

Voorwoord

Dit boek gaat over vragen stellen. Over kijken voordat je oordeelt, onderzoeken voordat je ontwerpt, en begrijpen voordat je beslissingen neemt. Dat is de kern van design research en het is, als je er goed over nadenkt, ook de kern van hoe we met onze planeet zouden moeten omgaan.

Terwijl ik dit boek samenstelde, samen met studenten die leerden om de wereld rondom hen met andere ogen te bekijken, kon ik niet anders dan nadenken over wat er buiten de muren van onze ontwerpstudio's gebeurt. Bossen die verdwijnen. Biodiversiteit die slinkt. Een klimaat dat verandert, sneller dan beleidsmakers kunnen bijbenen. Het zijn geen abstracte problemen, want ze spelen zich af in de berm langs de wegen die we dagelijks voorbijrijden, in de beken die we als kind kenden, in de steden die elke zomer warmer worden.

Ontwerpers hebben de gewoonte om problemen op te lossen. Maar de grootste problemen van onze tijd vragen meer dan een goed concept of een mooie campagne. Ze vragen ook daadwerkelijke actie, dat wil zeggen geld, handen en mensen die zich dag na dag inzetten voor wat er niet vanzelf groeit.

Daarom heb ik beslist om de opbrengsten van dit boek te schenken aan Natuurpunt en aan elke organisatie die zich actief inzet voor de aanplant van bomen en het behoud van de natuur. Niet als gebaar, maar als keuze. Als je dit boek in handen hebt, heb je bijgedragen aan iets dat groeit. Letterlijk.

Ik hoop dat dit boek je iets bijbrengt over hoe je onderzoekt, observeert en denkt als ontwerper. En ik hoop dat het je ook even doet stilstaan bij de wereld die al dat moois mogelijk maakt en de natuur die ons inspireert, voedt en draagt, zonder dat we haar daar ooit voor bedanken.

Dank je om dit boek in handen te nemen.
Dank je om mee te doen.

Benedikte Vanderweeën
Arteveldehogeschool Gent

Dankwoord

Dit boek is niet in een vacuüm ontstaan. Het kreeg vorm tussen de lessen door, in gesprekken op de gang en in de momenten waarop een collega net die ene vraag stelde die me dwong om scherper na te denken. Ik wil daarom in de eerste plaats mijn collega's aan de Arteveldehogeschool bedanken. Hun inzichten, hun kritische blik en hun bereidheid om mee te denken hebben dit boek beter gemaakt dan ik het alleen had kunnen schrijven. Onderwijs is teamwerk en design research leren onderwijzen is dat des te meer. Het is een vak waarin je elkaar voortdurend bevraagt over wat we eigenlijk willen dat studenten begrijpen en niet enkel uitvoeren.

Daarnaast ben ik veel dank verschuldigd aan mijn familie. Een boek schrijven naast een voltijdse onderwijsopdracht betekent avonden, weekends en vakantiedagen die ergens vandaan moeten komen. Zij hebben me die ruimte gegeven, geduldig en zonder voorwaarden, en me telkens opnieuw aangemoedigd op de momenten waarop ik aan het project twijfelde. Hun steun is de stille basis onder elke bladzijde die voor je ligt.

Een boek schrijven is ook een lange weg, en op die weg heb ik me laten leiden door vele inspiratiebronnen die me telkens terug op het spoor zetten. Elke keer dat ik vastliep, hielpen deze stemmen me herinneren waarom ik aan dit boek begonnen was.

Tot slot een woord aan jou, de lezer. Dit boek is geschreven vanuit de overtuiging dat goed ontwerpen begint bij goed denken: niet bij het klikken in een tool, maar bij het stellen van de juiste vragen. Ik hoop dat deze gids je daarbij helpt, en dat je er net zoveel plezier aan beleeft als ik aan het schrijven ervan had.

*Let's
design
the
future!*



Design Research als vertrekpunt

Jouw gps door de creatieve chaos

Hey maker,

Je kent het wel. De briefing ligt op tafel, de deadline staart je aan en je cursor knippert op een leeg wit vlak. The struggle is real. Je wilt iets vets maken, iets dat impact heeft, maar waar begin je? Hoe weet je zeker dat je niet gewoon iets ‘moois’ maakt, maar iets dat echt werkt?

Welkom bij jouw reddingsboei: Design Research.

Vergeet het idee dat onderzoek saai is, of iets voor mensen in witte laboratoriumjassen. In de wereld van Vormgeving is onderzoek je geheime wapen. Het is de brandstof voor je creativiteit. Zonder onderzoek is design gewoon decoratie. Met onderzoek is het een oplossing.

Deze gids is niet zomaar uit de lucht komen vallen. Het is de ‘best of’-compilatie van de twaalfdelige lessenreeks aan de Arteveldehogeschool. We hebben de theorie gestript van de saaie academische taal en omgezet in pure actie.

Het doel? Jou helpen om Opportunities for Design te spotten waar anderen ze missen. We gaan niet gokken, we gaan ontdekken.

Wat is de Double Diamond?

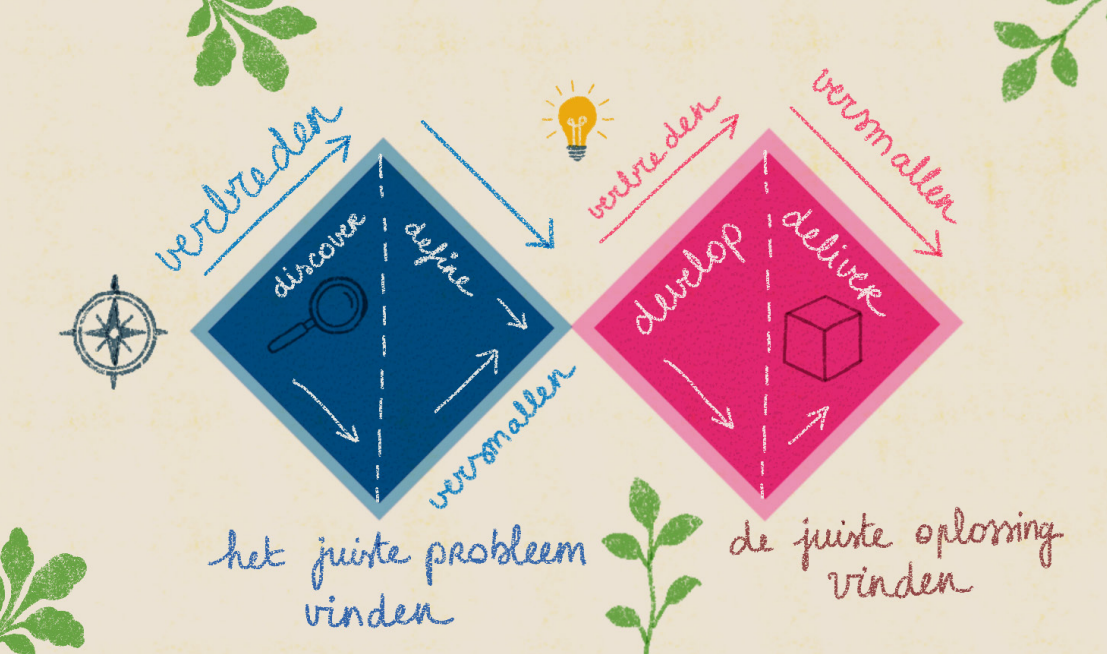
De absolute ruggengraat van deze gids en je kompas is de Double Diamond. Hoewel de naam misschien exclusief of ingewikkeld klinkt, is het principe in de kern even elegant als logisch. Het is een beproefde, visuele roadmap die ontwerpers wereldwijd gebruiken om van een aanvankelijk vaag of complex probleem naar een glashelder, impactvol en getest concept te navigeren.

De kracht van de Double Diamond zit in de herhalende beweging van verbreden en versmallen (divergeren en convergeren). In plaats van direct naar de eerste de beste oplossing te rennen, dwingt dit model je om je blik eerst wijd open te gooien en pas daarna keuzes te maken. Dit proces is opgebouwd uit twee ruiten die samen de vier vaste opeenvolgende fasen vormen.

Ruit 1: Het juiste probleem vinden

Discover (Verbreden): Dit is de fase van de ultieme nieuwsgierigheid. Je duikt met een open vizier diep in het onderwerp en de leefwereld van je doelgroep. Door te praten met eindgebruikers, te observeren en data te verzamelen, vergroot je jouw speelveld en ontdek je wat er écht speelt.

Define (Versmallen): Na de ontdekkingsfase zit je hoofd waarschijnlijk vol informatie. Nu is het tijd om de ruis te filteren. Je analyseert de inzichten, brengt patronen in kaart en trekt scherpe conclusies. De ruit sluit zich wanneer je hét kernprobleem definieert dat we daadwerkelijk moeten gaan oplossen.



FIGUUR 1: De vier fasen in de Double Diamond.

Ruit 2: De juiste oplossing vinden

Develop of Ideation (Verbreden): De focus ligt vast, dus de brainstorm-modus mag aan! In deze fase gooi je de remmen los en open je de tweede ruit door zoveel mogelijk verschillende oplossingsrichtingen te verkennen. Geen idee is te gek; kwantiteit gaat hier vóór kwaliteit.

Deliver of Prototype (Versmallen): In de laatste fase brengen we de beste ideeën tot leven. We gaan van denken naar doen. Door snelle prototypes te bouwen, deze te testen met echte gebruikers en op basis van hun feedback te finetunen, versmal je de ruit tot een concreet, gevalideerd en pixelperfect eindproduct.

De Double Diamond is dus geen rigide, theoretisch sjabloon, maar een dynamisch proces. Het herinnert je er constant aan waar je staat in je creatieve reis: ben je op dit moment je blik aan het verruimen, of ben je juist aan het focussen en knopen aan het doorhakken? Laten we eerlijk zijn: je leert niet designen door erover te lezen. Je leert het door je handen vuil te maken. Daarom is dit geen leesboek, maar een doe-boek.

Minder lezen, meer doen

Of je nu houdt van print, motion, web of UX, deze methodes werken overal. We dagen je uit om uit je comfortzone te stappen, verschillende media te mixen en te falen. Ja, serieus. Faal snel, leer ervan en maak je volgende versie beter.

Beschouw deze gids als een toolkit die je erbij pakt als je vastzit, of als je je project naar een next level wilt tillen.

MindScape opdracht



MINDSCAPE 1: De opdracht en rode draad door deze gids.

De rode draad: MindScape

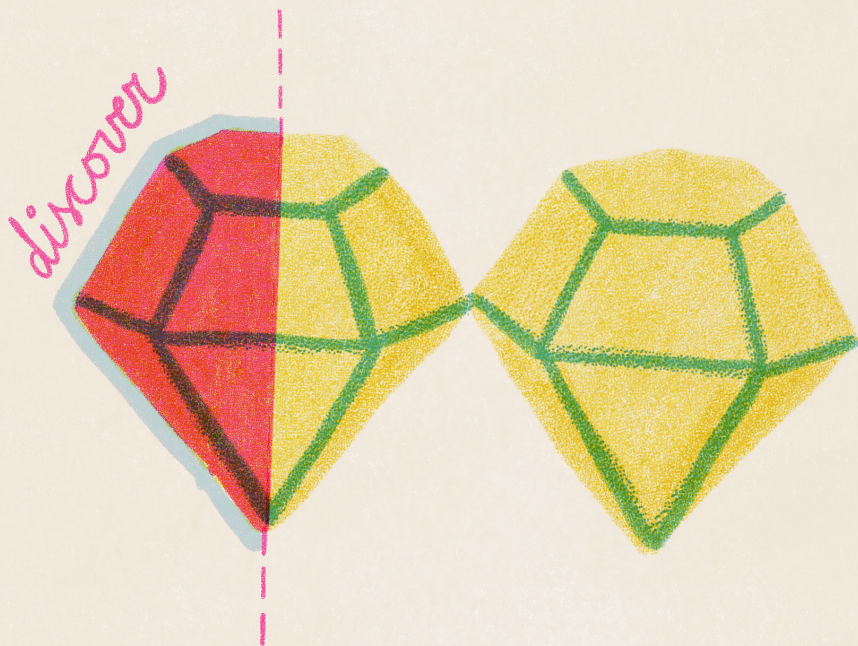
Doorheen dit boek transformeer je tot een visuele changemaker met één grote eindopdracht: MindScape.

Jouw designbriefing: Gebruik de kracht van grafisch ontwerp om een concreet aspect van mentaal welzijn bij jongeren (16-25 jaar) bespreekbaar te maken. Vertaal complexe emoties zoals **studiedruk, eenzaamheid, slapeloosheid** of **de invloed van social media** naar **een overtuigend visueel verhaal**. Jij kiest je eigen grafische drager: van gelaagde editorial branding en branding-campagnes tot een digital UI/UX-concept of verpakkingsontwerp.

Aan het einde van elk hoofdstuk vind je een MindScape-stap: een gerichte opdracht die je concept aanscherpt. Via het Double Diamond-proces reis je van diepgaand visueel onderzoek naar een ijzersterk, getest grafisch eindproduct waarmee je écht impact maakt.

*Let's
discover!*





Breed kijken en onderzoeken

In de Discover-fase ga je zo breed mogelijk kijken. Je verzamelt informatie, praat met mensen en observeert, zonder te oordelen of oplossingen te bedenken.

HOOFDSTUK 1

De Double Diamond

Design Thinking is een methodologie die ontwerpers gebruiken om complexe problemen op te lossen en wenselijke oplossingen voor klanten te vinden.

Design Thinking is een niet-lineair, iteratief proces dat erop gericht is gebruikers te begrijpen, aannames ter discussie te stellen, problemen opnieuw te definiëren en innovatieve oplossingen te creëren, om te prototypen en te testen.

Design Thinking kan worden omschreven als een discipline die de gevoeligheid en methoden van de ontwerper gebruikt om de behoeften van mensen af te stemmen op wat technologisch haalbaar is en wat een levensvatbare bedrijfsstrategie kan omzetten in klantwaarde en marktkansen.

Zoals je ziet in de Double Diamond, vindt research plaats in de eerste diamant (ontdekken & definiëren) voordat je naar de tweede diamant (ontwikkelen en opleveren) gaat.

Wanneer je degelijk onderzoek uitvoert, resulteert dit in een reeks van sterke ideeën.

Het gebruik van een goed model zoals de Double Diamond geeft je het vertrouwen om harder en slimmer te werken.

Wat gaan we leren?

- Goed begrip van en verstandige keuze van onderzoeksmethoden, kwantitatieve en kwalitatieve
- Correcte uitvoering
- Analyseren van gegevens en inzichten extraheren
- Je inzichten omzetten in ideeën voor de juiste doelgroep.

Design Thinking is een mensgerichte probleem-oplossingsmethodologie die ontwerpers en innovators gebruiken om complexe uitdagingen aan te pakken. De aanpak vertrekt altijd vanuit de gebruiker (niet vanuit technologie of budget) en wisselt bewust af tussen divergent denken (breed verkennen, veel mogelijkheden openhouden) en convergent denken (inperken, keuzes maken). Het Double Diamond-model, ontwikkeld door het British Design Council in 2005, is een van de meest gebruikte visualisaties van dit proces en verdeelt het in vier fasen: Discover, Define, Develop en Deliver.



FIGUUR 2: Design Research is je geheime wapen om niet alleen 'mooie' dingen te maken, maar dingen die werken.

HOOFDSTUK 2

Waarom ontwerpen zonder onderzoek gewoon gokken is

Je zit klaar aan je laptop. Je hebt een nieuwe opdracht gekregen. Je opent Adobe Illustrator, In-design, Photoshop of Figma. Het lege canvas staart je aan. Je begint meteen met het kiezen van lettertypes, kleuren en lay-outs. Het ziet er strak uit. Jij bent tevreden.

Maar lost het ook het probleem op?

Dit is de valkuil waar bijna elke beginnende (en gevorderde) designer in trapt: we beginnen met maken voordat we begrijpen. In dit hoofdstuk ontdek je waarom talent alleen niet genoeg is, en waarom Design Research je geheime wapen is om niet alleen 'mooie' dingen te maken, maar dingen die werken.

We baseren ons hierbij op de filosofie van Erika Hall. Onderzoek hoeft niet saai, duur of traag te zijn. Je moet gewoon net genoeg doen.