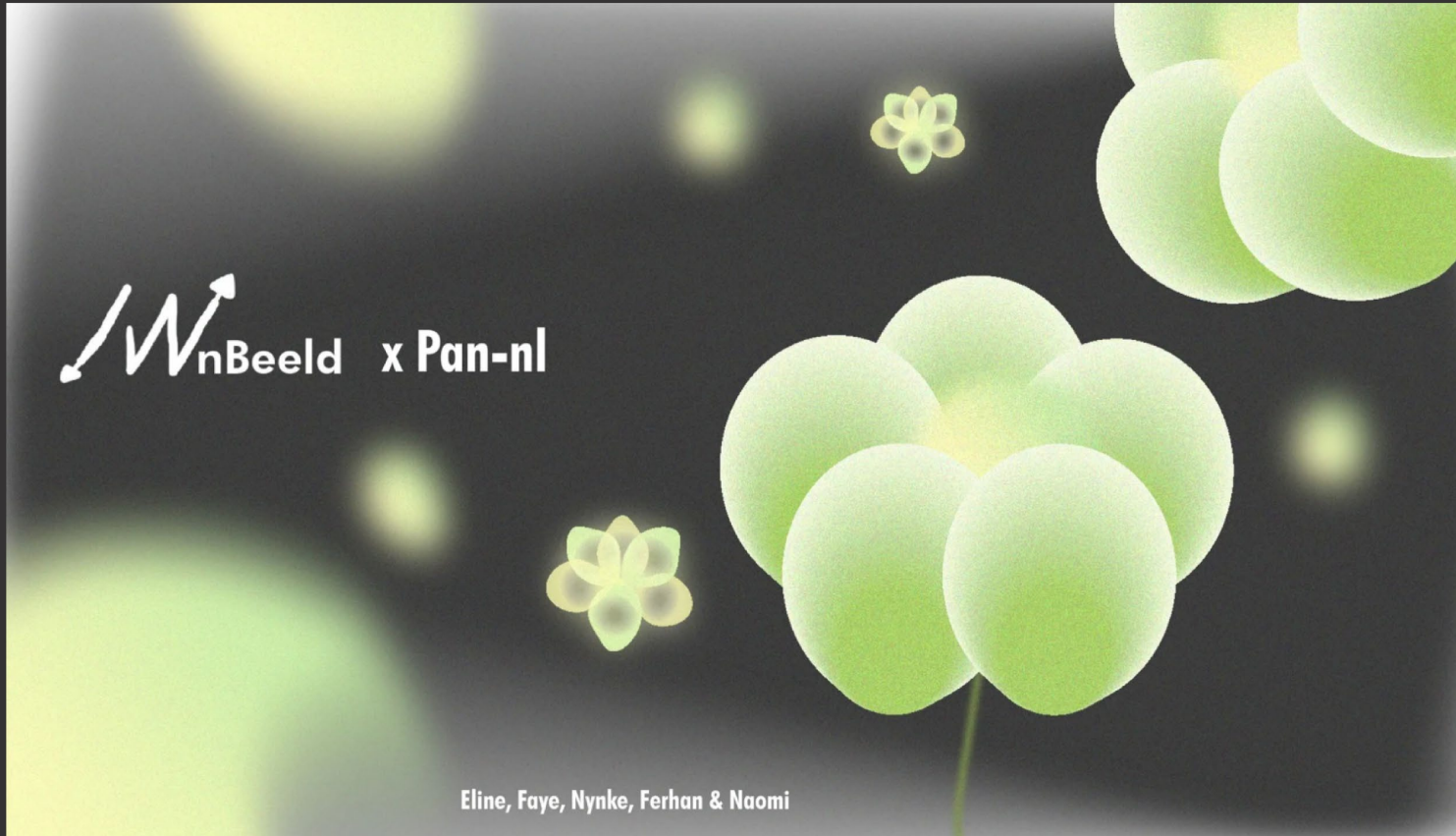
De gemaakte keuzes en waarom zijn al uitgebreid toegelicht in de presentatie en het eerste gedeelte van dit bestand. Maar we hadden nog niet toegelicht hoe deze keuzes impact hebben op de belanghebbende.

Tijdens het ontwerpproces zijn er keuzes gemaakt over het gebruik van creatieve CMD-technieken zoals bijvoorbeeld een mind map of brainstorm. Deze keuzes hebben op verschillende manieren impact gehad op de belanghebbenden:

PAN-NL: Door effectieve brainstormtechnieken te gebruiken, is er sneller en efficiënter een product ontwikkeld dat beter aansluit bij het doel van PAN-NL en de opdracht die zij ons gegeven hebben. Dit bespaart hen tijd en kosten tijdens de productie, omdat je zeker weet dat deze in speelt op de doelgroep en het doel.



BC 4.2.2



Consumenten van tuincentra: De gebruikte technieken hielpen om beter inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de doelgroep. Daardoor is het eindproduct waarschijnlijk gebruiksvriendelijker, aantrekkelijker of relevanter voor de consumenten die tuincentra bezoeken.

Ons als ontwerpers: Voor ons als ontwerpers zorgden de gekozen technieken voor duidelijkheid in de richting van het ontwerp. Zo konden we keuzes maken op basis van opgedane inzichten, wat ons werk gericht en efficiënter maakte.

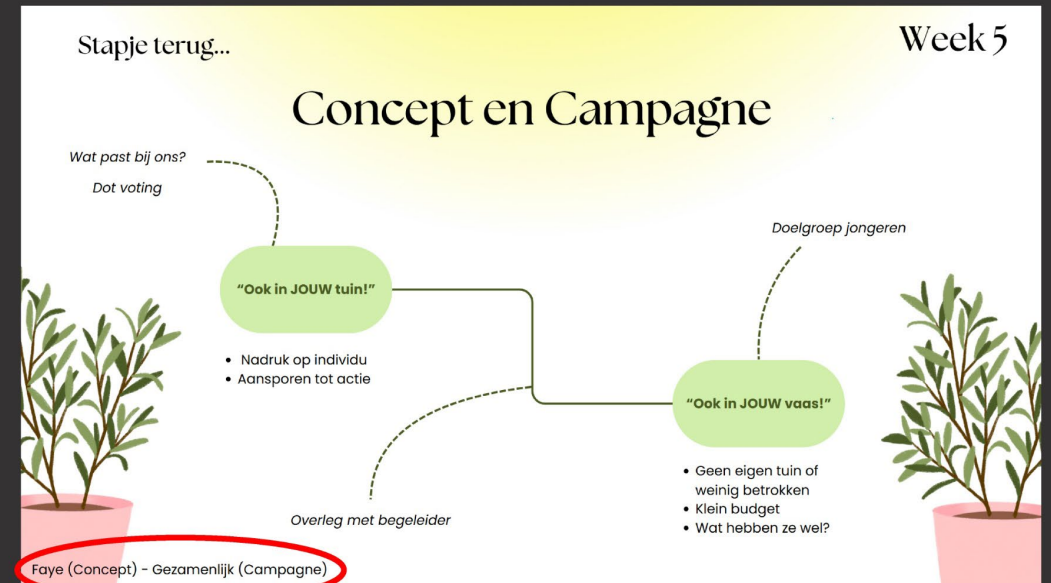
BC 4.3.1

BC 4.3.1 Je laat zien dat je je bewust bent van wat jouw aandeel is in de samenwerking met anderen. [Samenwerken]

In het eerste gedeelte van dit bestand benoem ik bij iedere stap mijn aandeel hierin, ook staat in de presentatie per stap aangegeven wie wat heeft gedaan. Uit de feedback van het vorige datapunt kreeg ik terug dat ik net iets te veel gericht was op mijn eigen aandeel daarom heb ik nu geprobeerd om hier een balans in te vinden en dus ook het werk van mijn groepsgenoten te belichten.

Over het algemeen was mijn grootste aandeel het bedenken van het concept dat wij uiteindelijk gekozen hebben "Ook in JOUW tuin". Ook had ik als rol de bronnenonderzoeker en grafisch ontwerper.

Belbin rol, De Brononderzoeker ruimdenkend en opzoek naar nieuwe ideeën en informatie. Maar ook De Bedrijfsman praktisch en doelgericht.



BC 4.3.1

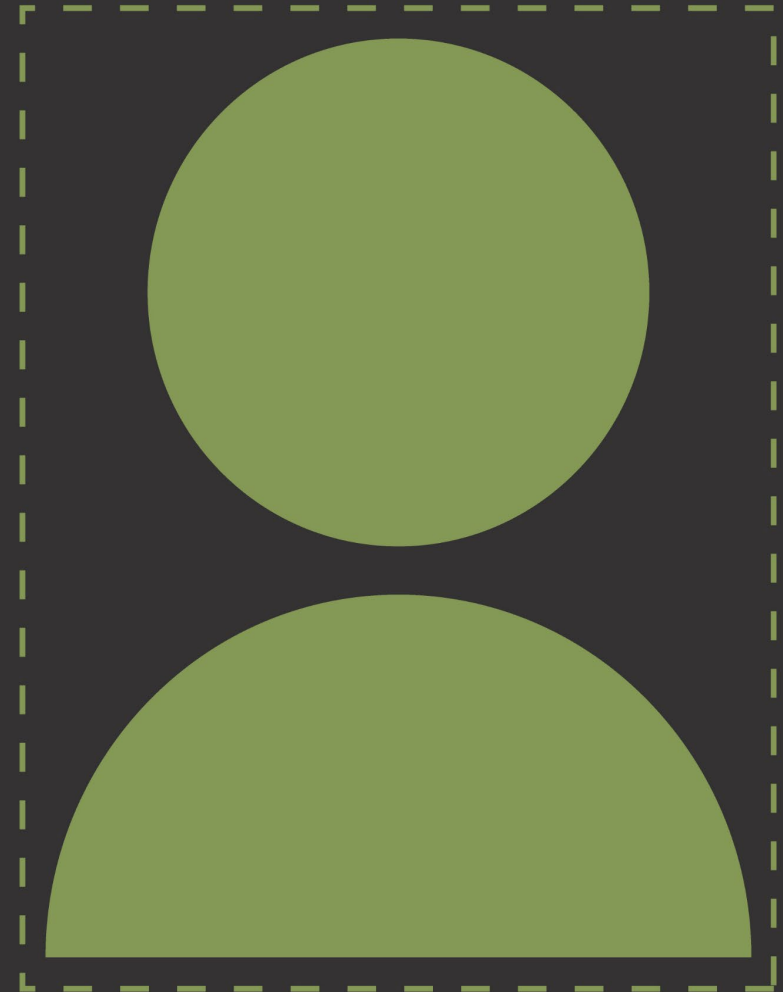
Feedback medestudenten over de samenwerking en mijn rol daarin:

Fijn tijdens de samenwerking en flexibel. Er was ook even wat onduidelijkheid m.b.t aanwezigheid, maar na het bespreken houd je je aan de afspraken die we hebben gemaakt. Top: Je rond je eigen taken snel af en weer ook wel wat er van je verwacht wordt. Daarnaast ben je goed in het uitwerken van informatie en het overzichtelijk weergeven. Tip: Probeer vaker het voortouw te nemen en uit je comfort zone te stappen. - **Naomi**

Je bent aanwezig en actief (+) Je doet goed mee en werkt actief. Verder ben je heel sociaal. Top: Je bent heel actief en enthousiast waardoor ik zelf dat ook ervaar wanneer ik met jou samen werk. - **Eline F**

Je bent altijd actief en neemt verantwoordelijkheid. Je bent creatief en dat is iets om trots op te zijn. Wees dat ook, je mag echt meer trots zijn op jezelf. - **Ferhan**

Als tip sluit ik mij aan bij Ferhan, als top je pakt gemaakte afspraken snel op en dit werkt erg fijn! Daarnaast ben je een harde werker, ondanks dat je er niet altijd bij bent, zorg je wel voor je aandeel. Je denk actief mee en komt met ideeën. - **Nynke**



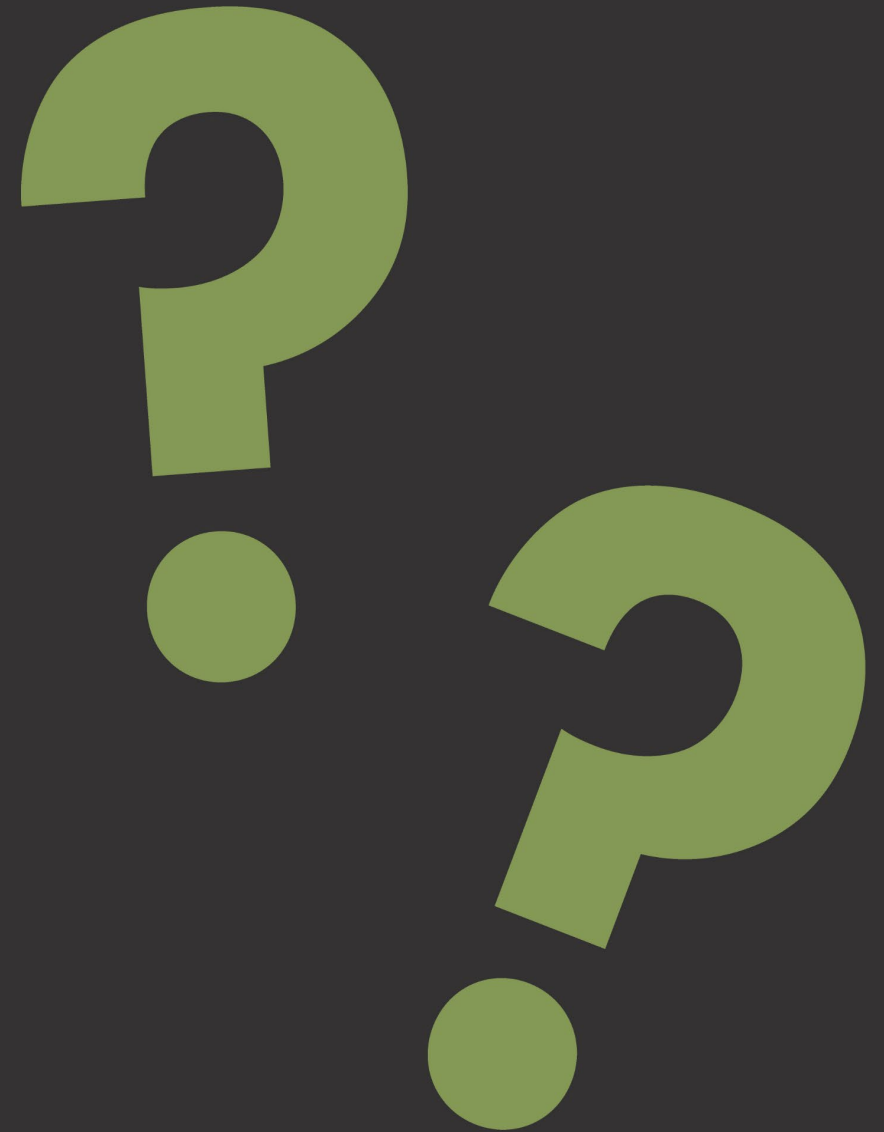
BC 4.3.2

BC 4.3.2 Je beschrijft leerambities met bijpassende leerdoelen op basis van je doorgemaakte ontwikkeling in het afgelopen jaar en formuleert concrete acties op basis van theorie om deze leerdoelen te bereiken. [Ontwikkelen]

Op mijn vorige leerambitie kreeg ik de feedback dat deze nog op een wat kort termijn was en dat deze wat langer en breder zou mogen zijn. Daarom maak ik nu een nieuwe leerambitie die ik kan gebruiken voor een grote periode.

Leerambitie: Ik wil als ontwerper in ontwikkeling ontdekken welke richtingen van design en grafische vormgeving het meest bij mij passen en in deze passende richtingen mijn kennis vergroten.

Waarom heb ik deze leerambitie gekozen? Omdat ik nu en ook al voor deze opleiding nooit echt een gebied van design en grafische vormgeving specifiek bij mij vond passen en ik hier graag verder in uit wil zoeken wat wel echt bij mij past. Dit kan bijvoorbeeld videobewerking zijn iets wat ik vroeger vaak deed maar nu niet zoveel meer of ook iets heel anders.



BC 4.3.2

Leerambitie: Ik wil als ontwerper in ontwikkeling ontdekken welke richtingen van design en grafische vormgeving het meest bij mij passen en in deze passende richtingen mijn kennis vergroten.

Om er langzaam achter te komen wat bij mij past als ontwerper stel ik het **leerdoel**:
Ik ga in de weken voor de zomervakantie 2 keer per week tijd besteden aan videobewerking om zo te bekijken of dit iets is wat ik leuk vind en of dit bij mij past.

Wat ga ik doen?

Ik ga tijd besteden aan videobewerking met eerder gemaakte videobestanden of nieuw gemaakte video's.

Hoe ga ik dat doen?

Ik ga dat doen door het programma DaVinci Resolve te gebruiken om de video's te bewerken.

Wanneer ga ik dat doen?

Dit ga ik doen in de weken voor de zomervakantie dus vanaf volgende week.

Wat en/of wie heb ik daarbij nodig?

Daar heb ik niet echt iemand bij nodig alleen videomateriaal en mijn laptop.

Wanneer heb ik het doel bereikt?

Wanneer ik heb ondervonden of dit iets is wat ik nog steeds leuk vind en of ik hier meer mee zou willen doen.



BC 4.3.2

SMART formulering - leerdoel

Specifiek: Wanneer en met wie? Dit ga ik doen in de weken voor de zomervakantie dus vanaf volgende week (*Tijdgebonden*). En dit ga ik doen met mijzelf

Wat is mijn rol in de situatie en wat kan ik veranderen? Ik heb de rol dat ik videomateriaal verzamel en echt er even voor ga zitten om opnieuw het bewerking programma onder de knie te krijgen.

Meetbaar: Wat wil je bereiken? Ik wil hiermee bereiken dat ik meer inzicht heb op welke richting in grafische vormgeving en design ik leuk vind en verder iets mee wil doen.

Wanneer ben ik tevreden? Als ik nieuwe inzichten heb opgedaan waarmee ik verder kan groeien.

Welk effect verwacht je? Ik verwacht dat ik meer inzichten te hebben over of videobewerking iets is wat bij mij past en of ik hierin verder wil groeien.

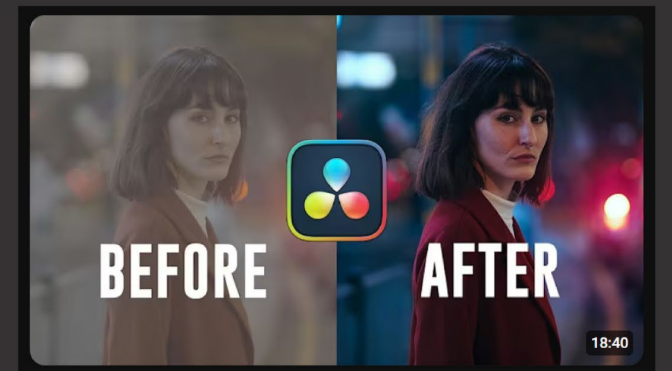
Realistisch: Is het doel realistisch? Ja, ik heb veel tijd waarin ik dit kan doen.

Theorie

Als theorie ga ik verschillende tutorials bekijken om het programma beter te leren begrijpen, want het is een beetje weg gezakt.



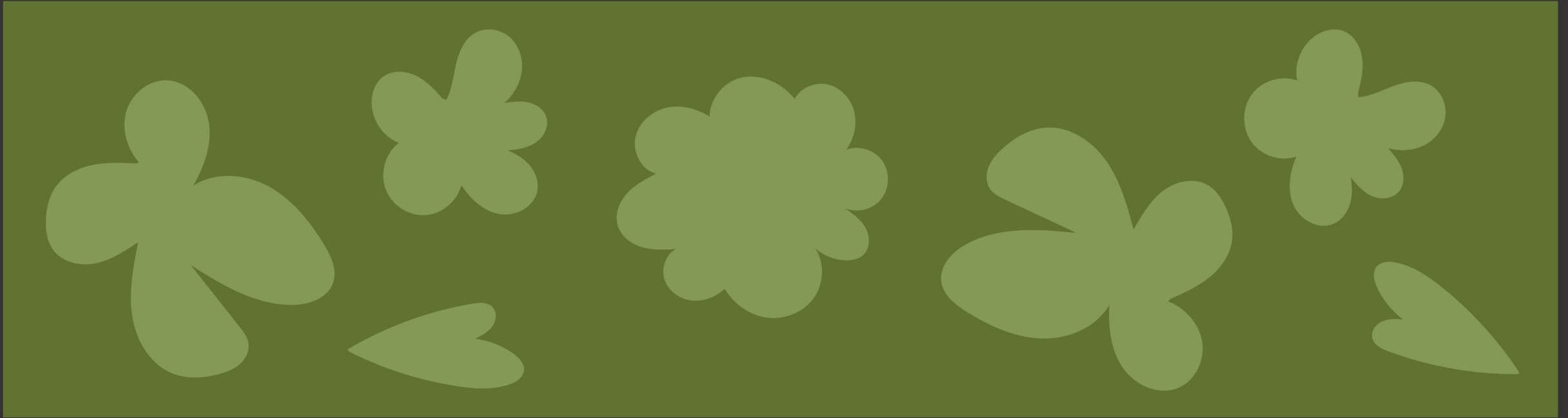
<https://www.youtube.com/watch?v=SrJOE2pEp7A>



https://www.youtube.com/watch?v=_V4JU1c7_o4

Datapunt 4C

Wij en IK als bedrijf in proces



Faye Canton - Jaar 2025 - 2152618