Het ontwerpen van een concept dat *Lang zult u wonen* zichtbaar maakt in bouwmarkten

Universiteit Twente.
Bachelor Opdracht - Verslag
Industrieel Ontwerpen

Jessica Schraa
s1004220
mei 2013 – juli 2013
Begeleider: ir. W. Dankers
Examinator: dr. ir. W. Eggink

Opdrachtgever
Lang zult u wonen
Maria Walters
Bertus Botter
Enschede

Het ontwerpen van een concept dat *Lang zult u wonen* zichtbaar maakt in bouwmarkten

Verantwoordelijke organisatie:
Universiteit Twente
Postbus 217
7500 AE Enschede

Begeleider:
Ir. W. Dankers

Examinator:
Dr. Ir. W. Eggink

Opdrachtgever:
Maria Walters, Bertus Botter
Lang zult u wonen
Ennekerdijk 35
7622 ED Borne

Oplage:
5

Aantal bladzijden:
70

Bijlages:
- Bijlage
- Handleiding ‘Lang zult u wonen in uw bouwmarkt’

Industrieel Ontwerpen
Bachelor opdracht

Jessica Schraa
s1004220

Inleverdatum
26 juli 2013

Eindpresentatie
20 augustus 2013

Samenvatting

Deze bachelor opdracht is uitgevoerd voor Lang zult u wonen. Lang zult u wonen is een campagne in de provincie Overijssel. De campagne wil oudere inwoners er bewust van maken dat ze op tijd hun woning moeten aanpassen, zodat ze er ook later kunnen blijven wonen.
Onderdeel van de campagne is zichtbaar zijn in bouwmarkten. Op deze manier worden mensen die gaan verbouwen benaderd en mensen die hun huis willen aanpassen, kunnen beter en gemakkelijker de producten vinden die geschikt zijn.

Een kenmerk van de campagne is dat het niet op zorg, maar op wonen en comfort gericht is. De doelgroep denkt bij woningaanpassingen vaak aan steunbeugels en trapliften en voelen zich dan ook snel niet aangesproken. Lang zult u wonen wil dit imago veranderen en probeert de doelgroep te wijzen op de voordelen qua comfort en veiligheid.

Er zijn veel verschillende bouwmarkten, die sterk variëren in grootte. Voor deze opdracht zijn soft franchise bouwmarkten zoals de Multimate benaderd. Na het spreken van verschillende eigenaren is begonnen met ontwerpen. De eigenaren gaven aan dat ze een ruimte van 3 bij 3 meter beschikbaar konden stellen. Er is daarom besloten om een badkamer na te maken. Dit omdat dit goed past op dit oppervlakte, maar ook omdat er veel aanpassingen in deze ruimte zitten.

Aan de buitenkant van de wanden bevindt zich informatie over de campagne en een woningtest om de doelgroep naar hun eigen situatie te laten kijken. Op deze manier komen ze erachter dat ook zij aanpassingen zouden kunnen doen in hun woning.

Door de grote verscheidenheid aan bouwmarkten bleek al snel dat één ontwerp voor alle bouwmarkten niet zou volstaan. Om het ontwerp geschikt te maken voor meer bouwmarkten is de wandopstelling ontwerpen. Dit ontwerp is breder, maar minder diep en kan tegen een wand geplaatst worden.

Beide ontwerpen zijn echter nog te groot en niet geschikt voor kleine bouwmarkten, omdat zij vaak geen showroom en maar weinig sanitaire producten in hun assortiment hebben. Daarom is een ontwerp gemaakt, waarbij een bestaand deel van het schap ingericht wordt met producten die aansluiten bij de campagne. Dit ontwerp voldoet niet aan alle eisen uit het Programma van Eisen, maar dit is op een dergelijk klein oppervlak ook niet mogelijk. Het speelt dan ook wel goed in op de mogelijkheden die er zijn en de problemen die er zijn met het grote ontwerp.

Als laatste zijn er nog wobblers en grondstickers ontworpen, om de campagne en de showroom verder onder de aandacht te brengen.

Summary

This bachelor assignment has been executed for Lang zult u wonen. Lang zult u wonen is a campaign in the region Overijssel. The campaign was started to point out that adjusting houses of elderly inhabitants is necessary. By doing so, the elderly inhabitants make sure they are able to live there for many more years.
Part of the campaign is to be visible in D.I.Y.shops. This way, people who are already renovating their house can be approached. Also, people who are going to adjust their house for the future, are able to find suitable products.

A characteristic of the campaign is the focus on living and comfort, instead of a focus on care. When thinking of adjusting their home, the target group often thinks of grips and stairlifts. Due to this thinking, adjusting their home does not appeal to them. Lang zult u wonen wants to change this image and tries to point out the benefits, like comfort and safety.

There are many different D.I.Y.shops, who vary in size. For this assignment, soft franchise D.I.Y.shops like Multimate are approached. Design is started, after talking to several owners of D.I.Y.shops. The owners state that they are willing to make a space available of 3x3m. A bathroom will be created, because it fits the area and it contains several adaptations.

There is information about the campaign and a test to check your house on the outside of the bathroomwalls. This test makes sure that people look at their own situation. This way, they will find out that there are adaptations they can make.

Because of the variety in D.I.Y.shops one design would not be enough. To make the design more suitable for more D.I.Y.shops, the ‘wall-design’ is created. This design is wider, but less deep and it can be placed against a wall.

Still, both designs are too big and not suitable for small D.I.Y.shops, because they often have no showroom and they have little sanitary products in range. This is why a new design is made: a part of a shelf in the shop is equiped with products that fit the campaign. This design does not meet all requirements from the program, but this is not possible at such a small area. It does respond well to the possibilities in a small D.I.Y.shop and to the problems experienced when using the big design.

Finally, there are wobblers and floor stickers designed to draw attention to the campaign and the showroom.

Inhoudsopgave

Samenvatting 4

Summary 5

Voorwoord 9

1. Inleiding 11

2. Analyse
   - 2.1 Inleiding Lang zult u wonen 13
   - 2.2 Doel van de opdracht 14
   - 2.3 Huidige campagne 15, 16
   - 2.4 Betrokkenen en hun belangen 17, 18
   - 2.5 De vergrijzing 19
   - 2.6 Doelgroep 20
   - 2.7 Aanpassingen in de woning 21
   - 2.8 Bouwmarkten 22-25

3. Eerste schetsen 26-31

4. Programma van Eisen 33

5. Conceptontwikkeling
   - 5.1 Toegankelijkheid 34-36
   - 5.2 Afmetingen 37-40
   - 5.3 Concept 41

6. Detaillering
   - 6.1 Informatie 42, 43
   - 6.2 Overtuigen 44
   - 6.3 Binnenkant 45, 46
   - 6.4 Gekozen informatie 47, 48

7. Modulariteit 49-54

8. Herkenning
   - 8.1 Herkenning in de rest van de winkel 55, 56
   - 8.2 Wobbler 57
   - 8.3 Grondsticker 58, 59

9. Eindconcept 61

10. Conclusies en aanbevelingen 63, 64

11. Evaluatie 65

12. Referentielijst 67

13. Bronnen afbeeldingen 69, 70

Voorwoord

Na zo'n 3 maanden eraan gewerkt te hebben, ligt hier het verslag van mijn bachelor opdracht. Een leuke en praktische opdracht, die ik met enthousiasme heb uitgevoerd. Door het mooie weer en alle vakantiegangers om me heen was het afronden wel zwaar, maar ik ben blij met het resultaat.
Deze bachelor opdracht was de eerste grote opdracht die ik individueel heb uitgevoerd. Dit was soms best even lastig, maar wel erg leerzaam. Zo werk ik veel beter in de bibliotheek en is afwisseling belangrijk voor mij om geconcentreerd te blijven.

Ik vond het erg leuk om de opdracht voor Lang zult u wonen uit te voeren. Ik wil Maria en Bertus dan ook erg bedanken. Ze hebben me goed geholpen, gemotiveerd en overal mee naar toe genomen. Dit zorgde voor afwisseling, wat ik wel fijn vond, want hele dagen achter een bureau moest wel even wennen. Ik vond het fijn dat ik de vrijheid kreeg om de opdracht op mijn manier te doen.

Ook Winnie heeft me erg goed geholpen en goed meegedacht. Als ik mailde, had ik zo antwoord en de gesprekken hebben me echt de goede kant op geholpen. Heel erg bedankt!

Als laatste wil ik ook Wouter Eggink, Hans Engelbertink en de bouwmarkteigenaren bedanken voor hun hulp en mijn moeder en zus voor het kritisch doorlezen van mijn verslag.

Rest mij alleen nog om u veel plezier te wensen met het doorlezen van mijn verslag!

Jessica Schraa
26-07-2013

1. Inleiding

Deze opdracht is uitgevoerd voor Lang zult u wonen. Lang zult u wonen is een campagne die dit jaar in de Overijsselse gemeenten is gestart. De vergrijzing neemt toe en mensen dienen op tijd hun woning aan te passen zodat ze er ook later kunnen blijven wonen. De campagne dient er met name voor om oudere inwoners van Overijssel en hun kinderen hiervan bewust te maken zodat ze op tijd naar hun woonsituatie kijken en deze op tijd geschikt maken voor de toekomst.

Onderdeel van de campagne is zichtbaar zijn in bouwmarkten. Op deze manier worden mensen die gaan verbouwen benaderd en mensen die hun huis willen aanpassen, kunnen beter en gemakkelijker de producten vinden die geschikt zijn. Het doel van deze opdracht is dan ook het ontwerpen van een concept dat Lang zult u wonen zichtbaar maakt in bouwmarkten.

De opdracht is begonnen door een analyse van de campagne en van de bouwmarkten. Het resultaat hiervan is te vinden in hoofdstuk 2. Na al enkele schetsen te hebben gemaakt (hoofdstuk 3), is het Programma van Eisen opgesteld aan de hand van de analyse. Het Programma van Eisen kunt u vinden in hoofdstuk 4.

In hoofdstuk 5 begint de conceptgeneratie. Allereerst wordt er naar de toegankelijkheid van het ontwerp gekeken, om vervolgens de afmetingen vast te stellen. Na het kiezen van een concept, begint de detaillering (hoofdstuk 6). Hier wordt de over te dragen informatie en de manier van overdragen vastgelegd.

Nu het concept er ligt, is het tijd om terug te koppelen naar het Programma van Eisen. Een eis waar nog niet aan voldaan is, is de modulariteit. Hier gaat hoofdstuk 7 op in. Hoofdstuk 8 vult het ontwerp aan door de campagne ook in de rest van de winkel zichtbaar te maken.

Hoofdstuk 9 beschrijft het eindconcept dat opgeleverd zal worden aan Lang zult u wonen en dus aan de bouwmarkten. Als laatste wordt het ontwerp geëvalueerd (hoofdstuk 10) en teruggekeken op de opdracht (hoofdstuk 11).

2. Analyse

2.1 Inleiding Lang zult u wonen

Lang zult u wonen is een campagne die dit jaar in de Overijsselse gemeenten is gestart. De vergrijzing neemt toe en mensen dienen op tijd hun woning aan te passen zodat ze er ook later kunnen blijven wonen. De campagne dient er met name voor om oudere inwoners van Overijssel en hun kinderen hiervan bewust te maken zodat ze op tijd naar hun woonsituatie kijken en deze op tijd geschikt maken voor de toekomst. (Kinderen zijn vaak bij beslissingsprocessen van hun ouders betrokken, met name wanneer zij ouder worden, vandaar dat zij ook bij de doelgroep van de campagne horen.) Lang zult u wonen wil deze particuliere woningeigenaren niet alleen bewust maken, maar ook helpen door te laten zien welke mogelijkheden er zijn om je eigen woning te levensloopbestendig te maken.

De focus ligt op veiliger en comfortabeler wonen. Dit is prettig voor de bewoners, omdat ze op deze manier nog lang in hun vertrouwde omgeving kunnen wonen. Het is ook prettig voor gemeenten, omdat de kwaliteit van leven omhoog gaat en er minder zorg nodig is. Daarnaast bevordert het de werkgelegenheid in de bouwbranche (installateurs, aannemers, enz.). Bouwmarkten hebben financieel belang wanneer de campagne aanslaat en veel mensen producten komen kopen om hun woning aan te passen.

Initiatiefnemers van de campagne zijn Bertus Botter en Maria Walters. Het idee is ontstaan doordat gemeenten geld krijgen van de provincie om ervoor te zorgen dat inwoners comfortabel thuis kunnen blijven wonen en minder zorg nodig hebben, maar dat gemeenten eigenlijk niet goed weten wat ze met dit geld moeten. Lang zult u wonen neemt hen dit uit handen en werkt facilitair.

De provincie Overijssel ondersteunt de campagne door gelden, maar vooral door gemeenten te stimuleren om mee te doen. Lang zult u wonen stelt (beeld)materiaal beschikbaar, maar het is aan de gemeenten om hier mee aan de slag te gaan. Elke gemeente in Overijssel bepaalt zelf of zij deelneemt aan de campagne. Als de gemeente besluit deel te nemen, krijgt zij de beschikking over het basispakket, wat onder andere uit het motto, het beeldmerk, de website, de tentoonstelling en folders bestaat. Daarnaast zijn er opties waaruit de gemeente kan kiezen, zoals een eigen webpagina op de website of deelname aan het TV-programma. Het is aan de gemeente om te bepalen of zij dit nodig vindt en of zij hier geld voor beschikbaar hebben. De kosten hangen af van het gekozen pakket. Voor het basispakket staat een bedrag dat afhangt van het aantal 65-plussers in de gemeente. De kosten van de opties variëren. Zie ook bijlage 1.

Bezoekers van de website kunnen met hun vragen terecht bij Lang zult u wonen en zij zorgen er dan voor dat de vraag doorgestuurd wordt naar de juiste persoon. Dit kan een contactpersoon van de gemeente zijn, maar ook bijvoorbeeld de architect die nauw betrokken is bij de campagne. Lang zult u wonen is er niet alleen voor woningeigenaren maar ook voor gemeenten, bedrijven en andere betrokkenen en belanghebbenden. Ze bieden een platform, zodat kennis en informatie gemakkelijk gedeeld kan worden.

2.2 Doel van de opdracht

Het doel van Lang zult u wonen is dat mensen gaan nadenken over hun huidige woonsituatie en deze op tijd aanpassen aan de toekomst. Het is de bedoeling dat mensen zelf hun woning gaan aanpakken en om dit te vergemakkelijken zou het in bouwmarkten duidelijk moeten zijn welke producten hierbij helpen en welke ze dus het beste kunnen aanschaffen. Voorbeelden van deze producten zijn antislipvloeren, omgebogen deurklinken en bewegingsschakelaars. Als onderdeel van en ter ondersteuning van de campagne wil Lang zult u wonen dus zichtbaar zijn in bouwmarkten. Het is belangrijk dat de focus ligt op comfort en veiligheid en niet op zorg.

Een bouwmarkt is dé plek om mensen te bereiken die al iets aan hun woning gaan veranderen. Immers, voor bouwmaterialen komen mensen naar een bouwmarkt. Lang zult u wonen zou graag zien dat deze mensen bij die verbouwing meteen hun woning toekomstklaar maken en proberen deze mensen dus te bereiken. Ook zzp'ers komen in de bouwmarkt. Voor hen is de campagne ook belangrijk omdat ze op deze manier beter werk kunnen leveren en hun klanten beter kunnen informeren.

De precieze invulling van het concept, zowel van de producten als van de te overdragen informatie, is nog niet bepaald. Natuurlijk moet dit wel aansluiten bij de rest van de campagne en deze zo mogelijk aanvullen. Het concept moet de doelgroep bewust maken van de noodzaak van het aanpassen van hun woning, zo mogelijk herkenning en herinnering oproepen aan andere onderdelen van de campagne en hen helpen bij het overgaan tot actie. Het concept moet uitnodigen tot nadenken en tot actie ondernemen.

Het concept moet in verschillende situaties een functie vervullen. Het moet mensen aantrekken die nog nooit van de campagne hebben gehoord en hen laten nadenken over hun eigen woning. Daarnaast moet het meer informatie verstrekken, wanneer mensen de campagne wel herkennen, maar er inhoudelijk nog niet zoveel van weten. Bij deze twee groepen moet de campagne blijven hangen en hen aan het denken zetten, wat uiteindelijk tot actie moet leiden. Naast deze twee groepen is er nog een groep die de campagne al kent, maar nog geen plannen heeft voor haar eigen woning. Het concept moet deze mensen overtuigen deze plannen wel te maken en uit te voeren. Als laatste is er dan nog de groep die aan de slag wil met haar woning. Voor hen is het van belang dat zij kunnen zien wat aan hun woning aangepast zou moeten worden en hoe ze dit kunnen realiseren.

Het uiteindelijke concept moet aansluiten bij de eisen en wensen van Lang zult u wonen en de bouwmarkten en het moet de doelgroep aanspreken. Daarnaast moet het concept zo ver uitgewerkt zijn dat bekend is wat de kosten van het concept zijn en hoe het gerealiseerd kan worden. Op deze manier kunnen bouwmarkten het direct gebruiken. De aankleding komt vanuit Lang zult u wonen, de producten levert de bouwmarkt zelf. Er moet dus een kostencalculatie komen voor Lang zult u wonen, maar ook voor de bouwmarkten.

2.3 Huidige campagne

Het voornaamste onderdeel van de campagne wordt het TV-programma op RTV-Oost, dat in het najaar wordt uitgezonden. Dit programma bestaat uit veel verschillende tips en ervaringen, laat experts aan het woord en laat door middel van kleine aanpassingen, maar ook door een grote verbouwing zien hoe een woning aangepast kan worden op de toekomst. Door dit programma moeten veel mensen worden bereikt en het moet de grootste stap zijn naar bewustwording en het ondernemen van actie. Het programma moet er toe leiden dat de andere media beter tot hun recht komen.

De basis van de campagne is de website, waar veel informatie, tips en een 3D-woning te vinden zijn. Eigenlijk alle media verwijzen naar de website. Daarnaast zijn er folders te verkrijgen en beschikt Lang zult u wonen over een tentoonstelling, die geleend kan worden. Ook worden er teksten geleverd en bijeenkomsten in de gemeente georganiseerd.

Lang zult u wonen zorgt voor promotie op het gebied van free publicity en nieuwsbrieven, maar verder is het vooral aan de gemeenten om de campagne onder de aandacht te brengen. Zo heeft de gemeente Enschede de draaideur van het stadskantoor ingericht met campagne materiaal. Lang zult u wonen faciliteert dit zo veel mogelijk.

Om het aanpassen van woningen te vergemakkelijken, moet Lang zult u wonen ook zichtbaar zijn in bouwmarkten. Op deze manier is het snel duidelijk welke producten geschikt zijn en welke aanpassingen van de woning nodig zijn. Lang zult u wonen wil hiervoor een ontwerp zodat bouwmarkten dit gemakkelijk kunnen realiseren. Bouwmarkten hebben hier belang bij omdat het bijdraagt aan hun service en hun omzet kan verhogen.

Tentoonstelling

Lang zult u wonen heeft ook een tentoonstelling. Deze kan bijvoorbeeld op beurzen gebruikt worden. De tentoonstelling past precies in een op maat gemaakte aanhanger, waardoor deze goed te vervoeren is. Losse onderdelen vervoeren is niet goed mogelijk, in ieder geval niet in de aanhanger omdat de onderdelen dan door het ruim bewegen.

De tentoonstelling is een modulair op te bouwen stand en bestaat uit 5 verrijdbare ‘kasten’. 1 kast bevat een wastafel met spiegel, waarbij duidelijk wordt gemaakt dat er een rolstoel onder kan en dat de rolstoelgebruiker ook in de spiegel kan kijken.
Kast 2 bevat een douchekop, kraan en een zitje. Ook hangen er verschillende kleuren beugels aan de wand om te laten zien dat veilig niet lelijk hoeft te zijn en in elke badkamer past.
De derde kast bevat een klein keukentje met een in hoogte verstelbaar aanrecht. De vierde kast is lager en kleiner en bevat een wandcloset met daaraan steunbeugels.
De laatste kast bevat een tv-scherm, ruimte voor folders en informatie over huisautomatiserings-systemen.
Daarnaast bevat de tentoonstelling banners en folders. Ook de wanden van de kasten zijn bekleed met informatie en reclamemateriaal.

De tentoonstelling bevat dus veel voorbeelden die mensen in hun woning zouden kunnen toepassen, maar doordat het losse kasten zijn, spreekt het niet erg tot de verbeelding van mensen. De kasten zijn vrij kaal en missen dus sfeer. Het lijken losse aanpassingen, waardoor het moeilijk lijkt om een badkamer zo te verbouwen dat deze nog steeds mooi is terwijl de aanpassingen geïntegreerd zijn.

Zie Bijlage 2 voor de indeling van de aanhanger en foto’s van de tentoonstelling.

Kenmerken

De focus van Lang zult u wonen ligt op comfortabel wonen, niet op zorg. De boodschap is vrolijk en dit wil de campagne dan ook uitstralen. Het logo is een knalroze huisje met slingers en confetti en in het wit de naam van de campagne. De hoofdkleur, waaraan Lang zult u wonen herkend kan worden is roze. Naast deze kleur wordt op de website en in de folders veel wit en paars gebruikt. Het lettertype dat gebruikt wordt is 'VAG Rounded'.

Lang zult u wonen probeert mensen te overtuigen door de goede ervaringen van andere mensen te laten zien. Hoe meer mensen hun huis hebben aangepast, hoe gemakkelijker anderen overtuigd worden. Immers, wat 'de buren' hebben, wil jij ook! Het beeldmateriaal bestaat dan ook uit zoveel mogelijk stellen en gezinnen die blij zijn met de aanpassing van hun woning. Op foto's zie je blije mensen met citaten als 'Wij hebben ons huis nú al veiliger en comfortabeler laten maken.' en 'Ons bad is er uit, we hebben nu een veilige, superdeluxe douche. Heerlijk!' Door met citaten en ervaringen te werken, staat de campagne dicht bij de doelgroep en komt de campagne realistisch over.

Gebruikte afbeeldingen en tekstvakken hebben afgeronde hoeken. De citaten staan in semi-doorzichtige roze balken die beginnen in de kantlijn en ergens midden op de pagina eindigen. Het logo wordt vaak met een gele punaise op de pagina 'geprikt'. Op de achtergrond van de folders zie je in lichtroze een bouwtekening.

Zie bijlage 3 voor een indruk van de brochures.

2.4 Betrokkenen en hun belangen

In Diagram 1 zijn de betrokkenen van de campagne tegen elkaar uitgezet. Het diagram laat zien welke relatie en invloed de betrokkenen hebben. Deze kunnen twee kanten op werken: van betrokkene a naar b (a --> b) en van b naar a (b --> a). Dit zie je ook terug in het diagram. Zie het voorbeeld in tabel 1.

	Betrokkene a	Betrokkene b
Betrokkene a		a → b
Betrokkene b	b → a	

Tabel 1: Voorbeeld 2-zijdige relaties in het diagram

Toelichting diagram: De klanten van de bouwmarkt zijn apart genomen van de doelgroep. Zij zijn natuurlijk wel onderdeel van de doelgroep, maar niet de hele doelgroep zal een bouwmarkt bezoeken. Daarnaast is het ontwerp duidelijk voor de bezoekers van de bouwmarkt en niet per se voor de hele doelgroep.

Voor Diagram 1, zie Pagina 18.

Om een goed overzicht te hebben van de betrokken en hun belangen is tabel 2 opgesteld. Hierin is duidelijk te zien wie belang hebben bij de campagne en wat hun belang is.

Belanghebbende	Belang
Provincie	Hogere kwaliteit van leven, minder zorg voor oudere inwoners
Lang zult u wonen	Succesvolle campagne
Gemeenten	Hogere kwaliteit van leven, minder zorg voor oudere inwoners
Doelgroep	Veiliger en comfortabeler wonen, langer in eigen huis wonen
Bouwmarkten	Meer omzet door in te spelen op vergrijzende doelgroep
Klanten bouwmarkt	Veiliger en comfortabeler wonen, langer in eigen huis wonen, later niet nog een keer hoeven verbouwen
Bouwbranche	Werkgelegenheid door woningaanpassingen
Ontwerper	Concept afleveren dat aansluit bij de belangen van alle stakeholders

Tabel 2: Belanghebbenden en hun belangen

Diagram 1: Relaties betrokkenen Lang zult u wonen

	Provincie	Lang zult u wonen	Gemeenten	Doelgroep	Bouwmarkten	Klanten bouwmarkt	Ontwerper
Provincie		Provincie geeft gelden en hulp bij start campagne	Provincie geeft subsidies, promoot en stimuleert deelname aan campagne bij gemeenten				
Lang zult u wonen	Lang zult u wonen werkt en voert de campagne uit voor de provincie		Lang zult u wonen levert materialen en biedt een platform voor het uitwisselen van kennis	Lang zult u wonen probeert doelgroep te bereiken en bewust te maken van noodzaak aanpassen woning en laat zien welke mogelijkheden er zijn	Lang zult u wonen probeert bouwmarkten te overtuigen van belang van campagne en zichtbaarheid daarvan in bouwmarkten en levert ontwerpen voor opstellingen die de campagne laat zien	Lang zult u wonen wil klanten van een bouwmarkt bewust maken van noodzaak aanpassen van woning en laten zien op welke manieren dit kan	Lang zult u wonen levert de over te dragen informatie, stijl en ideeën aan
Gemeenten	Gemeenten zorgen voor een goede besteding van subsidie van de provincie	Gemeenten geven gelden, verspreiden materiaal en werken mee aan bewustwording		Gemeenten kunnen de doelgroep bereiken en bewust maken van noodzaak aanpassen woning, hen informatie verstrekken en eventueel subsidies geven voor huisaanpassingen	Gemeenten kunnen bouwmarkten (helpen) overtuigen van belang van campagne en zichtbaarheid daarvan in bouwmarkten		
Doelgroep		Doelgroep kan draagvlak creëren, zorgen voor mond-op-mond reclame en ervaringen					
Bouwmarkten		Bouwmarkten kunnen voor meer bekendheid van de campagne zorgen		Bouwmarkten kunnen gemakkelijker en duidelijker laten zien hoe woning aangepast kan worden		Bouwmarkten kunnen meer service en kennis en een goed advies bieden	Bouwmarkten leveren de te promoten producten, mogelijkheden, ideeën en wensen aan
Klanten bouwmarkt		Mond-tot-mond reclame voor de campagne			Extra omzet, mond-op-mondreclame		Feedback over ontwerp
Ontwerper		Ontwerper kan treffende eindconcepten ontwikkelen			Ontwerper zorgt voor geschikte concepten voor bouwmarkten, inclusief bouwplan en kostencalculatie	Ontwerper kan met het ontwerp klanten van de bouwmarkt bereiken, informeren, interesseren en overtuigen	

2.5 De vergrijzing

De bevolkingssamenstelling verandert: Nederland vergrijst. De babyboomgeneratie, die in de jaren na de Tweede Wereldoorlog ontstond, gaat met pensioen en doordat het geboortecijfer daarna sterk gedaald is, zijn er nu in verhouding veel ouderen. (Het geboortecijfer daalde vooral door de anticonceptiepil en het uitstellen van kinderen in verband met de carrière (wat tot kleinere gezinnen heeft geleid).) Op 1 januari 2006 waren er ruim 2,3 miljoen 65-plussers, wat neerkwam op 14% van de totale bevolking. Op 1 december 2012 waren dit er 2.8 miljoen, maar liefst 17%.[1] Verwacht wordt dat dit in de komende jaren toeneemt tot 25%. Daarnaast neemt ook de dubbele vergrijzing, het percentage 80-plussers binnen de groep 65-plussers, toe.

De vergrijzing betekent dat een relatief kleine groep mensen moet werken voor de verzorging, de medicijnen en het onderhoud van alle oudere mensen. Verzorgingshuizen zijn niet meer haalbaar. Er is niet genoeg plek voor alle ouderen, er is niet genoeg personeel en het is simpelweg te duur. De wetgeving verandert en steeds minder mensen hebben recht op een door de overheid betaalde plek in een zorginstelling. Verzorgingshuizen zullen waarschijnlijk verdwijnen. Alleen mensen die intensieve zorg nodig hebben kunnen naar een verpleeghuis. De verantwoordelijkheid wordt meer bij de mensen zelf gelegd. Het kabinet wil dat ouderen in hun eigen huis blijven wonen en verzorgd worden door familie of thuiszorg.[2]

Dit probleem en dus de 'markt van de toekomst' wordt steeds meer gezien en bedrijven, instellingen en campagnes die zich hierop richten, duiken op. Zo is er een keurmerk voor makelaars die meer kennis en ervaring met aangepaste woningen hebben dan anderen en zo zijn er ook makelaars die alleen aangepaste woningen aanbieden.

In Woerden is een modelwoning gebouwd om te laten zien hoe oudere mensen, en ook Alzheimer patiënten, langer veilig thuis kunnen wonen. Door de vergrijzing neemt ook het aantal Alzheimer-patiënten toe en UNETO-VNI, een ondernemersorganisatie voor de installatiebranche en de technische detailhandel, laat zien hoe met behulp van techniek mensen langer zelfstandig kunnen wonen.[3]

OTIB, onderdeel van UNETO-VNI, zorgt ervoor dat de installatiebranche kan inspelen op de vergrijzing. Ze verzorgen cursussen en zorgen ervoor dat de branche makkelijker op de hoogte kan blijven van de laatste ontwikkelingen. Hun project Technologie Thuis Nu! is erop gericht om te laten zien hoe techniek kan bijdragen aan levensloopbestendige huizen. In de modelwoningen zijn de nieuwste technische oplossingen om langer zelfstandig te wonen verwerkt. Installateurs en ouderen zelf kunnen hier ervaren wat er allemaal mogelijk is.[4]

Dit zijn een aantal voorbeelden van initiatieven die inspelen op de ontwikkelingen. Veel initiatieven sluiten aan bij Lang zult u wonen en Lang zult u wonen wordt dan ook veel benaderd. De verschillende bedrijven komen er steeds meer achter dat de producten alleen aanbieden niet genoeg is. De doelgroep weet niet van hun bestaan af en weet niks van het nut of de toevoeging van de producten die ze aanbieden. Er wordt teveel van onderaf gekeken, vanuit het product: wij bieden dit aan, dit is handig en de doelgroep wil dit kopen. Misschien willen ze dat ook wel, maar dan zullen ze wel van de noodzaak en het bestaan moeten weten. Lang zult u wonen kijkt vanaf boven: de noodzaak van het aanpassen van woningen is er, de diensten en producten zijn er, hoe kunnen mensen hier bewust van gemaakt worden?

2.6 Doelgroep

De doelgroep voor de campagne zijn inwoners van de provincie Overijssel. De leeftijdsgroep waarop gefocust wordt, is 55-plussers. Op 1 januari 2012 was dit 28,7% van de Overijsselse bevolking. 10 jaar eerder was dit nog maar 24,2% . Omdat kinderen vaak bij beslissingsprocessen van hun ouders betrokken zijn, behoren zij ook tot de doelgroep. De focus ligt echter op de ouderen zelf.
Omdat het om het zelf aanpassen van de woning gaat, focust de campagne zich op particuliere wooneigenaren. Het percentage eigen woningen in de provincie ligt hoog. Van alle woningen in Overijssel was op 1 januari 2012 63,7% in eigen bezit.[5]

Uit onderzoek van USP Marketing Consultancy en UNETO-VNI blijkt dat mensen graag zo lang mogelijk zelfstandig in hun eigen huis willen blijven wonen. 80% van de ondervraagde 55-plussers hecht hier veel waarde aan. 60% van de respondenten met een eigen woning is bereid aanpassingen door te voeren.[6] Mensen raken erg gehecht aan hun huis en hun buren bijvoorbeeld, waardoor ze liever niet verhuizen. Verhuizen is ook nog eens duur en kan voor veel stress zorgen. Daarnaast is de huizenmarkt slecht, dus de kans is groot dat je je huis niet kwijt raakt.

Uit onderzoek van een studente van het Saxion, in opdracht van Lang zult u wonen, blijkt dat mensen zich er wel bewust van zijn dat verhuizen naar een verzorgingshuis moeilijker wordt.[7] Toch wordt het aanpassen van de woning vaak uitgesteld. ‘Dat komt later wel’, ‘Ik red me nog prima’ en ‘Dat is toch helemaal niet nodig’ wordt dan ook vaak geantwoord als er naar gevraagd wordt.

De gemiddelde 50-er moet er niet aan denken om zijn huis aan te passen op het ouder worden. Veel mensen denken dat dergelijke aanpassingen nog niet voor hen bestemd zijn en voelen zich niet aangesproken. Zelfs mensen in de zeventig of tachtig zeggen wel eens ‘Ach nee joh, dat is voor oude mensen’.

Het imago van aanpassingen aan woningen zal hier een rol in spelen. Mensen denken vaak aan lelijke beugels en een traplift bijvoorbeeld. Onderdeel van de campagne is om te laten zien dat het niet lelijk hoeft te zijn, maar juist ook heel mooi kan zijn. Daarnaast moet de campagne de doelgroep erop wijzen dat het niet alleen om beugels en trapliften gaat, maar ook om simpelere en slimmere aanpassingen als gebogen deurklinken.

2.7 Aanpassingen in de woning

Door het hele huis, in elke woonruimte zijn dus aanpassingen op het ouder worden verstandig. Hieronder wordt het grootste deel van deze aanpassingen genoemd. Hierdoor wordt het ook duidelijk wat Lang zult u wonen wil bereiken. Met dit overzicht wordt duidelijk welke ruimten de grootste aanpassing nodig hebben. Op deze manier komt ook naar voren welke ruimten en/of producten geschikt zouden kunnen zijn voor het ontwerp in de bouwmarkt en welke informatie overgedragen zou moeten worden.

Voor mogelijke aanpassingen van andere woonruimtes zie Bijlage 4.

Keuken

De keuken is vaak een praktische ruimte, die ook mooi en gezellig moet zijn. Er zijn verschillende aaanpassingen die het gebruik van de keuken veiliger en comfortabeler maken.
- vaatwasser en koelkast (en eventuele andere apparatuur) op hoogte plaatsen, zodat ze beter te bereiken zijn
- ladenkasten met volledig uitschuifbare laden (zo kunnen producten gemakkelijker gepakt worden)
- extra licht boven aanrecht
- kraan met sensor of éénhendelmengkraan met makkelijke bediening
- inductiekookplaat, veiliger en sneller schoon te maken dan gaskookplaat
- rook- en gasmelder

Om de keuken voor te bereiden op een rolstoel kan een minder diepe spoelbak geplaatst worden. Daarnaast kunnen bij een vroege verbouwing losse onderkastjes geplaast worden, die weggehaald kunnen worden wanneer de gebruiker in een rolstoel terecht komt. Op deze manier kan de rolstoel onder het werkblad komen. Ook een in hoogte verstelbaar werkblad sluit hierbij aan. Zo kan iemand die staat maar ook iemand die (in een rolstoel) zit goed bij het aanrecht. Een aanrecht in een L- of U-vorm is aan te raden omdat de te overbruggen afstand dan zo klein mogelijk is. Denk ook aan bijvoorbeeld de ruimte tussen de kookplaat en de spoelbak; als deze afstand te groot is, is het bijvoorbeeld niet mogelijk om in een rolstoel eten af te gieten.

Badkamer

Een mooie badkamer is een echte luxe en het is dan ook belangrijk dat deze lang gebruikt kan worden. Met een aantal vrij simpele aanpassingen kan hiervoor gezorgd worden.
- voldoende bewegingsruimte, kies bijvoorbeeld ook voor een naar buiten draaiende deur, zo blijft er meer ruimte in de douche
- inloopdouches zijn veel toegankelijker dan douchebakken of badkuipen
- beugels en steunen waar nodig
- douchezitje, zorgt voor extra comfort en veiligheid
- voldoende ruimte onder wastafel, geen kastje, zodat een rolstoel bij de wastafel kan
- antislip(tegel)vloer
- spiegel tot aan de wastafel, zodat ook rolstoelgebruikers hier gebruik van kunnen maken

Zorg dat de douchekraan op een goed bereikbare hoogte zit en dat de douchekop in hoogte verstelbaar is. Plaats de douchekraan niet recht onder de douchekop. Op deze manier kan een hulp helpen met douchen zonder zelf nat te worden. Een thermostatische douchemengkraan kan te hoge temperaturen voorkomen.

Toilet

Ook van deze vaak kleine ruimte kan een handige ruimte gemaakt worden.
- voldoende ruimte, bij voorkeur minimaal 90 bij 120cm (geschikt voor rolstoelgebruikers)
- wandcloset op hoogte
- toiletborstel op hoogte
- steunen en beugels kunnen extra veiligheid bieden
- draaiende deur met de klink aan de kant van de toiletpot
- hoger geplaatste radiator zorgt voor meer veiligheid

2.8 Bouwmarkten

Introductie

Met de term bouwmarkten wordt in dit project soft franchise bouwmarkten bedoeld en dan met name Multimate, Hubo en Fixet. Deze bouwmarkten zijn onderdeel van DGN retail.
Franchise is een vorm van ondernemen waarbij een ondernemer een contract sluit met de eigenaar van een handelsnaam. Tegen betaling mag de ondernemer een zaak met die handelsnaam leiden. Er wordt onderscheid gemaakt tussen hard en soft franchise. Bij hard franchise zijn de afspraken over de bedrijfsvorming zeer strikt en gedetailleerd. Het winkelconcept, assortiment, inkoop en marketing wordt door de franchisegever bepaalt. Bij soft franchise is er meer ruimte voor eigen invulling door de franchisenemer. Er zijn alleen kaders waar de ondernemer binnen moet blijven.

De eigenaren van soft franchise bouwmarkten hebben dus meer vrijheid. Ze maken gebruik van de formule van Multimate, Hubo of Fixet, wat betekent dat ze de naam dragen en uitstralen en dat hun assortiment voor het grootste deel uit producten van deze formule bestaat. Toch kunnen de eigenaren nog veel zelf bepalen over bijvoorbeeld de indeling van hun winkel, maar ook extra producten en services.

Kenmerkend voor Multimate, Hubo en Fixet is dat zij erg service gericht zijn. Op dit vlak proberen zij dan ook onderscheidend te zijn. Zo hebben ze zelf mensen in dienst om klussen bij mensen thuis uit te voeren. Grotere bouwmarkten doen dit ook wel, maar minder en zij moeten hier apart mensen voor inhuren.

Voor dit project is voor deze bouwmarkten gekozen omdat hier gemakkelijker iets bereikt kan worden, doordat de eigenaren zelf zoveel inspraak hebben. Daarnaast vind je deze bouwmarkten veel in de provincie, omdat een Hubo bijvoorbeeld vaak relatief klein is, waardoor je deze ook in kleinere dorpen zult aantreffen. Voor deze bouwmarkten wordt het bestaan door de crisis ook lastiger, waardoor dit een goede kans is om in te spelen op de vergrijzing en zo meer omzet te halen. Als laatste draagt het ook bij aan de service van de bouwmarkt, omdat klanten van goede informatie voorzien worden en zo hun huis op tijd aanpassen voor de toekomst.

Afbeelding 1: Servicegerichtheid van de Multimate

Omgeving

Afbeelding 2: Collage bouwmarkt

Door het ruime assortiment, de vele schappen en opstellingen ogen bouwmarkten vaak vol en druk.

Een bouwmarkt bestaat uit verschillende gangpaden met een bepaald type producten. Vaak hangt aan het begin van het schap of boven het schap wat voor soort producten zich in het betreffende pad bevinden. De producten liggen in schappen of hangen aan een wand. Zo'n wand bevat allemaal gaatjes, waar verschillende producthouders in gehangen kunnen worden.
In het midden en aan de zijkant van de winkel is vaak een breder pad waar grotere opstellingen en acties geplaatst worden. Ook aan de kopse kant van het schap vind je acties, maar ook door middel van banners aan een schap.

Voor badmeubels wordt vaak een apart deel van de winkel ingericht. Dit is vaak een breder gangpad of aan de zijkant van de winkel. In het midden van zo'n breed gangpad of aan de zijkant van de winkel worden echte badkamer opstellingen gebouwd. Ook zijn er wandopstellingen met badmeubels en de tegels worden vaak aan een wand uitgestald.

Omdat bouwmarkten als de Multimate zo servicegericht zijn, hebben ze vaak ook een plek ingericht om met klanten te praten en hen zo goed te kunnen adviseren. Ook hangen er posters en kaartjes in de winkel die de klant erop wijzen dat medewerkers van de bouwmarkt hen kunnen helpen.

Afbeelding 3: Banner aan een schap

Bezoek bouwmarkten

Het plan om Lang zult u wonen zichtbaar te maken, is besproken met de eigenaren van de Multimate Losser en Enschede. Zie Bijlage 5. Beide eigenaren zijn enthousiast, want ze zien de mogelijkheden. Door hun enthousiasme, hun grote winkels en het feit dat zij eigenlijk alles zelf bepalen, willen ze voor de campagne gerust een deel van de winkel inrichten. De materiaalkosten en de kosten van de (te verkopen) producten zijn voor de eigenaren, Lang zult u wonen regelt de aankleding. Mocht het nodig zijn, dan kan er stroom in de bouwmarkt geregeld worden. De bouwmarkten hebben klusjesmannen in dienst en zij kunnen het ontwerp bouwen.

Benno Morshuis, de oud-eigenaar van de Multimate in Losser denkt dat sanitaire en beveiligingsproducten, zoals een deurspion, geschikt zijn voor de opstelling. Daarnaast moet door de hele winkel duidelijk zijn om welke producten het gaat. Verder moet het ontwerp overtuigend zijn, omdat het in deze tijden voor bouwmarkten moeilijk ligt om te investeren, dus het resultaat moet echt te merken zijn. De kosten van de uit te voeren opstelling moeten dan ook zo laag mogelijk zijn.

Multimate Enschede werkt al samen met veiligheid.nl en Michel Cau, de eigenaar, geeft aan het resultaat te merken. Niet alleen in de aankopen, maar ook in de aanvraag voor het uitvoeren van klussen. Michel ziet graag dat bij het ontwerp ook ‘wippertjes’ (wobblers, zie Bijlage 9) komen, zodat deze bij geschikte producten gehangen kunnen worden.

Multimate Losser en Multimate Enschede zijn allebei relatief grote bouwmarkten. Het is zeer aannemelijk dat kleinere bouwmarkten niet dezelfde hoeveelheid ruimte beschikbaar hebben. Hier zou dus een ander ontwerp voor gemaakt moeten worden. Een kleinere variant of een flexibel ontwep is dus handig.

Badkamer

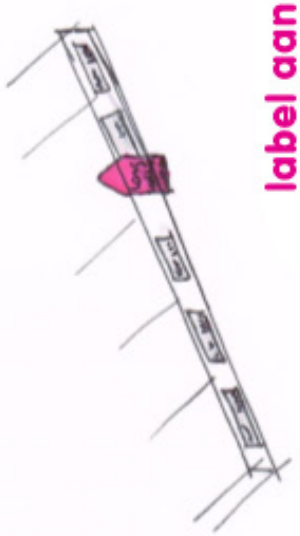
Omdat de gesproken eigenaren van de Multimate een ruimte van 3 bij 3 meter willen inrichten, is het mogelijk om een woonruimte te creëren. Benno Morshuis gaf al aan dat hij sanitair geschikt achtte. Er is dan ook besloten om een badkamer na te maken. Dit omdat een badkamer geschikte producten voor bouwmarkten bevat, maar ook omdat een badkamer op een oppervlak van 3x3 meter past. Een woonkamer bijvoorbeeld is vaak groter. Daarnaast zijn er veel aanpassingen in een badkamer te benoemen. Ook is een badkamer aantrekkelijk om te zien. Alleen een toilet wekt bijvoorbeeld minder interesse.

Ook is de badkamer een goed voorbeeld van de campagne. De badkamer is namelijk een van de ruimtes die zich, net als de slaapkamer, vaak op de bovenverdieping bevindt. Met het oog op de toekomst is het verstandig een badkamer op de benedenverdieping te bouwen. Lang zult u wonen zou graag zien dat deze aanpassing al vroeg gedaan wordt. Het zorgt ook op jongere leeftijd voor gemak en een verbouwing is minder ingrijpend op jongere leeftijd.

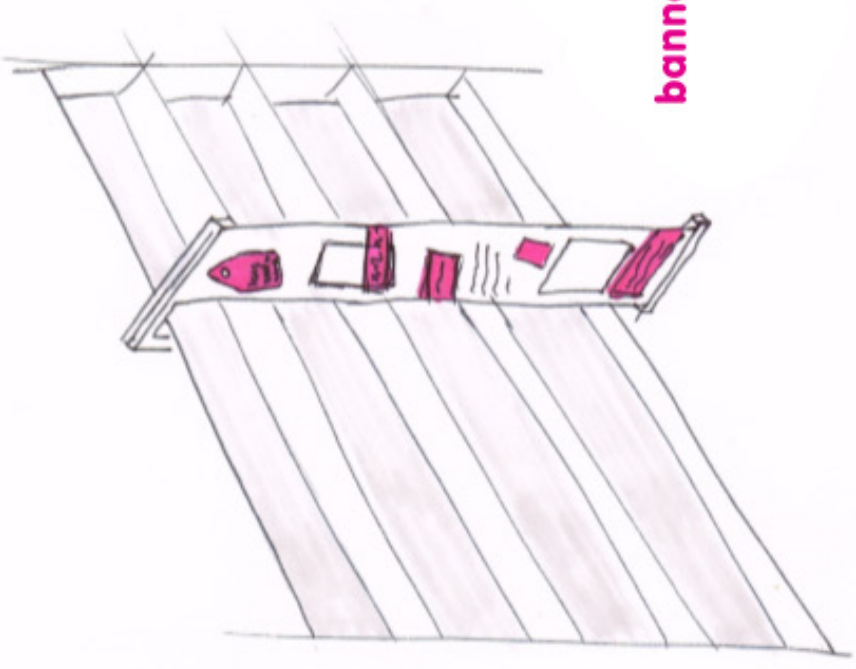
3. Eerste schetsen

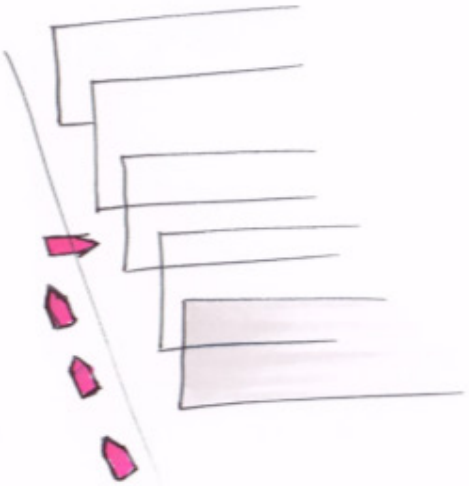
verandert schapindeling/assortiment vaak?

label aan schap

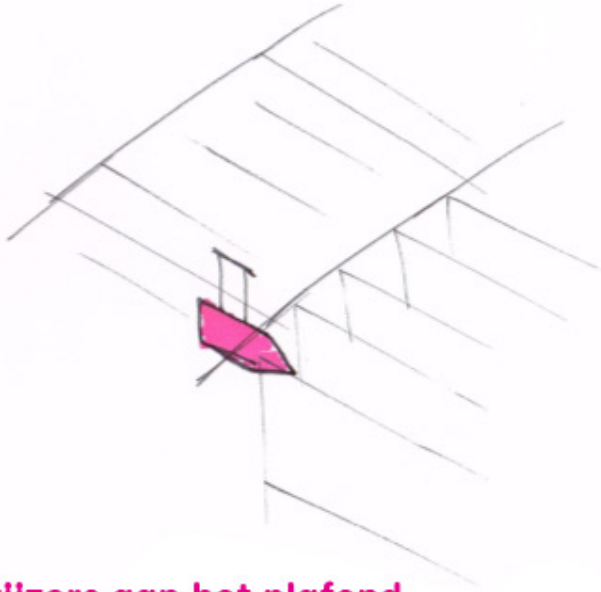


banner





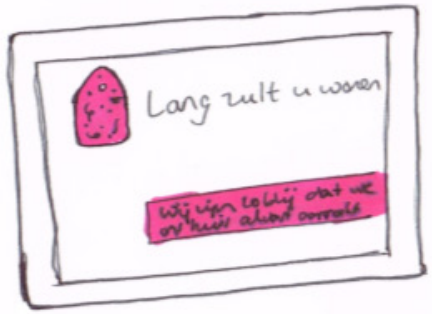
'voetstappen' op de grond



wegwijzers aan het plafond

of alleen bij het betreffende gangpad

kopse kant van het schap



filmpje op scherm in de bouwmarkt

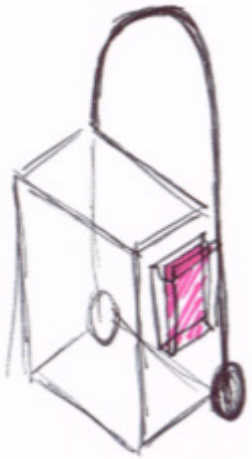
stroom?

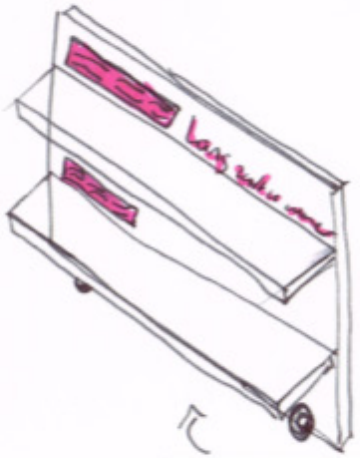
app

interactief met winkel waar je bent
QR-codes
Verwijzing in winkel naar app
Huis-scan

Geschikt voor doelgroep?

verplaatsbaar?





wc
wastafel

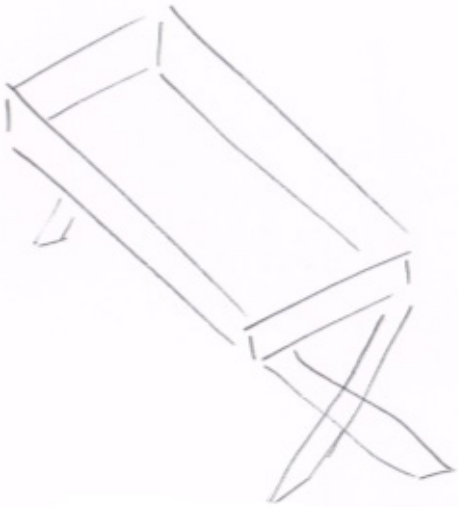
informatie
kleine producten

herkenning bij schap (afstand)
product (dichtbij)
kassa (herinnering)

informatie campagne
'algemene' plek

interactie

stand



uitzoekbakken (gereedschap)

beleven

informatie producten

ruimte in bouwmarkt?
afgesloten?

miniatuurwoning
producten

4. Programma van Eisen

Algemeen
- het ontwerp bevindt zich als (deels) afgeschermd deel in de bouwmarkt
- het ontwerp valt op in de bouwmarkt
- het ontwerp is toegankelijk
- het ontwerp voldoet aan de afmetingen die opgesteld zijn door Lang zult u wonen (zie bijlage 6)

Lang zult u wonen
- het ontwerp moet aansluiten bij het karakter en de stijl van Lang zult u wonen
- het ontwerp moet informatie geven over de campagne
- het ontwerp moet laten zien hoe aanpassing van de woning kan zijn
- het ontwerp moet visueel maken wat je allemaal aan je woning kunt aanpassen
- het ontwerp moet naar de website verwijzen

Bouwmarkten
- het ontwerp moet modulair zijn
- het ontwerp moet op zijn kleinst 1200x500 mm zijn
- het ontwerp moet op zijn grootst 2500x1900 mm zijn
- het ontwerp moet passen in de omgeving van de bouwmarkt
- het ontwerp bevat producten uit het assortiment van de bouwmarkt

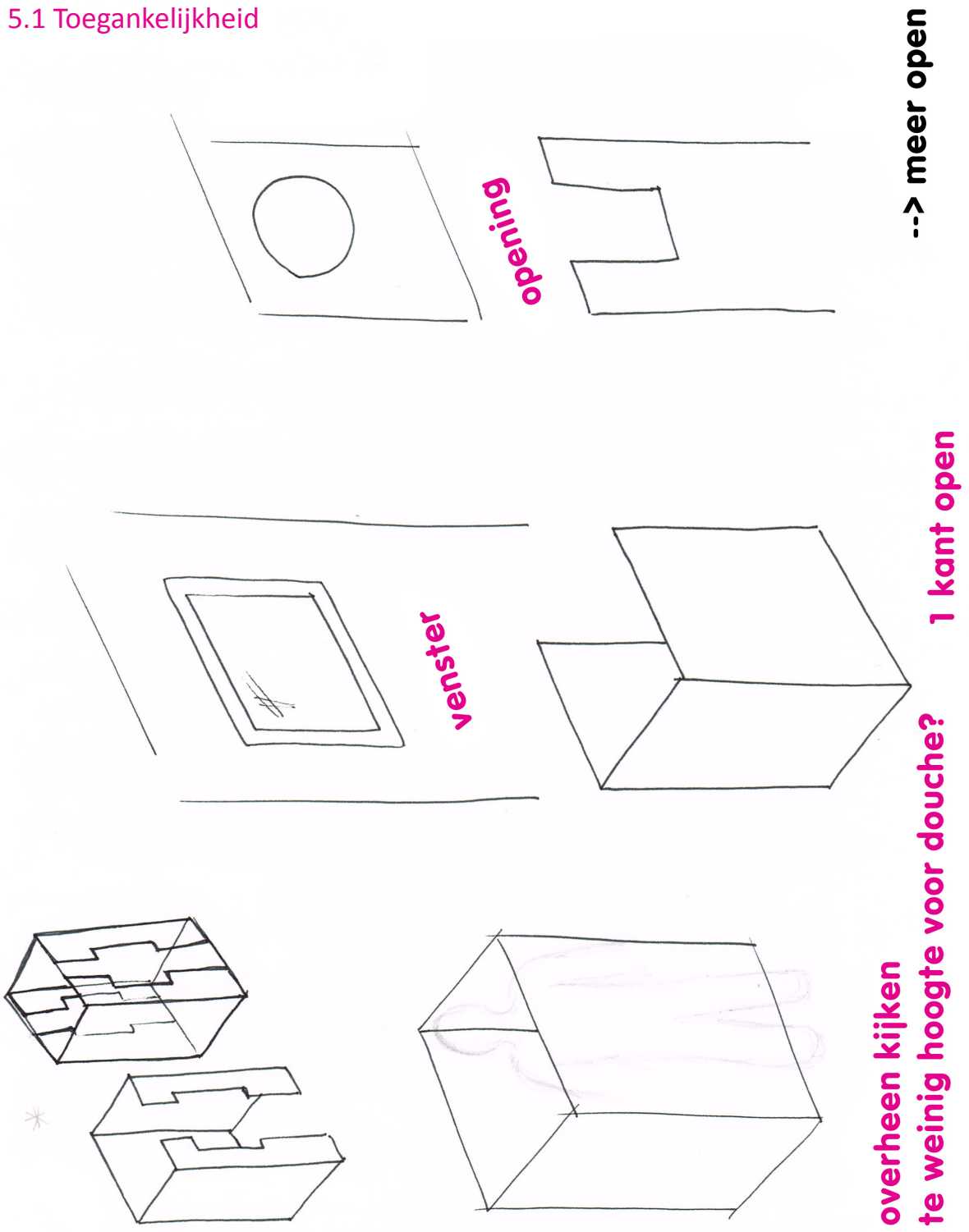
Doelgroep
- het ontwerp spreekt de doelgroep aan
- het ontwerp is uitnodigend en wekt de interesse van de doelgroep
- het ontwerp informeert de doelgroep
- het ontwerp motiveert en overtuigt de doelgroep
- het ontwerp maakt duidelijk welke producten geschikt zijn

5. Conceptontwikkeling

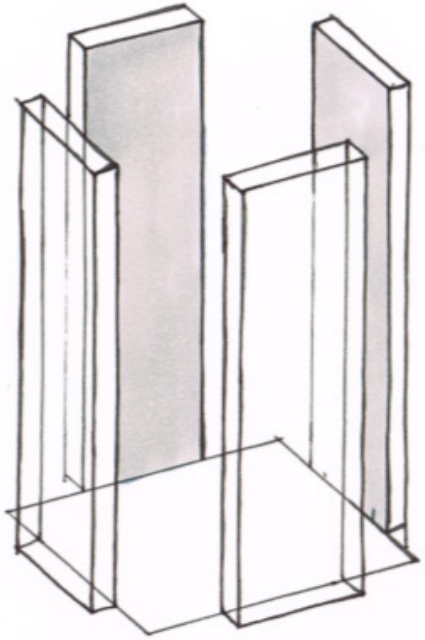
Naar aanleiding van de gesprekken met de bouwmarkteigenaren, is begonnen met het ontwerp voor een vrije opstelling. Zowel Multimate Losser als Multimate Enschede zijn bereid een ruimte van 3 bij 3 meter vrij te maken voor een opstelling van Lang zult u wonen. (Zie Bijlage 5 voor gesprekken). Vanuit deze afmetingen is dan ook het ontwerpen begonnen.

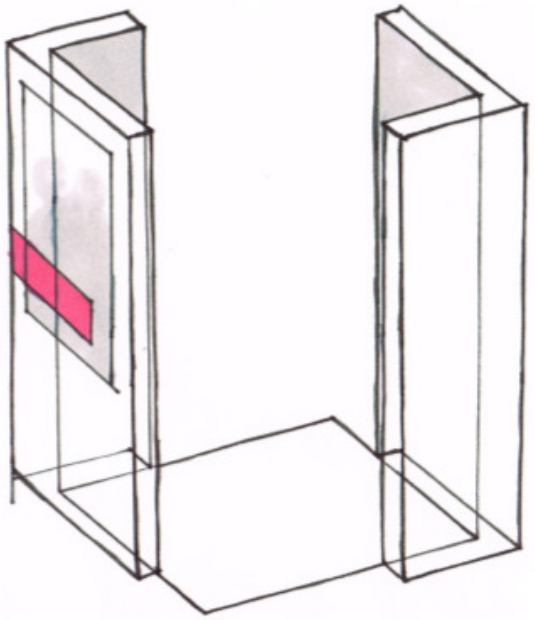
Omdat de opstelling een badkamer betreft, zijn er wanden nodig. Een van de eisen is dat de opstelling toegankelijk moet zijn. De eerste schetsen zijn dan ook om te onderzoeken hoe dit, in combinatie met de benodigde wanden, kan.

5.1 Toegankelijkheid

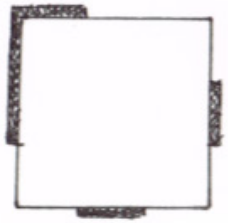


te statisch





douchekraan en -kop
niet boven elkaar

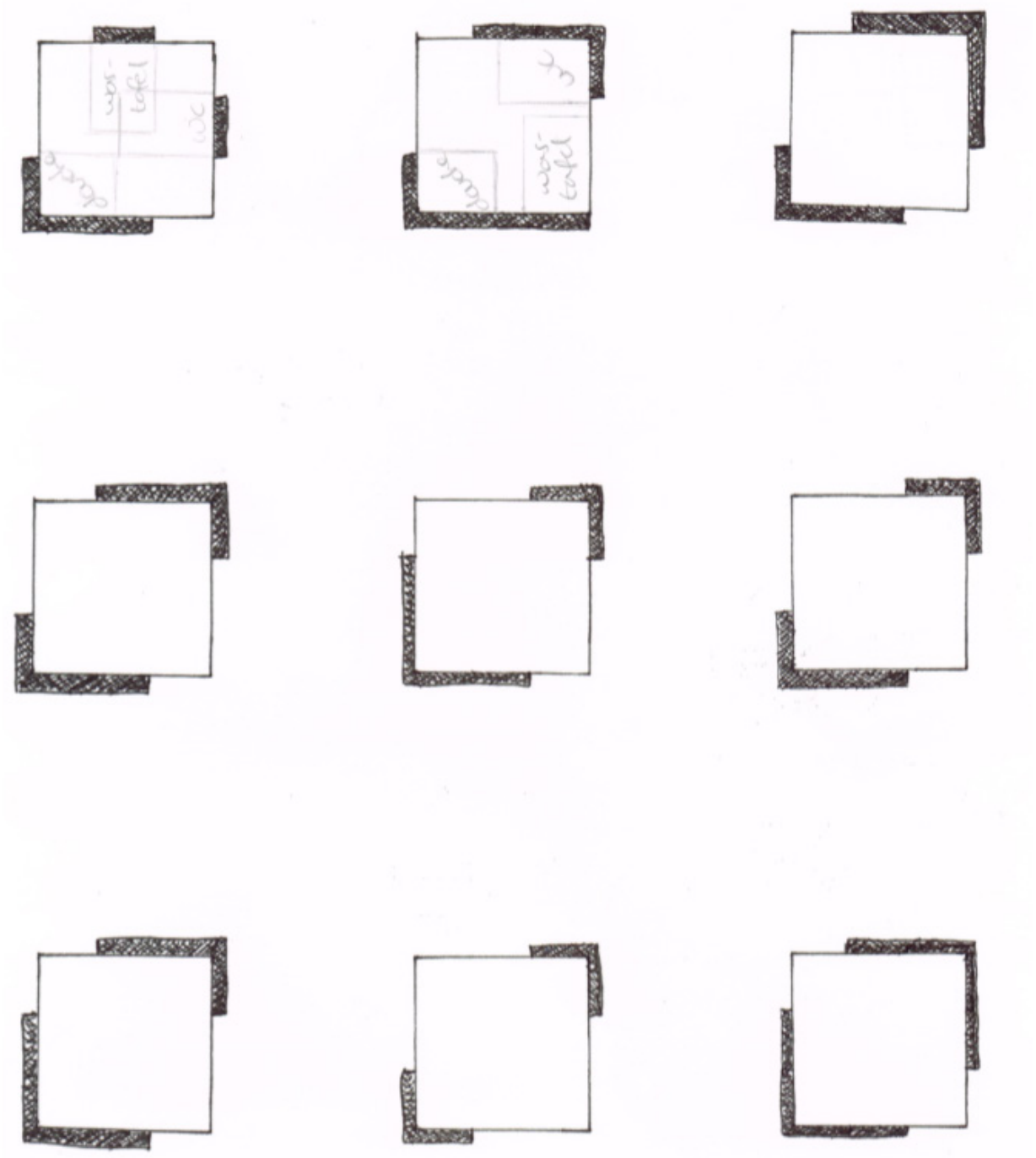


douche

wc, wastafel, spiegel
past dat?

combineren

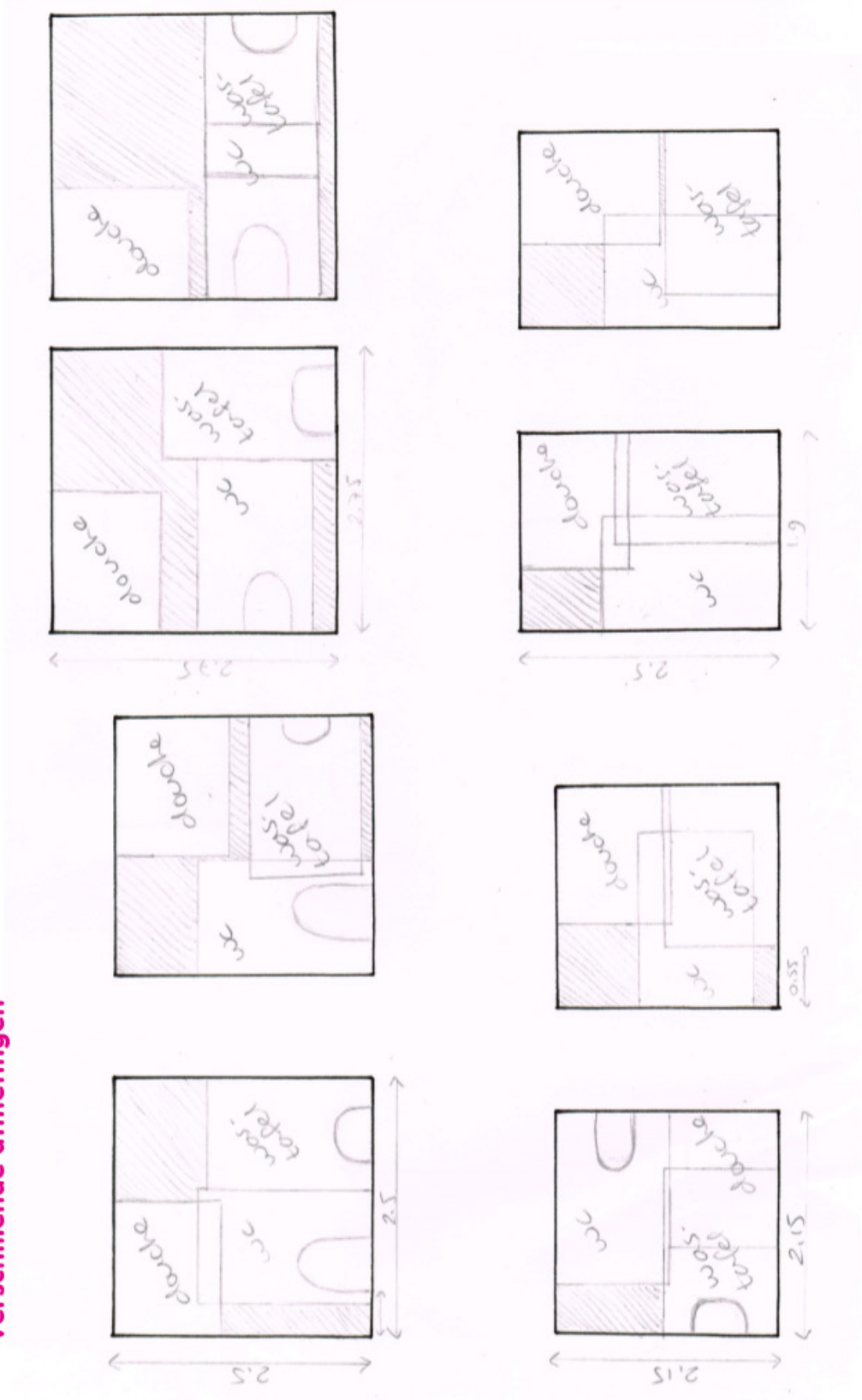
Door een opening, deur of lage wand wordt niet voldoende voldaan aan de eis dat het ontwerp toegankelijk moet zijn: het blijft te gesloten, waardoor het niet duidelijk is dat het om de binnenkant gaat. Om wel aan deze eis te voldoen is begonnen met het ontwerpen van een opstelling waarbij slechts een deel van de opstelling wanden heeft. Gezocht wordt naar een goede verhouding waarbij de sfeer van een badkamer behouden wordt (door een niet te open opstelling), waarbij de benodigde producten als een wandcloset en wastafel opgehangen kunnen worden, maar waarbij tegelijk de opstelling toegankelijk is.



3x3 meter

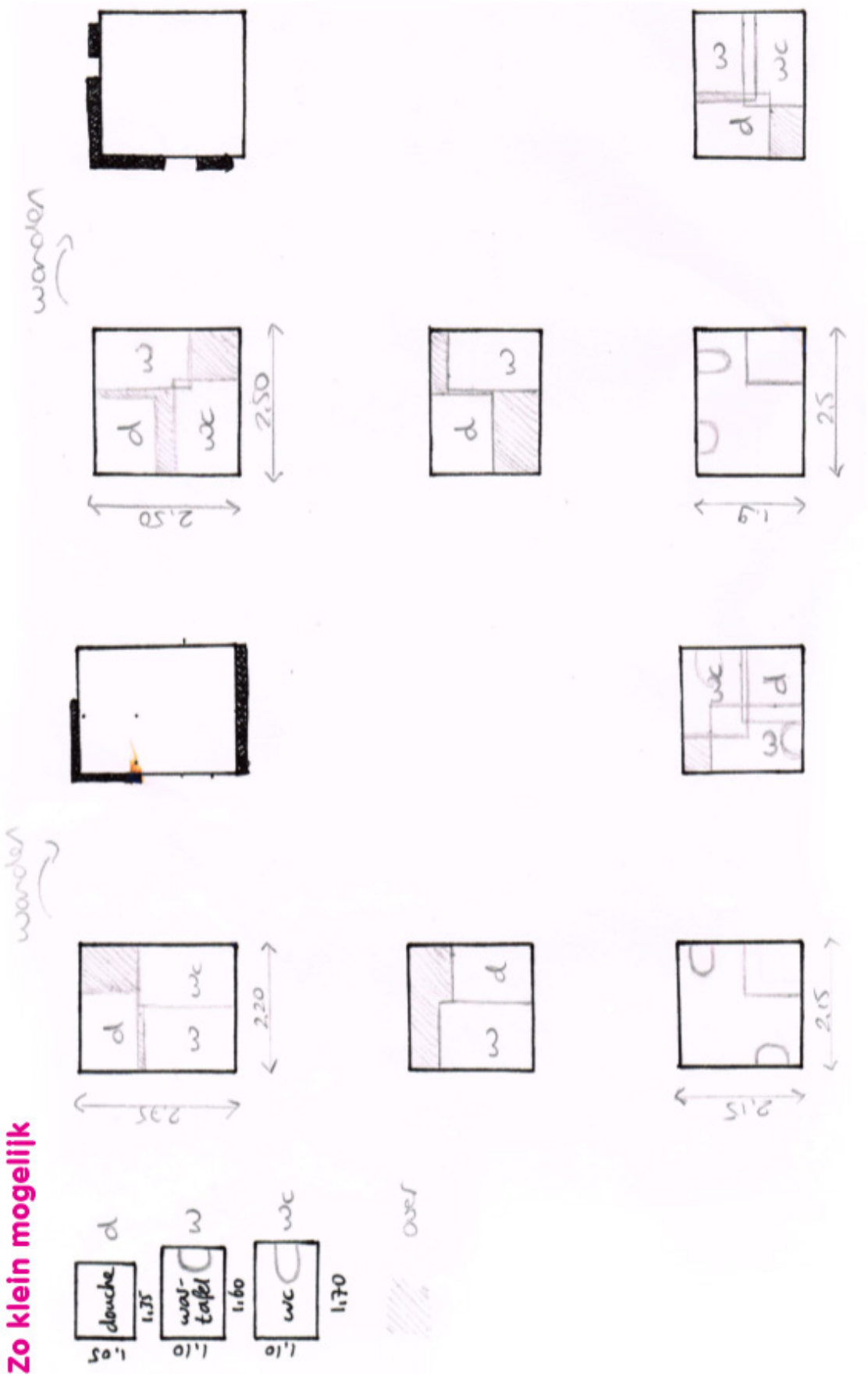
Bij een opstelling van 3 bij 3 meter bleek vrij veel lege ruimte over te blijven. Om ervoor te zorgen dat het ontwerp in zo veel mogelijk bouwmarkten geplaatst kan worden, moet het zo klein mogelijk zijn. Vandaar dat er gekeken is naar een kleinere ruimte. Dit komt het ontwerp ook ten goede omdat de doelgroep zo kan zien dat er geen hele grote ruimte nodig is voor een badkamer die aangepast is op de toekomst.

5.2 Afmetingen



Verschillende afmetingen

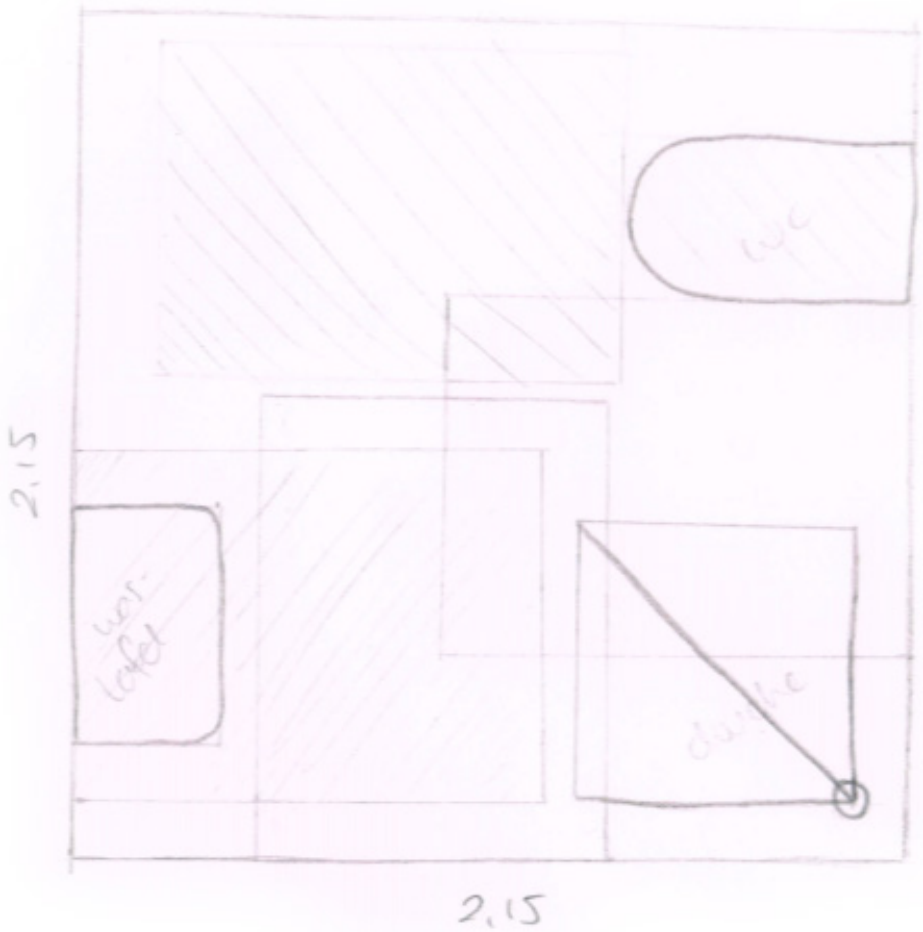
Om te kunnen bepalen hoe groot de badkamer minimaal moet zijn, is gebruikt gemaakt van de folders ‘Toegankelijkheid van EENGEZINSWONINGEN’ en ‘Toegankelijkheid van APPARTEMENTENCOMPLEXEN’ van de voorloper van het huidige Lang zult u wonen, namelijk Lang zult u wonen van de gemeente Hengelo. Zie ook bijlage 6.



Om de goede maten en afmetingen mee te nemen in het ontwerp, is een afspraak gemaakt met Hans Engelbertink, bouwkundig adviseur van de gemeente Hengelo. Hij is ook verbonden aan Lang zult u wonen.

Een badkamer moet minimaal 2,15x2,15m of 2,5x1,9m zijn. Op deze manier is de badkamer geschikt voor rolstoelgebruik. In onderstaande schets is te zien, hoe een badkamer van 2,5 bij 2,5 meter eruit zou moeten zien.
Zie ook bijlage 7.

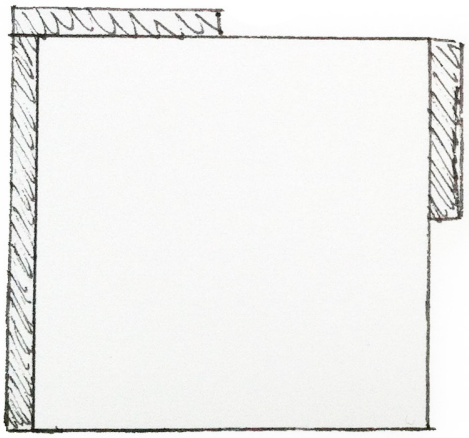
Er wordt gebruik gemaakt van een douche zonder douchewanden, omdat douchewanden het vrije vloeroppervlak beperken waardoor er een grotere ruimte nodig zou zijn. Door het douchedeel op afschot te tegelen of een easy drain te gebruiken, zijn douchewanden niet nodig.

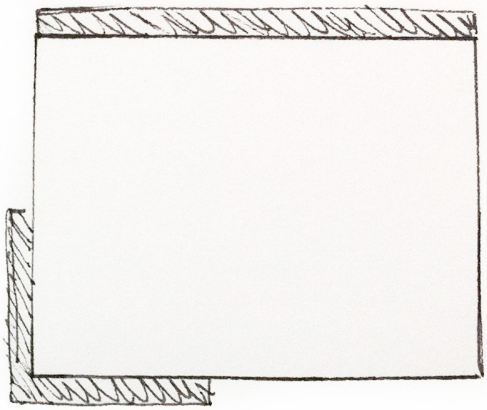


Definitieve afmetingen

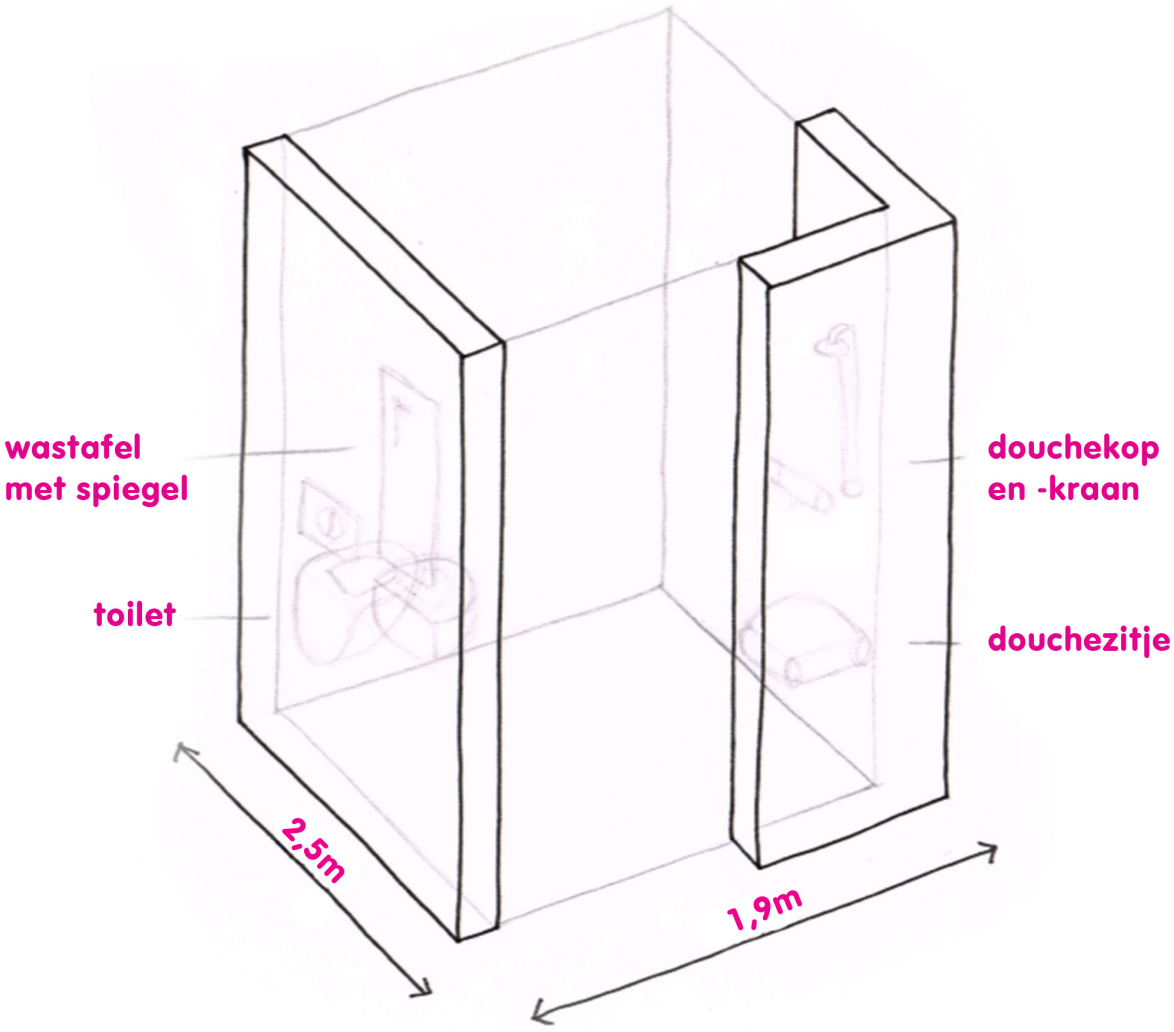
Bij de verdere uitwerking van het ontwerp is uitgegaan van een badkamer van 2,5x1,9 meter. Dit is gedaan omdat de benodigde wanden bij deze grootte meer open zijn en beter te realiseren. Bij een opstelling van 2,15x2,15 meter zou voor de wastafel een kleine, losse wand gerealiseerd moeten worden. Zie de schets hieronder.
Daarnaast is een opstelling van 2,5x1,9m beter in een gangpad te plaatsen, omdat in de lengte van het gangpad vaak wel een grote ruimte vrij gemaakt kan worden, maar de breedte is beperkt, waardoor 1,9m beter is dan 2,15m.

De wanden zijn zo bepaald omdat het wandcloset en de wastafel ergens aan opgehangen moeten worden. Voor de douche is een hoek nodig, omdat aan de ene wand de douchekraan en -kop bevestigd moeten worden en aan de andere wand een douchezitje.





5.3 Concept

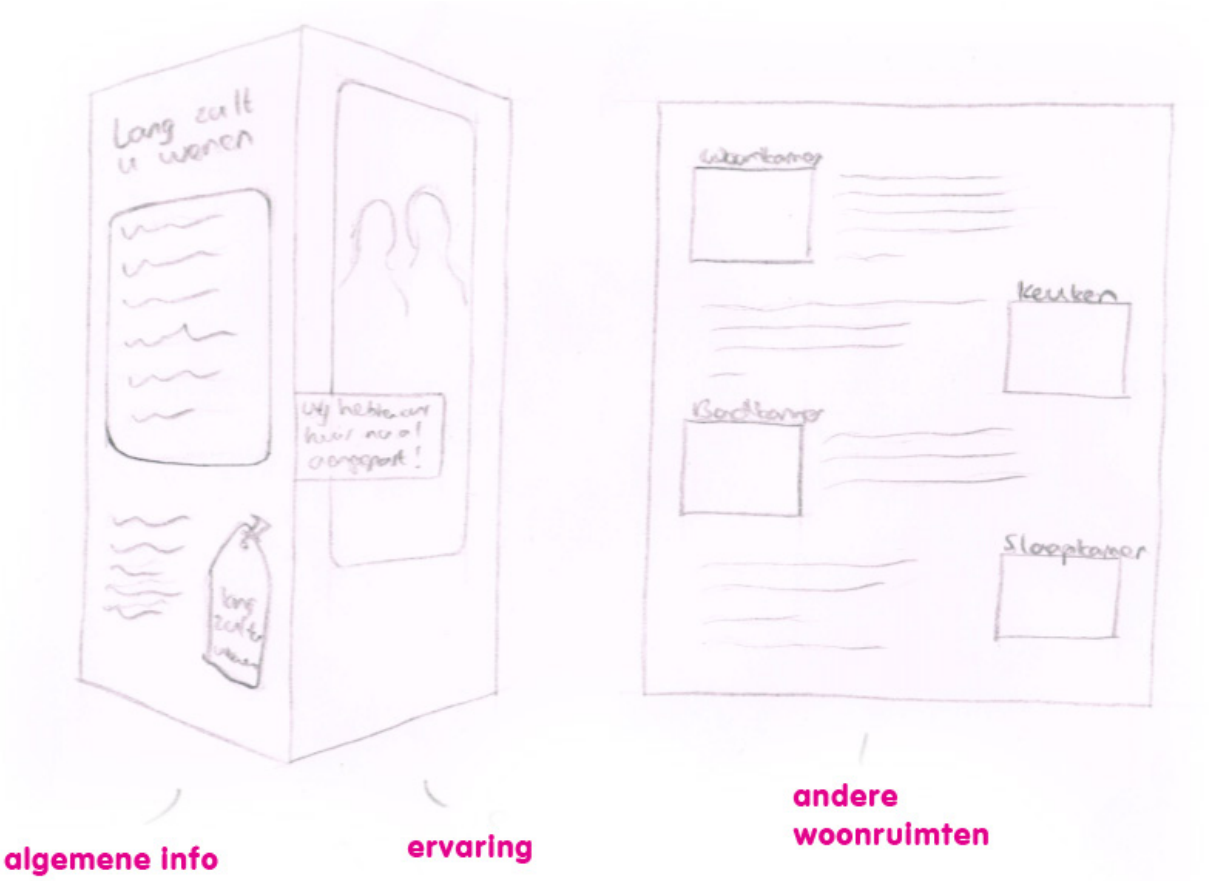

wastafel
met spiegel
toilet
douchekop
en -kraan
douchezitje
2,5m
1,9m

6. Detaillering

6.1 Informatie

De opstelling moet verschillende functies qua informatie vervullen. Allereerst moet de opstelling algemene informatie over de campagne bevatten, zodat mensen die de campagne niet kennen, kunnen lezen wat de campagne inhoudt. Daarnaast moet de opstelling aansluiten bij de campagne qua uitstraling en sfeer.

Om de aanpassingen van andere woonruimtes te laten zien, wordt een van de wanden gebruikt om dit te beschrijven.



Afbeelding 4: Uitwerking wand D1 (links) en wand D2 (rechts)

6.2 Overtuigen

Omdat de mensen overtuigd moeten worden van het belang van het aanpassen van hun woning, moet het duidelijk zijn wat ze in hun huidige woning zouden moeten veranderen.
Door de opstelling wordt al getoond dat een aangepaste badkamer niet lelijk hoeft te zijn. De opstelling geeft inzicht in hoe mooi en simpel het eigenlijk kan zijn. Dit is een eerste stap aangezien het imago van aangepaste woonruimtes niet erg stimulerend is. Daarnaast wordt de ervaring van andere mensen getoond op wand D2. Zien dat andere mensen er mee bezig zijn, werkt vaak ook motiverend.

Toch kan de doelgroep zich nog steeds niet aangesproken voelen wanneer er alleen informatie gegeven wordt. Mensen schuiven het vaak weg en de opstelling mist nog dat de doelgroep echt naar zijn/haar eigen situatie kijkt. Met de opstelling in de bouwmarkt wordt geprobeerd de mensen te triggeren ook daadwerkelijk met hun eigen woning aan de slag te gaan.

Het is daarom dat de informatie over andere woonruimtes verwerkt is in een test. Dit dwingt mensen te kijken naar hun eigen situatie en maakt het dus persoonlijker. Daarnaast worden ze verrast met aanpassingen waar ze niet meteen aan hadden gedacht. Op deze manier zal de doelgroep beter beseffen dat er wat aan te passen valt in hun woning.
De doelgroep heeft vaak geen idee hoe ze ervoor staan en mensen vinden het over het algemeen leuk om te weten hoe goed ze het doen. Wat zou ik aan mijn keuken moeten veranderen?

De test zou op verschillende manieren aangeboden kunnen worden. Een (interactieve) test op een televisiescherm zou kunnen, maar vanwege de kans op falen en de benodigde voorzieningen, is een test op papier geschikter.
Er zijn verschillende manieren om de test af te nemen. Zo zou je vragen kunnen stellen en aan de hand van het meest gegeven antwoord (a, b of c) een advies geven. Of punten aan de antwoorden hangen en een advies geven aan de hand van het totaal aantal punten.
Het gevaar bij deze manieren is dat de test te veel tijd kan kosten, waardoor mensen er niet aan beginnen of de test niet afmaken. Daarnaast kan er veel verschil zitten in hoe geschikt bijvoorbeeld de slaapkamer is ten opzichte van de hal. Een totaalscore is dus lastig te bepalen.

Er is daarom een test gecreëerd die elke woonruimte apart behandeld en bovendien makkelijk te doen is. Zie ook pagina 46 en bijlage 8.

Afbeelding 5: Uitwerking test

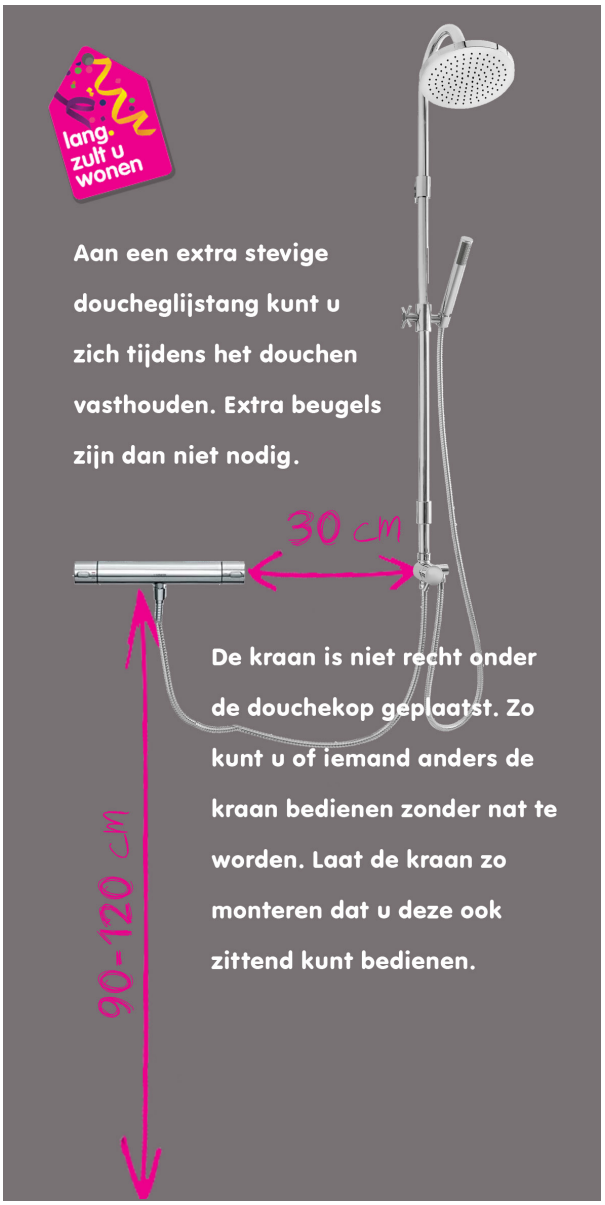
6.3 Binnenkant

Voor de binnenkant is gekozen voor een neutrale, grijze basis. De wand wordt niet betegeld, omdat dit veel werk is en dus tijd kost en omdat het tegelassortiment regelmatig wisselt, waardoor het verwarrend voor de klant kan zijn. (Ze zien de tegels in de opstelling, willen deze en vervolgens zijn ze niet meer te bestellen omdat het ze uit het oude assortiment komen.) Daarnaast beschikken bouwmarkten vaak al over standaard grijze wanden.
Grijs zie je tegenwoordig steeds meer in badkamers en het staat goed bij het roze en wit van de campagne.

Voor de teksten is het lettertype van de campagne, VAG Round, gekozen. In eerste instantie was er voor een lettertype gekozen dat handgeschreven leek, omdat dit een speels effect gaf en bijdroeg aan het gevoel van zelf je huis aanpakken. Echter, hierdoor was de uitstraling en herkenbaarheid van de binnenkant niet erg Lang zult u wonen meer, waardoor gekozen is voor VAG Round. De afmetingen zijn nog wel in het krijtbord-achtige lettertype, alsof je ze zelf hebt afgemeten.

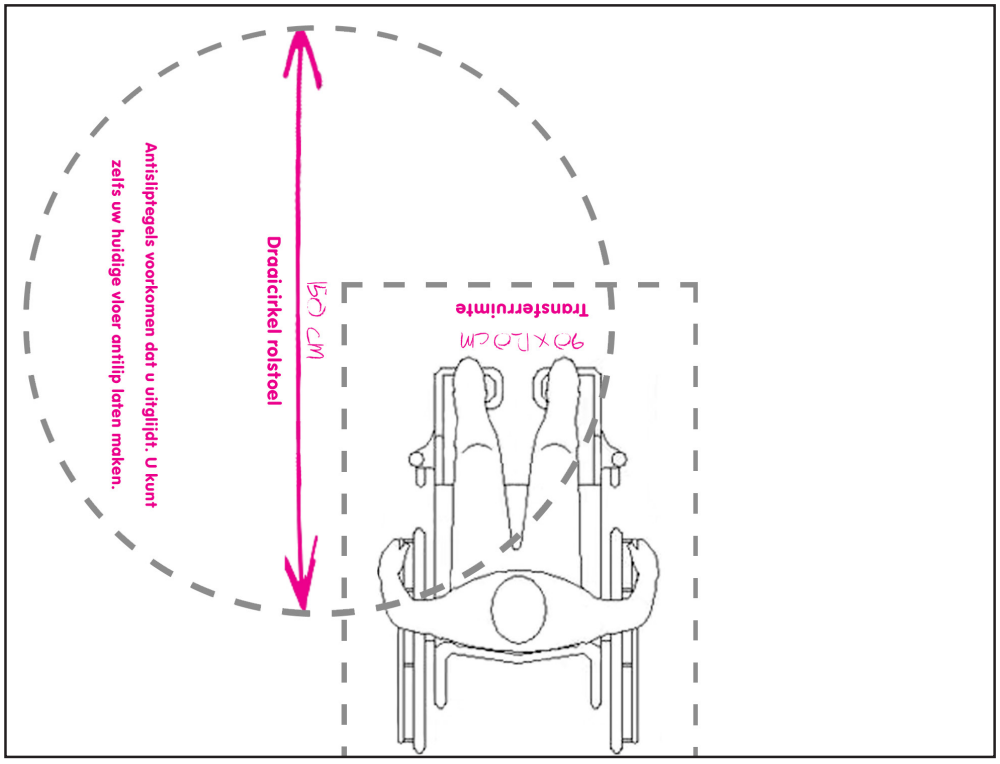
De afmetingen zijn in het roze, de teksten in het wit, omdat dit beter contrasteert met het grijs en een rustigere en nettere uitstraling heeft.

Afbeelding 6: Uitwerking grote wand



Afbeelding 7: Uitwerking douchewand 1

Afbeelding : Uitwerking douchewand 2



Afbeelding 9: Uitwerking vloer

6.4 Gekozen informatie

De tekst komt voornamelijk van de website en uit de brochures van Lang zult u wonen. De tekst die nieuw geschreven is, is gecontroleerd en verbeterd door de tekstschrijver van Lang zult u wonen.
Zie Bijlage 8 voor de teksten.

Binnenkant
Aan de binnenkant van de opstelling is vanalles te lezen. Er is geprobeerd te beschrijven wat er bijzonder is aan de badkamer.
Zo denken mensen bij een aangepaste badkamer vaak aan beugels aan de muur, terwijl een extra stevige glijstang ook kan volstaan. Ook denken mensen er vaak niet aan om de douchekop niet boven de douchekraan te plaatsen. Het douchezitje laat zien dat je zittend kan douchen, zonder een losse stoel, die in de weg kan staan en om kan vallen, in de badkamer te zetten.

De afmetingen van de badkamer worden genoemd, zodat de doelgroep kan zien dat er geen extra grote ruimte nodig is. Een inloopdouche wordt niet vaak gekozen en daarom genoemd. Een antislipvloer is, met het oog op de veiligheid, erg belangrijk en is dan ook essentieel om te noemen.

Genoemde afmetingen
Er worden verschillende maten genoemd in de opstelling. Deze zijn in centimeter gegeven omdat dit beter, in vergelijking tot mm, tot de verbeelding van de doelgroep spreekt.
De hoogtes van het toilet en douchezitje mogen niet te laag, maar ook niet te hoog zijn. Daarom wordt deze afstand genoemd. Om zittend te kunnen douchen, moet de kraan niet te hoog zitten. Daarom is ook deze hoogte genoemd. Door de afmeting tussen douchekop en -kraan valt nog eens extra op dat deze niet boven elkaar geplaatst zijn.
Met het oog op zittend wassen is de geschikte hoogte van de wastafel genoemd.

Om een wandbeugel bij het toilet te plaatsen, moet de afstand van het midden van het toilet tot die wand 550mm zijn. Deze afmeting is in het ontwerp niet genoemd, omdat de wand waar deze beugel op geplaatst zou moeten worden niet in het ontwerp is opgenomen. Het zou bij de wandopstelling ook voor verwarring kunnen zorgen. Daarnaast is deze afmeting niet als sticker te plaatsen, omdat het het midden van de toiletpot betreft. Ook kunnen er beugels aan het wandcloset zelf bevestigd worden, waardoor deze maat niet van belang is.
Ook is de hoogte van de glijstang niet genoemd. De glijstang wordt al in de tekst genoemd en ook de hoogte van de kraan. Het zou dus te druk en te veel informatie worden.
De douchekraan moet minstens 50 cm uit de inwendige hoek geplaatst worden. Deze afmeting noemen zou voor te veel afmetingen op dit kleine stukje wand zorgen en daarnaast is dit iets wat vrijwel standaard gedaan wordt.

Vloer
Voor een toekomstbestendige badkamer is het vrij oppervlak belangrijk. Wanneer de gebruiker in een rolstoel terecht zou komen, moet de rolstoel kunnen draaien in de badkamer. Hiervoor is een draaicirkel van 1,5 meter nodig. Deze is op de vloer van de badkamer weergegeven. Er moet ook naast het toilet ruimte zijn voor de rolstoel. Op deze manier kan de gebruiker zichzelf vanuit de rolstoel, op het toilet tillen.

Zie afbeelding 9.

Buitenkant
Hoe de wanden er aan de buitenkant uitzien, is al eerder beschreven. Wand D1 bevat de inleidende informatie die de algemene brochure ook bevat. Deze is gekozen omdat het in het kort de campagne beschrijft en mensen die de campagne nog niet kennen bekend maken met Lang zult u wonen.

Wand D2 bevat alleen een leus omdat het laten zien van andermans ervaringen een groot onderdeel van de campagne is. Op deze manier sluit de opstelling goed aan bij de campagne. De leus is actief, opdat het laat zien dat de mensen zelf vroegtijdig actie hebben ondernomen.

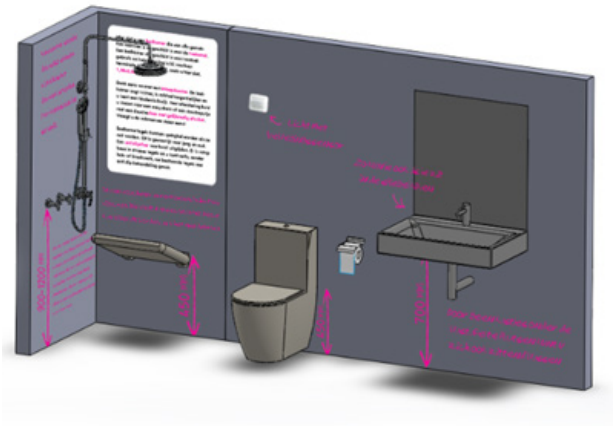
De test op de grote wand is gecreëerd om mensen te laten nadenken over hun eigen situatie. Per woonruimte is er gekeken naar de belangrijkste kenmerken van die ruimte wanneer die toekomstproof is. Deze worden in de verhaaltjes genoemd en moeten dus ook in tenminste een van de keukens voorkomen.
Per woonruimte is getracht drie zo verschillend mogelijke woonruimtes te laten zien. Het is vrijwel onmogelijk om elk mogelijke indeling van een woonruimte te laten zien. Het kan dus voorkomen dat ‘jouw’ keuken er niet bij zit. Om dit op te vangen, zijn alle woonruimtes in duidelijk verschillende stijlen, zodat veel mensen zich in tenminste één woonruimte kunnen herkennen. Mocht jouw ruimte er toch niet bij zitten of lees je de verkeerde? Dat is niet erg omdat er deels overlap zit in de verschillende verhaaltjes en er waarschijnlijk altijd wel iets in staat waar je niet aan gedacht had. Daarnaast zijn de belangrijkste kenmerken van de ruimte roze gemaakt, waardoor ze goed opvallen. Door alleen de tekst te scannen kun je dus grotendeels ook de kenmerken ontdekken.

De kenmerken die per woonruimte genoemd worden, komen uit de verschillende brochures en van de website van Lang zult u wonen.

7. Modulariteit

Wandopstelling

De ontworpen opstelling bestaat uit 2 wanden die, wanneer ze tegenover elkaar geplaatst worden, de ruimte van een badkamer innemen. Echter, de wanden kunnen ook naast elkaar geplaatst worden, zodat de opstelling minder ruimte in beslag neemt.
Wanneer de opstelling vrij geplaatst wordt, is de binnen- en buitenkant volledig zichtbaar. Het is echter ook mogelijk dat de opstelling met de lange wand tegen een muur geplaatst wordt. Op deze manier verliest het ontwerp de wand met de test en wand D2 (zie afbeelding 4).

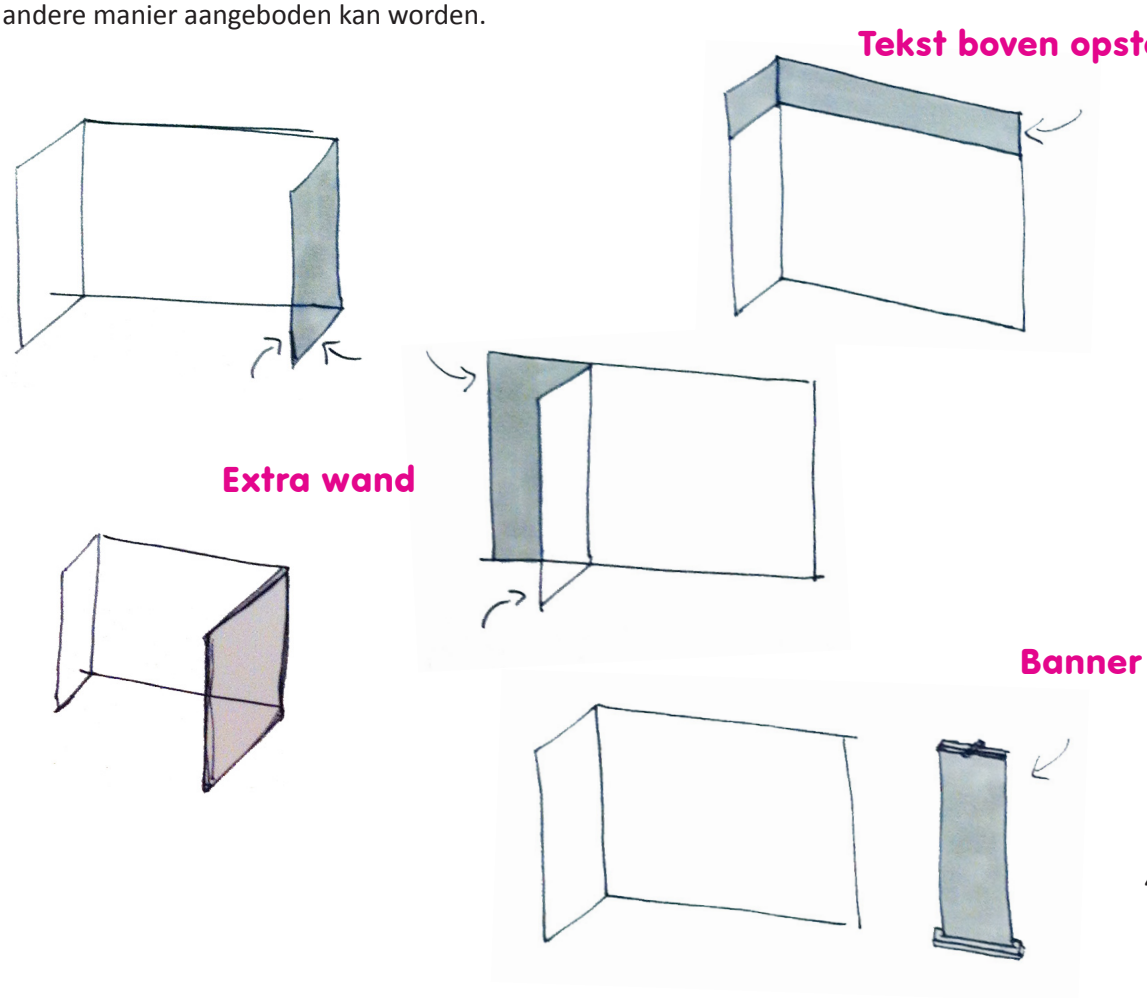


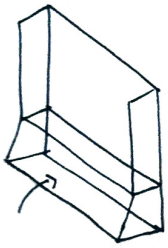
Afbeelding 10: Wandopstelling

Afbeelding 11:Gangpad bouwmarkt

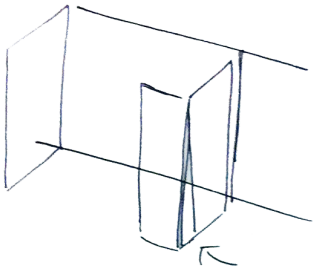
Het is redelijk om aan te nemen dat bouwmarkten de wandopstelling tegen een muur zullen plaatsen. In de bezochte bouwmarkten zie je gangpaden met kleine opstellingen tegen een lange wand. Wanneer er dus geen ruimte is voor een opstelling van 2,5x1,9 meter is dit een logische plek om in te richten voor Lang zult u wonen.

Wanneer de opstelling tegen een wand geplaatst wordt, is de test en wand D2 niet meer te zien. Omdat de test essentieel is op het gebied van motiveren, wordt er gekeken of de test op een andere manier aangeboden kan worden.

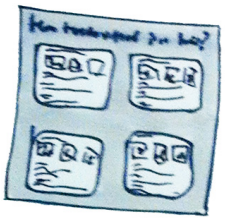




Bodem onder opstelling

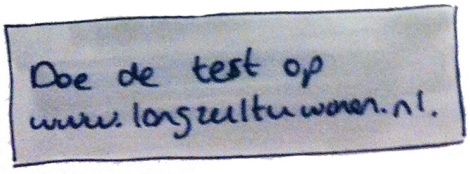


Hoekstuk van karton



ergens anders in de winkel

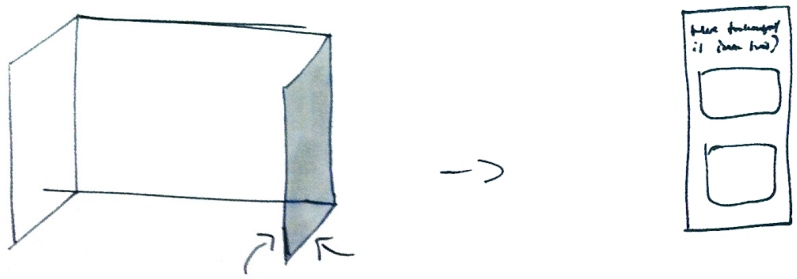
als folder



verwijzing naar de site

Het is niet wenselijk dat het ontwerp meer ruimte in gaat nemen door het toevoegen van de test. Een extra wand plaatsen kan dus alleen als deze naar voren is en even diep is als het andere wandje.
De test ergens anders aanbieden (op een andere plek, in een folder of op de website) is een oplossing die niet sterk genoeg is. Op deze manier moeten mensen er meer moeite voor doen (door de test op te zoeken in de winkel, danwel op internet). Folders raken op en moeten dan aangevuld worden. Dit 'onderhoud' is niet gewenst.

Naast de extra wand is de banner ook een oplossing. Een roll up banner is relatief goedkoop en functioneert goed. Nadeel is dat de opstelling rommelig kan overkomen, wanneer de banner er bij geplaatst wordt.



Een nadeel van zowel een wand als de banner is dat de test niet op één kant past. Er is gekeken naar een oplossing hiervoor, maar het doet de duidelijkheid niet ten goede en zorgt voor onnodig veel kosten. Er is daarom besloten de test over beide zijden te verdelen. Of er voor een wand of banner gekozen wordt, is aan de bouwmarkt. Een wand is netter en daarom in het ontwerp verwerkt. Een banner is waarschijnlijk goedkoper en kan ook wanneer dit de voorkeur heeft.

Afbeelding 12: Aangepaste test voor wandopstelling

Ruimte

Met de losse opstelling en de wandopstelling wordt er ingespeeld op de verschillende groottes en inrichtingen van bouwmarkten. De wandopstelling zal echter alsnog te groot zijn voor kleine bouwmarkten als de Hubo. Daarnaast bleek uit het gesprek met Multimate Hengelo dat de Hubo vaak geen showroom en maar weinig sanitaire producten in het assortiment heeft. Het is dus goed mogelijk dat zij ook geen ruimte hebben voor de wandopstelling en als ze dat wel zouden hebben, is het voor hen niet erg relevant, omdat ze maar weinig van de getoonde producten verkopen.
Er is dus een ander ontwerp nodig wat geschikt is voor dergelijke bouwmarkten.
Doordat het om een kleiner ontwerp gaat, is het zeer waarschijnlijk niet mogelijk alle functies hierin te vervullen. Er wordt dus gefocust op de hoofdfunctie van het informeren van mensen en hopelijk leidt dit tot het nadenken over hun eigen situatie en het bezoeken van de website.

Allereerst is gekeken waar een dergelijk ontwerp in de winkel zou kunnen.

- bij de kassa

Bij de kassa is vaak wel een plekje om in te richten voor Lang zult u wonen. Soms staat er zelfs een tv-scherm. Het is echter niet ideaal, want als de doelgroep het pas bij de kassa ziet, is het eigenlijk te laat. Daarnaast kan het wegvallen omdat er bij de kassa vaak veel te zien is. Ook kan het als reclame of lokkertje gezien worden, waardoor de doelgroep het niet leest.

- op zichzelf staand ergens in de winkel

Het is mogelijk om een banner of kartonnen opstelling in de winkel te plaatsen. Het is echter lastig om hier een goede plaats voor te vinden, waar deze opvalt en goed blijft staan.

- aan het plafond

Een bord aan het plafond is opvallend, maar het is niet waarschijnlijk dat de doelgroep een tekst erop zou lezen. Een dergelijk iets zou een verwijzing kunnen zijn naar bijvoorbeeld de showroom, maar op zichzelf vervult het niet de functie die het zou moeten vervullen.

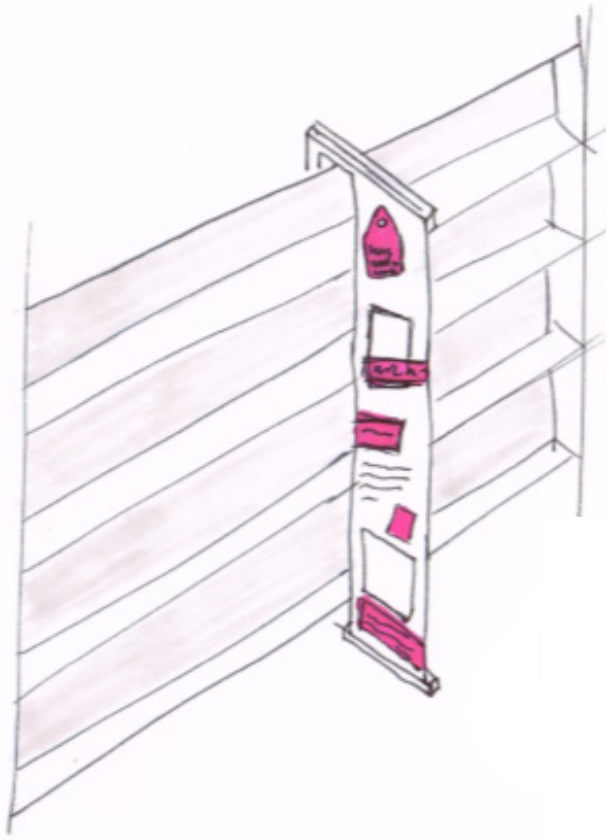
- aan het schap

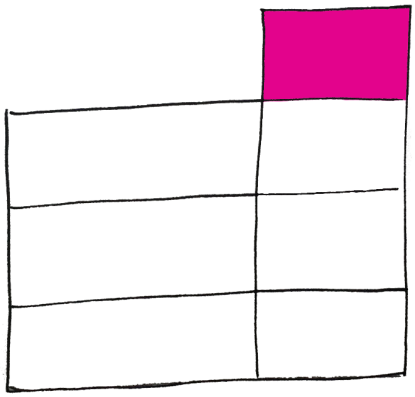
Een relatief simpele oplossing zou het gebruiken van een deel van het schap zijn. Door het roze van Lang zult u wonen te gebruiken, valt dat deel van het schap op. Er zou ook een banner gebruikt kunnen worden om het schap te laten opvallen.

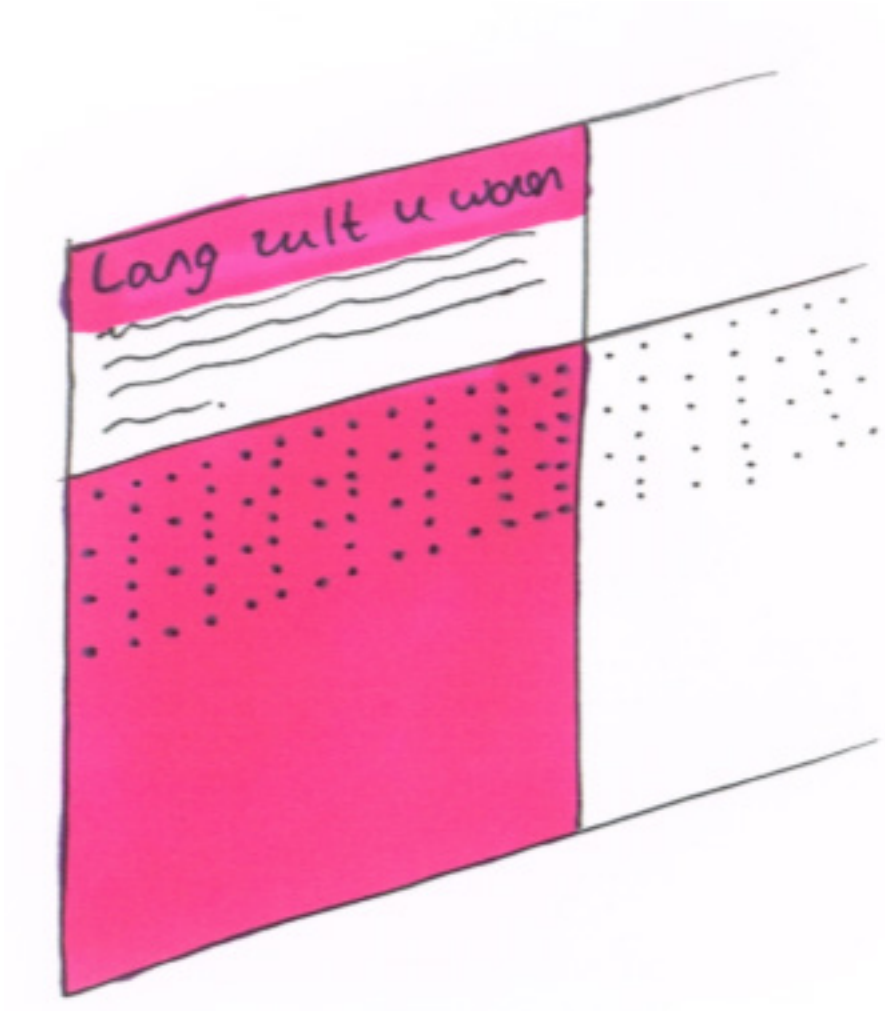
- poster of iets anders grafisch ergens in de winkel

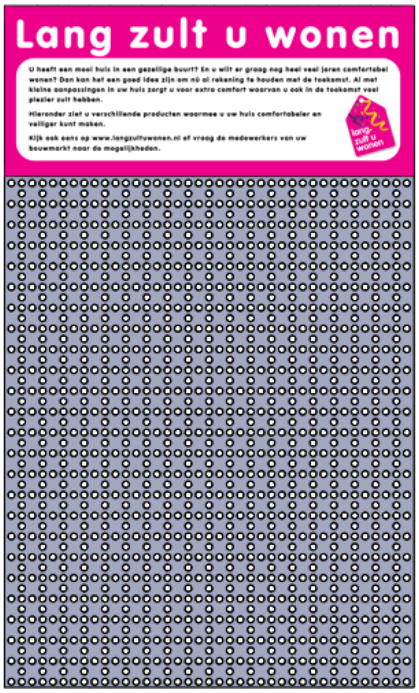
Door een poster met een uitdagende vraag, iets verrassends of een aanpassing die de interesse wekt, zou de aandacht van de doelgroep getrokken kunnen worden. Het is echter lastig een dergelijke leus te bedenken en het is wenselijk dat meer informatie ter plekke gevonden kan worden, waardoor de poster groot moet zijn, waardoor het lastig is een plek ervoor te vinden.

De goedkoopste, gemakkelijkste en meest effectieve oplossing is om een deel van het schap in te richten voor Lang zult u wonen. Daarnaast is het voor de bouwmarkt van belang dat er producten aan de campagne gelinkt worden, die daardoor beter verkocht worden.
Bij het gebruiken van een deel van het schap kan de eigenaar van de bouwmarkt zelf kiezen welke producten hij daar hangt of legt. Zo bestaat het altijd uit producten die in het assortiment van de bouwmarkt voorkomen.
Boven het schap kan informatie over de campagne en een verwijzing naar de website komen te staan.






Lang cult u wom



Afbeelding 13: Informatie boven het schap

Afbeelding 14: Schematisch Lang zult u wonen-schap

Het schap kan gemakkelijk gerealiseerd worden door de informatie door middel van een sticker of een bedrukt stuk hardboard boven het standaard schap van dde bouwmarkt te bevestigen.

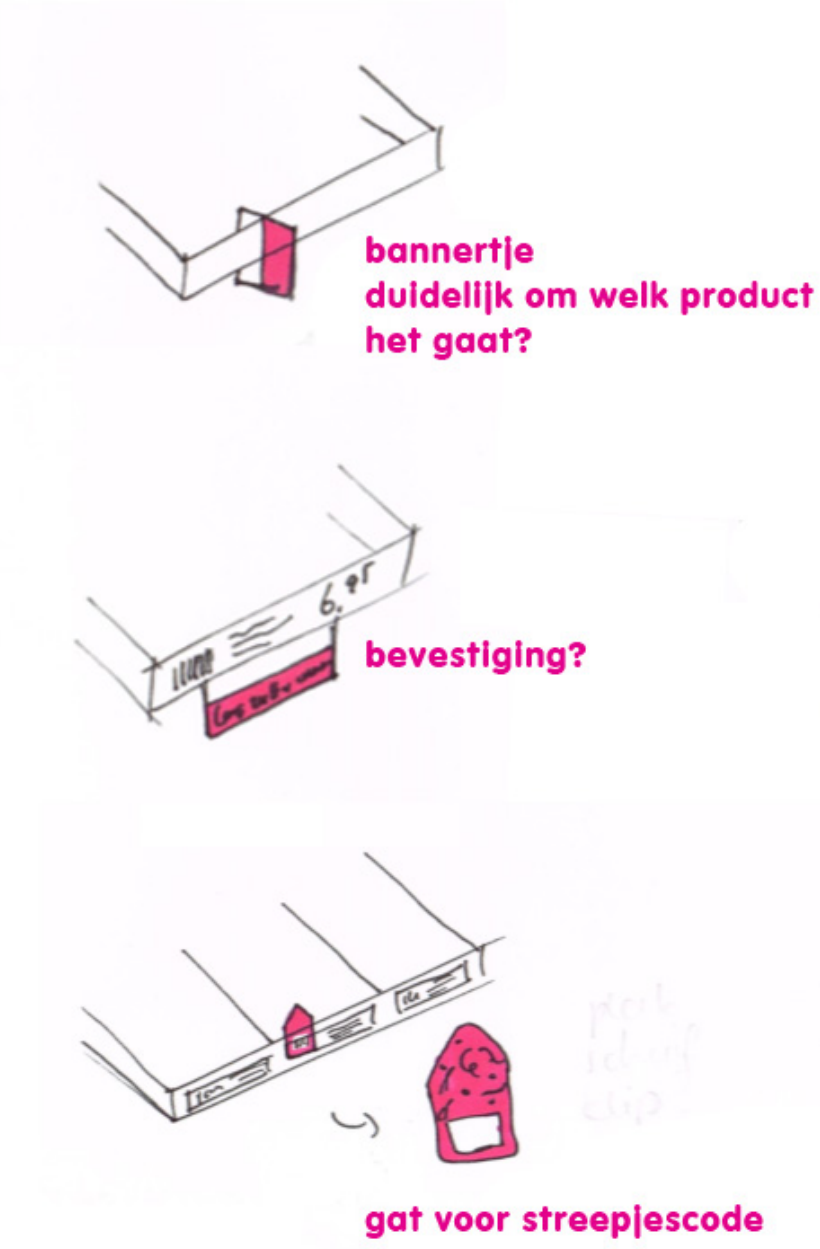
Afbeelding 15: Lang zult u wonen-schap
(getoonde producten zijn geen producten uit de campagne)

8. Herkenning

8.1 Herkenning in de rest van winkel

De vrije of wandopstelling zal zeer waarschijnlijk in de showroom of in het sanitairgedeelte van de bouwmarkt geplaatst worden. Niet elke klant zal in dit deel van de bouwmarkt komen en het gaat om meer producten dan alleen sanitaire producten. Ook wanneer de doelgroep zijn/haar keuken gaat aanpassen, zijn er verschillende dingen waar zij rekening mee zouden moeten houden. Daarom moet de campagne ook op andere plekken, bij producten uit de campagne zichtbaar zijn. Op deze manier wordt de campagne aantrekkelijker voor de bouwmarkt en de zichbaarheid en herkenbaarheid van de campagne wordt groter.
Daarnaast kan een dergelijk ontwerp leiden tot het bezoeken van de showroom voor de vrije opstelling.

Allereerst is er gekeken naar herkenbaarheid bij het schap. Daarbij is het doel dat een product wordt herkend als zijnde geschikt volgens Lang zult u wonen.



achter producten; niet zichtbaar
zit in de weg?
niet opvallend genoeg

- plakken of
- klikken :

prijskaartje

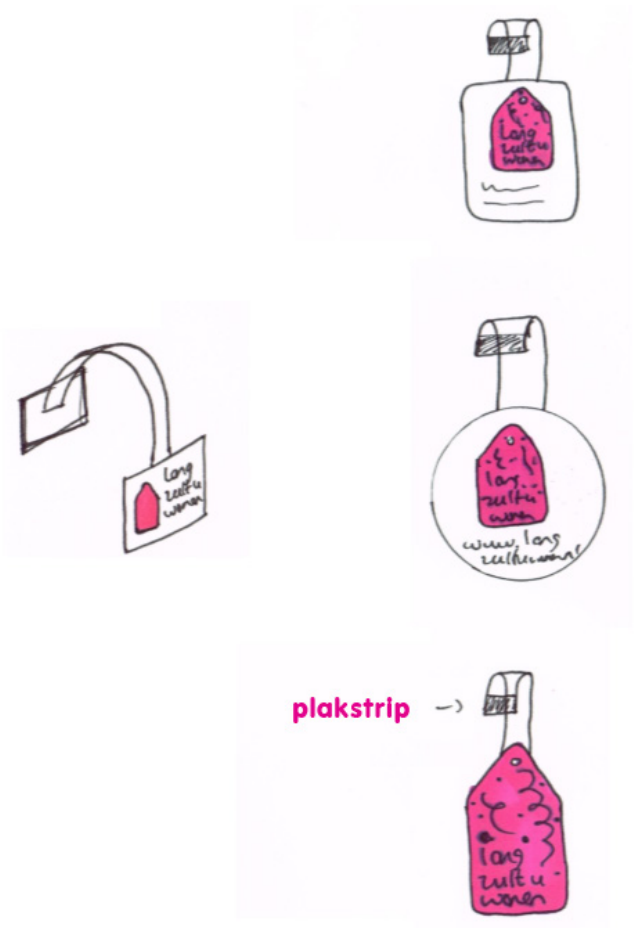
´lijstje´
prijslabels allemaal even groot?
kan product er nog afgehaald worden?

in perfonwand
los van prijskaartje
op voorgrond dus opvallend

8.2 Wobbler

De problemen van voorgaande ideeën zijn met name dat ze niet opvallend genoeg zijn en dat ze lastig te bevestigen zijn. Door in bouwmarkten te kijken en de eigenaren van de bouwmarkten te vragen, is een oplossing gevonden voor deze problemen.

Een wobbler zie je vaak in bouwmarkten om een bepaald product of een bepaalde actie te promoten. (Zie Bijlage 9 voor een voorbeeld.) Wobblers bestaan uit een afbeelding op karton met daaraan een plastic strip met aan het uiteinde een plakstrip. Deze wordt aan het schap geplakt en zo bungelt het karton voor het product, waardoor deze meer opvalt. De eigenaren van de bouwmarkt geven aan dat dit een eenvoudige manier is om producten te laten opvallen. Het is goedkoop en de eigenaren kunnen zelf bepalen bij welke producten ze de wobblers willen hangen. Door de wobbler de vorm van het huisje te geven, is het herkenbaar als de campagne en een goede aanvulling op de opstelling.



Tekst:
- **www.langzultuwonen.nl**
- **Zie showroom voor Lang zult u wonen**

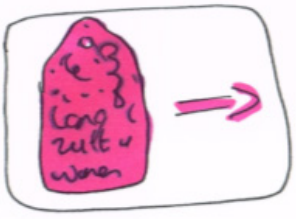
8.3 Grondsticker

Volgens de verschillende bouwmarkteigenaren zou het verstandig zijn om te verwijzen naar de showroom, zodat deze beter bezocht wordt. Een gemakkelijke, goedkope en effectieve manier is volgens hen een sticker op de vloer.

richting aangeven

showroom noemen

wijzen met huisje duidelijk genoeg?



In overleg met de opdrachtgevers is gekozen voor een grondsticker in de vorm van een huisje. Door dit, net als de wobbler, in de vorm van een huisje te doen, wordt het herkenbaar als Lang zult u wonen. Deze uniformiteit is gewenst, omdat de opdrachtgevers streven naar herkenning en bekendheid. De sticker wordt in verschillende varianten geleverd, zodat de showroom in verschillende bouwmarkten, maar ook vanaf verschilende plaatsen in een bouwmarkt aangewezen kan worden.

Afbeelding 16: De verschillende grondstickers

Afbeelding 17: Uitwerking van de Lang zult u wonen wobblers

9. Eindconcept

Zie het bijgevoegde document ‘Lang zult u wonen in uw bouwmarkt’.

Het eindconcept is een handleiding geworden waarin de opties beschreven worden. Op deze manier kan een bouwmarkteigenaar zien wat er mogelijk is en hoe dit gerealiseerd zou kunnen worden.

Het is geen handleiding die stap voor stap uitlegt hoe de opstellingen gebouwd kunnen worden. De bouwmarkten hebben mensen in dienst die ervaring hebben met het bouwen van opstellingen voor in de bouwmarkt. Het zou dus betuttelend zijn om hen een handleiding te geven die stap voor stap uitlegt wat ze moeten doen, aangezien zij veel meer ervaring hebben met het bouwen van dergelijke dingen.

Dit is ook de reden dat het materiaal niet is vastgelegd. Er wordt een suggestie gedaan, maar tijdens de gesprekken met de bouwmarkten kwam naar voren dat de verschillende eigenaren al verschillende ideeën hadden. Zo had Multimate Hengelo al grijze wanden staan en in Enschede waren gipswanden die gebruikt konden worden.

De kosten van de producten zijn geschat door prijzen op internet te vergelijken. Er is een schatting van de winkelwaarde gemaakt. De bouwmarkteigenaren kunnen hier zelf van afleiden wat dus de inkoopwaarde is. Dit is natuurlijk lager dan de winkelwaarde. Daarnaast hebben de bouwmarkten vaak al showmodellen, waardoor de kosten nog lager zijn.

Voor de kosten van de stickers is een prijsopgave bij Mondice Enschede gevraagd. Mondice levert meer promotiemateriaal aan Lang zult u wonen. Voor het overzicht en het gesprek, zie bijlage 10.

De wanden aan de buitenkant worden beplakt met stickers. Qua prijs scheelt het niet veel om de hele wand te bestickeren of alleen het vlak met de tekst. Vandaar dat de hele wand bestickerd wordt. Dit scheelt schilderwerk en op deze manier is de kleur roze ook precies goed. Voor het grijs van de wanden aan de binnenkant is een suggestie gegeven. Volgens Jos Bouwhuis van Multimate Hengelo kunnen ze goed werken met een Histor of Sigma kleur. Deze zijn dan ook allebei genoemd. Het is niet erg als het grijs iets afwijkt, omdat het niet bij de herkenning van Lang zult u wonen hoort en alle tinten grijs bij het ontwerp passen.

10. Conclusies en aanbevelingen

De doelstelling van deze opdracht was het ontwerpen van een concept dat *Lang zult u wonen* zichtbaar maakt in bouwmarkten. Het resultaat is een handleiding die bestaat uit verschillende mogelijkheden. Op deze manier is getracht zo goed mogelijk in te spelen op de verschillende bouwmarkten.

Allereerst is er de vrijstaande opstelling. Dit ontwerp voldoet aan de algemene eisen, aangezien het ontwerp een afgeschermd, maar toegankelijk deel van de bouwmarkt is. Het valt op door de roze wanden en voldoet aan de afmetingen die opgesteld zijn door Lang zult u wonen. Door de kleuren, de stijl en het lettertype van de campagne te gebruiken wordt ook voldaan aan de eis dat het ontwerp moet aansluiten bij het karakter en de stijl van Lang zult u wonen. Het ontwerp geeft informatie, verwijst naar de website en laat (visueel) zien welke aanpassingen mogelijk zijn.
Het ontwerp past door zijn vorm en en afmetingen in de omgeving van een aantal bouwmarkten. Dat wil zeggen dat het past in bouwmarkten met een relatief grote showroom. Welke producten in het ontwerp zitten, staat vast, maar de bouwmarkten kunnen deze uit hun eigen assortiment kiezen. Zo staat vast dat er een wastafel in het ontwerp komt, maar hoe deze er precies uit ziet is aan de bouwmarkten. Het ontwerp is uitnodigend door de openheid van het ontwerp en de toegankelijke en laagdrempelige informatie. De doelgroep wordt geïnformeerd en door de test gemotiveerd om met hun woning aan de slag te gaan. Door de toelichtende teksten op de wanden van het ontwerp is het duidelijk welke producten en welke aanpassingen nodig zijn.

De wandopstelling voldoet op dezelfde manier aan de eisen ‘Algemeen’, ‘Lang zult u wonen’ en ‘Doelgroep’ (zie pagina 33). De opstelling vormt geen badkamer en voldoet dus niet aan de afmeting 1,90x2,50 of 2,15x2,15m, maar verder zijn de afmetingen conform de afmetingen die Lang zult u wonen heeft opgesteld. Volgens de eisen ‘Bouwmarkten’ zou het ontwerp modulair moeten zijn. Dit is in eerste instantie opgesteld om ervoor te zorgen dat het concept in verschillende bouwmarkten past. Met deze wandopstelling wordt gedeeltelijk aan deze eis voldaan. Het ontwerp voldoet echter nog niet aan de minimale afmetingen.

Om ook aan de eis ‘het ontwerp moet op zijn kleinst 1200x500mm zijn’ te voldoen, is de schapinrichting ontwikkeld. Het schap is geen afgeschermd deel van de bouwmarkt. Dit zou door wandjes opgelost kunnen worden, maar omdat dit de toegankelijkheid en opvallendheid niet ten goede komt, is dit niet gedaan.
Bij dit ontwerp is de eis ‘het ontwerp voldoet aan de afmetingen die opgesteld zijn door Lang zult u wonen’ niet van toepassing omdat het geen badkamer betreft. Het ontwerp sluit wel aan bij het karakter en de stijl van de campagne en het geeft kort informatie over de campagne. Het laat niet zien hoe aanpassing van de woning kan zijn, het laat enkel zien welke producten geschikt zijn. Omdat de bouwmarkteigenaar zelf kan bepalen welke producten hij in het schap hangt, bevat het ontwerp altijd producten uit het assortiment van de bouwmarkt.
Het ontwerp valt op door de roze kleur, maar zal minder motiveren en overtuigen dan de eerste twee opstellingen. Helaas is op een dergelijk kleine ruimte niet hetzelfde effect te realiseren. De doelgroep zal dus de website moeten bezoeken voor bijvoorbeeld een woningcheck.
Doordat producten uit de campagne bij elkaar geplaatst worden in een apart deel van een schap is het erg duidelijk wat geschikte producten voor levensloopbestendig wonen zijn. Dit ontwerp zou dan ook een goede aanvulling zijn op de vorige twee ontwerpen.

Om duidelijker te maken welke producten aansluiten bij de campagne is de wobbler ontworpen. Dit is een aanvulling op de voorgaande drie ontwerpen en voldoet dus niet aan het gehele Programma van Eisen. Het draagt wel bij aan het wekken van de interesse van de doelgroep, omdat de wobblers bij verschillende schappen te vinden zijn.

Wanneer de vrijstaande of de wandopstelling geplaatst is, is het belangrijk dat de doelgroep de showroom bezoekt. Door stickers op de vloer te plakken, worden mensen nieuwsgierig gemaakt en naar de showroom verwezen. Zowel de wobbler als de grondsticker zijn in de stijl van Lang zult u wonen, wat bijdraagt aan de herkenning van de campagne. De combinatie van een opstelling (of schapinrichting) met wobblers en grondstickers zorgt dus voor een eenheid die de doelgroep informeert en aanspreekt.

Er zijn enkele aanbevelingen met betrekking tot het huidige ontwerp.
Allereerst zou er een test met de doelgroep gedaan worden om te kijken of het ontwerp de doelgroep aanspreekt. Tijdens deze test zou ook gevraagd kunnen worden of de informatie-voorziening voldoende is. Hierbij zou ook gekeken moeten worden of de wobblers en grondstickers functioneren.

Er zou ook gekeken moeten worden of de tekstgrootte, met name op de wanden van de opstellingen, goed is. Dit is lastig in te schatten voor dergelijk grote vlakken.

Daarnaast zouden er evaluaties met de bouwmarkten gehouden moeten worden. Er zou gekeken moeten worden of het ontwerp bevalt en of ze resultaat merken qua verkoopcijfers en uit te voeren klussen.

Er is nu een schatting gemaakt van de breedte van een standaardwand van een schap. Een aanbeveling is dan ook om de daadwerkelijke maat van zo'n wand op te vragen en deze te gebruiken voor het bord wat boven het schap komt te hangen.
Voor de schapinrichting zou het goed zijn nog eens te kijken of het ontwerp de doelgroep meer zou kunnen motiveren hun woning aan te passen of in ieder geval de website te bezoeken. Dit laatste zou bijvoorbeeld kunnen door een actie of voordeel aan het bezoeken van de website te hangen. Zo zou het een idee zijn om de doelgroep een kortingscode aan te bieden na het doen van de test op de website.

11. Evaluatie

Er zijn verschillende dingen die beter hadden gekund of lastig waren tijdens het uitvoeren van deze opdracht.

Zo was het ontwerptraject van deze opdracht niet heel strak. Ik rolde van het ene in het andere, waardoor het lastig was om alles te documenteren en bij te houden. Ik heb geprobeerd dit zo goed en duidelijk mogelijk weer te geven en te ordenen in mijn verslag.

Uiteindelijk is de doelgroep niet meegenomen in het ontwikkelen van het concept. Het zou heel veel tijd gaan kosten en ik heb besloten dat dit het niet waard was. Het leek mij namelijk nuttiger om ze het ontwerp te laten evalueren, omdat ze dan een idee hebben van wat er mogelijk is. De campagne is namelijk nieuw en uniek, waardoor de doelgroep geen goed beeld heeft van wat handig zou zijn in een ontwerp. Ik kon dus niet met zekerheid zeggen dat er nuttige feedback uit het onderzoek zou komen en daarom heb ik besloten me te beperken tot Lang zult u wonen en de bouwmarkten. Dit laatste kostte ook relatief veel tijd, omdat de bouwmarkten zo verschillend zijn en één ontwerp dus niet voldeed. Helaas vloog de tijd voorbij en konden de opstellingen niet op tijd gebouwd worden, waardoor ik de evaluaties van het ontwerp met de doelgroep, de bouwmarkten en Lang zult u wonen niet heb kunnen uitvoeren.

Wat betreft de bouwmarkten heb ik alleen eigenaren van de Multimate besproken. Doordat de eigenaren elkaar onderling goed kennen, was het gemakkelijk om afspraken te maken. Het was beter geweest om ook met andere bouwmarkten afspraken te maken, maar het kost veel tijd om contact te maken en te onderhouden. Daarnaast kreeg ik veel verschillende suggesties van de verschillende eigenaren en dit moest niet teveel worden.
Het was wel goed geweest om een eigenaar van een (kleine) Hubo te spreken. Helaas is dit niet gebeurd. Wel ben ik naar de Multimate Hengelo geweest, wat een relatief kleine Multimate is.

De eis dat het ontwerp modulair moest zijn, had achteraf beter niet in het Programma van Eisen opgenomen kunnen worden. Bij het begin van de opdracht heb je een beeld van het eindconcept en meestal bevat dit concept één ontwerp. Als dit het geval was geweest, had dit ontwerp modulair moeten zijn om in verschillende bouwmarkten te passen. Deze opdracht heeft echter een ander resultaat, namelijk meerdere ontwerpen die samen alle verschillende bouwmarkten zouden moeten kunnen voorzien. De vrijstaande opstelling en de wandopstelling zijn wel modulair. Echter kon deze opstelling niet klein genoeg gemaakt worden, zodat het in kleine bouwmarkten zou passen en toch functioneel zou zijn. Er is daarom een nieuw ontwerp gemaakt voor kleinere bouwmarkten.

12. Referentielijst

[1] Statline (2013). Bevolking per maand; leeftijd, geslacht, herkomst, generatie. http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=71090ned&D1=0&D2=0&D3=0,107,121-122&D4=a&D5=0&D6=0,12,24,36,(l-5)-l&VW=T; geraadpleegd op: 13 juni 2013; Centraal Bureau voor de Statistiek

[2] Laar, J., & Pennarts, J. (2013). Help, het bejaardenhuis gaat dicht. http://nieuwsuur.nl/onderwerp/476269-help-het-bejaardenhuis-gaat-dicht.html; geraadpleegd op: 13 juni 2013; Nieuwsuur

[3] Van Oort, M. (2012). Opening Alzheimer-woning in Woerden. http://www.uneto-vni.nl/cms/showpage.aspx?id=6596; geraadpleegd op: 13 juni 2013; UNETO-VNI

[4] Technologie Thuis Nu! (Onbekend). De woningen. http://www.technologiethuis.nu/Default.aspx?p=1&lbl=HOME; geraadpleegd op 13 juni 2013; OTIB

[5] Onbekend (2012). Bevolking en woningen. http://overijssel.databank.nl/quickstep/QsReportBasic.aspx?report=kernrapport; geraadpleegd op 13 juni 2013; Provincie Overijssel

[6] De Jager, R. (2013). Senioren bereid om te investeren in aanpassingen in eigen woning. http://uspdate.usp-mc.nl/uspdate.php?maand=feb&jaar=2012&page=Installatie:-Senioren-bereid-om-te-investeren-in-aanpassingen-in-eigen-woning; geraadpleegd op 13 juni 2013; USP Marketing Consultancy

[7] Leppink, K. (2013). Nulmeting. https://docs.google.com/a/student.utwente.nl/viewer?a=v&pid=gmail&attid=0.1&thid=13ee4f73b981fcad&mt=application/vnd.openxmlformats-officedocument.wordprocessingml.document&url=https://mail.google.com/mail/u/0/?ui%3D2%26ik%3D5e5378ab18%26view%3Datt%26th%3D13ee4f73b981fcad%26attid%3D0.1%26disp%3Dsafe%26zw&sig=AHIEtbT39FAMyrHquiOJxHYwVOfBkfORTw

Histor, (2013). Inspiratie. http://www.histor.nl/; geraadpleegd op 25 juli 2013; Histor

SIGMA COATINGS, (2013). Zoek een Sigma kleur online. http://www.sigma.nl/kleur/kleurmiddelen/online-kleurentool.aspx; geraadpleegd op 25 juli 2013; SIGMA COATINGS

Lang zult u wonen, (2013). Lang zult u wonen! www.langzultuwonen.nl; geraadpleegd op 25 juli 2013; Lang zult u wonen

13. Bronnen afbeeldingen

Collage bouwmarkt
Onbekend (Onbekend). Badmeubelen.
http://www.cevo.be/nl/assortiment/sanitair/badmeubelen/; CEVO MARKET

Onbekend (Onbekend). Geen.
http://www.fotp.nl/cms/images/phocagallery/2009_10_27_multimate_008.jpg; Friends of the Pipes

SLUYK (Onbekend). Bouwmarkt KlusWijs Lekkerkerk.
http://www.sluyk.nl/p/837/bouwmarkt-kluswijs/; SLUYK

Bol Bouwmarkt Bedum (Onbekend). Gereedschappen.
http://www.bolbedum.nl/bouwmarkt/index.php?gereedschappen; Bol Bouwmarkt Bedum

Onbekend (Onbekend). bouwmarkt.
http://skoatterwald.wordpress.com/2009/03/12/nieuwe-bouwmarkt-naar-heerenveen/bouwmarkt/; Wijk Skoatterwâld

Giesbers Communicatie (2009). WOONZINNING VAN GAMMA.
http://www.sanaccent.nl/sites/default/files/cases/img1/2009_511.png; SAN Accent

Test
selectiv, (2013). selectiv, ons exclusieve keukenmerk.
http://www.uwkeukenspeciaalzaak.nl/selectiv-ons-exclusieve-keukenmerk.aspx?q=6; selectiv

selectiv, (2013). selectiv, ons exclusieve keukenmerk.
http://www.uwkeukenspeciaalzaak.nl/selectiv-ons-exclusieve-keukenmerk.aspx; selectiv

slatius-verweij (2013). Feng Shui interieuradvies.
http://www.slatiusfengshui.nl/feng-shui-interieur.html; Slatius Feng Shui

Onbekend, (Onbekend). De woonkamer.
http://hogguerstraat887.wordpress.com/het-appartement/de-woonkamer/; woning adviseurs

Fam. Godschalk, (Onbekend.) Foto's.
http://www.vakantiehuissauerland.nl/website%20foto's%20slaapkamers%20Westfeld.htm; Fam. Godschalk

Morpheus, (Onbekend). LILAC.
http://www.morpheus.nl/Droomslaapkamers/Slaapkamers/Slaapkamers+01.html; Morpheus

HomeAway, (1997). Moraira Benitachel Villa Privé Zwembad 9x4 prachtig gelegen.
http://www.homeaway.nl/vakantiewoning/p1000350; HomeAway Deutschland GmbH

Onbekend, (2011). Interieur hal.
http://www.interieurideetjes.nl/interieur-hal; Interieur Ideeen

Mariska, (2013). HOE DECOREER JE DE HAL?.
http://www.frizzling.nl/home-living/hoe-decoreer-je-de-hal/; Frizzling

jas2057, (Onbekend). Lookbooks.
http://www.welke.nl/lookbook/jas2507/Hal-en-overloop-inspiratie/jas2507/Spannende-vloer-in-saaie-hal.1349791459; welke.nl

Handleiding
Intertegels, (Onbekend). Keukentegels.
http://intertegels.weebly.com/uploads/8/0/2/3/8023135/2224306_orig.jpg; Intertegels Hattemerbroek

STEINEL, (2012). HF-sensorschakelaar HF 360 UP.
http://www.steinel.de/out/pictures/master/product/1/stw_107315203.png; STEINEL

Van der Kolk, (2010). Douchegoot RVS 90cm.
http://www.sanitairkopen.nl/content/products/233/lightbox/goot_met_flens.jpg; Van der Kolk

Maisons du Monde, (2013). Zilverkleurige Enzo spiegel 63x73.
http://www.maisonsdumonde.com/images/produits/FR/fr/taille_hd/16/19/123470_3.jpg; Maisons du Monde

Tiger, (2013). Boston Wastafel enkel 70.
http://www.tiger.nl/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/i/_/i_5985.5_bos_wbs_2.jpg; Tiger

Tiger, (Onbekend). Tiger Wc rol houder met klep.
http://www.design-point.nl/images/productimages/big/items%20wcrol%20met%20klep.jpg; Design Point

GAMMA, (Onbekend). toiletborstel (set).
https://d2geonz8njxmod.cloudfront.net/medias/sys_master/celum_assets/8799548964894_4008912874401_1_25601_tif_picture_170Wx170H.jpg?8; GAMMA

Sphinx, (Onbekend). SPHINX SERIE 345 Wandcloset .
http://www.saniexpert.nl/media//SpecialOfferPictures/7217d1ad-e936-443c-aca6-0176706e58bd.jpg; SaniExpert.NL

DELABIE, (Onbekend). Toegankelijkheid en autonomie: Douchezitje “Grand Confort”.
http://www.delabie.nl/images/presse/press_1333361462.jpg; DELABIE

Tiger, (Onbekend). Splash Douchekop Bologna.
http://www.tiger.nl/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/I/_/I_5420_Spl_C_shh.jpg; Tiger

Tiger, (Onbekend). Tiger Boston Douchekraan thermostatisch 12cm chroom.
http://www.formidotros.nl/formido/product_images/l/091/4008915001408__13657_zoom.jpg; Formidotros.nl

JadaCare, (Onbekend). Toiletbeugelset d/w 36 cm + zitting RVS wit.
http://www.jadacare.nl/product_info.php?manufacturers_id=1&products_id=1517&image_id=0; JadaCare

Onbekend, (Onbekend). Open douche ingang.
http://www.easy-drain.nl/media/catalog/category/resized/48b28ff6a033ce664c501af92f5682a3/Easy_Drain_Specials_Square-douchegoot-categorie-web.jpg; EASY SANITARY SOLUTIONS

Overig
BIG JIGS Toys Ltd (Onbekend). Geen.
http://www.bigjigstoys.co.uk/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/p/o/pos017---bjt-wobbler.jpg; BIG JIGS

Bol Bouwmarkt Bedum (Onbekend). Geen.
http://www.bolbedum.nl/bouwmarkt/images/bolbouwmarkt.jpg; Bol Bouwmarkt Bedum

Lang zult u wonen, (2013). Lang zult u wonen!
www.langzultuwonen.nl; Lang zult u wonen

Bijlage

Bijlage bij Verslag 'Het ontwerpen van een concept dat *Lang zult u wonen* zichtbaar maakt in bouwmarkten'

Inhoudsopgave

1. Deelnameformulier 3-6
2. Tentoonstelling 7, 8
3. Brochure 9, 10
4. Aanpassingen woonruimtes 11, 12
5. Gesprekken bouwmarkten 13-15
6. Afmetingen badkamer 1 17-19
7. Afmetingen badkamer 2 21
8. Teksten 23-26
9. Wobbler 27
10. Kosten bestickering 29
11. Kostenschatting producten 31, 32

Universiteit Twente.
Bachelor Opdracht - Bijlage
Industrieel Ontwerpen

Jessica Schraa
s1004220
mei 2013 – juli 2013
Begeleider: ir. W. Dankers
Examinator: dr. ir. W. Eggink

Opdrachtgever
Lang zult u wonen
Maria Walters
Bertus Botter
Enschede

1. Deelnameformulier

Bijlage bij verslag pagina 11

Aan: Gemeente Borne
Betreft: Deelnameformulier Campagne Lang zult u wonen
Van: Maria Walters (Zinia) en Bertus Botter (nieuwewind)
Datum: 15 november 2012

Inleiding

Aan het einde van dit document treft u het deelnameformulier van de campagne Lang zult u wonen aan. Dit formulier is bedoeld om te inventariseren op welke wijze uw gemeente deelneemt aan Lang zult u wonen. Wij vragen u dit formulier in te vullen en het document in z'n geheel aan ons terug te mailen. Van ons ontvangt u vervolgens een offerte waarin de wederzijdse afspraken zijn geformuleerd. We sturen het u in Word zodat u eenvoudig uw gegevens kunt verwerken.

Campagne in het kort

Lang zult u wonen is een bewustwordingscampagne, primair gericht op oudere inwoners van Overijssel en hun kinderen. De campagne omvat een aantal communicatie- en marketingactiviteiten die uw gemeente naar eigen inzicht kan inzetten. De campagne bestaat uit een basispakket en diverse opties.

Hoofddoel is oudere inwoners en hun kinderen te laten zien en ervaren welke mogelijkheden er zijn om hun eigen woning te verbeteren. Zonder dat het te 'zorgelijk' wordt en met comfort en veiligheid als centrale thema's. Daarbij is het de bedoeling hen te verleiden vroegtijdig tot actie over te gaan, door het hun bijvoorbeeld in de bouwmarkt gemakkelijk te maken.

Verder speelt de campagne in op de nieuwe rol van de gemeenten (Kanteling, meer eigen verantwoordelijkheid burgers), beoogt het de druk op het WMO-loket en WMO-budget te verminderen en wil het de werkgelegenheid in de bouwbranche stimuleren. Verder wil Lang zult u wonen het levensloopbestendig bouwen/wonen onder de aandacht brengen van gerelateerde partijen (bouwbranche, makelaardij, corporaties, onderwijs en overheid).

Uitgangspunten

- Looptijd project 1 januari 2013 tot 1 januari 2015.
- Na afloop van het project blijft de website minimaal 4 jaar online.
- We trachten de looptijd te verlengen door draagvlak bij de bouwbranche en bij de bouwmarkten te creëren.
- Saxion lectoraat "Vernieuwend ondernemen in de bouw" kan zorgen voor monitoring en evaluatie van proces en resultaten.
- De bijdrage van een gemeente is afhankelijk van het aantal 65+ers in de gemeente.
- Het geheel bestaat uit een basispakket dat voor alle gemeenten hetzelfde is, aangevuld met opties waaruit nu maar ook later een keuze kan worden gemaakt.
- De wijze waarop publieke middelen worden ingezet, is volledig transparant. Hiertoe wordt halfjaarlijks een gebruikersplatform georganiseerd waarvoor uw gemeente zal worden uitgenodigd.
- Bespreking van de inhoudelijke voortgang, eventuele bijsturing en financiële verantwoording van inzet van middelen vinden plaats in het gebruikersplatform.
- Om de producten en diensten goed af te stemmen op de vraag van gemeenten, wordt een 'denktank' van enkele ambtenaren ingesteld, evt. aangevuld met één of meer externe deskundigen.

Werkwijze

Zinia en nieuwewind richten Langzultuwonen bv op. Door middel van het gebruikersplatform wordt de mogelijkheid tot toezicht geboden. Langzultuwonen bv maakt ter voorbereiding halfjaarlijks een voortgangsrapportage. Financiële verantwoording zal worden afgelegd aan de hand van een urenadministratie (uitgesplitst naar projectonderdelen en/of gemeenten) en het overleggen van inkoopfacturen.

Overeenkomst

Langzultuwonen bv gaat met elke gemeente afzonderlijk een overeenkomst van dienstverlening aan, u ontvangt hiertoe van ons een offerte.

Doorlooptijd en continuïteit

De projectwerkzaamheden lopen af op 1 januari 2015. De ontwikkelde en gerealiseerde producten (beeldmerk, folderlijn, tentoonstelling, filmmateriaal enz.), blijven echter na 1 januari 2015 voor gebruik door deelnemende gemeenten beschikbaar. De website Lang zult u wonen zal nog minimaal vier jaar na afloop van de projectperiode online blijven (tot 1 januari 2019).

Verder is het streven om zoveel mogelijk partijen te interesseren in Lang zult u wonen. Denk aan bouwbranche, makelaardij, corporaties en onderzoek en onderwijs. Dit mede met het oog op het vormgeven van continuïteit van het project na 1 januari 2015.

Tot slot, Lang zult u wonen wordt verbonden met Jij en Overijssel en Noaberschap 3.0. Beide trajecten zullen naar verwachting een langere looptijd dan 1 januari 2015 hebben. Wellicht dat ook hier mogelijkheden liggen Lang zult u wonen op langere termijn goed te borgen. Of dit het geval zal zijn, zal gaandeweg het project blijken.

Overzicht basispakket & opties Lang zult u wonen (LZUW)

Basispakket

Werkzaamheden	***Omschrijving***	***Opmerking***
Motto en beeldmerk	Uitwerking, gebruiksrecht	Vrij voor eigen gebruik en door derden in opdracht van gemeenten
Website Langzult uwonen.nl	Doorontwikkeling, met aftrek eerdere bijdrage provincie	
Beleef Lang zult u wonen	Virtuele ervaring van mogelijkheden woningverbetering	Digitale 3D beleving is gekoppeld aan de website. Is eigentijdse invulling eerder genoemde Langzultuwonen toets
Reizende tentoonstelling	'Kast' met informatie, film. Aanpassen, upgraden bestaande tentoonstelling	Huidige tentoonstelling is goede basis, maar moet uitgebreid en aangepast worden, incl. transport, opslag en verzekering
TV Programmaserie (techniek)	Opname, regie, montage van 12 afleveringen	Afleveringen worden meerdere keren uitgezonden; bij te weinig budget wordt aantal afleveringen teruggebracht
TV Programmaserie (inhoud)	Voorbereiding, scenario en scipt, draaiboek, aanwezigheid bij opname	Afleveringen worden meerdere keren uitgezonden; bij te weinig budget wordt aantal afleveringen teruggebracht
Verwerken TV-materiaal	Selectie, omzetten TV materiaal in Youtube filmpjes voor andere media	Te gebruiken voor eigen gebruik in eigen media
Free publicity in regionale en nationale media	2x per jaar (totaal 4 x gedurende projectperiode)	Wordt geheel door initiatiefnemers verzorgd, op basis van (geplande) nieuwsfeiten
Adverteren	Opstellen advertenties, inkoop advertentieruimte	Afhankelijk van behoeften gedurende het project wordt geadverteerd
Kwartaal nieuwsbrief voor stakeholders	Schrijven teksten voor geïnteresseerde stakeholders	Gemeenten bepalen zelf wie zij willen informeren en zorgen voor verspreiding

Aan: Gemeente Borne
Betreft: Deelnameformulier Campagne Lang zult u wonen
Van: Maria Walters (Zinia) en Bertus Botter (nieuwewind)
Datum: 15 november 2012

Inleiding

Aan het einde van dit document treft u het deelnameformulier van de campagne Lang zult u wonen aan. Dit formulier is bedoeld om te inventariseren op welke wijze uw gemeente deelneemt aan Lang zult u wonen. Wij vragen u dit formulier in te vullen en het document in z'n geheel aan ons terug te mailen. Van ons ontvangt u vervolgens een offerte waarin de wederzijdse afspraken zijn geformuleerd. We sturen het u in Word zodat u eenvoudig uw gegevens kunt verwerken.

Campagne in het kort

Lang zult u wonen is een bewustwordingscampagne, primair gericht op oudere inwoners van Overijssel en hun kinderen. De campagne omvat een aantal communicatie- en marketingactiviteiten die uw gemeente naar eigen inzicht kan inzetten. De campagne bestaat uit een basispakket en diverse opties.

Hoofddoel is oudere inwoners en hun kinderen te laten zien en ervaren welke mogelijkheden er zijn om hun eigen woning te verbeteren. Zonder dat het te 'zorgelijk' wordt en met comfort en veiligheid als centrale thema's. Daarbij is het de bedoeling hen te verleiden vroegtijdig tot actie over te gaan, door het hun bijvoorbeeld in de bouwmarkt gemakkelijk te maken.

Verder speelt de campagne in op de nieuwe rol van de gemeenten (Kanteling, meer eigen verantwoordelijkheid burgers), beoogt het de druk op het WMO-loket en WMO-budget te verminderen en wil het de werkgelegenheid in de bouwbranche stimuleren. Verder wil Lang zult u wonen het levensloopbestendig bouwen/wonen onder de aandacht brengen van gerelateerde partijen (bouwbranche, makelaardij, corporaties, onderwijs en overheid).

Uitgangspunten

- Looptijd project 1 januari 2013 tot 1 januari 2015.
- Na afloop van het project blijft de website minimaal 4 jaar online.
- We trachten de looptijd te verlengen door draagvlak bij de bouwbranche en bij de bouwmarkten te creëren.
- Saxion lectoraat "Vernieuwend ondernemen in de bouw" kan zorgen voor monitoring en evaluatie van proces en resultaten.
- De bijdrage van een gemeente is afhankelijk van het aantal 65+ers in de gemeente.
- Het geheel bestaat uit een basispakket dat voor alle gemeenten hetzelfde is, aangevuld met opties waaruit nu maar ook later een keuze kan worden gemaakt.
- De wijze waarop publieke middelen worden ingezet, is volledig transparant. Hiertoe wordt halfjaarlijks een gebruikersplatform georganiseerd waarvoor uw gemeente zal worden uitgenodigd.
- Bespreking van de inhoudelijke voortgang, eventuele bijsturing en financiële verantwoording van inzet van middelen vinden plaats in het gebruikersplatform.
- Om de producten en diensten goed af te stemmen op de vraag van gemeenten, wordt een 'denktank' van enkele ambtenaren ingesteld, evt. aangevuld met één of meer externe deskundigen.

Deelnameformulier Lang zult u wonen in Borne!

Wilt u ter voorbereiding op het opstellen van de overeenkomst omtrent deelname aan Lang zult u wonen, aangeven welke opties u naast het basispakket wenst af te nemen?

De gemeente Borne doet mee aan Lang zult u wonen en neemt het basispakket af (kosten € 7.500,-- excl. btw)

De gemeente Borne vult dit basispakket aan met de volgende opties:

Keuze	Onderwerp	Bedrag
X	Eigen webpagina	€ 375
X	Digitale LZUW-toets	€ 600
X	Papieren LZUW-toets	p.m.
X	Digitale drukwerkbestanden	€ 375
X	Extra reizende tentoonstelling	€ 375
X	Bemensing tentoonstelling	p.m.
X	TV-uitzending gemeente	€ 750
X	Tekst+beeld huis-aan-huisblad	€ 375
X	Afstemming lokale bouwmarkt	€ 600
X	Kennisdelen digitaal platform	€ 375

Alle genoemde bedragen zijn exclusief btw

De offerte voor bovengenoemd pakket aan producten en diensten kan worden aangeboden aan:

Keuze:	Mevrouw
Voorletters:	M.C.A.
Naam:	Gras
Adres:	Postbus 200
Postcode:	7620 AE
Plaats:	Borne

Na retourzending van dit formulier stellen wij een offerte op waarin uw deelname en onze dienstverlening worden beschreven.

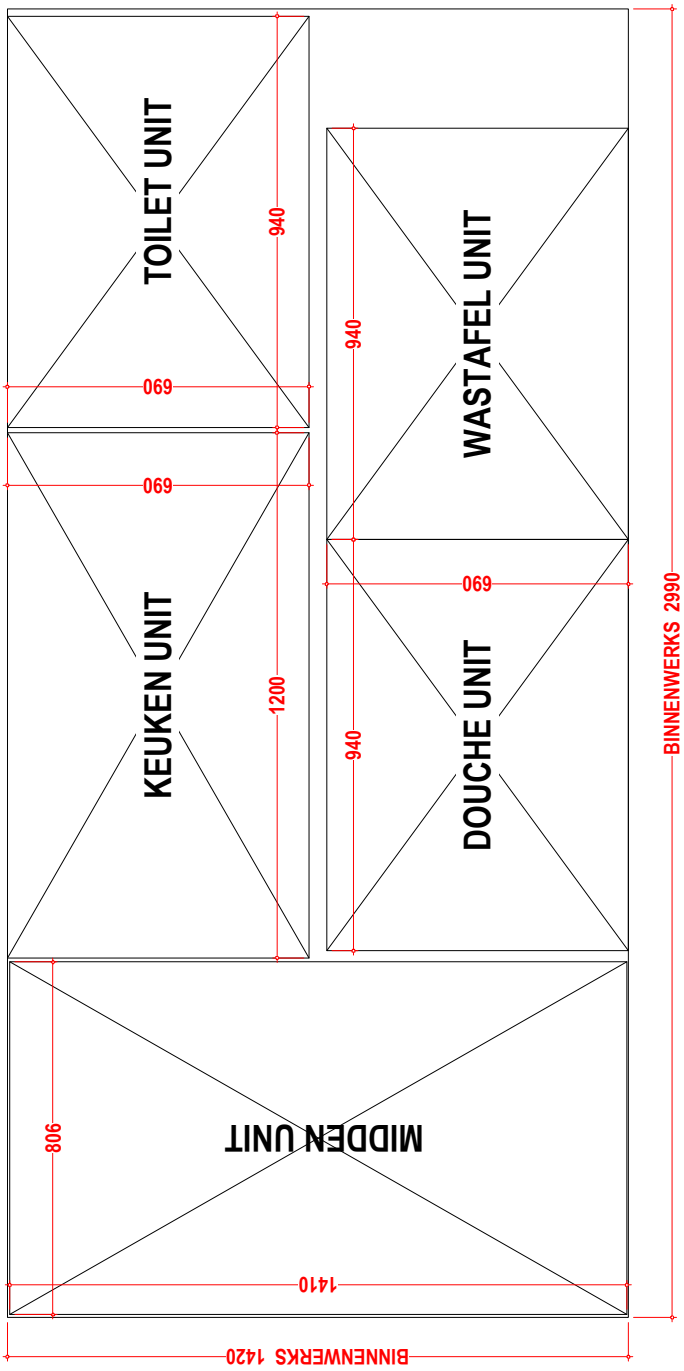
Met vriendelijke groet,

Maria Walters (Zinia), Bertus Botter (nieuwewind)

2. Tentoonstelling

Bijlage bij verslag pagina 13

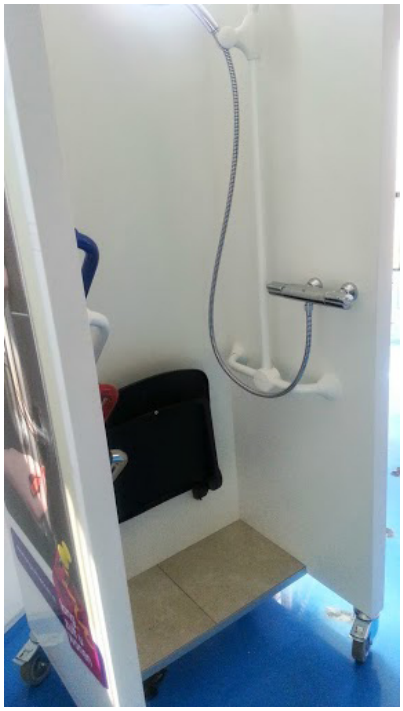
Indeling aanhanger

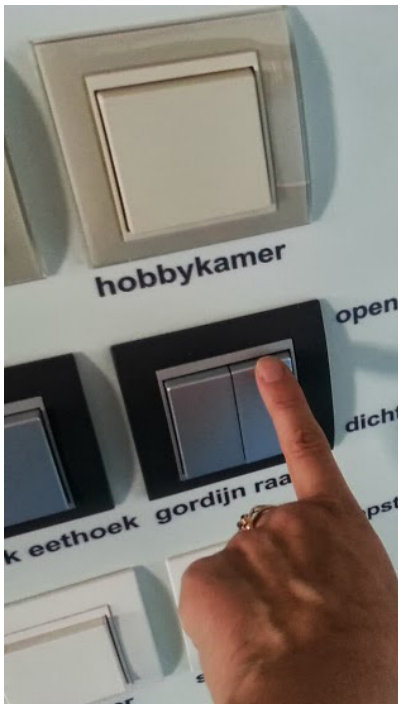


project: GEMEENTE HENGELO | status: DEFINITIEF
plaatsingsadres: Straat | Postcode | Plaats
onderdeel: INDELING AANHANGER
projectnr: 12775 | verdieping: --- | ruimte(ny): --- | pos: -- | bladnr: --
projectleider: M. Oberink | tekenaar: M. Oberink | datum: 28-feb-13 | schaal: 1:10 | formaat: A3
gewijzigd: | gewijzigd: | gewijzigd:

Posthus 57 | 7890 AB Klazienaveen T: +31 (0)591-390085 | F: +31 (0)591-390086 | E: info@kpinterieur.com

Foto’s tentoonstelling





3. Brochure

Bijlage bij verslag pagina 14

Voorkant brochure

Zelf aan de slag

Met de meeste tips in deze brochure kunt u zelf aan de slag. Producten zijn vaak te koop bij uw lokale bouwmarkt of speciaalzaak, of online te bestellen. Zelf niet zo handig of geen zin in klussen? Dan is hulp van familie en vrienden een uitkomst. Een klussendienst helpt u ook graag op weg en bij een grote verbouwing staan aannemers en architecten u bij.

Woonkamer

Een krant lezen, televisie kijken of gewoon lekker met familie en vrienden bij de haard zitten. De woonkamer is voor de meeste mensen een belangrijke plaats in huis. Bent u toe aan nieuwe meubels? Of gaat er een nieuw kleurtje op de muur? Misschien kunt u de volgende tips meteen meenemen.

> Klokthermostaat in plaats van handregeling
> Stopcontacten op goed bereikbare hoogte (90-120 cm)
> Drempels verlagen of verwijderen (ook handig voor kinderen in de kinderwagen)
> Lampen, tv en geluidsapparatuur met afstandsbediening
> Meubelverhogers vergemakkelijken zitten gaan en opstaan
> Elektrisch bedienbare sta-op fauteuil biedt extra comfort
> Deuren draaien weg van kamerruimte
> Woonkamer en keuken direct naast elkaar of in elkaar overlopend
> Terras? Denk dan aan drempelloze toegang.

4. Aanpassingen woonruimtes

Bijlage bij verslag pagina 19

Algemeen

Een aantal aanpassingen zijn van toepassing op het hele huis.
- anti-slip (laminaat)vloer, dit is ook veiliger voor (klein)kinderen
- drempelloze verbindingen, ook handig voor kinderwagens
- kabelgoten, zodat snoeren en kabels niet voor struikelen zorgen
- rookmelders
- goede verlichting met bewegingsschakelaars, ook buiten, zuinig en veilig
- verlichte schakelaars of afstandbediening, bijvoorbeeld voor de gordijnen
- omgebogen deurklinken

Buiten

Niet alleen in het huis, maar ook rondom het huis zijn verschillende aanpassingen noodzakelijk. De meeste spreken voor zich, maar ze moeten niet vergeten worden.
- parkeerplaats dicht bij de ingang van de woning
- toegangspad van tenminste 1,5m breed
- geen obstakels of hindernissen op toegangspad
- duidelijk zichtbaar huisnummer
- lage drempel naar binnen, eventueel stoep ophogen
- goede verlichting, die reageert op beweging

Woonkamer

De woonkamer is voor veel mensen een plek waar ze zich vaak bevinden. Om deze ruimte zolang mogelijk comfortabel te gebruiken, zijn verschillende aanpassingen verstandig.
- een voorgeprogrammeerde thermostaat, gemakkelijk en zuinig
- gordijnen met afstandsbediening of drukknop
- comfortabele sta-op-stoel (biedt extra comfort en hulp bij het opstaan)
- geprogrammeerde telefoon met belangrijke telefoonnummers

Daarnaast is het verstandig te letten op losse matten en kleedjes. Deze kunnen wegglijden of omkrullen, waardoor men ten val kan komen.
Er moet voldoende bewegingsruimte zijn, dus er moeten niet te veel meubels in de kamer staan. Let daarnaast op de indeling. Meubels kunnen ondersteuning bij het lopen bieden. Verhoogde meubels als stoelen en tafels kunnen het gemak en comfort in huis verhogen. Denk bijvoorbeeld ook aan stopcontacten op hoogte en werk snoeren weg, zodat deze niet voor struikelen kunnen zorgen.

Keuken

De keuken is vaak een praktische ruimte, die ook mooi en gezellig moet zijn. Er zijn verschillende aaanpassingen die het gebruik van de keuken veiliger en comfortabeler maken.
- vaatwasser en koelkast (en eventuele andere apparatuur) op hoogte plaatsen, zodat ze beter te bereiken zijn
- ladenkasten met volledig uitschuifbare laden (zo kunnen producten gemakkelijker gepakt worden)
- extra licht boven aanrecht
- kraan met sensor of éénhendelmengkraan met makkelijke bediening
- inductiekookplaat, veiliger, sneller en gemakkelijker schoon te maken dan gaskookplaat
- rook- en gasmelder

Om de keuken voor te bereiden op een rolstoel kan een minder diepe spoelbak geplaatst worden. Daarnaast kunnen bij een vroege verbouwing losse onderkastjes geplaast worden, die weggehaald kunnen worden wanneer de gebruiker in een rolstoel terecht komt. Op deze manier kan de rolstoel onder het werkblad kan komen. Ook een in hoogte verstelbaar werkblad sluit hierbij aan. Zo kan iemand die staat maar ook iemand in een rolstoel goed bij het aanrecht. Een aanrecht in een L- of U-vorm is ... . Denk ook aan bijvoorbeeld de ruimte tussen de kookplaat en de spoelbak; als deze afstand te groot is, is het bijvoorbeeld niet mogelijk om in een rolstoel eten af te gieten.

Hal/trap

De hal verbindt verschillende ruimten en wordt onbewust vaker gebruikt dan gedacht wordt. Even de post pakken, visite onthalen of op weg naar boven. De trap is een gemakkelijke plek voor ongelukken en dit moet dan ook zo goed mogelijk voorkomen worden. Zorg in de hal dus voor:

- voldoende vloeroppervlak, zodat een rollator of kinderwagen geparkeerd kan worden en een rolstoel goed kan bewegen.
- dat de deur 90^{o} open kan, zodat een volle tas boodschappen of een rolstoel gemakkelijk naar binnen kan
- een opvangmandje voor de post onder de brievenbus, dit voorkomt bukken
- een stroeve mat, verzonken in vloer
- een deurbel met versterkt geluid of lichtsignaal
- een deurspion of intercom met camera
- eenvoudig te bedienen en (inbraak)veilige sloten
- een trap met veiligere treden (dicht en stroef) en (ronde) leuningen aan bijde zijden

Slaapkamer

Omdat traplopen moeilijker wordt naarmate het ouder worden, is een slaapkamer op de beneden verdieping aan te raden. Verder zijn er nog enkele tips om de slaapkamer comfortabeler te maken.

- telefoon in geval van nood
- voldoende ventilatie
- hoger bed voor makkelijker in- en uitstappen
- voldoende bewegingsruimte

Let ook op valgevaar in het donker. Verlichting onder het bed die aangaat wanneer iemand uit bed stapt, zorgt voor voldoende zicht .

Daarnaast is een directe verbinding met een badkamer met wc aan te raden. Zo wordt het ‘s nachts of ’s ochtends naar het toilet gaan gemakkelijker gemaakt.

Badkamer

Een mooie badkamer is een echte luxe en het is dan ook belangrijk dat deze lang gebruikt kan worden. Met een aantal vrij simpele aanpassingen kan hiervoor gezorgd worden.

- voldoende bewegingsruimte, kies bijvoorbeeld ook voor een naar buiten draaiende deur, zo blijft er meer ruimte in de douche
- inloopdouches zijn veel toegankelijker dan douchebakken of badkuipen
- beugels en steunen waar nodig
- douchezitje, zorgt voor extra comfort en veiligheid
- voldoende ruimte onder wastafel, geen kastje, zodat een rolstoel bij de wastafel kan
- antislip(tegel)vloer
- spiegel tot aan de wastafel, zodat ook rolstoelgebruikers hier gebruik van kunnen maken

Zorg dat de douchekraan op een goed bereikbare hoogte zit en dat de douchekop in hoogte verstelbaar is. Plaats de douchekraan niet recht onder de douchekop. Op deze manier kan een hulp helpen met douchen zonder zelf nat te worden. Een thermostatische douchemengkraan kan te hoge temperaturen voorkomen.

Toilet

Ook van deze vaak kleine ruimte kan een handige ruimte gemaakt worden.

- voldoende ruimte, bij voorkeur minimaal 90 bij 120cm (geschikt voor rolstoelgebruikers)
- wandcloset op hoogte
- toiletborstel op hoogte
- steunen en beugels kunnen extra veiligheid bieden
- draaiende deur met de klink aan de kant van de toiletpot
- hoger geplaatste radiator zorgt voor meer veiligheid

5. Gesprekken bouwmarkten

O.a. bijlage bij verslag pagina 25 en 34

Multimate Losser
Dinsdag 14 mei 2013, 16:00u, Losser
Aanwezig: Benno Morshuis, Bertus Botter, Jessica Schraa
Multimate Losser
Industriestraat 2
7582 CR Losser

Om half vier zijn we naar Losser vertrokken. We waren wat vroeg, zodat we eerst een rondje door de winkel konden maken. Je ziet duidelijk dat de bouwmarkt niet zo strak en vast is ingericht als bijvoorbeeld een Gamma of Karwei. In het middenpad staan veel verschillende opstellingen met verschillende producten. Vooraan staat een grote, in het oog springende opstelling van 'weber' met barbecues. Het is meteen duidelijk dat Multimate meer zelf kan beslissen over het assortiment en de indeling. Het pad bij het sanitair is erg ruim en heeft verschillende opstellingen met hieraan toiletpotten en wastafels. De wanden bevatten douchecabines en badmeubelen.
Er zijn verschillende schappen met banners en er hangen op sommige plaatsen reclameborden boven het schap. Vanaf het middenpad vallen de banners goed op. Het vormt een goed herkenningspunt en ze zien er mooi uit.

Het schap bestaat uit een achterwand met gaatjes, waarin producthangers en dergelijke opgehangen kunnen worden. De achterwanden zijn zo'n 1-1,5 meter breed en hebben aan de zijdes rails voor plankendragers. Sommige producten liggen in het schap, maar de meeste producten hangen. Aan het uiteinde van zo'n hanger, hangt een klein huisvormig prijskaartje. Het is dusdanig klein dat het lastig wordt om hier iets van Lang zult u wonen in te verwerken.

Na het rondje door de winkel was het tijd voor de afspraak met Benno Morshuis, oud-eigenaar van Multimate Losser. Zijn zoon heeft de zaak overgenomen, maar hij zit overspannen thuis, dus momenteel werkt Benno weer fulltime.
Benno is terughoudend enthousiast. Hij staat er zeker voor open, want hij heeft er wel belang bij maar het moet wel overtuigend zijn. Door uit te leggen hoe de campagne verder in zijn werk gaat, wordt hij zeker enthousiaster, alleen hij wacht het allemaal nog even af.

Qua mogelijkheden in de bouwmarkt is eigenlijk alles mogelijk. Producten bij elkaar zetten die normaal niet bij elkaar in het schap liggen is geen probleem, we mogen veel ruimte gebruiken en dat de materiaalkosten voor hem zijn, vindt hij prima. De materialen zijn aanwezig, er is stroom (mocht dat nodig zijn) en ze kunnen de opstelling zelf in elkaar zetten. Voor de opstelling mogen we in Multimate Losser een ruimte van drie bij drie meter gebruiken. Belangrijk is wel om er rekening mee te houden dat Multimate Losser een relatief grote bouwmarkt is (3500m^2) en dat de kans bestaat dat ze bijvoorbeeld in Hengelo of in de Hubo's die ruimte niet hebben.
Producten die geschikt zijn voor de opstelling zijn met name sanitaire en beveiligingsproducten, zoals een deurspion. Daarnaast zou Lang zult u wonen ook terug moeten komen bij de andere producten die niet in de opstelling verwerkt zijn, maar wel in de schappen liggen.

Benno weet dat bouwmarkten voorzichtig zijn met investeren. Er is geen geld en de kans is groot dat andere bouwmarkten niet mee willen doen. Hij zal het ze donderdag in Staphorst (bijeenkomst Multimates Overijssel) wel voorleggen, maar we moeten er niet te veel van verwachten. Het lijkt hem handig om iets te ontwerpen, het in Losser uit te voeren en vervolgens andere bouwmarkten uit te nodigen om het te laten zien en hun te overtuigen dit ook in hun bouwmarkt op te nemen. Belangrijk nu is dat het ontwerp overtuigend is, zowel voor Multimate Losser als voor de anderen. Het mag niet te veel kosten en moet gemakkelijk te realiseren zijn. Ook moet het ontwerp passen in verschillende omgevingen. Het lijkt dus handig om ook een kleinere variant of een flexibel ontwerp te maken.

De volgende stap is om te gaan ontwerpen. Deze kan ik dan weer voorleggen aan Benno en hopelijk ook aan zijn zoon, zodat we kunnen kijken of en hoe die ontwerpen te realiseren zijn.

Multimate Enschede
Maandag 10 juni 2013, 12:00u, Enschede
Aanwezig: Michel Cau, Bertus Botter, Jessica Schraa
Multimate Enschede
Buurserstraat 244
7544 RG Enschede

Om 12 uur hadden we een afspraak met Michel Cau, eigenaar van Multimate Enschede. Hij vertelt enthousiast over zijn winkel. Hij vertelt ons ook wat meer over de regels van de soft franchise. Hij mag 10% van zijn assortiment zelf invullen. Meer kan ook, maar dan krijgt hij geen inkoopbonus.

Hij heeft verschillende klusjesmensen met veel ervaring vast in dienst. Zij zouden de opstelling dan ook kunnen bouwen. Hij noemt de ervaring van zijn personeel ook als dat wat Multimate onderscheidend maakt. Zijn personeel heeft allemaal meer dan 10 jaar ervaring. Dit kost meer en dus wordt er weinig reclame gemaakt. Bij bijvoorbeeld de GAMMA is het volgens hem andersom: zij maken veel reclame maar besteden minder geld aan personeel. Het ervaren personeel van de Multimate zorgt voor meer en betere service. Dit is volgens hem dan ook de reden dat mensen voor 'zijn' bouwmarkt kiezen.

Multimate Enschede werkt al samen met veiligheid.nl en Michel Cau vertelt dat hij merkt dat er meer van dat soort producten worden verkocht en het heeft hem ook wat klusopdrachten opgeleverd. Hij staat dan ook open voor het idee om Lang zult u wonen zichtbaar te maken in zijn bouwmarkt. Hij vindt het prima om een badkameropstelling te maken. De ruimte is er.

Op de website van de Multimate kan je een boodschappenlijst maken voor als je naar de bouwmarkt komt. Michel Cau denkt dat je hier misschien iets mee kunt doen.
Daarnaast zouden we 'wippertjes' (wobblers, zie Bijlage 9) kunnen maken om de producten uit de campagne herkenbaar te maken. Hiermee zou je ook kunnen verwijzen naar de showroom. Hij heeft ook een televisiescherm achter de kassa waar we iets op zouden kunnen doen.

Multimate Hengelo
Vrijdag 5 juli 2013, 11:00u, Hengelo
Aanwezig: Jos Bouwhuis, Jessica Schraa
Multimate Hengelo
Torenlaan 3
7559 PK Hengelo

Met het concept ben ik naar de Multimate in Hengelo geweest. De Multimate Hengelo is kleiner dan de Multimate Losser of Enschede. Ik heb het ontwerp voorgelegd en Jos Bouwhuis zag het wel zitten. Hij was al betroken bij het project Lang zult u wonen Hengelo dus hij wist waar het om ging. Hij wilde dan ook zeker weer meewerken. Hij wist nog niet of hij de ruimte had voor de vrijstaande opstelling. We hebben in de showroom gekeken en ik denk dat het niet zo goed zou passen. De wandopstelling is dus misschien geschikter.

Ik heb Jos Bouwhuis gevraagd hoe ik het ontwerp het beste kon maken. Hij stelde 18mm mdf voor, maar hij wist mij ook te vertellen dat hij, en met hem meer Multimates, al standaard grijze wanden heeft die hij zou kunnen gebruiken.
Het leek hem niet nodig om een hele uitgebreide handleiding te maken. Het personeel maakt vaak genoeg dergelijke opstellingen, dus ze weten prima hoe ze dit aan moeten pakken. Voor de kleur verf gaf hij aan een Histor of Sigma kleur te noemen.

Ik had bedacht de test op vier stickers te laten drukken, zodat deze op de grote, roze geverfde wand geplakt konden worden. Dit leek Jos Bouwhuis niet handig, omdat het lastig is de stickers recht te plakken. Het leek hem beter ze op hardboard te printen, zodat ze op de wand geschroefd kunnen worden.

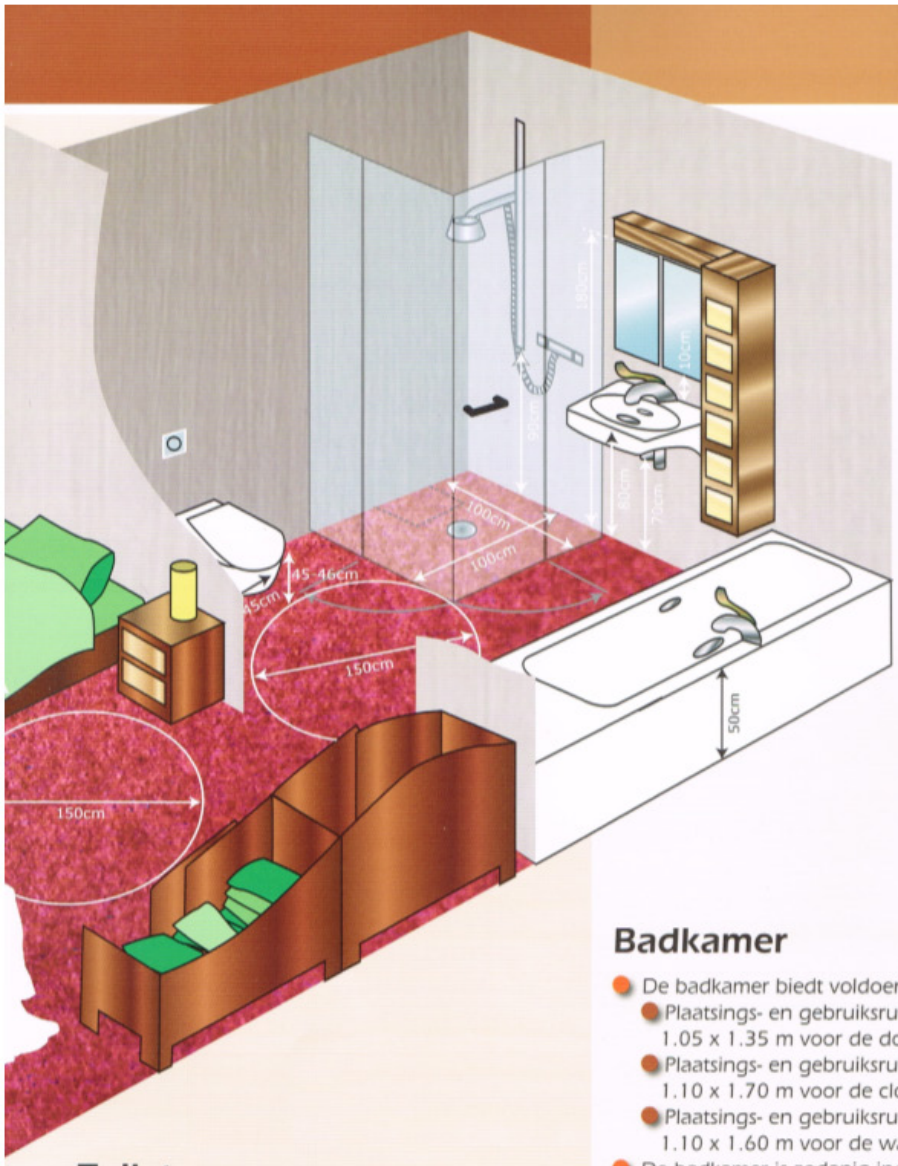
Om de sfeer van een badkamer extra te benadrukken, zouden de wanden betegeld kunnen worden. Ik wist nog niet of dit handig en noodzakelijk was, maar Jos Bouwhuis vertelde mij dat het tegelassortiment nog wel eens wisselt. Het zou dus niet handig zijn om de wanden te betegelen omdat het voor verwarring kan zorgen. Wanneer mensen de tegels van de opstelling mooi vinden en deze willen bestellen, kan het zijn dat ze uit het assortiment gehaald zijn. Dit wil hij voorkomen. Daarnaast bestaan er dus al standaard grijze wanden, dus het is zonde van het werk en geld.

Om naar de showroom te verwijzen, zou je stickers op de grond kunnen plakken. Dit wordt wel meer gedaan, is makkelijk en werkt goed volgens Jos Bouwhuis.

6. Afmetingen badkamer 1

Bijlage bij verslag pagina 31 en 36

Pagina uit folder ‘Toegankelijkheid van EENGEZINSWONINGEN’ van Lang zult u wonen Hengelo.



Toilet

- Elke toiletruimte heeft een vrije vloeroppervlakte ≥ 90 cm x 1.20 m.
- Elke toiletruimte heeft een (naar buiten draaiende) deur in de lange wand en een toiletpot aan de slotzijde van de deur.

Badkamer

- De badkamer biedt voldoende ruimte voor:
  - Plaatsings- en gebruiksruimte van 1.05 x 1.35 m voor de douchefunctie.
  - Plaatsings- en gebruiksruimte van 1.10 x 1.70 m voor de closetfunctie.
  - Plaatsings- en gebruiksruimte van 1.10 x 1.60 m voor de wastafel.
- De badkamer is zodanig ingericht dat (eventueel na verwijderen van het bad) een draaicirkel van 1.50 m mogelijk is.
- De kraan in de douche wordt, op een afstand van circa 30 cm, buiten de waterstraal geplaatst.
- De kraan bevindt zich minimaal 50 cm uit de inwendige hoek.
- De kraan bevindt zich op 90 cm – 1.20 m boven vloerniveau.
- De douchekop is bevestigd aan een stevige glijstang van 1.20 – 2.10 m boven vloerniveau.
- De vloerafwerking is waterdicht en anti-slip.
- Voor afwatering naar doucheplug is de douchevloer vlak met een gelijkmatig afschot (1:100); geen douchebak of opstaande rand!

Pagina uit folder ‘Toegankelijkheid van APPARTEMENTENCOMPLEXEN’ van Lang zult u wonen Hengelo.

APPARTEMENTEN

Leefruimte (eet- en/of zithoek)

- De leefruimte ligt in de buurt van de keuken; beide ruimten lopen bij voorkeur in elkaar over en kunnen desgewenst (bijvoorbeeld met schuifwanden) van elkaar worden gescheiden; een open concept zorgt voor meer bewegingsruimte en een flexibele invulling.
- Deuren draaien weg van de leefruimte.
- De onderkant van de ramen bevindt zich op een hoogte van maximaal 70 cm; horizontale onderverdelingen op ooghoogte zijn afwezig, zodat men zittend naar buiten kan kijken.
- De toegang tot het terras is drempelloos.
- Bedieningselementen bevinden zich op een hoogte tussen 90 cm en 1.20 m.

Keuken

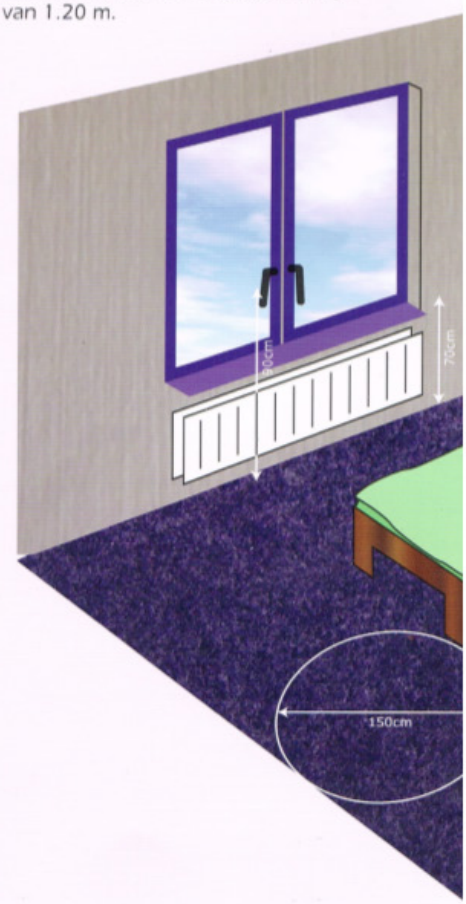
- Voor en tussen het keukenmeubilair bevinden zich draaicirkels van 1.50 m.
- Het aanrecht is aaneensluitend en bij voorkeur uitgevoerd in een (voor iedereen meest geschikte) U- of L-vorm.
- Bij voorkeur geen gemetselde sokkels en liefst onderkasten die los staan van het bovenblad; indien nodig kan daardoor relatief makkelijk een onderrijdbare ruimte worden gerealiseerd.

Slaapkamer

- De grootste slaapkamer meet 3.10 x 4.30 m en is bij voorkeur rechtstreeks verbonden met de badkamer.
- Aan tenminste één kant van het bed en voor de kledingkast is een manoeuvreerruimte met een doorsnede van minimaal 1.50 m.
- Een tweede slaapkamer is (vrij van radiatoren) 2.00 m x 2.70 m groot.

Badkamer

- De afmeting van de badkamer is minimaal 2.15 x 2.15 m of 2.50 x 1.90 m.
- De badkamerdeur draait naar buiten (dan kan in geval van nood een tweede persoon de badkamer betreden); een schuifdeur werkt ruimtebesparend.
- Het vrij te gebruiken vloeroppervlak moet een draaicirkel van minimaal 1.50 m mogelijk maken.
- Om handgrepen en/of een douchestoel te kunnen plaatsen, moeten wanden voldoende stevig worden uitgevoerd.
- De vloer is voorzien van antisliptegels met een antislipwaarde van het profiel van R≥ 11 met een uitglijrisico waarde B.
- De vloer is vlak met afschot naar een douche-putje.
- Als er één toilet is, wordt dat geplaatst in de badkamer; die ruimte biedt meer mogelijkheden qua gebruik van hulpmiddelen en voor hulpverlening.
- Het midden van het toilet wordt bij voorkeur 45 cm uit de zijwand geplaatst; dit met het oog op plaatsing later van een vaste wandbeugel.
- Aan tenminste één kant van het toilet is een vrije ruimte van 90 cm, voor het toilet is een vrije ruimte van 1.20 m.

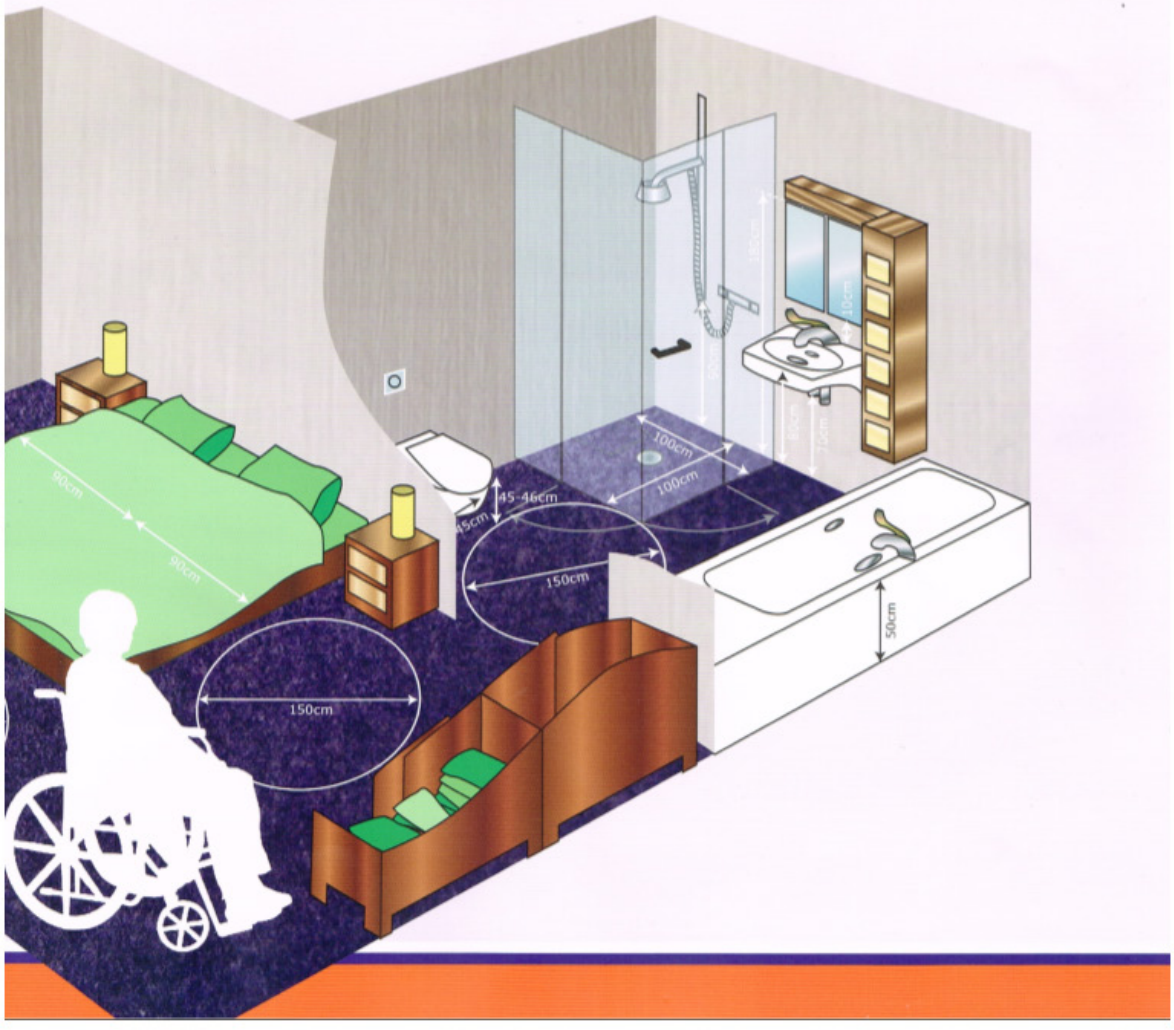


Pagina uit folder ‘Toegankelijkheid van APPARTEMENTENCOMPLEXEN’ van Lang zult u wonen Hengelo.

- De bovenhoogte van de wastafel ligt bij voorkeur op 80 cm.
- Een éénhendelkraan is bruikbaar voor iedereen.
- Is de badkamer qua ruimte beperkt, dan is het handiger om een douche in plaats van een bad te plaatsen.
- De instaphoogte van het ligbad is maximaal 50 cm.
- In de douche wordt gekozen voor een thermostatische kraan, in combinatie met een losse douchekop en een in hoogte verstelbare solide glijstang, die ook dienst kan doen als beugel.
- De kraan hangt op een hoogte van 90 cm tot 1.20 m en meer dan 50 cm uit de hoek.
- Plaats de kraan buiten de waterstraal, om hulp bij het douchen (evt. later) te vergemakkelijken.

Berging

- Heeft een oppervlakte van 8% van de gebruiksoppervlakte van de woning, plus 2 m² voor een scootmobiel of driewieler.
- In de woning moet een geschikte plaats voor een wasmachine en wasdroger zijn. De verblijfsruimten, met uitzondering van de keuken, zijn daarvoor niet geschikt.



7. Afmetingen badkamer 2

Bijlage bij verslag pagina 37

Minimale afmetingen badkamer

D07a	**Praktisch**	
B08a	Loopruimte	≥ 900 mm tussen closet, wastafel en douchevlak
B09a	Keerruimte	≥ 1500 x 1500 mm in de ruimte
B11a	Staruimte	≥ 900 x 1200 mm voor (gedeeltelijk onder) wastafel
B11d	Transferruimte	≥ 900 x 1200 mm voor en naast closet
		≥ 900 x 1200 mm naast (plek voor eventueel) douchezitje
B12a	Gebruikshoogte	positie kranen en closetbediening ≥ 550 uit inwendige hoek wastafel, closet en zitje volgens E02
E02		knoppen & kranen volgens E05
E05	Bedieningsgemak	knoppen & kranen volgens E05
D07b	**Veilig**	
		deur naar buiten draaiend
		douchekraan buiten de waterstraal
B05a	Loopoppervlak	vlak en stroef (ook in natte conditie)
B12c	Steun	wanden geschikt voor montage van stevige steunen
B05a	Bescherming	tapwater temperatuurbegrenzer / thermostaatkraan
		geen scherpe randen in afwerking
D07c	**Gezond**	
B06a	Luchtkwaliteit	ventilatie ≥ 20 x ruimte-inhoud per uur
B06d	Vuil	ruimte goed reinigbaar

1

1 | Naast voldoende vloeroppervlak en positie van wastafel, douche en closet, vraagt een badkamer aandacht voor gebruikshoogten en het bedieningsgemak van de sanitaire accessoires. Hier wordt in deel E op ingegaan.

8. Teksten

Bijlage bij verslag pagina 44 en 47

Wand D1

U woont prettig in een mooi huis in een gezellige buurt? En u wilt er graag nog heel veel jaren comfortabel wonen? Dan kan het een goed idee zijn om nú al rekening te houden met de toekomst. Met kleine aanpassingen in uw huis zorgt u meteen voor extra comfort waarvan u ook in de toekomst veel plezier zult hebben.

Hier ziet u een badkamer die helemaal klaar is voor de toekomst. Kijk maar eens wat er allemaal kan!

Wilt u weten of uw huis al helemaal klaar is voor de toekomst? Kijk dan op de achterkant van de grote wand.

Meer informatie vindt u in de folders en op www.langzultuwonen.nl. Vraag ook eens de medewerkers van uw bouwmarkt naar de mogelijkheden.

Test

Hoe ziet uw keuken eruit?

Keuken A:

Een kookeiland is erg mooi, maar niet praktisch voor bijvoorbeeld rolstoelgebruikers. Er is geen ruimte om te manoeuvreren. Daarnaast is het aanrecht te hoog om er zittend aan te werken. Verschillen u en uw partner sterk in lengte? Dan kan het een goed idee zijn om een in hoogte verstelbaar aanrecht te laten plaatsen. Op deze manier kunt u staand en zittend comfortabel aan het aanrecht werken. Goed aan deze keuken is de inductiekookplaat. Deze is veiliger, gemakkelijker in gebruik en sneller schoon te maken dan een gaskookplaat.

Keuken B:

Uw keuken lijkt op deze? Dan heeft u vast veel plezier van de vele laden. U kunt makkelijker bij uw spullen want u hoeft minder ver te reiken dan bij kastjes met planken. Ook hoeft u in deze keuken minder te bukken omdat de koelkast en vaatwasser op hoogte zijn geplaatst. De afstand tussen gootsteen en kookplaat is groot, wat voor problemen kan zorgen bij het afgieten wanneer u minder mobiel bent. Denk ook aan beenruimte onder het aanrecht, zodat u zittend kunt koken.

Keuken C

Deze keuken is bijna helemaal klaar voor de toekomst. Het aanrecht is in een L-vorm, waardoor u overal snel bij kunt. Er is ruimte onder het aanrecht en de spoelbak is minder diep, zodat u er ook zittend goed bij kunt. Wilt u meer opbergruimte? Denk dan eens aan verrijdbare ladenkasten. Deze kunt u onder het aanrecht plaatsen en weghalen wanneer dat nodig is. Let u erop dat de vloer stroef is, zodat u en uw (klein)kinderen niet uitglijden?

Hoe ziet uw hal eruit?

Hal A

Een trap met dichte treden, zoals in deze hal, is veiliger dan een trap met open treden. De bekleding van de treden moet stroef en slipvrij zijn en door en door vastzitten. Wel zou deze trap deze trap aan beide kanten een leuning moeten hebben. Heeft u bij uw voordeur al een intercom en video-verbinding? Zo kunt u zien en horen wie er voor de deur staat. Een deurbel met versterkt geluid of lichtsignaal zorgt dat u bij veel geluid in de woonkamer toch merkt dat er iemand aan de deur is.

Hal B

De trap in deze hal is erg goed: stroeve, dichte treden en aan beide kanten een leuning. Daarnaast is er ruimte om een rollator of kinderwagen te parkeren. Zorg ook dat jassen en schoenen opgeborgen kunnen worden, zonder dat ze voor struikelgevaar zorgen. Let erop dat de deurmat stroef is en verzonken ligt in de vloer.

Hal C
In deze kleine hal moet de voordeur helemaal open kunnen (90 graden draaien). Zo kunt u er gemakkelijk door, ook met bijvoorbeeld een volle tas boodschappen of een rollator. Om niet te hoeven bukken, kunt u een opvangmandje onder het gat van de brievenbus hangen. Zorg voor leuningen aan beide kanten van de trap. Een doordraaiende spiltrap is niet geschikt, een rechte, zoals hier, of een trap met één kwartdraai kan wel.

Hoe ziet uw woonkamer eruit?
Woonkamer A
Deze moderne kamer is voorzien van allerlei handige snufjes om uw leven comfortabeler te maken. In veel woningen zitten gordijnen op moeilijk bereikbare plekken. Deze gordijnen werken op afstandbediening, zodat het geen moeite kost om ze te openen of te sluiten. De thermostaat is geprogrammeerd: het is altijd net zo warm als u wilt. Dat is makkelijk en zuinig. Voor mensen met een rollator of rolstoel is het belangrijk dat er voldoende ruimte in de kamer blijft om te manoeuvreren.

Woonkamer B
Wees voorzichtig met matten en kleedjes. Zorg dat ze niet kunnen schuiven of omkrullen. Let ook op drempels. Als deze hoger zijn dan 1 cm wordt u sterk aangeraden ze te verlagen of te verwijderen. Drempelloze verbindingen voorkomen struikelen en zijn niet alleen handig bij gebruik van een rollator of rolstoel, maar ook als het gaat om kinderwagens. Heeft u moeite met opstaan uit uw stoel? Er bestaan stoelen die u helpen bij het gaan zitten en opstaan. Ook kunt u uw meubels laten verhogen zodat het gaan zitten en opstaan makkelijker gaat.

Woonkamer C
In deze woonkamer is voldoende bewegingsruimte door de indeling van de meubels. Denk bij het plaatsen van de meubels ook aan de ondersteuning die ze kunnen bieden bij het lopen. Zorg dat de vloer antislip is, zodat u en uw (klein)kinderen niet uitglijden. Denk bij een verbouwing ook eens aan stopcontacten op hoogte. Zo hoeft u minder te bukken. Werk snoeren goed weg, zodat niemand erover kan struikelen.

Hoe ziet uw slaapkamer eruit?
Slaapkamer A
Erg goed aan deze slaapkamer is de badkamer er direct op aansluitend. Zo kunt u bijvoorbeeld ’s nachts of ’s ochtends gemakkelijk en snel naar het toilet. De drempel is weggehaald en er zit een schuifdeur in. Deze is gemakkelijker te openen: handig wanneer u wat moeilijker ter been bent. Het bed is hoger, zodat u er gemakkelijker in- en uitstapt. Voor rolstoelgebruikers zou er wat meer ruimte om het bed moeten zijn.

Slaapkamer B
Let in uw slaapkamer op kleden en andere obstakels waar u ’s nachts over zou kunnen struikelen. Een lamp onder het bed die reageert op beweging, kan een uitkomst zijn. Deze gaat aan zodra u uw benen over de bedrand steekt. U kunt zo veilig naar het toilet. In deze slaapkamer is voldoende ruimte om met een rolstoel of rollator te draaien en deze te parkeren. Heeft u een slaapkamer op de bovenverdieping? Met het oog oop de toekomst (minder traplopen) kan het dan verstandig zijn om uw slaapkamer naar de benedenverdieping te verplaatsen.

Slaapkamer C
Deze slaapkamer is qua ruimte goed. Er is voldoende bewegingsruimte en er zijn geen obstakels die voor struikelgevaar zorgen. Een telefoon direct naast het bed is een aanrader. U kunt dan bellen in geval van nood. Zorg dat de slaapkamer goed geventileerd wordt. Heeft u alleen bovenraampjes? Kies voor automatisch openen en sluiten; dat scheelt u een hoop moeite.

Tekst binnenkant badkamer (vrijstaande opstelling)

Hier ziet u een badkamer, voorzien van alle moderne gemakken: klaar voor de toekomst! Voor rolstoelgebruikers en hulpverlening moeten lengte en breedte van de badkamer minstens 2,15 meter bij 2,15 meter zijn, of, zoals u hier ziet, 1,90 bij 2,50 meter. Denk eens over een inloopdouche. De badkamer oogt ruimer, is beter toegankelijk voor rolstoelgebruikers en u bent de hindernis van de doucherand kwijt. Voor afwatering kunt u kiezen voor een easy drain of een doucheputje met een douchevloer met gelijkmatig afschot. Vraagt u de vakmensen maar eens!
Natte badkamertegels kunnen spekglad zijn. Dit is gevaarlijk voor jong en oud. Een antislipvloer voorkomt uitglijden. Er is volop keus in stroeve tegels en u kunt zelfs, zonder hak- of breekwerk, uw bestaande tegels een antislip-behandeling geven.

Tekst binnenkant badkamer (wandopstelling)

Hier ziet u een opstelling van een badkamer, voorzien van alle moderne gemakken: klaar voor de toekomst! Voor rolstoelgebruikers en hulpverlening moeten lengte en breedte van de badkamer minstens 2,15 meter bij 2,15 meter zijn of 1,90 bij 2,50m.
Denk eens na over een inloopdouche. De badkamer oogt ruimer, is beter toegankelijk voor rolstoelgebruikers en u bent de hindernis van de doucherand kwijt. Voor afwatering kunt u kiezen voor een easy drain of een doucheputje met een douchevloer met gelijkmatig afschot. Vraagt u de vakmensen maar eens!
Natte badkamertegels kunnen spekglad zijn. Dit is gevaarlijk voor jong en oud. Een antislipvloer voorkomt uitglijden. Er is volop keus in stroeve tegels en u kunt zelfs, zonder hak- of breekwerk, uw bestaande tegels een antislipbehandeling geven.

Tekst douchezitje

Staand douchen kan vermoeiend zijn. Een douchezitje biedt dan een uitkomst. Dit kan na gebruik weer opgeklapt worden.

Tekst douchekraan

De kraan is niet recht onder de douchekop geplaatst. Zo hoeft degene die de kraan bedient niet nat te worden. Laat de kraan zo monteren dat u deze ook zittend kunt bedienen.

Tekst glijstang

Aan een extra stevige doucheglijstang kunt u zich tijdens het douchen vasthouden. Extra beugels zijn dan niet nodig.

Tekst licht

Licht met bewegingsssensor

Tekst spiegel

Zo kunt u ook zittend in de spiegel kijken.

Tekst wastafel

Door geen kastjes onder de wastafel te plaatsen kunt u zich ook zittend wassen

Bord boven schap

U heeft een mooi huis in een gezellige buurt? En u wilt er graag nog heel veel jaren comfortabel wonen? Dan kan het een goed idee zijn om nú al rekening te houden met de toekomst. Al met kleine aanpassingen in uw huis zorgt u voor extra comfort waarvan u ook in de toekomst veel plezier zult hebben. Hieronder ziet u verschillende producten waarmee u uw huis comfortabeler en veiliger kunt maken. Kijk ook eens op www.langzultuwonen.nl of vraag de medewerkers van uw bouwmarkt naar de mogelijkheden.

9. Wobbler

Bijlage bij verslag pagina 25

10. Kosten bestickering

Bijlage bij verslag pagina 60

Mondice Reclame Enschede
Dinsdag 9 juli 2013, 12:30u, Enschede
Aanwezig: Raymond ter Haar, Jessica Schraa
Mondice Reclame
Broekheurnerweg 55
7513 EP Enschede

Om de informatie op het ontwerp te krijgen, zullen stickers gedrukt worden. Om de mogelijkheden en kosten te bespreken is een afspraak gemaakt bij Mondice Reclame te Enschede.

Voor de teksten aan de binnenkant van het ontwerp is het het mooist om ze uit te snijden. Op deze manier zie je geen kader van een doorzichtig vlak op de wand. De teksten moeten in één bestand aangeleverd worden. De teksten worden dan uit een rol van 1,15 meter breed gesneden. Je betaalt per meter, dus de teksten moeten zo dicht mogelijk op elkaar aangeleverd worden.

Voor de buitenkant van het ontwerp is een print op de hele wand het mooiste. Ook de test kan beter als geheel opgeplakt worden. Zo is het roze ook op elke wand hetzelfde. De test kan op 2 stroken van 1,25 meter breed gedrukt worden en zo netjes op de wand geplakt worden. Op 4 platen van 3mm pvc kan ook, maar het lijkt Raymond ter Haar mooier om stickers te doen. (Er is wel een prijsopgave gemaakt voor deze optie.)

De ondergrond van de buitenkant van de wanden moet erg glad zijn, omdat je anders bubbels in de sticker zult zien. MDF met een fineerlaag of geplastificeerde spaanplaat zou dan ook geschikt zijn volgens Raymond ter Haar. MDF kan wel, maar moet dan echt zeer glad geschuurd worden, wat hem erg arbeidsintensief lijkt.

Voor de stickers op de vloer, die doorzichtig zullen zijn, is een witte ondergrond nodig, omdat de kleuren anders niet goed uitkomen.

Prijsopgave bestickeren Vrije Opstelling

Losse teksten binnenwanden (2,5mx1,15m)	75 euro	
Wit vlak met tekst douche	35 euro	(70x100cm)
Vloer sticker rolstoel	40 euro	(90x120cm)
Vloer sticker rond, draaicirkel	75 euro	(150cm)
Buitenkant wanden douche	80 euro	(2x 100x200cm)
Test als sticker	175 euro	(2x125x200cm)
Totaal	**485 euro**	
4 platen (3 mm pvc) met test	180 euro	(4x 70x100cm)

11. Kostenschatting producten

Bijlage bij verslag pagina 60

Bron: www.multimate.nl

Bronnen:
www.multimate.nl
http://www.alledouchegoten.nl/a-29341901/assortiment/foxdrain-rvs-douchegoot-100-cm/
http://www.praxis.nl/bouwmaterialen/zomerdeals/vloertegel-sextans-40-x-40cm-per-1-76m2/5311542.html
http://www.printvisieonline.nl/product/wobblers_standaard/wobblers_standaard_-_grote_oplages/
http://www.shopsu.nl/wonen-slapen/badkamer/opklapbaar-douchezitje-comfort?gclid=CKL-stmA0rgCFQZc-3godulUASw
http://www.beslist.nl/products/tuin_accessoires/tuin_accessoires_504075/r/bewegingssensor+licht/?sortby=price_min