

Designbrief:

Aanleiding:

Wat is de urgentie van het probleem, wat is er al bekend, wat voor kansen/trends/ontwikkelingen zijn er al bekend

Gezond oud worden is ons ideaal. De realiteit is vaak anders. Ouderen zijn aan de ene kant steeds langer actief op hoge leeftijd, maar tegelijkertijd neemt het aantal ouderen met zorgvragen toe.

Nu de vergrijzing toeneemt, de arbeidsmarkt krappert wordt en de financieringsmogelijkheden beperkter zijn, lijkt passende zorg moeilijker te realiseren. Dit drukt een stempel op de ouderenzorg.

Ouder worden brengt nou eenmaal gebreken met zich mee. Wat we kunnen, is zorgen dat die gebreken zo min mogelijk leiden tot beperkingen in wat je nog wilt doen. Zorgen dat je ondanks je leeftijd vitaal blijft.

Na het pensioen verwachten we van onze ouderen dat ze genieten van hun oude dag en af en toe op de kleinkinderen passen. Fysiek gaat het ook allemaal niet meer zo soepel en dan kan de wereld snel kleiner worden. Terwijl ouderen een bak aan levenservaring hebben waar wij ons voordeel mee kunnen doen. Het beeld van de oudere achter de geraniums is achterhaald. Veel ouderen die zelfstandig wonen zijn nog vitaal en actief.

Onlangs stapte de 84-jarige moeder van een goede vriend van Hans Barf (onderzoeker bij FAITH-consortium) opnieuw in het huwelijksbootje. Trouwen na je tachtigste, dat is toch prachtig? Steeds meer ouderen gaan op latere leeftijd nog daten, omdat ze op zoek zijn naar een relatie als verrijking van hun leven.

Bijvoorbeeld via WhatsApp of Wordfeud hebben ze dagelijks contact met familie en vrienden. Ook deze oppervlakkige contacten zijn van groot belang om vitaal te blijven. Met de komst van de elektrische fiets lijkt er ook een nieuwe wereld open te gaan. Of eigenlijk wordt de bestaande wereld beter bereikbaar.

Ouderen gaan zelf op zoek naar nieuwe mogelijkheden van zorg. Neem als voorbeeld ouderen die met elkaar een woonplek creëren, waar ze voor elkaar zorgen. Wat de een niet kan, kan de ander nog wel. Denken vanuit mogelijkheden en niet vanuit beperkingen, dat is erg positief.

Gerontofobie: de angst om ouder te worden | NHL Stenden Hogeschool. (2019, 1 oktober).

nhlstenden.com. <https://www.nhlstenden.com/nieuws/gerontofobie-de-angst-om-ouder-te-woorden>

Ontwerpdoel:

Het doel van het onderzoek is het omarmen van het ouder worden in plaats van het veranderen van het ouder worden. Veel producten/diensten proberen namelijk mensen te verleiden door het ouder worden te veranderen en minder erg te laten lijken. Denk bijvoorbeeld aan antirimpel crème of viagra. Dit probleem komt door een verkeerde mindset en bepaalde verwachtingen van de maatschappij.

Persoonlijke visie:

Zelf snap ik goed waarom dit probleem er is. Zelf wil ik het liefst ook voor altijd jong blijven. Een goed concept gaat langere tijd mee. Dit vind ik ook belangrijk voor mijn concept. Ik hoop dat ik nu de ouderen kan bereiken met mijn concept maar in de toekomst ook onze jongeren van nu.

Onderzoeksvragen:

Kennisbehoefte, volgorde is belangrijk

Aanpak:

Na mijn projectfiche, desk en field research en mijn design brief ga ik beginnen met de DOTS analyse. Ik ga een trendonderzoek, DESTEP onderzoek voor health & appearance, doelgroep analyse doormiddel van een nieuwe methodiek en een stakeholders analyse maken. Dit heb ik samen met mijn opdrachtgever besproken en dit is relevant voor mijn project. Zij gaat mij helpen met het geven van feedback op mijn onderzoeken. Als ik alle nodige informatie heb verzameld ga ik beginnen met een creatieve sessie met mijn doelgroep. Hierna ga ik mijn uiteindelijke concept bedenken, testen en realiseren. Dit doe ik door gesprekken aan te gaan met mijn doelgroep en te kijken naar hun meningen van het concept. Daarna ga ik begrotingen maken en kijken of er eventuele samenwerkingen uit kunnen komen om het concept echt te realiseren.

Planning:

Eerste 4 weken:

- project fiche online maken
- Onderzoeksvragen opstellen, welke kennis heb ik nog nodig?
- Opdrachtgever: historie, cultuur, waarden, visie, missie en positionering:

stijlkaart. Stakeholders, en concurrentie analyse. Interview met opdrachtgever

- Trendanalyse: 2 trendclusters die cross-cultureel zijn (macro niveau).

Koppeling met opdrachtgever en doelgroep

- Sectoronderzoek: destep voor 2 sectoren, appearance & health, waar liggen kansen en waar haal je inspiratie uit.

- Conclusie van de dots maken in een publicatievorm voor opdrachtgever. Let op, wat is relevant, waar ligt de samenhang.

Week 5,6 en 7:

- Visueel rapportage met conclusie, creatief en professioneel communiceren
- Valuefit & conceptstatement op basis van de conclusie
- Creatieve sessie divergentie en convergentie

Laatste weken:

- 3 conceptontwerpen testen

- 1 conceptontwerp definitie en conceptdragers uitwerken
- Realisatie van concept, financiële & organisatorische haalbaarheid
- Advies uitwerken in een visueel document

Alle tijd goed benutten, risico's zijn de vakantie. Ook het contact met de opdrachtgever moet goed onderhouden worden aangezien dit allemaal online is.

Ethische paragraaf:

Ik verwacht tijdens mijn doelgroep onderzoek met gevoelige ouderen te maken te krijgen. Veel ouderen zijn eenzaam, dit is moeilijk om te zien.

Ook denk ik dat tijdens mijn sectoronderzoek schrikkende cijfers en feiten over ouderen en ziektes naar boven kunnen komen.

Bronnen

Bronnen die ik gebruik zijn artikelen van NHL Stenden Hogeschool. Zij hebben veel onderzoeken over mij. Project al gedaan en gepubliceerd. Ook wil ik bronnen zoals de rijksoverheid gaan gebruiken omdat dit betrouwbaar is. Daarnaast gebruik ik mijn oma's, de vriendin van mijn moeder en het bejaardentehuis in mijn dorp om een doelgroeponderzoek te houden.