**1. EMPATHIZE & DEFINE (OPDRACHT – EN GEBRUIKERSANALYSE)***30 MINUTEN 9.30 - 10.00 uur*

**Wie zijn eigenlijk je toekomstige gebruikers?**

De doelgroep bestaat uit twee groepen:

* **Jongeren**: Zij worden aangesproken vanwege hun openheid voor verandering, hun invloed op trends en hun toekomstgericht denken.
* **Bloem- en plantbedrijven**: Zoals tuincentra, bloemisten en supermarkten. Deze groep heeft directe invloed op het aanbod van planten en bloemen.

De opdrachtgever wil beide groepen stimuleren om bewuster om te gaan met pesticidengebruik en biologische alternatieven te omarmen.

**2. Wat kunnen ze doen?**

* **Jongeren** kunnen bewust kiezen voor **biologische planten en bloemen**, en hun netwerk inspireren dit ook te doen.
* **Bedrijven** kunnen hun assortiment aanpassen en bijvoorbeeld streven naar **70% pesticidenvrije producten**.

De opdrachtgever wil deze verandering **mogelijk maken door samenwerking**, ondersteuning en bewustwording.

**3. Wat willen ze?**

Ze streven naar een **gezondere wereld** voor mens én natuur.

* Jongeren willen leven in een veilige omgeving zonder schadelijke stoffen.
* Bedrijven willen op termijn ook duurzamer worden en voldoen aan toekomstige eisen en klantverwachtingen.

**4. Wat zal hen aanspreken – en wat niet?**

**Wel aanspreken:**

* Actiecampagnes die **respectvol en visueel krachtig** zijn.
* Informatie die **concreet laat zien wat pesticiden doen met je lichaam en omgeving**.
* Duidelijke voordelen van biologische alternatieven.

**Niet aanspreken:**

* Standaard folders of flyers die je op straat krijgt zonder context.
* Beschuldigende of belerende toon.
* Abstracte taal zonder praktische oplossingen.

**5. Welk probleem los je voor hen op – en daarmee ook voor de opdrachtgever?**

Je zorgt dat er in bloemenwinkels, supermarkten en tuincentra **meer biologische producten beschikbaar zijn**, zodat:

* **Jongeren** bewust en gezond kunnen kiezen.
* **Bedrijven** een haalbare route krijgen naar een pesticidenvrije toekomst.

Zo komt de missie van de opdrachtgever – het terugdringen van pesticiden – tot leven via de gebruikers zelf.

**6. Zijn er problemen van gebruikers die passen bij de opdracht van de opdrachtgever?**

Ja, zeker. Gebruikers kunnen te maken krijgen met:

* Schadelijke **"forever chemicaliën"** in hun lichaam.
* Gezondheidsrisico’s zoals **Parkinson of celbeschadiging bij baby's**.
* Angst of bezorgdheid over de invloed van pesticiden op henzelf of het milieu.

Deze zorgen sluiten nauw aan bij de missie van de opdrachtgever.

**7. Herformulering van het probleem vanuit de leefwereld van de gebruiker:**

“Ik wil weten dat de bloemen op mijn tafel en de planten in mijn kamer niet bijdragen aan gezondheidsproblemen of milieuvervuiling. Waarom zou ik iets in huis halen dat mogelijk mijn gezondheid schaadt of schadelijk is voor bijen en dieren? Geef mij liever veilige, biologische keuzes – gewoon in de winkel om de hoek.”

**Gebruikersvragen**

Waar kan ik veilige planten kopen?

Hoe kan ik duurzamer bezig zijn wanneer het gaat om het kopen van groenten, planten en bloemen?

Hoe kan ik voorkomen om minder pesticiden binnen te krijgen bij supermarkten en bloemisten?

Waar kan ik biologische planten/bloemen kopen?

Let jij op of planten biologisch zijn als je ze koopt? Waarom wel of niet?

Wat zou jou motiveren om voortaan alleen nog biologische bloemen of planten te kopen?

Wat weet jij eigenlijk over pesticiden en hun effecten op gezondheid of milieu?

Zou je het belangrijk vinden als je kamerplant goed is voor jouw gezondheid én die van de natuur?

**2. IDEATE (IDEEEN BRAINSTORMEN)** *30 MINUTEN 10.00 - 10.30*

—-

1. testen gedaan

—-

Testresultaten:

1. Meer informatie op de bij, qr code is nog onduidelijk. Het is niet navigeerbaar.
2. Het moet groter visueel, tekst duidelijker navigeerbaar. De gebruiker weet niet precies wat het doel is er van en hij ziet het niet direct.
3. Je weet niet of je de bij op moet pakken voor informatie, mensen lopen er langs.
4. Je kan wel zien dat de plant en omgeving giftig is sinds de bijen er om heen overleden zijn. Dus je voelt er wel emotie bij.

Ontwerpvragen:

Verbeterde versie:

Hoe kunnen wij jongeren bewuster te maken van de nadelen van pesticiden, zodat zij de keuze maken om aan een gezondere wereld bij te dragen.