Co-design in de anderhalvemetermaatschappij

Berit Godfroij, Wilke van Beest en Christa van Gessel. Oktober 2020.

Creatieve onderzoeksmethoden in de zorg zijn veranderd

Creatieve onderzoeksmethoden in de zorg zijn veranderd door de komst van COVID-19. Bij (het ontwerpen van) innovaties moet steeds gekeken worden of en hoe deze in de praktijk toegepast kunnen worden. Een nieuwe situatie zorgt voor nieuwe kansen, maar vraagt aan de andere kant ook om een verandering in de manier van werken. Al decennialang duikt in moeilijke tijden de uitspraak "Never let a good crisis go to waste" op. Zo ook nu, nu de huidige crisis nieuwe kansen biedt voor het ontwerpen voor en met de zorg.

"'Never let a good crisis go to waste', want een crisis biedt andere kansen dan een normale periode"

Amete van den Berg, service designer bij Ideate

Tijdens de Dutch Design week 2020 inventariseerden onderzoekers en creatieve bureaus wat er door de coronacrisis is veranderd in de aanpak van zorginnovatieprojecten. Dat deden zij in het kader van het Create Health-onderzoeksprogramma van ZonMw, dat de meerwaarde van creatieve onderzoeksmethoden in de zorg onderzoekt. Samengevat zagen zij drie ontwikkelingen:

1_ Onderzoek voor ontwerpen voor de zorg is persoonlijker geworden en verplaatst zich naar online of met gepaste afstand naar de thuissituatie.

2_ Tools en prototypes – zowel online als bij mensen thuis – worden op andere wijze toegepast.

3_ De onderzoeker of ontwerper heeft een nog grotere rol bij het betrekken van de doelgroep.

Embassy of Health

HOGESCHOOL UTRECHT · CO-DESIGN · Creative & Health Innovation Ways of Working Analysis CHIWAWA · U CREATE . WE CONNECT CENTRE OF EXPERTISE CREATIVE INDUSTRIES · ZonMw

1_Persoonlijker onderzoek in de anderhalvemetermaatschappij

Met de komst van COVID-19 is het is een extra uitdaging geworden om zorgprofessionals en kwetsbare doelgroepen in de zorg te betrekken bij co-design. Dit wordt veroorzaakt doordat er enerzijds overbelasting van de zorg is ontstaan en anderzijds doordat 'social distancing' het uitgangspunt is geworden in de samenleving. Door de overbelasting is er minder ruimte om zorgprofessionals te betrekken bij co-design. Bovendien zijn de al kwetsbare doelgroepen die voor de pandemie aan tafel zaten om bij te dragen aan het ontwerpproces extra kwetsbaar geworden. Er moet voorkomen worden dat veldonderzoek ten behoeve van zorginnovatie de zorg nog verder overbelast en dat kwetsbare mensen worden blootgesteld aan onnodig risico op besmetting. Tegelijkertijd is het van belang om zorgbehoevenden en professionals in de zorg – als doelgroep – te betrekken bij het ontwerpen voor de zorg. Onderzoek voor en met de zorg is door de komst van COVID-19 kleinschaliger geworden en verplaatst zich meer naar de thuissituatie.

"Door de beperkte toegang tot zorginstellingen in verband met COVID-19, is de focus van het veldonderzoek verschoven van mensen met dementie in zorginstellingen naar mensen met milde dementie die thuis wonen en hun familie."

Maarten Houben,
promovendus in het project 'Everyday Souds of Dementia' aan de TU/e

“Een echtgenoot doet dan de deur open. Je komt binnen, maar mag geen hand geven en je gaat op een afstandje zitten. Het voelt heel onnatuurlijk, maar als je eenmaal zit in die setting, dan went het ook wel.”

Maarten Houben,
promovendus in het project ‘Everyday Souds of Dementia’ aan de TU/e

Samen met de doelgroep in de anderhalvemetermaatschappij

Er zijn verschillende manieren om toch samen met de doelgroep te ontwerpen en te onderzoeken. Afhankelijk van de situatie moet de doelgroep soms verruimd worden om de kwetsbare en overbezette doelgroep te ontzien. Voorheen werden co-designsessies georganiseerd op zorglocaties met toegang tot meerdere personen tegelijkertijd. Nu vinden co-designsessies plaats in de thuissituatie van de doelgroep. Het onderzoek wordt dan uitgevoerd door de onderzoeker in de thuisomgeving van de zorgbehoevende. Door onderzoek thuis plaats te laten vinden ontlast je als onderzoeker de zorgverlener, die dan geen bijeenkomst in een zorginstelling hoeft te organiseren. Het onderzoek in de thuissituatie is vaak kleinschaliger opgezet omdat het tijdsintensiever is om meerdere personen op verschillende (huis)locaties te betrekken. Hierdoor wordt er soms zelfs gekozen voor een N=1 benadering. Bij het onderzoek in de thuissituatie van de kwetsbare doelgroepen worden meerdere voordelen gezien. Het contact kan persoonlijker aanvoelen doordat iemand in zijn eigen huiskamer zit. Dit wordt niet alleen ervaren door onderzoekers die – met anderhalvemeter afstand – langs gaan bij mensen thuis. Ook onderzoekers die videobellen zien mensen in hun eigen veilige thuisomgeving, in plaats van in een labsetting op locatie waarbij de doelgroep hun verhaal doet in een voor hen vreemde omgeving. De casus ‘Beeldzorg in Noord-Nederland’ maakt duidelijk dat het toepassen van beeldzorg op afstand de flexibiliteit vergroot doordat huisbezoeken en beeldzorg afgewisseld kunnen worden. Hierdoor is er meer ruimte voor persoonlijk contact. Voor de doelgroep voelt de thuisomgeving veiliger aan waardoor de co-design sessie als minder belastend wordt ervaren.

Bron foto: sprout.nl

Casus Beeldzorg in Noord-Nederland

Invoeren van beeldzorg, in tijden van COVID-19. Ideate werkt samen met zorgorganisatie Cosis aan het vertrouwd raken met zorgverlening op afstand.

Cosis is een aantal jaar geleden gestart met de invoer van "beeldzorg". Samen met Ideate is onderzocht hoe beeldbellen een normaal onderdeel wordt in de begeleiding van cliënten, in de ambulante zorgverlening. De analyse maakt inzichtelijk dat medewerkers een fictieve ladder moeten beklimmen voordat beeldzorg onderdeel wordt van hun dagelijkse routine. Deze ladder bestaat uit de sporten:

1_ Introduceren en aanleren bij medewerkers om hen vertrouwd te maken met beeldzorg.
2_ Introduceren bij clienten en beeldzorg inzetten bij het dagelijks werk.
3_ Opbouwen van een routine om blijvend gebruik te stimuleren.

In een co-creatietraject ontwerpt Ideate samen met ambulant begeleiders hulpmiddelen en de ondersteuning voor medewerkers. Ze ontwerpen een nieuwe rol: aanspreekpunt-beeldbellen, organiseren beeldbelevenementen om te oefenen en werken hard aan video's, beslisbomen, flyers en posters. Ieder middel is bedoeld ter ondersteuning van een medewerker die een trede hoger op de ladder kan klimmen.

Toen kwam de lockdown. Door de maatregelingen mag een begeleider niet op huisbezoek bij cliënten en moet contact op afstand worden onderhouden. Dit maakt dat Cosis is overgestapt op een meer activistische aanpak waarin zoveel mogelijk online ondersteuning voor alle teams is georganiseerd. Tijdens de lock-downperiode stijgt het gebruik van de beeldapplicatie noodgedwongen. Een aantal medewerkers beklimmen zelfstandig de ladder en ervaren hoe beeldzorg bijdraagt aan meer flexibele zorg, op maat. Maar tijdens het verruimen van de maatregelen, blijkt de inzet van beeldzorg te dalen. Nu de intensiteit van de crisis afneemt vallen medewerkers terug in oude gewoontes. Het proces van beeldzorg eigen maken, blijft noodzakelijk als we de inzet van beeldzorg duurzaam willen verankeren in de manier van werken. Kortom, een crisis biedt kansen, maar is geen oplossing wanneer je naar duurzame gedragsverandering streeft.

In een veilige thuisomgeving

Voor sommige groepen kwetsbare personen in de zorg, zoals ouderen met dementie of mensen met een visueel-auditieve beperking, vormen digitale middelen meestal geen gebruiksvriendelijk alternatief om co-design op afstand te kunnen uitvoeren. Zo is het voor mensen met dementie van belang om direct contact te kunnen hebben met de onderzoeker in een veilige thuisomgeving en ervaringen op te halen met een persoonlijke en relationele benadering. De zorgbehoevende zit meestal al veel thuis en dan is persoonlijk contact vaak welkom. Toch geldt dit niet voor iedereen. Er zijn ook ouderen die aangeven dat ze hun leven juist nu als erg druk ervaren. Dit pleit des te meer voor een persoonlijke en op maat gemaakte benadering in ontwerp en onderzoek met deze doelgroep.

De casus 'Everyday Sounds of Dementia' geeft een voorbeeld van hoe kwetsbare personen vanuit hun thuissituatie betrokken worden bij co-design. Door middel van een rollenspel krijgen mensen met dementie en hun begeleiders ieder een eigen taak. Hierdoor zien onderzoekers dat de echtgenoten of mantelzorgers het gesprek minder overnemen dan wanneer het onderzoek telefonisch wordt gehouden. Wanneer het onderzoek zich naar de thuissituatie van de doelgroep verplaatst kan de aandacht gerichter worden verdeeld tussen de persoon met dementie en de echtgenoot of mantelzorger.

Tips
Persoonlijker onderzoek in de anderhalvemetermaatschappij

- ✓ **Om een kwetsbare en overbezette doelgroep te ontzien kan de doelgroep verruimd worden.**
- ✓ **Co-designsessies kunnen verplaatst worden van een lab-setting naar de thuissituatie van de doelgroep.**
- ✓ **Kleinschalig onderzoek (soms zelfs N=1) bij mensen thuis kan rijke inzichten opleveren doordat mensen zich in hun persoonlijke context over het algemeen veiliger voelen om hun ervaringen te delen.**
- ✓ **Online contact met de doelgroep (via videobellen) vergroot de flexibiliteit en kan worden afgewisseld met huisbezoeken en/of telefonisch contact.**
- ✓ **Door het toepassen van een rollenspel krijgen zorgbehoevenden en hun begeleiders ieder een eigen taak in het onderzoek, waardoor de onderzoeker zich echt kan focussen op gedrag in de doelgroep.**

Casus Everyday Sounds of Dementia

In het project Everyday Sounds of Dementia, dat een samenwerking is tussen de Technische Universiteit Eindhoven, Tranzo Tilburg Universiteit, Coöperatie Slimmer Leven en Archipel, wordt onderzocht hoe geluid een positieve impact heeft op mensen met dementie. Dit doen onderzoekers door het iteratief ontwerpen van concrete toepassingen die vervolgens in een natuurlijke context geëvalueerd worden.

Door de toenemende vergrijzing is dementie één van de uitdagingen in de huidige maatschappij. Momenteel bestaat er geen geneesmiddel, waardoor er grote nood is aan niet-farmaceutische toepassingen die de levenskwaliteit van mensen met dementie kan verbeteren. Er is al aangetoond dat muziek herinneringen kan oproepen of bepaalde emoties kan opwekken bij mensen met dementie.

Tijdens het ontwerpproces worden zowel mensen met dementie, als mensen uit hun directe leefomgeving zoals verzorgers en familieleden nauw betrokken. Aan de hand hiervan worden richtlijnen opgesteld voor het betrekken van deze doelgroep in (ontwerp)onderzoek. Het doel van het project is om concrete richtlijnen op te leveren voor het inzetten van geluid bij dementie en om inzicht te geven in hoe mensen met dementie actief betrokken kunnen worden bij onderzoek. Vanuit literatuur is bekend dat muziek een positieve impact heeft op dementie. In dit project wordt gekeken naar de mogelijkheden van geluid (soundscapes) om de kwaliteit van leven te verhogen in de thuisomgeving, de zorgomgeving en de transitie tussen deze twee.

Everyday Sounds of Dementia is onderdeel van het programma Create Health dat gefinancierd wordt door Nederlandse organisatie voor gezondheidsonderzoek en zorginnovatie (ZonMw) dat als doel heeft om bij te dragen aan de maatschappelijke uitdaging rondom gezond en actief ouder worden.

2_Tools en prototypes voor co-design op afstand

Door de beperkte toegang tot zorginstellingen en het beperken van contacten groeit de vraag naar technologische oplossingen die de sociale gezondheid en verbondenheid van mensen stimuleert. Verschillende casussen in dit artikel benadrukken het belang van dergelijke technologie als middel voor co-design en onderzoek. Nu veel meer activiteiten online plaatsvinden worden prototypes ingezet om co-design op afstand door te laten gaan.

'Rapid prototypes' testen met professionals

Uit de casus G-Moji blijkt dat ontwerpers online feedback op snelle ideeën en prototypes kunnen vragen, bijvoorbeeld door het organiseren van een interactieve co-designsessie op afstand. Het is hierbij gemakkelijk om een breed gezelschap uit te nodigen "omdat je niet beperkt bent tot de fysieke vergaderruimte". Daarnaast is het mogelijk om – als je digitaal contact hebt met respondenten en/of stakeholders – kort nog even digitaal feedback te vragen. Dit laatste gaat online veel eenvoudiger dan wanneer een respondent naar een lab moet komen. Toch is dit niet bij alle doelgroepen mogelijk. Wanneer de doelgroep bijvoorbeeld ouderen met dementie betreft of mensen met een visueel-auditieve beperking is online feedback op 'rapid prototyping' niet realistisch. Wat in zo'n situatie wel gebeurt is dat een groep zorgprofessionals of andere experts (binnen een consortium bijvoorbeeld) online reageert op eerste ideeën voor ontwerp en dat een ver uitgewerkt prototype vervolgens bij de doelgroep thuis wordt geplaatst.

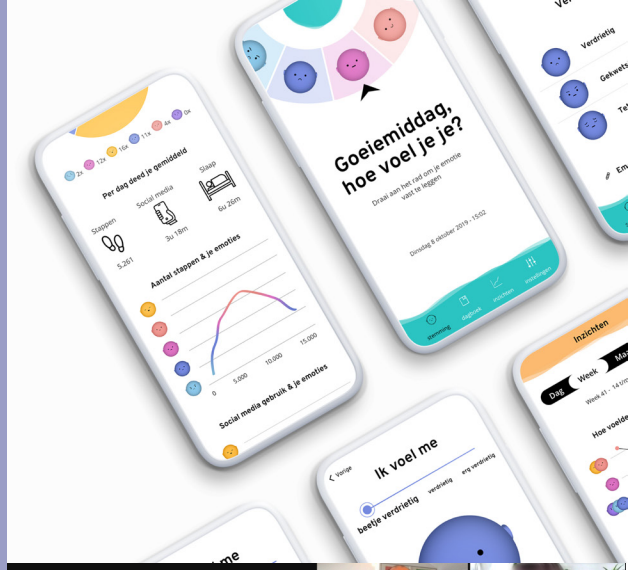
Joris Jaspers van het UMC Utrecht geeft aan dat het co-designen met zorgprofessionals (verpleegkundigen bijvoorbeeld) moet worden ingepast in natuurlijke momenten zoals koffiepauzes en tijdens meeloopsessies: co-design tijdens het reguliere werk maar wel op een manier dat het amper belast. Het inzetten van 'rapid prototyping' helpt daarbij. Tijdens de coronacrisis heeft het UMCU-innovatieteam enkele lopende projecten noodgedwongen teruggebracht en is extra aandacht gegaan naar corona-gerelateerde producten. Deze producten zijn in co-design ontwikkeld en snel opgeleverd (o.a. met behulp van eigen 3D-printers en een lasersnijder) zodat de producten meteen in de praktijk gebracht konden worden. Zorgprofessionals werden hierdoor direct ondersteund in hun dagelijks werk. Denk bijvoorbeeld aan beschermproducten op plekken waar reguliere bescherming niet mogelijk is, zoals schermen bij oogheelkunde apparatuur.

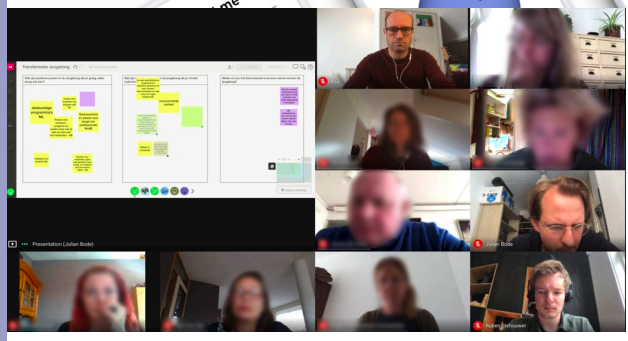
Casus G-Moji

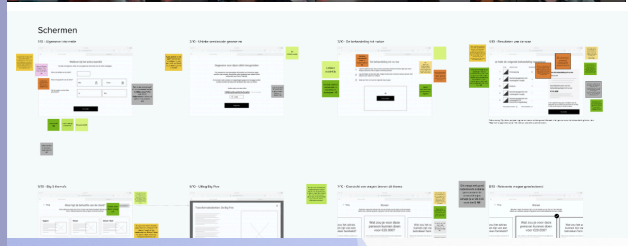
De jeugdzorg in Nederland staat onder grote druk. Garage2020 & Greenberry werken aan innovaties in de jeugdzorg en geloven dat data en design jeugdhulpverleners op een menselijke manier kunnen ondersteunen.

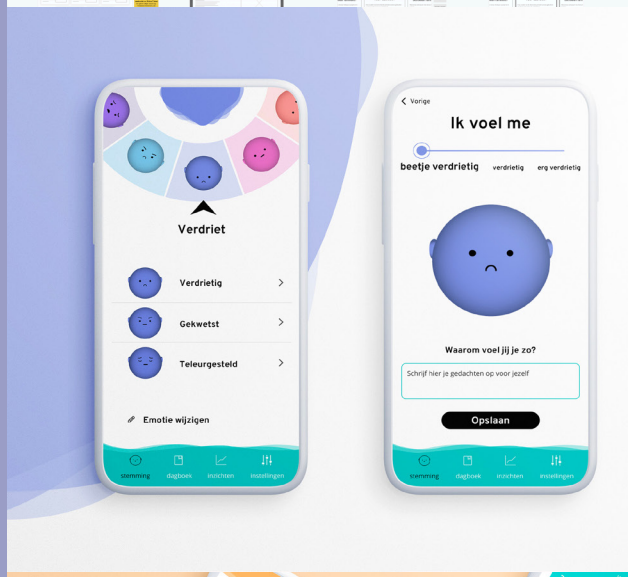
Zo hebben ze in samenwerking met onderzoekers van MIT Media Lab, Universiteit van Amsterdam (UvA) en VUmc de app G-Moji ontwikkeld, die jongeren met psychische problemen helpt om hun emoties te herkennen en die passieve telefoondata van deze jongeren analyseert om destructieve patronen tijdig te kunnen signaleren.

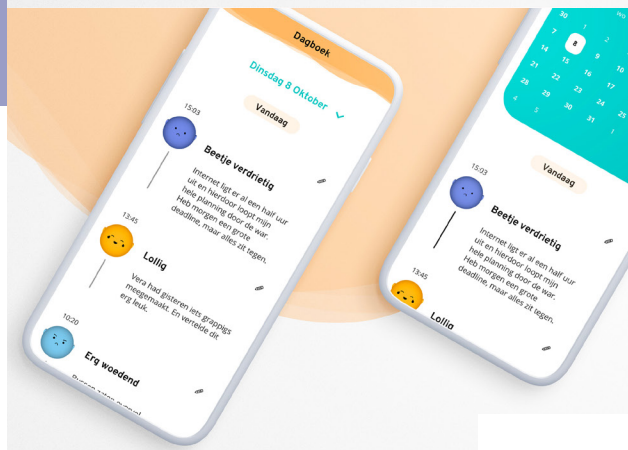
Greenberry werkt voor de ontwikkeling nauw samen met hulpverleners, jongeren en experts. In ontwerpsessies werkt Greenberry met de doelgroep toe naar prototypes die ze snel kunnen valideren met jongeren in de praktijk.











Meer zekerheid nodig wanneer prototypes op afstand worden ingezet

Onderzoekers en ontwerpers missen het gebruik van 'rapid prototyping' bij het co-designen met de doelgroep op afstand. Het mooie van 'rapid prototyping' is, dat je snel iets in handen kunt geven en dan een concreet gesprek kunt hebben. Het idee van een prototype, als iets wat je tijdens het proces makkelijk kunt aanpassen en ontwikkelen, is in deze dagen een stuk moeilijker geworden. Nu moet je het weggeven zodat iemand het thuis kan testen en kun je er langere tijd niet bij. Je moet al een stuk meer zekerheid hebben voordat je het gebruik van een prototype met mensen gaat ervaren en zeker wanneer de prototypes gebruikt gaan worden door een cognitief beperkte doelgroep. Van onderzoekers en ontwerpers vraagt dit veel voorbereiding.

In de casus LivingMoment is ervoor gekozen om versneld een werkend prototype te ontwikkelen tijdens de coronacrisis, om het systeem zo snel mogelijk bij thuiswonende mensen met dementie en hun naasten te introduceren. Met dit 'high fidelity' prototype voeren de onderzoekers van de TU Eindhoven momenteel een in-context-evaluatie uit, bij mensen thuis. Het prototype is zo gebouwd dat het op afstand aangepast kan worden. Op deze manier zijn kleine aanpassingen op afstand toch mogelijk. Voor technische issues moet het prototype wel opgehaald worden. De noodzaak voor het ontwikkelen van een 'high fidelity' prototypes in deze casus, heeft het inzicht opgeleverd dat hifi-prototypes juist goed werken bij deze doelgroep en meer inzicht in de ervaring geven.

"In co-design wordt vaak 'quick and dirty' prototyping toegepast, terwijl een werkend prototype meer inzichten geeft in de ervaringen op het moment van gebruik."

Myrte Thoolen,
promovenda in het project 'Dementia Dynamics in Design' TU/e

Casus LivingMoment

Het LivingMoments-ontwerp is onderdeel van het Dementia Dynamics in Design-project, een samenwerking tussen wetenschappelijk centrum Tranzo, TU Eindhoven, GGZe, Pleyade en SlimmerLeven2020. Het project is onderdeel van het programma Create Health dat gefinancierd wordt door Nederlandse organisatie voor gezondheidsonderzoek en zorginnovatie (ZonMw) dat als doel heeft om bij te dragen aan de maatschappelijke uitdaging rondom gezond en actief ouder worden.

Het doel van het project Dementia Dynamics in Design is om beter te begrijpen wat thuiswonende ouderen met dementie meemaken op sociaal gebied en om hen te betrekken bij het ontwerpen van nieuwe technologische oplossingen die gericht zijn op hun sociale uitdagingen. Thuiswonende ouderen die te maken krijgen met dementie ondergaan allerlei veranderingen, waaronder een achteruitgang in geheugen. In dit project worden nieuwe technologische oplossingen ontworpen en getest, die mensen met dementie helpen bij het onderhouden van sociale contacten. Thuiswonende ouderen met dementie zijn in dit project over een langere periode gevolgd om te begrijpen wat zij meemaken op sociaal gebied en zij zijn – samen met hun naasten – betrokken bij het iteratieve ontwerpproces. Na co-designsessies bij mensen thuis en online expert-evaluatiesessies is het LivingMoments ontwerp ontwikkeld.

Zowel het ontwerp van LivingMoments (TU Eindhoven) als de G-Moji app (Greenberry) zijn werkende ('high fidelity') prototypes die op afstand worden ingezet voor co-design. De onderzoekers van de TU Eindhoven hebben het snelle prototypes (ook wel 'quick & dirty' of 'rapid prototyping' genoemd) met de doelgroep noodgedwongen overgeslagen. Bij het ontwikkelen van G-Moji (Greenberry) is wel 'rapid prototyping' toegepast met de doelgroep, ook al is ook hier het ontwerpproces van fysiek naar 100% digitaal verschoven. Greenberry heeft hiervoor op afstand interviews en online design sprints uitgevoerd en 'lean canvas'-, 'value propositions'- en validatiesessies gehouden. Ze gebruikten hiervoor online samenwerkingstools, videobellen en online 'prototyping testing'. Het op afstand testen werkt goed en misschien zelfs beter volgens Alain Dujardin, creatief directeur en partner van Greenberry, vanwege het ontbreken van de onderzoeks-setting. Ook geeft het mensen soms meer mogelijkheden om deel te nemen omdat het makkelijker te organiseren is tussen andere werkzaamheden of activiteiten door.

Tips
Tools en prototypes voor co-design op afstand

- ✓ **Eerste ideeën voor ontwerp en 'rapid prototypes' kunnen in een interactieve online co-designsessie worden getest met een expertgroep, waarna een ver uitgewerkt prototype bij mensen thuis geplaatst kan worden.**
- ✓ **'Rapid prototypes' kunnen op natuurlijke momenten worden ingezet tijdens het reguliere werk van zorgprofessionals, zonder dat het hen al te veel belast.**
- ✓ **Het op afstand kunnen aanpassen en ontwikkelen van prototypes voorkomt dat de prototypes steeds bij mensen thuis moeten worden opgehaald.**
- ✓ **'High fidelity' prototypes geven goed inzicht in de gebruikerservaring bij het testen van een prototype op afstand.**
- ✓ **Het op afstand testen van prototypes werkt goed, vanwege het ontbreken van een onderzoeks-setting. Daarnaast geeft het mensen meer mogelijkheden om deel te nemen tussen andere activiteiten door.**

3_Inclusief betrekken van de doelgroep

Bij het ontwerpen voor de zorg hebben onderzoekers en creatieven vaak te maken met een (extra) kwetsbare doelgroep. Voorbeelden hiervan zijn ouderen met dementie die tot de risicogroep van COVID-19 behoren en jongeren – soms met psychische problemen – die moeten dealen met veel onzekerheid tijdens de coronacrisis omdat ze beperkt of niet naar school kunnen en minder contact kunnen hebben met leeftijdsgenoten. Dit maakt de doelgroep in deze crisistijd extra kwetsbaar voor stress, sociale isolatie, eenzaamheid, angst en somberheid waardoor het soms niet mogelijk is om hen te betrekken in co-designsessies op de manier waarop dat voor COVID-19 gebruikelijk was. De drempel om mee te doen aan een (online) onderzoek op afstand kan daardoor groter zijn voor de doelgroep. Ontwerpers kunnen hier wat extra's bieden door op een creatieve manier contactmomenten te organiseren, bijvoorbeeld met behulp van contactcontainers of een plastic knuffelzuil.

Voorafgaand, tijdens en na een co-designsessie op afstand

Zowel voorafgaand als tijdens de ontwerpsessies helpt het om extra aandacht te besteden aan de manier waarop de doelgroep betrokken wordt. Zo helpt het om van tevoren even te bellen naar de deelnemers om de sessie door te nemen. Dit is ook een goede manier om de behoefte af te stemmen. Het aansluiten bij de behoefte van de doelgroep helpt om de input op te halen die je nodig hebt voor het ontwerp. Eén van de deelnemers geeft aan dat het voor het betrekken van de doelgroep ook helpt om formele en informele momenten af te wisselen en om juist die informele momenten ook in te plannen. Voorbeelden hiervan zijn een anderhalvemeter picknick, een online spel zoals Among Us, ruimte voor informeel geklets en het napraten na de sessies, eventueel in sub-groepjes. Tijdens een online co-designsessie helpen oefeningen en opdrachten in het online contact zodat je elkaar niet ongemakkelijk zit aan te kijken. Alain Dujardin van Greenberry benadrukt dat het organiseren van online co-designsessies wel om een strakke regie vraagt en om goed doordachte manieren voor het ophalen van feedback. Wanneer er tijdens co-designsessies online tools worden ingezet zoals Mural of Miro helpt het om een moderator te hebben die alles samenvat en opschrijft. Het ontwerpteam kan zich dan richten op het ontwerpen, maar wel meekijken met wat iedereen inbrengt tijdens de sessie omdat het direct gedeeld wordt.

Alain Dujardin geeft een voorbeeld van een online stakeholdersessie met 23 personen waarin iedere deelnemer, na het presenteren van een prototype, op een digitaal whiteboard opmerkingen en ideeën bij de schetsen van het prototype plaatsten. Dit werkte erg goed voor zowel de ontwerpers als de deelnemers.

De casussen Grow it! van IJsfontein en G-Moji van Greenberry laten zien hoe ontwerpers inspelen op bestaande middelen en gebruik maken van Whatsapp en digitale middelen zoals Miro en Mural, waarmee zij co-design hebben aangepast op een manier en met een technologie die bij de doelgroep (jongeren) past. Jongeren kennen Whatsapp goed, dus dat werkt voor hen op een natuurlijke manier. In de casus G-Moij wordt gebruik gemaakt van bekende technologie om de effectiviteit te verhogen. Jongeren doen veel vanaf hun telefoon, dus die omschakeling is klein. Karin Alfenaar van UCreate geeft aan dat het belangrijk is om op te merken dat chatfuncties met name goed werken voor mensen die talig zijn ingesteld. Voor mensen die dat niet zijn of dat niet kunnen, helpt het horen van een stem beter en dat kan ook via de telefoon, via spraakberichten of videobellen. Alain Dujardin geeft een voorbeeld in het kader van een CliniClowns-app die Greenberry ontwikkelde voor verstandelijk gehandicapte en chronische zieke kinderen thuis, waarbij het voor kinderen goed werkte om een inspreekfunctie in te bouwen zodat zij hun verhaal kwijt kunnen en de interactie kunnen zoeken.

"Het is belangrijk om te benoemen dat het oké is als je het niet direct snapt. Het helpt om van tevoren een duidelijke instructie op te sturen per post zodat mensen niet direct digitaal hoeven te beginnen en om dan – met elkaar- digitaal te oefenen tijdens de sessie en hier tijd voor te reserveren."

Alain Dujardin, creatief directeur & partner van Greenberry

Casus Grow it!

Creatief bureau IJsfontein ontwikkelde samen met het Sophia Kinderziekenhuis in Rotterdam een app om jongeren te leren omgaan met gevoelens van somberheid en angst én om te meten hoe het met jongeren gaat: Grow it!

Deze app biedt jongeren een mogelijkheid om hun coping-strategieën positief te beïnvloeden zodat ze zich beter door deze coronacrisis heen zullen slaan. IJsfontein zet met dit project technologie in om kennis te ontwikkelen over kwetsbaarheid, stress, sociale isolatie, eenzaamheid, angst en somberheid, veroorzaakt door de coronacrisis. De app is ontwikkeld met de doelgroep en experts.

Ook kunnen kwetsbare doelgroepen leren omgaan met technologie. Er is een leercurve. Je moet daar niet te makkelijk over doen en de doelgroep echt meenemen. Dit kun je doen door bijvoorbeeld een handleiding rond te sturen of door eerst te bellen en om vervolgens samen de stap naar digitaal te maken.

Het investeren in telefonisch contact kan door de onderzoekers zelf, maar binnen het project Grow it! hebben twintig studenten met de doelgroep gebeld zodat er voldoende ruimte was voor gesprekken. Alain Dujardin van Greenberry geeft aan dat het betrekken van de doelgroep voor de sessies iets is dat meegenomen kan worden als een les uit deze crisis.

> ***"Echt kijken naar de doelgroep, zoeken wat aansluit bij hen. De intentie moet zijn dat je persoonlijke aandacht wilt geven. Dat is je vertrekpunt. De manier waarop maakt niet uit, het gaat erom hoe je de doelgroep het beste helpt."***
>
> *Alain Dujardin, creatief directeur & partner van Greenberry*

Tips
Inclusief betrekken van de doelgroep

- ✓ **Ontwerpers kunnen creatieve contactmomenten verzinnen om kwetsbare doelgroepen te betrekken bij co-design op afstand, bijvoorbeeld door het inzetten van een contactcontainer of een plastic knuffelzuil.**
- ✓ **Het helpt bij kwetsbare doelgroepen om deelnemers voorafgaand aan een co-designsessie even te bellen om de sessie samen door te nemen en de behoefte af te stemmen.**
- ✓ **Het afwisselen en inplannen van formele én informele momenten helpt bij het betrekken van de doelgroep.**
- ✓ **Oefeningen en opdrachten helpen in het online contact met de doelgroep.**
- ✓ **Het helpt bij online sessies waarbij digitale tools worden ingezet om een moderator te hebben die ook alles samenvat en opschrijft, zodat het ontwerp-/ onderzoeksteam zich kan richten op wat deelnemers inbrengen.**
- ✓ **Voor het betrekken van de doelgroep op afstand helpt het om in te spelen op bestaande middelen en technologie waarmee zij al bekend zijn, zoals Whatsapp bij jongeren.**
- ✓ **Je kunt (ook kwetsbare) doelgroepen leren omgaan met technologie, door bijvoorbeeld een handleiding rond te sturen, of door eerst te bellen en samen de stap naar digitaal te maken.**

Tot slot

Conclusie

De drie ontwikkelingen op het gebied van co-design die onderzoekers en creatieve bureaus naar naar aanleiding van de coronacrisis inventariseerden zijn:

1_ Onderzoek voor ontwerpen voor de zorg is persoonlijker geworden en verplaatst zich naar online of met gepaste afstand naar de thuissituatie.

2_ Tools en prototypes– zowel online als (op gepaste afstand) bij mensen thuis – worden op andere wijze toegepast.

3_ De onderzoeker of ontwerper heeft een nog grotere rol bij het betrekken van de doelgroep.

De onderzoekers en creatieve bureaus hebben zich tijdens de coronacrisis een nieuwe manier van werken eigen gemaakt waarbij ze hebben ingespeeld op de behoefte van de doelgroep en die behoefte centraal hebben gezet in de manier van ontwerpen en onderzoeken. Zowel online als offline is het van belang om mensen uit de doelgroep persoonlijk te benaderen voorafgaand, tijdens en na afloop van onderzoeks- en ontwerpsessies.

Achtergrondinformatie

Deze studie is onderdeel van 'Creative & Health Innovation Ways of Working Analysis' (CHIWaWA) dat uitgevoerd wordt door onderzoekers van de Hogeschool Utrecht binnen het onderzoeksprogramma 'Create Health'.

De onderzoekers die het CHIWaWA-project uitvoeren zijn werkzaam bij het Kenniscentrum Leren en Innoveren van de Hogeschool Utrecht, Lectoraat Methodologie van Praktijkgericht Onderzoek en Lectoraat Co-design. Het 'Create Health'-programma heeft als doel om bij te dragen aan de maatschappelijke uitdaging rondom gezond en actief ouder worden binnen de thema's ouderen met dementie en preventie van eenzaamheid en overgewicht en wordt gefinancierd door Nederlandse organisatie voor gezondheidsonderzoek en zorginnovatie ZonMw.

Binnen het ZonMw-programma 'Create Health' zijn tien projecten gefinancierd die betrekking hebben op de ontwikkeling van kennis voor de creatieve industrie en voor gezondheidszorg en welzijn op het gebied van e-health. Het CHIWaWA-project voert overkoepelend onderzoek uit naar de meerwaarde van het gebruik van creatieve methodes binnen deze projecten om tot nieuwe innovaties in de zorg te komen en hoe deze meerwaarde tot stand komt.

In het 'Create Health'-onderzoek staat samenwerking tussen de creatieve industrie en zorg en welzijn centraal. De casussen Everday Sounds of Dementia en LivingMoments zijn onderwerp van studie voor CHIWaWA. De drie ontwerpprojecten Beeldzorg in Noord-Nederland, G-Moji en Grow-it! zijn verbonden aan de creatieve coalitie, aangesloten bij UCREATE Centre of Expertise Future Health Design.

Creative & Health Innovation
Ways of
Working Analysis
CHIWAWA

Beeldzorg in Noord-Nederland	**Ideate**	**Amete van den Berg,** *Service designer Ideate*
Everyday Sounds of Dementia	**Technische Universiteit Eindhoven**	**Maarten Houben** *Bouwkundig ingenieur & Promovendus*
LivingMoments	**Technische Universiteit Eindhoven**	**Myrte Thoolen** *Industrieel Ontwerper & Promovenda*
G-Moji	**Greenberry**	**Alain Dujardin** *Partner & Creatief directeur*
Grow it!	**IJsfontein**	**Jan Willem Huisman,** *Medeoprichter & Creatief directeur*

Dutch Design Week 2020

Deze vijf casussen zijn gepresenteerd[1] tijdens een online bijeenkomst 'Co-design in de anderhalvemetermaatschappij'[2] die onderdeel uitmaakte van de programmering van de Embassy of Health[3] van de Dutch Design Week 2020[4].

CHIWaWA-onderzoekers en Ucreate hebben deze online sessie georganiseerd. De sessie bestond uit een plenair gedeelte met ongeveer 40 deelnemers (het aantal was niet constant gedurende de sessie: deelnemers kwamen later binnen of gingen eerder weg) en drie besloten break-outsessies met respectievelijk zes, vijf en zes deelnemers. Professionals die zich bezighouden met zorginnovatie of co-design in de zorg behoorden tot de doelgroep van de bijeenkomst, bijvoorbeeld medewerkers in zorginstellingen die bijdragen aan innovatie en professionals (ontwerpers en onderzoekers) die creatieve methoden toepassen ten behoeve van zorginnovatie.

In het plenaire gedeelte van de bijeenkomst hebben de vijf gastsprekers een casus ingebracht met betrekking tot co-design voor zorginnovatie. Zij spraken over hoe COVID-19 heeft gezorgd voor veranderingen in de aanpak van co-design als methode en brachten elk een adviesvraag in. Na afloop van iedere casus-presentatie werden – via de chatfunctie – vragen gesteld vanuit het publiek. De advies- en discussievragen werden meegenomen in de besloten break-outsessies, waar in kleiner gezelschap naar interactie en verdieping werd gezocht met betrekking tot drie onderwerpen:

1_ Veldonderzoek in tijden van 'social distancing' en overbelasting van de zorg:
Hoe kwetsbare doelgroepen te betrekken bij co-design op afstand, rekening houdend met social distancing en overbelasting van zorgprofessionals?

2_ 'High fidelity' en 'Rapid prototyping' in co-design op afstand:
Hoe kunnen snelle 'quick & dirty' prototypes en technologisch ver uitgewerkte prototypes samen toegepast worden in een (iteratief) co-designproces met een kwetsbare doelgroep?

3_ Menselijke connectie bij ontwerpen op afstand:
Hoe valt 'remote' en fysiek co-design op afstand te combineren, rekening houdend met kwetsbare doelgroepen waarbij persoonlijk en diepgaand contact gewenst is?

---

[1] De presentatieslides die de case-inbrengers hebben gepresenteerd tijdens de Dutch Design Week 2020 kunnen gedownload worden via de projectpagina van Creative & Health Innovation Ways of Working Analysis (CHIWaWA), waar ook meer informatie te vinden is over dit overkoepelende meta-project binnen het onderzoeksprogramma Create Health van ZonMw.
https://www.hu.nl/onderzoek/projecten/chiwawa-creatieve-onderzoeksmethodes

[2] https://www.worlddesignembassies.com/programme/co-design-in-de-anderhalvemetermaatschappij/

[3] https://www.worlddesignembassies.com/

[4] https://www.worlddesignembassies.com/embassies/health/

Over de auteurs

Berit Godfroij is projectleider en onderzoeker in het CHIWaWA-project vanuit het Lectoraat Co-design van de Hogeschool Utrecht. Zij heeft een achtergrond in Industrieel Ontwerpen en richt zich als onderzoeker op procesonderzoek met betrekking tot de veranderende rol van ontwerpers en interdisciplinaire ontwerpsamenwerking.

Wilke van Beest is onderzoeker in het CHIWaWA-project vanuit het Lectoraat Methodologie van Praktijkgericht Onderzoek van de Hogeschool Utrecht. Zij heeft een achtergrond Communicatiewetenschappen en is bezig met promotieonderzoek vanuit de lectoraten Marketing & Customer Experience en Methodologie van Praktijkgericht Onderzoek naar de implementatie van zorginnovaties die voortkomen uit praktijkgericht onderzoek.

Christa van Gessel is als creatief onderzoeker betrokken bij het CHIWaWA-project. Zij heeft een achtergrond in Industrieel Ontwerpen en is zelfstandig ondernemer en consultant op het gebied van design research.

Lectoraat Co-design Hogeschool Utrecht

Het Lectoraat Co-design brengt mensen met verschillende gezichtspunten en vaardigheden samen om gezamenlijk aan complexe innovaties te werken en onderzoekt hoe ontwerpen kunnen bijdragen aan maatschappelijke veranderingen, met name op het gebied van gezondheid en duurzaamheid. Co-design biedt een aanpak die inzichten in de context van mensen verbindt met technologische mogelijkheden. Het lectoraat draagt een ontwerpende manier van denken, onderzoek doen en innoveren uit ('design thinking') en past actieonderzoek toe ('research-through-design'), waarbij systematische reflectie op het ontwerpproces zowel kennis oplevert over (nieuwe) tools en methoden als kennis over het onderwerp zelf.

Lectoraat Methodologie van Praktijkgericht Onderzoek Hogeschool Utrecht

Het lectoraat Methodologie van Praktijkgericht onderzoek richt zich op praktijkgericht onderzoek in het hbo. Het lectoraat onderzoekt met welke methoden praktijkgericht onderzoek kan bijdragen aan het oplossen van praktijkproblemen en hoe de resultaten van praktijkgericht onderzoek doorwerken in de praktijk op een praktisch relevante en methodisch verantwoorde manier vanuit de verschillende perspectieven van alle betrokkenen (onderzoeker, praktijk, onderwijs en financier). Daarnaast richt het onderzoek zich op hoe hbo-studenten kunnen leren om onderzoek in hun beroepspraktijk te doen.

Dankwoord

Wij bedanken de vijf casusinbrengers Amete, Myrte, Jan Willem, Maarten en Alain, die presenteerden tijdens de online bijeenkomst en materialen aanleverden voor dit artikel. Ook bedanken wij de experts die met de casusinbrengers deelnamen aan de break-outsessies en daarin soortgelijke ervaringen deelden en constructief meedachten over co-design op afstand: Esmée Bally (UMC Utrecht, maatschappelijke gezondheidszorg), Mijke Hartendorp (Hogeschool Saxion, lectoraat Brain & Technology), Job van 't Veer (NHL Stenden Hogeschool Leeuwarden, Digitale Innovatie Zorg en Welzijn), Lean Kramer (Wageningen Universiteit, Consumption & Healthy Lifestyles), Joris Jaspers (UMC Utrecht, Innovatie & Valorisatie), Marieke Bluemink (UMC Utrecht, Applied Data Analytics in Medicine), Kees Greven (Hogeschool Utrecht, lectoraat Methodologie van Praktijkgericht Onderzoek) en Remko van der Lugt (Hogeschool Utrecht, lectoraat Co-design). We bedanken ZonMW voor het programma Create Health en het mogelijk maken van onderzoek op het snijvlak van de zorg en de creatieve industrie. Tot slot bedanken we Gjilke Keuning (UCREATE) voor het mogelijk maken van de sessie tijdens de Dutch Design Week binnen het programma Embassy of Health (World Design Embassies), Natascha Helmer (Hogeschool Utrecht, lectoraat Co-design) voor het meedenken en de communicatie en verspreiding van aankondigingen rondom dit programma en Karin Alfenaar (UCREATE) voor het verbinden van de creatieve coalitie met onderzoek, voor het vormgeven van deze sessie en het geven van advies.

Embassy of Health

HOGESCHOOL UTRECHT

CO-DESIGN

Creative & Health Innovation Ways of Working Analysis CHIWAWA

U CREATE . WE CONNECT
CENTRE OF EXPERTISE CREATIVE INDUSTRIES

ZonMw