

Graduationshow 2020:

Verandering als uitgangspunt van innovatie geeft kansen

Overzicht afstudeerwerken 2019-2020 - Fontys ACI, opleiding International Lifestyle Studies

Door: Linda Hofman M.A. Bsc.

Alles in het leven verandert. Niets staat vast. Soms zijn die veranderingen leuk en omarm je ze. Dan is het makkelijk om je aan te passen. Vaak zijn veranderingen helemaal niet leuk en moet je ze ondergaan. Veranderingen komen plotsklaps, zoals de komst van het Coronavirus en de lock-down. Veranderingen komen sluipend, zoals de opwarming van de aarde. Je verandert zelf. Je vrienden veranderen, je familie verandert, je omgeving verandert. Veranderingen horen bij het leven. De afstudeerstudenten van de opleiding International Lifestyle Studies (ILS) van Fontys Academy of Creative Industries (ACI) willen bijdragen aan positieve veranderingen. Bijdragen aan een betere, gezondere en leefbaardere wereld voor ons allemaal.



Beeld: Sikkema, K. (2020, 16 januari). 'Vertrouwen' uit conceptboek van Rachelle Broeren.

Zingeving behoeft

Veel concepten van onze studenten zijn bedacht voor Millennials. De afstudeerstudenten horen vaak zelf nog net tot deze generatie. Zoals **Rachelle Broeren**. Zij heeft onderzoek gedaan voor **Arboteam/Insucare** naar de behoefte van deze starters op de arbeidsmarkt. *"Zodra millennials de arbeidsmarkt betreden, merken ze dat ze niet aan de eigen gecreëerde verwachtingen kunnen voldoen. Dit maakt dat ze in hun vrije tijd bezig blijven met werken en de werkdruk creëren die ze zichzelf opleggen... Millennials zijn een generatie die meer bezig is met zingeving, doordat ze in hun basisbehoeften al zijn voorzien. Aan deze behoefte aan*

zingeving wordt momenteel niet voldaan en dat verminderd het werkplezier en de werkenergie.” De zingeving-behoefte heeft ze vertaald in het **concept Wevolve**, waarmee op een offline speelse manier de verbinding wordt gecreëerd tussen die zoekende en ambitieuze millennial en de andere generaties ingebed in een HR systeem. Precies het haakje in het werken met millennials waar veel bedrijven naar op zoek zijn. (Broeren, 2020)

Digitaal verbind én blijft op de oppervlakte

De Covid-19 Pandemie heeft een enorme invloed op het leven van ons allemaal en dus ook op de studenten die afstudeerden dit jaar. Veranderingen, onzekerheid, verlies, afstand en heel veel digitaal.



Beeld: Dielemans, E. (2020) Interview Evelien Dieleman lecturer trend research FontysACI in After Corona sessies.

Nu het virus in de wereld ronddwaalt, moeten we op zoek naar andere manieren om met elkaar in contact te blijven. Digitaal communiceren is het nieuwe normaal geworden. We facetimen met oma, appen met onze vrienden, chatten in het digitale klaslokaal. We commenten in sociale platformen, we ontmoeten in games en we reageren op digitale nieuwsberichten. Toch vinden nog heel veel mensen het lastig om elkaar te ontmoeten en voelen ze zich eenzaam. Maar liefst acht meesterproeven gingen afgelopen jaar over eenzaamheid onder jongeren. Onze afstudeerders zijn gestart nog voor de Coronapandemie dus die contactonthouding tijdens de lockdown, telde daar nog niet eens bij mee.

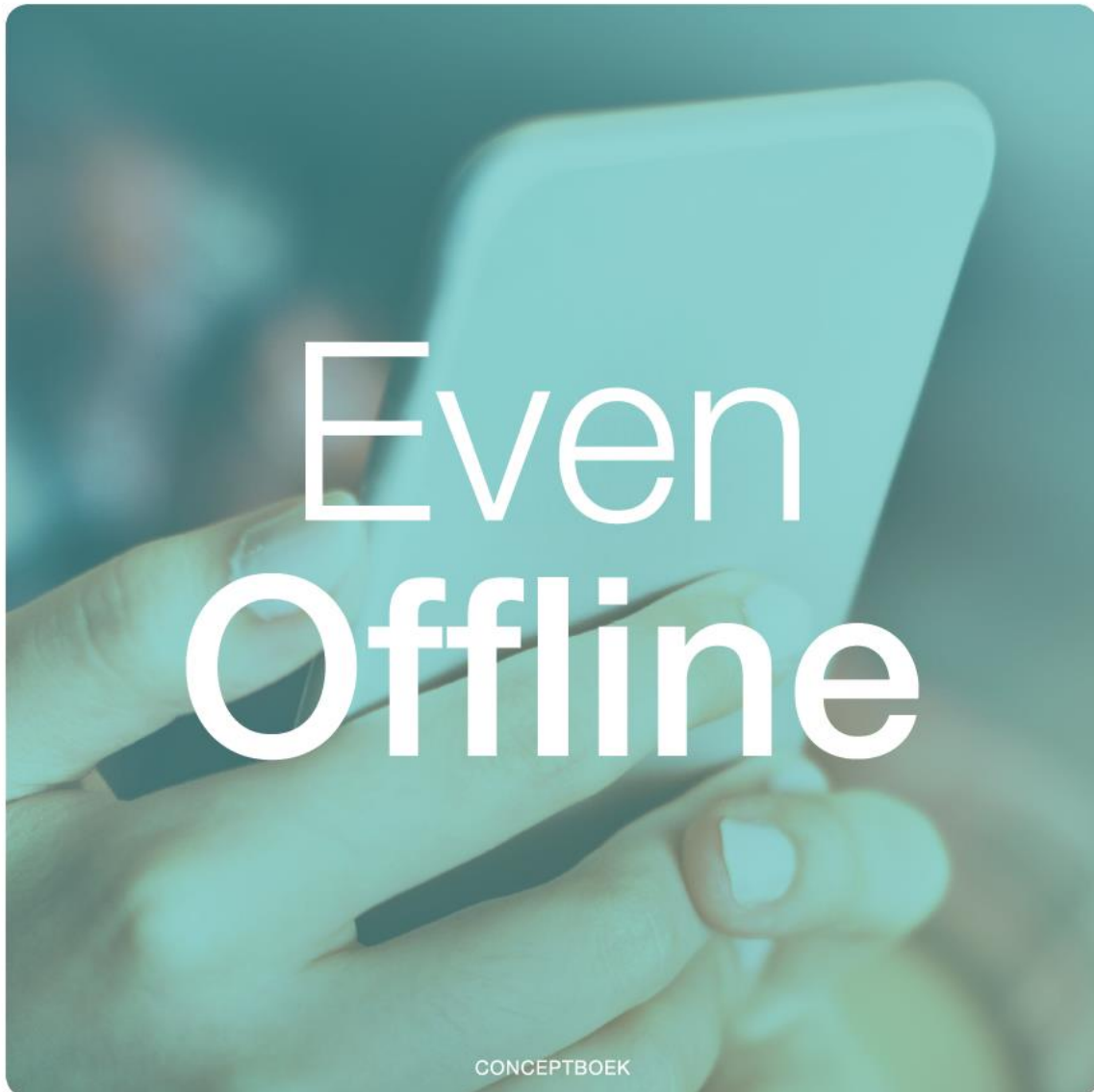
Pas je netwerk aan

Als je anders bent of veranderd bent, kun je je eenzaam voelen. Bijvoorbeeld omdat je als internationale student nieuw in Nederland bent of als je net moeder bent geworden. Het helpt dan om mensen te vinden die je begrijpen, die hetzelfde meemaken. Waarbij je met je verhaal terecht kan. Je kan je sociale omgeving veranderen zodat je je niet anders voelt.

Naomi Weerman (2019) heeft het concept '**Ik voel, ik voel wat jijvoelt**' uitgewerkt samen met leerlingen van **Het Theresialyceum** in Tilburg. Een concept dat ervoor gaat zorgen dat leerlingen zich vrijer kunnen ontwikkelen in hun seksuele voorkeur en er meer begrip is voor alle kleuren van de LGBTQ+ regenbooggemeenschap.

Veel van deze eenzame jongeren hebben online best vrienden. Maar contacten onderhouden en diepgang vinden, blijkt moeilijker. Technologie kan ons helpen door ons te koppelen aan anderen. Te veel digitaal communiceren zorgt er juist voor dat we steeds afgeleid zijn en niet tot diepere verbinding komen.

Dat was **Ebony van Meelen** ook opgevallen. Voor **Interpolis** heeft ze een glashelder concept gemaakt rondom overmatig smartphone gebruik wat leidt tot verstoring van onze sociale relaties. Met eenzaamheid tot gevolg. Ook al is de smartphone niet meer weg te denken in de huidige samenleving, constateert Ebony: *"We staren ons blind op het schermje van onze telefoon en verliezen daardoor soms oog voor een ander of onze omgeving... Het staat tussen waardevolle momenten in. Momenten samen met anderen, offline, waarvan de kwaliteit langzaamaan achteruitgaat op het moment dat die telefoon erbij wordt gepakt. En deze kwaliteit van onze sociale relaties, is ontzettend belangrijk voor ons sociale welzijn."* Haar **concept Even offline** is een box: telefoons erin, spel eruit. Het wordt ontwikkeld samen met **Join Us**, een stichting die zich bezighoudt met jongeren en eenzaamheid. Haar opdrachtgever is zeer enthousiast, want het concept past perfect bij hun visie '*Voorkomen is beter dan genezen*' en kan hun klanten beter helpen te focussen op wat echt belangrijk is. (Meelen, van, 2020)



Beeld: Meelen, E (2020) voorkant conceptboek.

Bewuster omgaan met digitale communicatie is ook onderwerp van de meesterproef van **Eva Oostmeijer** (2020). In haar onderzoek naar het zelfbeeld van jonge meiden kwam ze erachter dat steeds meer meiden er naar verlangen om eruit te zien als de virtuele versie van zichzelf, ook wel Snapchat Dysmorphia genoemd. In plaats van foto's van een beroemdheid, nemen mensen een gefilterde foto van zichzelf mee als ze naar een plastisch chirurg gaan. Als meiden meer echte beelden zien, van zichzelf en van anderen. Van een veranderend meisjes lijf naar een volwassen vrouwenlichaam, wordt het makkelijker om zichzelf te accepteren. Voor **bureau Jeugd en Media** ontwierp ze het **concept 'self love experience'** voor op de damestoiletten van middelbare scholen.

De impact van luisteren

Doordat de hele wereld in lockdown moest en we nu nog steeds afstand moeten houden van anderen, begrijpen we beter hoe belangrijk anderen voor ons zijn. Misschien zijn we

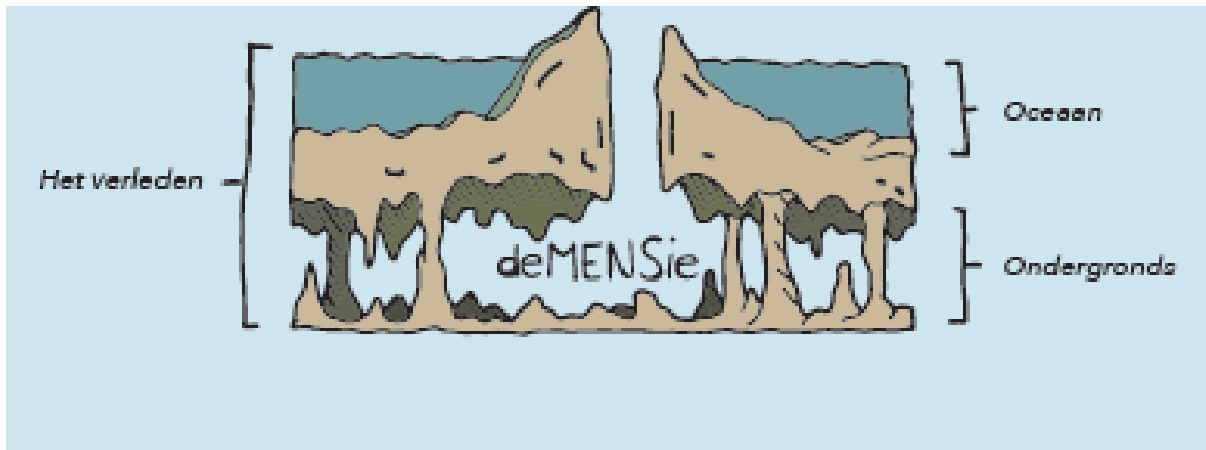
hierdoor ook beter gaan denken over hoe we ons tot anderen verhouden. Empathie, begrip hebben voor wat anderen voelen, denken, willen.



Beeld: Getty. Uit: conceptboek Julia Lassche. Later als ik dakloos ben.

Julia Lassche zet verhalen vertellen in om meer begrip te krijgen bij kinderen en hun ouders voor daklozen met haar **concept 'Later als ik dakloos ben'** voor de **Pauluskerk** in Rotterdam. Daklozen voelden zich weer mens, alleen al omdat Julia de tijd nam om naar hun verhaal te luisteren. (Lassche, 2019)

Voor de **gemeente Breda** ontwikkelde **Britt Wijnen** de **deMensie-box**, een spel waarbij mantelzorger, dementerende oudere en hulpverleners met elkaar in gesprek konden blijven, ook al gaat communiceren steeds moeilijker. De impact van naar elkaar luisteren is enorm, het vermindert stress en dat vermindert weer de hulplast voor de mantelzorger en hulpverleners. (Wijnen, 2019)



Beeld: Wijnen, B. (2019) fragment uit 'Zie de mens achter de dementie'. uit conceptboek deMENSie.

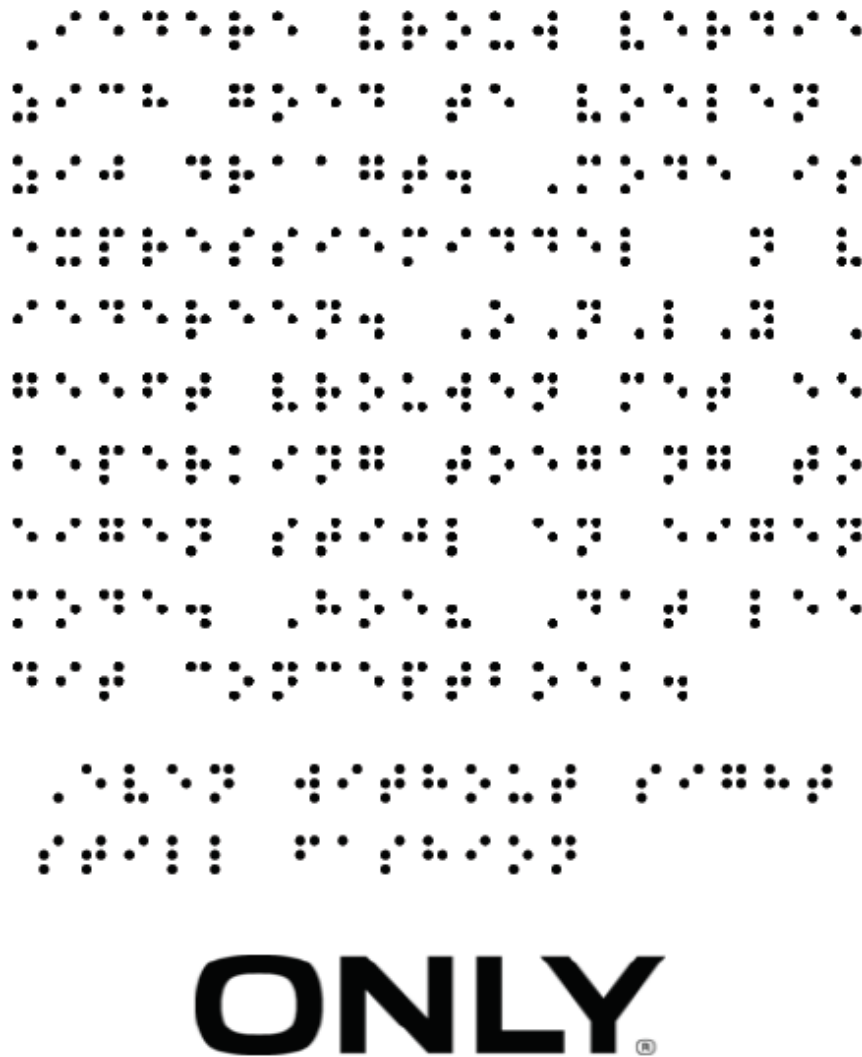
Naar elkaar luisteren en begrip hebben voor verschillende culturen staat centraal in de meesterproef van **Michelle Hermans** over wereldburgerschap. Ze heeft het concept **HEAL Bazaar** ontwikkeld voor **HEAL interior design**. De eetgelegenheid Heal Bazaar is geïnspireerd door eten, ontmoeten en verhalen delen. De doelgroep millennials heeft de behoefte om op een laagdrempelige manier geïnspireerd te worden door en kennis te maken met verschillende culturen, Hierbij willen ze niet het gevoel hebben over te compenseren in positieve discriminatie. (Hermans, 2020)

Je kan je omgeving veranderen!

Betekent dit dat je een willoos slachtoffer bent van veranderingen? Zeker niet. Jouw kijk op de wereld en je omgeving bepaald of je kansen ziet of bedreigingen. Dat is je motivatie voor gedragsverandering. Je kan je eigen gedrag aanpassen, door vaardigheden te leren om met de verandering om te gaan. Of je kan hulpmiddelen inzetten die gedrag voor jouw mogelijk maken. De omgeving kan je ook aanpassen. Zodat deze beter bij je past. Een omgeving die je geeft wat je nodig hebt. (Poiesz et al, 1997).

Lizzy Put liet **Gemeente Tilburg** zien dat er wat aanpassingen nodig zijn in hun winkelgebied, namelijk het beter toegankelijk maken van toiletten. Hoe gênant is het om een ongelukje te krijgen terwijl je net lekker aan het shoppen bent? Het darmprobleem belemmert de vrijheid van mensen die hieronder lijden enorm. Terwijl de oplossing eigenlijk heel simpel is. Meer toiletten zichtbaar en beschikbaar maken voor diegene die een wc nodig hebben. Met het **concept heel Holland Kakt** is Lizzy aan de slag gegaan om toiletten op de digitale kaart te zetten. Een mooie kans voor de winkeliers om de gastvrijheid waar de Tilburgers graag garant voor staan, aan te tonen. (Put, 2020)

Digitale platformen kunnen mensen helpen de omgeving toegankelijker te maken. **Emma Hesselberth** (2019) ontwikkelde voor **Ongehinderd** de app 'Warm welkom' waarbij kledingwinkels bereikbaar zijn voor mensen met een lichamelijke beperking. **Elise Sellier** (2020) voegde **braille** teksten toe aan kledingetiketten voor het merk **Only**, met het concept **Only Blind**, waarbij ook specifieke kleding geselecteerd werd op **silhouet** en **gevoel**.

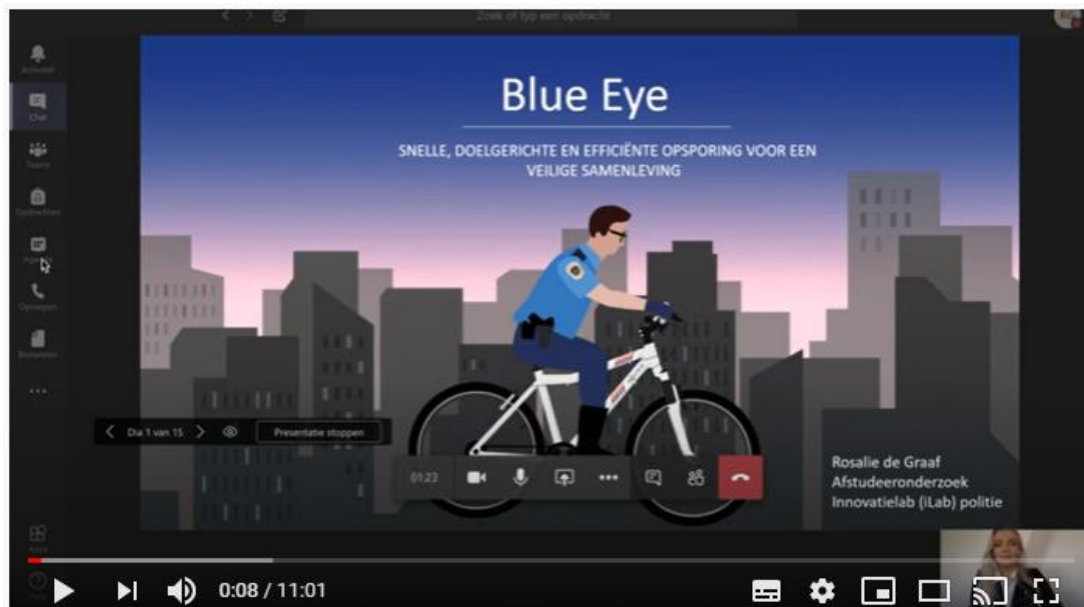


Beeld: Sellier, E (2020) Even without sight there is still fashion.

Technologie versterkt ons geheugen en onze zintuigen

We moeten leren omgaan met continue stromen van technologische veranderingen. Technologie kunnen we gebruiken om ons te helpen onze omgeving beter te begrijpen, en in te zetten om ons eigen geheugen te vergroten en onze zintuigen te versterken. Zo kunnen we onze omgeving scannen op nieuws en inspelen op verandering die om acuut ingrijpen vraagt.

Politiemensen zijn al zeer alert. Ze scannen omgevingen en ruimtes op mogelijk gevaar. Digitale middelen kunnen politieagenten helpen de omgeving nog beter te begrijpen. **Rosalie de Graaf** heeft voor de politie een [concept Blue Eye](#) ontwikkeld waarbij Bike-agenten (agenten die of hun fiets patrouille rijden) een speciale bril gebruiken. Deze opwaardering van hun eigen zicht, zorgt ervoor dat ze kunnen delen wat ze zien en informatie ontvangen vanuit het grote politie ‘geheugen’. Hierdoor kunnen ze snel schakelen tussen het bureau, datgene wat ze zelf kunnen zien en andere politieagenten in de directe omgeving. Met de fiets zijn ze bovendien snel ter plaatse waar een auto niet of niet snel kan komen. Rosalie heeft haar concept zo goed uitgewerkt dat ze door de opleiding is beloond met het hoogste cijfer dat je kunt verdienen. Een 10. Het concept wordt zeer waarschijnlijk komend jaar ‘uitgerold’ in een eerste pilot.



[filmpje plaatsten] Filmpje: Graaf, R. (2020) Blue Eye
<https://www.youtube.com/watch?v=ImePxNuw0IY>

Technologie kan gewenst gedrag te stimuleren. **Dagmar van Lieshout** heeft in opdracht van **KPN vitaal** voor ouderen een digitale omgeving ontwikkeld **KPN Samen Vitaal** om een gezonde leefstijl te stimuleren, gebruik makende van challenges. De challenges zijn gekoppeld aan gezonde activiteiten op het gebied van bewegen, voeding en sociale activiteiten, samen met familieleden, kleinkinderen, vrienden en/of kennissen. De hierbij horende digitale omgeving, een app, platform en een speciale tool, helpt hierbij.

Digitale technologie kunnen we inzetten om te monitoren of wat we bedacht hebben, leidt tot gezonde verandering. Zo eten veel ouderen in verzorgingstehuizen te weinig en daardoor hebben ze minder weerstand. Dat is nu met het Corona –virus extra gevaarlijk. **Marne van der Heide** (2020) ontdekte voor **St Elisabeth Zorggroep Maas & Waal** dat ouderen wel meer eten als het er mooi uitziet, het in een fijne omgeving geserveerd wordt en ze samen met andere bewoners kunnen eten. Als ze door slikproblemen (presfybagie) niet meer ‘normaal’ eten kunnen eten, helpt het dus om aan die andere aspecten van de eetbeleving extra aandacht te besteden. Om te kijken of de veranderingen gewenst effect hebben, krijgen de

ouderen een emo-meter om. Slaat deze negatief uit, dan moet de kok toch nog beter zijn best doen.



Foto: Heide, vd M (2020). Het Neije Lekker. Fragment uit conceptboek.

De waarde van duurzaamheid

De Corona Lock down drukte ons met de neus op de feiten. Scholen gingen dicht. Bedrijven gingen dicht. Landen gingen dicht. Plotsklaps geen vliegverkeer meer. Geen toerisme. Lege snelwegen. Lege straten. Lege steden.

Eind maart kopten de kranten dat in heel de wereld de lucht in tijden niet meer zo schoon is geweest. Op social media verschenen filmpjes. Het heldere water en de vissen in de grachten van Venetië, nu de gondels vol toeristen niet meer de bodem omwoelden. In Asturia, Spanje kwamen de beren een kijkje nemen in de stad. Rond Sardinië zwommen dolfijnen. Ook in Nederland werd herten gesignaleerd in de straten. Terwijl meeuwen en ratten in de steden opeens veel meer moeite hadden om hun buikjes rond te eten met onze afval. De invloed van ons menselijk handelen op onze natuurlijke omgeving was ineens haarscherp te zien, waar het lange tijd bedolven was onder onze drukte van alle dag. Wij mensen hebben invloed op de wereld. Bij maar liefst 21 afstudeerwerken stond het verduurzamen van ons menselijk handelen centraal.

Millenials maken zich grote zorgen over het milieu, de maatschappij, hun aandeel hierin, hun toekomst en die van hun kinderen. Volgens **Karen van der Horst** ligt de toekomst als een zware last op hun schouders. Dat verlamt. Maar niets doen is geen optie. Met het concept **'Thuis'** een **huiskamerwinkel van Dille & Kamille** laat Karen millenials ervaren dat ze door steeds kleine stappen te zetten, uiteindelijk een hele grote gezamenlijke stap zetten. Door workshops, tips en spullen waar je lang mee kunt doen of die echt te recyclen zijn. Zodat de toekomst weer lichter wordt.

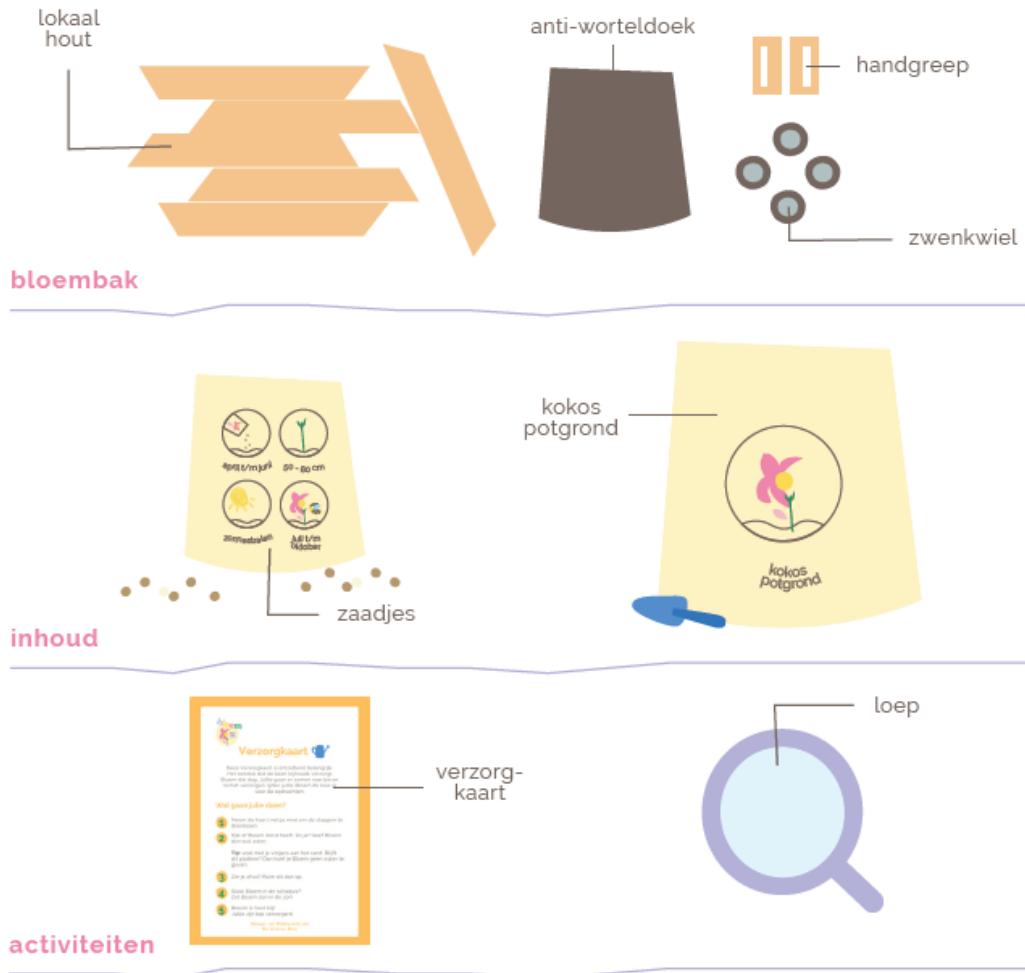


Beeld: Horst, K. van de (2020). 'Voel je thuis' spread uit conceptboek.

In het assessment vertelde Karen dat een duurzame vormgeving vaak heel prettig voor mensen voelt. **Kevin van Welie** ziet dat 'prettig, natuurlijk voelen' als een belangrijke motivatie voor duurzame keuzes. In zijn **concept Experiential Retail Space** voor **MudJeans** staat de tactiele retailbeleving centraal. Alle zintuigen worden geprikkeld en de natuur wordt teruggehaald naar de drukke, stadsomgeving. Beleving staat boven product en vormt een platform voor het verhogen van ecologisch bewustzijn. MUDjeans maakt het hierdoor nog aantrekkelijker voor millennials om duurzame kleding niet meer te kopen, maar te leasen.

Als een bedrijf zegt duurzame producten te leveren, wil de consument ook precies weten wat dat dan inhoudt. **Lisa Richardson** ontwierp '**Swinkel Living Labels**' voor de grootste Tilburgse brouwerij. Op de etiketten van hun bieren moet een QR-code komen waardoor consumenten kunnen checken of dat wat ze zeggen over duurzaamheid ook klopt.

Duurzaamheid kan je status opleveren als je er een goed verhaal bij hebt, zo beschrijft **Roy Sloatjes** het in zijn concept **Circular Marketplace**, voor **Hutspot**. In de winkel zit een 'Marketplace' waar gehandeld kan worden met gebruikte kleding. Je kunt er punten voor krijgen, of kleding omruilen voor andere kledingstukken. Het verhaal bij het kledingstuk levert meerwaarde.



Beeld: Vanlaer, C. (2020) Bloem. Realisatie. Uit conceptboek.

Een stapje verder dan duurzamer gedrag is het bijdragen aan het herstellen van de natuur. **Carlijn VanLaer** wil dat kinderen al vroeg leren omgaan met de natuur. Het **concept Bloem** voor **Natuur- en Milieucentrum De IJzeren Man** heeft het doel om insectensterfte te verminderen. BLOEM is een educatief concept, waarbij 8 tot 12-jarigen een honinggraadvormige insectentuin ontwikkelen, onderhouden en hiervan leren. (Vanlaer, 2020).

Kansen door veranderingen zien

Onze afgestudeerden kunnen verder denken. Zelfs in Corona tijd wisten ze hun meesterproef af te ronden. Onze studenten zijn klaar om de toekomst te verkennen, kansen te zien en samen met bedrijven concepten te creëren die inspelen op veranderingen. Ze zijn klaar om concepten te creëren die bestand zijn tegen de steeds veranderende wereld in onszelf en om ons heen. Onze afgestudeerden kunnen bedrijven helpen die nu door alle veranderingen even niet zien welke kant ze op kunnen gaan.

Want als je verandering als uitgangspunt neemt voor innovatie, zijn er altijd kansen.

In dit artikel staat een overzicht van de prachtige afstudeerwerken van de studenten van de opleiding International Lifestyle Studies (ILS) van Fontys Academy for Creative Industries. Hiervoor heb ik 106 conceptboeken doorgenomen. Ik heb tientallen studenten ge-assesst en meesterproeven beoordeeld. Met een aantal studenten heb ik een tijdje mogen meereizen in hun proces van afstuderen als afstudeerbegeleider. Hoewel alle afstudeerwerken het waard zijn genoemd te worden, is dit een selectie.

- Linda Hofman

Bronnen:

Alle conceptboeken van de afstudeerders van de opleiding International Lifestyle Studies van Fontys Academy for Creative Industries.

(Bijna) alle meesterproeven 2019-2020 staan in de Class of 2020 graduation paper. [\(link naar toe toevoegen\)](#).

Deze meesterproeven zijn genoemd in het overzichtsartikel:

Broeren, Rachelle (2020) Conceptboek: *WeVolve, Meaningful Layers of connectivity*. Opdrachtgever Arboteam / InsuCare.

Graaf, de. Roselie. (2020) Conceptboek: *BlueEye*. Opdrachtgever InnovatieLab (iLab) Nationale Politie.

Heide, van der Marne. (2020) Conceptboek: *Efkes genieten. Het Neije Lekker*. Opdrachtgever St. Elisabeth. Stichting Zorggroep Maas & Waal.

Hermans, Michelle (2020) Conceptboek: *Heal Brasaar*. Opdrachtgever: Heal Design.

Hesselberth, Emma. (2019). Conceptboek: *Warm Welkom*. Opdrachtgever: Ongehinderd.

Horst, Karen van der (2020). Conceptboek: *Dille & Kamille Thuis. Een plek voor verwondering, ontspanning, ontmoeting en vooral duurzaamheid*. In opdracht van Dille & Kamille.

Lassche, Julia. (2019) Conceptboek: *Later als ik dakloos ben. Spelenderwijs lerende verhalen van daklozen over hun spannendste avonturen*. Opdrachtgever: Pauluskerk Rotterdam.

Lieshout, Dagnar. (2020) Conceptboek: *KPN Samen Vitaal*. Opdrachtgever: KPN Vitaal Thuis.

Meelen, van Ebony (2020) Conceptboek: *Even Offline*. Opdrachtgever Interpolis.

Oostmeijer, Eva. (2020) Conceptboek: *The Self-love Experience*.

Put, Lizzy (2020) Conceptboek: *Heel Holland Kakt*. Opdrachtgever gemeente Tilburg.

Richardson, Lisa (2020) Conceptboek: *Swinkel Living Labels*. Opdrachtgever: Royal Swinkels Family Brewers.

Sellier, Elise (2020) Conceptboek: *Only Blind*. In opdracht van Only.

Slootjes, Roy (2020) Conceptboek *Circular Marketplace*. Opdrachtgever Hutspot.

Weerman, Naomi (2019) Conceptboek: *Mensen zijn mensen en liefde is liefde*. Opdrachtgever Theresialyceum.

Welie, Kevin (2019) Conceptboek: *Experiential Retail Space*. Opdrachtgever MudJeans.

Wijnen, Britt (2019) Conceptboek: deMENSie. Opdrachtgever Gemeente Breda.

Andere Bronnen:

-, ANP, Metro.(27 maart 2020) 'Lucht in Nederland is schoner door corona-maatregelen'. Opgevraagd van: <https://www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/2020/03/lucht-in-nederland-is-schoner-door-corona-maatregelen/>

-, z.d. (2020) "Beer laat zich zien in dorp in Asturië in Spanje". Opgevraagd van: <https://www.droomplekken.nl/nieuws/beer-in-dorp-asturie-spanje/>

Lammerse, V. (30 juni 2020) "Wat is de impact van de corona lockdown op wilde dieren?". Opgevraagd van: <https://www.scientias.nl/wat-is-de-impact-van-de-corona-lockdown-op-wilde-dieren/>

aj P.N. Morel, Theo B.C. Poiesz, and Henk A.M. Wilke (1997) , "*Motivation, Capacity and Opportunity to Complain: Towards a Comprehensive Model of Consumer Complaint Behavior*", in NA - Advances in Consumer Research Volume 24, eds. Merrie Brucks and Deborah J. MacInnis, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 464-469.

Beelden/video:

Dielemans, Evelien (2020) lecturer trend research @ Fontys TCL, Geraadpleegd van: <https://www.resettheworld.nl/after-corona-sessies/evelien-dieleman/>

Getty, uit conceptboek Julia Lassche (2019), Later als ik dakloos ben. In opdracht van Pauluskerk Rotterdam.

Graaf, R. (2020). Eindpresentatie concept Blue Eye. Opdrachtgever Innovatielab (iLab) Nationale politie.

Heide, vd M. (2020). Uit conceptboek Marne van der Heide (2020) Efkes genieten. Het Neije Lekker. Opdrachtgever St. Elisabeth. Stichting Zorggroep Maas & Waal.

Horst, K. van de (2020). Voel je thuis. Uit conceptboek Karen van der Horst (2020). Dille & Kamille Thuis. Een plek voor verwondering, ontspanning, ontmoeting en vooral duurzaamheid. In opdracht van Dille & Kamille.

Meelen, van E. (2020) voorkant conceptboek.

Sellier, E. (2020) uit conceptboek Elise Sellier (2020) Only Blind. In opdracht van Only.

Sikkema, K. (2020, 16 januari). Uit conceptboek van Rachelle Broeren. Photo by Kelly Sikkema [Foto].
Geraadpleegd van <https://unsplash.com/photos/4le7k9XVYjE>.

Vanlaer, C. (2020) Bloem. Uit conceptboek: Bouw, Zaai, Bloem. Opdrachtgever Natuur- en Milieucentrum De IJzeren man.

Wijnen, B. (2019) uit conceptboek Britt Wijnen (2019) deMENSIE. In opdracht van gemeente Breda.