Het belang van techniek en erkenning voor doelgerichte sociale netwerken

Universiteit Utrecht

Faculteit Geowetenschappen

Economische Geografie

Begeleider: dr. Ton van Rietbergen

1 Juli 2016

Milan van Dun (3476669)
Ivo van Persie (4098358)

Voorwoord

Nadat we de laatste cursussen van onze master Economische Geografie in januari 2015 hadden afgerond, vlogen onze medestudenten uit naar hun stageplaatsen om vol goede moed aan hun afstudeerprojecten te beginnen. Op een koude avond halverwege februari gaven alle aanwezige studenten een presentatie over hun afstudeertraject. Ivo is vanwege zijn betá-achtergrond altijd geïnteresseerd geweest in de oneindige actie-reactie verhoudingen binnen natuurlijke systemen. Hij is ervan overtuigd dat ook de economische geografie van deze processen kan leren. Milan was na het lezen van een artikel in De Correspondent geïnteresseerd geraakt in de psychologie van de schaarste. Deze recent ontwikkelde theorie gaat in op de bandbreedtes die mensen hebben. De moeilijkheid was om dit onderwerp te combineren met een ruimtelijke component, wat toch een vereiste is voor een afstudeerthesis Economische Geografie.

Na afloop van de presentaties raakten we aan de praat over onze mogelijke thesisonderwerpen en de moeilijkheden waar we tegenaan liepen. We besloten later die week een biertje te gaan drinken om te bespreken of onze interesses te combineren waren tot één afstudeeronderzoek. Naarmate die avond vorderde bleek het steeds makkelijker om de verbanden tussen onze interesses te vinden, de moeilijkheden uit de weg te ruimen en een ruimtelijke component eraan toe te voegen. We meenden dat het mogelijk moest zijn om in Utrecht een netwerk voor thuishulp op te bouwen om het zorgstelsel te ontlasten en tegelijkertijd de bandbreedte van de gebruikers te vergroten. Na een eerste theoretische opzet en de goedkeurig vanuit de universiteit konden we echt aan de slag. Dit werd een leuke, maar zeker ook spannende en leerzame periode.

Onderweg naar ons eindproduct hebben we de nodige problemen ondervonden. Dit blijkt onder meer uit het feit dat het hele proces vijftien maanden in beslag heeft genomen. We richtten ons in eerste instantie op een wasservice, die in een latere fase breder zou worden getrokken naar andere thuishulpdiensten. Ons eerste idee voor een centraal georganiseerde wasservice maakte al na een paar maanden plaats voor een ‘Uber-achtige’ service, aangestuurd door een applicatie (app). In de ontwikkel- en testfase hiervan ging behoorlijk veel tijd zitten. Na bijna een jaar onderzoeken, rekenen, uitschrijven, ontwerpen en testen was in maart 2016 eindelijk onze was-app klaar voor gebruik. De maanden daarna hebben we verschillende andere toepassingen aan de app toegevoegd. Inmiddels kunnen we vol trots zeggen dat onze app *Lyfie* medio juni verkrijgbaar. Het feit dat ons onderzoek is afgerond betekent niet dat we het hierbij zullen laten. We hopen allebei de komende tijd nog veel met onze app te kunnen bereiken.

Omdat we een ongebruikelijk afstudeertraject hebben gevolgd denken wij dat ons verhaal niet alleen interessant is voor mensen uit ons vakgebied, maar ook als inspiratie kan dienen voor afstuderende studenten bij het uitwerken van hun ideeën. In hoofdstuk 4 is het hele proces van hersenspinsel tot functionele app samengevat. Door dit compact en visueel weer te geven, hopen wij dit hoofdstuk ook voor de eerder genoemde doelgroep interessant te maken.

Bij de totstandkoming van deze thesis hebben veel mensen een bijdrage geleverd, die wij via deze weg willen bedanken. Op de eerste plaats onze begeleider Ton van Rietbergen. Niet alleen voor zijn feedback tijdens het schrijven van deze thesis, maar ook omdat hij ons de mogelijkheid gaf om dit niet geheel gebruikelijke traject af te werken. Daarnaast zijn we veel dank verschuldigd aan Charlotte Hanekamp, Yoeran Luteijn en Mike Vercoelen die de app met ons hebben ontwikkeld. Boaz Burkunk en de mannen van ontwerpbureau Tweetonig danken voor hun creativiteit en visuele input. Ten slotte willen we alle deelnemers aan onze pilot bedanken voor hun tijd en feedback.

Wij wensen u veel leesplezier toe!

Milan van Dun & Ivo van Persie

Utrecht, 1 juli 2016

Inhoudsopgave

Voorwoord 3
Inhoudsopgave 5
1. Inleiding 7
1.1 Aanleiding 7
1.2 Relevantie 8
1.3 Onderzoeksvraag en deelvragen 10
1.4 Opbouw 10
2. Theoretisch kader 11
2.1 Inleiding 11
2.2 Nieuwe regelgeving in de zorg 11
2.3 Natuurlijke patronen als voorbeeld voor sociale netwerken 12
2.4. Andere mogelijkheden online platform 15
2.5 Slot 17
3. Methodologie 19
3.1 Inleiding 19
3.2 Onderzoeksmethode 19
3.3 Betrouwbaarheid en validiteit 19
3.4 De case 20
4. Casestudy 21
4.1 Inleiding 21
4.2 Het idee 21
4.3 Casestudy centraal wassen 23
4.4 Decentraal wassen 28
4.5 Ontwikkeling 30
4.6 Toepassingen 32
4.7 Samenvatting case study 35
5. Conclusie en vooruitblik 37
5.1 Inleiding 37
5.2 Beantwoording deelvragen en hoofdvraag 37
5.3 Terugblik 39
5.4 Vooruitblik/toepassingen 41

Literatuurlijst 45
Bijlagen 49
Bijlage 1 Infographic Vilans over de Wmo 2015 49
Bijlage 2 Reglement Launty voor zowel wasser als klant 51
Bijlage 3 Functies app (raamwerk + uitwerking) in Asana 59
Bijlage 4 De to-do's zoals ze in Asana staan weergegeven 69
Bijlage 5 Feedback deelnemers eerste waspilot Launty 75
Bijlage 6 uitnodiging 79
Bijlage 7 Presentatie 16 juni 83
Bijlage 8 Artikel DUB over Lyfie 97

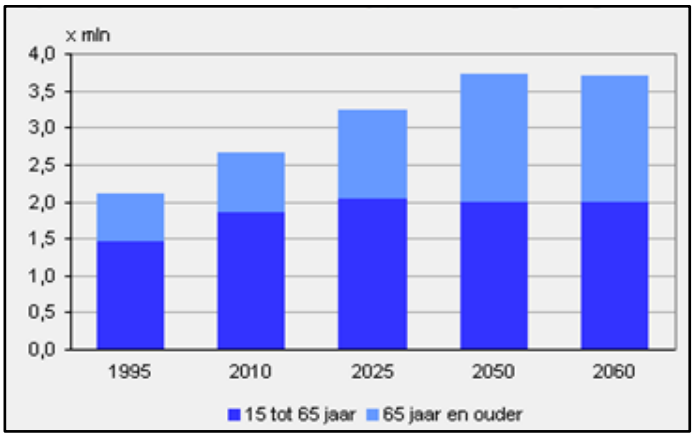
1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Per 1 januari 2015 zijn voormalige AWBZ-taken ondergebracht in een vijftal nieuwe en bestaande wetten. Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn & Sport (VWS, 2014) zet hiermee in op een betere kwaliteit en financiële houdbaarheid van de zorg en meer betrokkenheid vanuit de samenleving. De nieuwe Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo 2015) moet het voor hulpbehoevenden mogelijk maken om zo lang mogelijk thuis te blijven wonen (Menzis, 2015). Gemeenten moeten hun inwoners ondersteuning op maat bieden, terwijl de zorg via de zorgverzekering loopt. Het startpunt is echter de burger zelf met zijn sociale netwerk (Vilans, 2015).

De doorvoering van deze wetswijzigingen verliep niet probleemloos. Landelijk stroomden de klachten bij gemeenten binnen over de veranderingen in de thuishulp. De gemeente Utrecht ontving in de eerste drie weken van 2015 zeshonderd klachten (De Volkskrant, 2015). Dit is zowel absoluut als relatief het hoogste aantal van alle Nederlandse gemeenten. De grote rol die de familie krijgt toebedeeld blijkt in de praktijk lastig in te vullen. Naarmate mensen ouder worden is het lastiger om zorg aan levenspartners te verlenen. Bovendien komen er door vergrijzing en echtscheidingen steeds meer eenpersoonshuishoudens (Wobma, 2011, & Buitelaar, 2012). Een aanzienlijk deel hiervan is 65-plusser en dit aandeel blijft de komende decennia stijgen (figuur 1.1). Hierdoor rust een groot deel van de verzorging op de schouders van de kinderen. Uit onderzoek van Claartje Mulder (Algemeen Dagblad, 2016) blijkt echter dat kinderen gemiddeld een kleine dertig kilometer van hun ouders wonen. Dat is dichtbij genoeg om wekelijks hulp te bieden, maar te ver weg voor de dagelijkse boodschappen of het helpen met aankleden. Toch wordt er in veel situaties vanuit gegaan dat familie dagelijks beschikbaar is om hulp te verlenen. Het NRC publiceerde op 26 maart 2016 een artikel van zelfstandig wetenschapsjournalist Malou van Hintum. Zij wordt dagelijks geconfronteerd met zorgtaken voor haar zieke vader, die op anderhalf uur rijden woont. Ze geeft aan het geen probleem te vinden regelmatig voor haar vader te zorgen. Ze baalt er wel van dat ze ook voor kleine klusjes, bijvoorbeeld medicijnen ophalen bij de apotheek, drie uur in de auto moet zitten. De stroom van emotionele reacties op haar artikel die het NRC enkele dagen later publiceerde, geeft aan dat er ruim een jaar na invoering van de nieuwe wet nog veel zorg leeft binnen de maatschappij over dit onderwerp.

Figuur 1.1: Prognose eenpersoonshuishoudens naar leeftijd



Bron: Centraal Bureau voor de statistiek, 2011

Het sociale netwerk van de burger bestaat niet alleen uit familie. Ook vrienden, buren, vrijwilligers, mantelzorgers, of een vereniging kunnen hulp bieden (Vilans, 2015). Met bekenden kan de hulpbehoevende zelf contact opnemen. De moeilijkheid is om hulpbehoevenden met een beperkt sociaal netwerk op een eenvoudige en snelle manier in contact te brengen met onbekenden, die bereid zijn hulp te verlenen. Dankzij de opkomst van nieuwe technologieën ontstaan de laatste jaren steeds meer online platforms die het mogelijk maken om particulier diensten aan te bieden (De Volkskrant, 2013). Referenties, reviews en social media zorgen ervoor dat de anonimiteit op dergelijke platforms is verdwenen. Hierdoor worden onveiligheidsgevoelens bij zowel aanbieder als gebruiker weggenomen. Frenken (2016) spreekt van de op-afroepeconomie. Voorbeelden hiervan zijn een taxi bestellen via Uber of een klusser inhuren via Werkspot. Bij al deze platforms speelt nabijheid van mensen en de schaal van de buurt of wijk een hoofdrol (Ruimtevolk, 2014). Online platforms creëren mogelijkheden voor nieuwe contacten tussen buren en buurtgenoten en daarmee het vergroten van zelfredzaamheid.

Thuiszorgorganisaties rekenen met een minimale tijdsduur per bezoek, waardoor kleine handelingen relatief prijzig zijn. Als het sociale netwerk van de hulpbehoevende op afstand woont, is dat ook geen optie voor eenvoudige kortdurende handelingen. Bovendien heeft niet iedereen een sociaal netwerk om op terug te vallen of is dat sociale netwerk niet meer in staat hulp te bieden (Van Hintum, 2016). Door kleine zorgtaken op efficiënte wijze door buurtbewoners te laten verzorgen en meer gecompliceerde taken door thuiszorgorganisaties blijft het huidige zorgsysteem betaalbaar. Er zijn tal van organisaties die de connectie leggen tussen vraag en aanbod van hulp op wijkniveau, zoals bijvoorbeeld WeHelpen, BuurtWelzijn en Burenhulpcentrale. Al deze organisaties werken met telefoondiensten en websites, waardoor ze de efficiëntie missen van bijvoorbeeld een Uber of Airbnb. Dit onderzoek probeert een efficiënte manier van organiseren voor thuishulp op wijkniveau uit te werken.

1.2 Relevantie

Over de opkomst van online platforms zijn inmiddels boekenkasten volgeschreven. Ook over het feit dat er in de toekomst minder vanuit de overheid en meer vanuit de persoonlijke omgeving wordt gestuurd bestaat de nodige literatuur (o.a. Marinelli et al., 2013 & Hafkamp et al., 2014), waarbij ook de zorgtaken aan bod komen. Wat betreft wetenschappelijk onderzoek zijn online platforms echter bijzonder. Frenken (2016) definieert dit als ‘omgekeerde technologiebeoordeling’. Hij geeft aan dat een innovatie doorgaans eerst wetenschappelijk wordt onderzocht. Vervolgens wordt de wenselijkheid ervan bediscussieerd en komt de politiek met regulering. Pas daarna komt de innovatie op de markt. Bij online platforms zijn deze stappen omgedraaid, met wetenschappelijk onderzoek op de laatste plaats. In dit onderzoek vindt het wetenschappelijk onderzoek al voor en tijdens de ontwikkeling van de technologie plaats. Deze ongewone volgorde maakt dit onderzoek wetenschappelijk relevant. Door de sterke nadruk op de praktijk is dit onderzoek ook maatschappelijk relevant.

Daarnaast is er ook een financiële urgentie om de thuishulp anders te gaan organiseren. Gemeenten zijn er sinds 1 januari 2015 verantwoordelijk voor dat hulpbehoevenden zo lang mogelijk thuis blijven wonen, terwijl gemeenten in 2015 vanuit het rijk dertig procent minder geld kregen toebedeeld voor huishoudelijke hulp dan in 2014 (Volkskrant, 2015). Het wekelijkse vergoede aantal uren thuishulp is daardoor teruggebracht naar anderhalf. Het is niet verassend dat op deze verandering veel klachten volgden. De afkeer van verlies is bij mensen doorgaans groter dan de waardering voor winst (Kahneman, 2011). De Nationale Ombudsman concludeerde echter dat het menselijk belang op alle fronten uit het oog is verloren (Volkskrant, 2016). Ook bleek in de loop van 2015 dat thuiszorgorganisaties een hoger uurloon aan personeel kwijt zijn dan ze vanuit de gemeente vergoed krijgen. Dit leverde tal van faillissementen op, met als dieptepunt Nederlands grootste thuiszorgorganisatie TSN (Hansen, 2015). Om deze ontwikkeling te stoppen wil staatssecretaris Van Rijn wettelijk vastleggen dat gemeenten 'fatsoenlijke tarieven' betalen voor de thuisondersteuning (VNG, 2016). Als gemeenten meer moeten gaan betalen voor thuishulp, zal het aantal vergoede uren hulp per hulpbehoevende waarschijnlijk afnemen. Deze prognose vergroot de urgentie voor een alternatief.

Overigens is het niet alleen voor hulpbehoevenden van belang dat huishoudelijke taken uit te besteden zijn. Ook andere groepen binnen de samenleving hebben hier profijt van. Shafir en Mullainathan spreken van de psychologie van de schaarste (Bregman, 2013). Zij gaan er vanuit dat ieder persoon een bepaalde bandbreedte heeft. Een persoon heeft per dag een beperkte capaciteit voor werk, huishoudelijke taken, sport, et cetera. Schaarste leidt tot een kleinere bandbreedte en daarmee tot onverstandige beslissingen. Door mensen taken (bijvoorbeeld huishoudelijk werk) uit handen te nemen vergroot je hun bandbreedte en zullen zij verstandigere keuzes maken. Volgens Shafir en Mullainathan levert meer bandbreedte onder andere beter opgevoede kinderen, lagere zorgkosten en een hogere arbeidsproductiviteit op.

Bovendien leveren online platforms ook milieuvoordelen op, doordat producten efficiënter worden ingezet (Meelen & Frenken, 2014). Dat geldt zeker voor de huishoudelijke hulp. Elk huishouden beschikt over apparaten als wasmachines, drogers en stofzuigers, die maar een beperkt deel van de tijd gebruikt worden. Het is in principe overbodig dat ieder huishouden over deze apparaten beschikt (Anderson, 2013).

Kort samengevat zijn er drie zaken die dit onderzoek maatschappelijk gezien relevant maken. Het vergoede aantal uren thuishulp voor hulpbehoevenden is sinds de invoering van de Wmo 2015 afgenomen. Een betaalbaar alternatief voor extra uren inkopen is wenselijk. Daarnaast is het ook voor niet-hulpbehoevenden van belang om huishoudelijke zorgtaken uit te besteden, zodat zij hun bandbreedte kunnen vergroten. Bovendien zorgt het delen van huishoudelijke apparaten voor ontlasting van het milieu. Respectievelijk vallen de drie bovenstaande punten onder de in drie p's van John Elkington (1998): *profit* (economisch), *people* (sociaal) en *planet* (ecologisch). Deze indeling wordt in de literatuur veel aangehaald als definitie voor maatschappelijk verantwoord ondernemen.

1.3 Onderzoeksvraag en deelvragen

Zoals uit de voorgaande twee paragrafen blijkt, richtte dit onderzoek zich in eerste instantie op het creëren van een online platform voor thuishulp, als goedkoper alternatief voor thuiszorgorganisaties. De hoofd- en deelvragen waren hier dan ook volledig op toegespitst. Bij de ontwikkeling van het online platform voor thuishulp bleek het motiveren van mensen om buurtbewoners te helpen een cruciaal punt te zijn. Dit vraagstuk geldt in principe voor elke vorm van gedrag dat je wilt stimuleren. Er vindt momenteel op veel vlakken een decentralisatie plaats van (overheids)taken, waarbij tegelijkertijd het beschikbare budget wordt teruggeschroefd. De overheid wil dat de burger meer eigen verantwoordelijkheid neemt. De vraag hierbij is hoe je mensen kunt prikkelen om die verantwoordelijkheid te nemen. Daarom is dit onderzoek in een later stadium breder getrokken dan enkel het trachten een platform te creëren voor de thuishulp. Het bleek dat een combinatie van de juiste techniek en motivatiemiddelen ook voor andere sociale netwerken dan thuishulp zijn waarde heeft. Dat heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag:

In hoeverre kunnen technologie en de juiste motivatiemiddelen bijdragen aan de vorming van een sociaal netwerk?

Deze hoofdvraag bestaat uit drie aspecten: het creëren van sociale netwerken, de motivatie om er aan deel te nemen en de technologie voor de aansturing. Aan elk aspect is een deelvraag gewijd. Door de antwoorden van de drie onderstaande deelvragen te combineren, wordt uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord.

1) Hoe kunnen sociale netwerken gecreëerd worden?

2) Op welke wijze worden mensen gemotiveerd om aan een sociaal netwerk deel te nemen?

3) Welke technologie kan een werkende organisatiestructuur voor sociale netwerken realiseren?

1.4 Opbouw

Hoofdstuk 2 bevat de theoretische achtergrond van dit onderzoek. Deze theorie maakt het mogelijk de eerste twee deelvragen grotendeels te beantwoorden. Vervolgens bespreekt hoofdstuk 3 de methodologie van het onderzoek. Hierbij is extra aandacht voor de methode die voor dit onderzoek is gekozen, namelijk een case study. Deze case study is uitgewerkt in hoofdstuk 4. Hierin wordt het proces beschreven van de eerste ideeën voor dit onderzoek tot aan het eindresultaat: een functionerende app. De antwoorden op deelvraag 2 (deels) en deelvraag 3 hangen samen met de resultaten van dit hoofdstuk. Ten slotte beantwoordt hoofdstuk 5 de hoofdvraag van dit onderzoek aan de hand van de drie deelvragen. Hierbij wordt door de auteurs ook teruggeblikt op de gehele onderzoeksperiode en vooruitgeblikt op de vervolgmogelijkheden.

2. Theoretisch kader

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk dient als theoretische onderbouwing van het onderzoek. In paragraaf 2.2 komt de hervorming van AWBZ-taken naar nieuwe wetten aan bod. Hierbij gaat de meeste aandacht uit naar de komst van de Wmo 2015. De overheid zet hiermee in op meer zelfredzaamheid van burgers, door het sociale netwerk van hulpbehoevenden belangrijker te maken. Paragraaf 2.3 gaat in op de vorming van netwerken, waarbij veel aandacht uitgaat naar de voorbeeldfunctie die de natuur kan vervullen. Deze thesis onderzoekt op welke manier een online platform sociale netwerken kan aansturen. Zo'n online platform blijkt ook voor andere doeleinden dan thuishulp nuttig te zijn. Paragraaf 2.4 werkt dit verder uit. Het hoofdstuk sluit af met een korte samenvatting in paragraaf 2.5.

2.2 Nieuwe regelgeving in de zorg

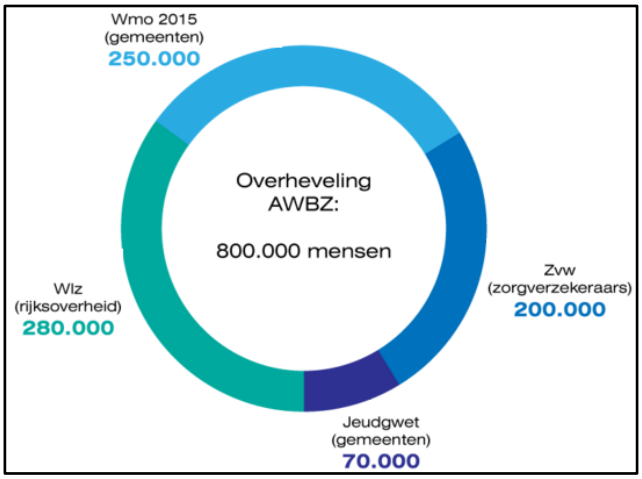
Tot 1 januari 2015 was de Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten (AWBZ) van kracht. Langdurige zorg en begeleiding werden aan de hand van deze verplichte volksverzekering geregeld (Ministerie van VWS, 2015 (1)). Voorbeelden van zaken die hieronder vielen zijn thuiszorg, ouderenzorg, begeleiding bij zelfstandig leven, wonen in een verpleeghuis of verzorgingshuis en gehandicaptenzorg. Het ministerie van VWS achtte veranderingen van die regelgeving om een drietal redenen noodzakelijk. Ten eerste willen ouderen over het algemeen zo lang mogelijk thuis blijven wonen, daarnaast willen mensen met een beperking doorgaans zo zelfstandig mogelijk leven en bovendien zijn de zorgkosten de afgelopen jaren flink gestegen. Door de langdurige zorg te reorganiseren denkt het ministerie van VWS (2015 (1)) het mogelijk te maken om ouderen en mensen met een beperking langer zelfstandig thuis te laten wonen en de zorgkosten de komende jaren slechts beperkt te laten stijgen.

Vanaf 1 januari 2015 is de hervorming van de langdurige zorg ingegaan. AWBZ-taken zijn ondergebracht in een vijftal nieuwe en bestaande wetten. Nu volgt een korte omschrijving van deze vijf wetten. De Wet langdurige zorg (Wlz) is er voor mensen die 24 uur per dag zorg of permanent toezicht nodig hebben. Thuiswonenden die geneeskundige verpleging of verzorging nodig hebben vielen al voor 1 januari 2015 onder de Zorgverzekeringswet (Zvw). Deze zorg valt onder verantwoording van zorgverzekeraars. Mensen die geen medische hulp nodig hebben, maar wel ondersteuning aan huis, kunnen nu gebruik maken van de Wet Maatschappelijke Ondersteuning 2015. Deze wordt aangeboden door de gemeente en bestaat uit diensten als huishoudelijke hulp, dagbesteding, beschermd wonen, begeleiding en ondersteuning voor mantelzorgers (Ministerie van VWS, 2015 (2)). Daarnaast zijn gemeenten nu ook verantwoordelijk voor alle jeugdhulp, de uitvoering van kinderbeschermingsmaatregelen en de jeugdreclassering (Vilans, 2014). Ten slotte is er nog de Participatiewet, bedoelt voor mensen met een arbeidsbeperking. Vanaf 1 januari 2015 vallen alle mensen met een arbeidsbeperking onder deze regeling, waarvan de gemeente de centrale uitvoerder wordt (Vilans, 2014). Hierdoor

komen er meer werkplekken voor mensen met een arbeidsbeperking in de reguliere arbeidsmarkt. De overheveling van AWBZ-taken naar de vier genoemde wetten (de participatiewet was nieuw en daarmee niet van toepassing bij overheveling uit AWBZ) heeft voor naar schatting 800.000 mensen veranderingen teweeg gebracht (Zorgwijzer, 2014). Figuur 2.1 brengt deze veranderingen in beeld. Hierin is te zien hoeveel mensen er sinds 1 januari 2015 onder een wet vallen en welke partij er verantwoordelijk is voor de uitvoering van deze wet.

Bij drie van de vijf genoemde wetten ligt de uitvoering in handen van de gemeenten. Zij moeten hun inwoners ondersteuning op maat beiden, terwijl de zorg via de zorgverzekering loopt. Het startpunt is echter de burger zelf met zijn sociale netwerk (Kennisplein Chronische Zorg, 2015). Vilans (2014) heeft een infographic gemaakt die overzichtelijk weergeeft hoe de geldstromen vanuit de burger en zijn sociale netwerk via de zorg aanbiedende partijen richting de hulpbehoevende burgers gaat. Deze infographic is in bijlage 1 opgenomen.

Figuur 2.1: Overheveling van 800.000 AWBZ-taken naar nieuwe en bestaande wetten



Bron: Zorgwijzer, 2014

Voor dit onderzoek is vooral de Wmo 2015 van belang. Gemeenten zijn hierdoor verantwoordelijk voor de ondersteuning van hulpbehoevenden, zodat zij zo lang mogelijk thuis kunnen blijven wonen. Om kosten te drukken kunnen zij mensen om een eigen bijdrage vragen (Vilans, 2014). Bovendien is het uitgangspunt dat het grootste deel van de zorgtaken door het sociale netwerk van de hulpbehoevende wordt opgepakt. Een sociaal netwerk is een verzamelnaam voor een netwerk van betekenisvolle figuren dat functioneert als ondersteuningsbron voor het eigen welzijn en welbehagen en dat van de personen in het netwerk (FOV, 2016). In de infographic uit bijlage 1 (Vilans, 2014) bestaat het sociale netwerk van de burger uit familie, vrienden, buren, vrijwilligers, mantelzorgers en verenigingen. Dit onderzoek is erop gericht een doelgericht sociaal netwerk te creëren rondom hulpbehoevenden. Wat betreft de vorming van netwerken kan veel geleerd worden uit natuurlijke patronen. Meer daarover in de volgende paragraaf.

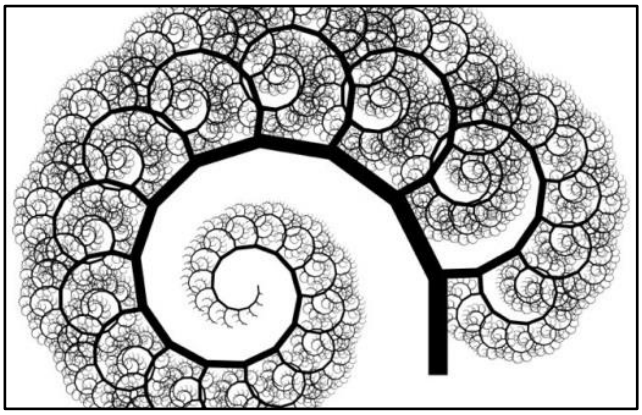
2.3 Natuurlijke patronen als voorbeeld voor sociale netwerken

In de inleiding (pagina 8) kwam al naar voren dat het bedrag dat gemeenten in 2015 aan thuiszorgorganisaties boden onder de kostprijs lag, waardoor sinds de invoering van de Wmo 2015 verschillende thuiszorgorganisaties failliet gingen. Dat kostenbesparingen niet altijd goed uitpakken wordt beaamd door Gunter Pauli, auteur van het boek The Blue Economy. Pauli (2013) geeft aan dat de gemeenschap het loodje legt als de focus op kostenbesparing ligt. Gemeenschappen zijn volgens

hem niet ontworpen om tegen de laagst mogelijke kosten te functioneren. Hij geeft aan dat er juist waarde moet worden toegevoegd aan wat lokaal al aanwezig is. Zo ontstaat volgens hem een hele nieuwe dynamiek. Een belangrijk onderdeel van zijn blauwe economie is het toepassen van innovaties die gebaseerd zijn op de natuur. Als voorbeeld haalt Pauli aan dat vrijwel alle natuurlijke systemen geen batterijen, accu's, fossiele brandstoffen, kerncentrales of windturbines nodig hebben om energie op te wekken (The Economist, 2012). Met andere woorden, door te leren van de natuur kan de mens efficiënter te werk gaan.

Pauli staat niet alleen in zijn opvattingen. Zo is er een wetenschap die zich bezig houdt met het kopiëren van natuurlijke patronen om het leven van de mens te verbeteren: de biomimicry. Plakband geïnspireerd door gekko's, energie-efficiënte gebouwen gebaseerd op termietenheuvels en antibacteriële oppervlaktes geïnspireerd door rood zeewier zijn hier voorbeelden van (Biomimicry NL, 2015). De toepassing van natuurlijke patronen komt in de meest uiteenlopende vakgebieden voor. Kenmerkend aan veel natuurlijke patronen zijn de geometrische figuren die zelfgelijkend zijn. Met andere woorden, ze kunnen opsplitsen in stukken die gelijkvormig zijn aan het origineel (figuur 2.2). Een dergelijk patroon wordt een fractal genoemd (Fractalen.net, 2015).

Figuur 2.2: Fractal



Bron: Fractalenlightment.com, 2016

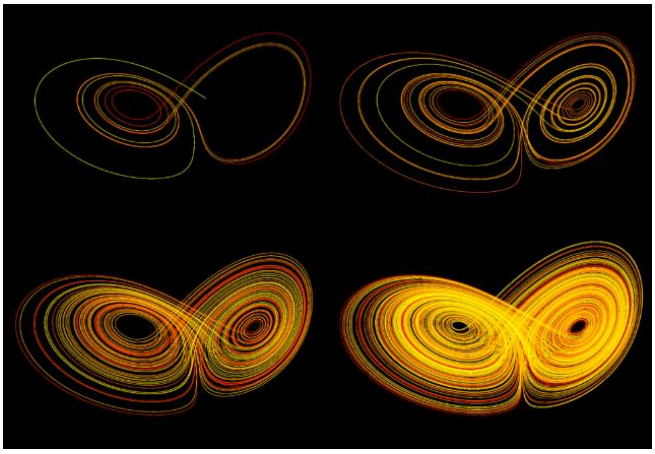
Tekenend voor deze natuurlijke patronen is de oneindige actie-reactie verhouding. Of het nu gaat om een waterkringloop of voedselketen, alles en iedereen is met elkaar verbonden en verzorgt elkaar (Biodiversiteit NL, 2015). Een poging deze complexe structuren te modelleren leidt slechts tot een versimpeling van de werkelijkheid en is in sommige gevallen zelfs in strijd met de werkelijkheid (PMB Amsterdam, 2010).

Een voorbeeld hiervan is de aanname van Newton dat een niet stabiel systeem (entropie) altijd op zoek gaat naar een punt van evenwicht. In 1961 ontdekte meteoroloog Edward Norton Lorenz dat een toepassing van dit model met als input een afwijking van één promille ten opzichte van een eerder gemeten waarde, al kon leiden tot de exact omgekeerde conclusie. Het tegenovergestelde van wat Newton beweerde! Dit fenomeen wordt gezien als de geboorte van de chaostheorie. Een veel aangehaalde uitspraak om deze theorie te verduidelijken is: "Een vleugelslag van een vlinder in Brazilië, kan leiden tot een orkaan in Texas" (Keulemans, 2004).

Hierop volgend ontwikkelde Lorenz een theorie die stelt dat twee afzonderlijke elementen met een verschillend vertrekpunt toch een identiek patroon kunnen creëren. Het lijkt alsof ze aangetrokken worden door eenzelfde attractor (de Lorenz attractor, figuur 2.3).

De focus ligt op de onderliggende aantrekkingsbron die voor beweging zorgt, waarbij er altijd sprake is van een positieve en een negatieve aantrekkingskracht (Chaos Math, 2015). Een element beweegt zich altijd vooruit in de tijd over het model, in lijn met de energie van haar omgeving. Op het moment dat dit element de startpositie weer passeert, ontstaat de optie om zich te wagen op het aangrenzende vlak. Dat vlak is veelal in de historie al eens bewandeld. De complexiteit van het systeem hangt af van de minimale afwijking of gradenhoek ten opzichte van de startpositie en kent dus twee tegenstrijdige vlakken waar in tijd over bewogen wordt. Telkens bij het passeren van het beginpunt, ontstaat de mogelijkheid om het andere vlak te verkennen. Dit wordt het *momentum* genoemd (Chaos Math, 2015). Het maakt overigens niet uit hoe groot het systeem is waar het bewegende element onderdeel van uitmaakt. Er is altijd sprake van een kleinste element dat in beweging is. Dit kleinste element, de fractal, wordt gevolgd door soortgenoten die een vergelijkbare richting zullen inzetten.

Figuur 2.3: Lorenz attractor



Bron: Chaos-math, 2015

Tot zover de theorie over De Blauwe Economie, biomimicry, fractals, de chaostheorie, de Lorenz attractor en het momentum. Wat hebben zij concreet te maken met de veranderingen in de thuishulp? Uit de biomimicry wordt duidelijk dat een opeenstapeling van soortgelijke zelf opererende elementen leidt tot fractals. Dit zijn natuurlijke patronen die erg efficiënt functioneren. De chaostheorie zorgt voor een bewustzijn dat alle elementen zich door tijd en ruimte bewegen en worden aangetrokken door attractors. Op het momentum kan een element door de aantrekkingskracht van zo’n attractor van richting veranderen en daardoor een volledig andere koers gaan varen.

Dit kan als volgt worden vertaald naar de huidige situatie in de thuishulp. Met de verandering van de regelgeving doet zich weer een momentum voor om processen anders aan te pakken (op het andere vlak te begeven). Hulpbehoevenden moeten het nu meer hebben van familie, vrienden, buren en vrijwilligers. Al deze personen kunnen worden gezien als gelijke elementen. Door deze losse elementen op een efficiënte manier met elkaar te verbinden, ontstaat een sociaal netwerk dat de zorgtaken voor de hulpbehoevende op een goede manier kan organiseren geredeneerd vanuit het kleinst mogelijk element zelf. Dit netwerk is overigens niet alleen voor hulpbehoevenden van belang maar ook voor de deelnemers zelf. En wat de benodigde technologie betreft ook deze kan voor andere toepassingen worden ingezet. De volgende paragraaf gaat hier verder op in.

2.4. Andere mogelijkheden online platform

Tot nu toe is in dit theoretisch kader telkens geredeneerd vanuit de gedachte dat een online platform nodig is om voor een vergroting van het sociale netwerk van mensen die fysiek niet in staat zijn hun eigen huishouden te verzorgen. Een doelgericht sociaal netwerk kan daarnaast ook uitkomst bieden aan mensen die in een moeilijke (financiële) situatie zitten en daar niet op eigen kracht uit komen. Arme mensen gedragen zich namelijk vaak op een manier waardoor ze hun armoede versterken (Shah et al., 2012). Dit nieuwe wetenschappelijke inzicht is ontwikkeld door Princeton-psycholoog Eldar Shafir en Harvard-econoom Sendhil Mullainathan. Samen publiceerden zijn het boek schaarste (2013), dat gaat over hoe gebrek aan tijd en geld het menselijk gedrag bepalen. Zij spreken in dit boek over de *psychologie van de schaarste* (Bregman, 2013).

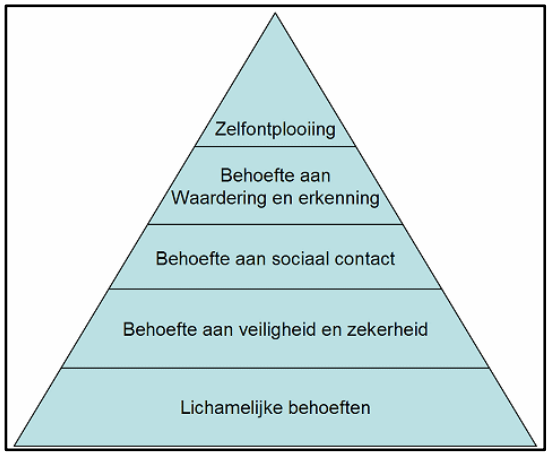
Alle soorten gebrek (tijd, geld, vrienden, calorieën) zorgen voor een bepaald soort schaarste mentaliteit. Het zorgt ervoor dat je aandacht te veel uitgaat naar de korte termijn, wat ten koste gaat van je langetermijnperspectief en echt belangrijke zaken. Schaarste creëert een manier van denken en naar problemen kijken, waardoor ook andere beslissingen worden genomen (Shah et al., 2012). Er zijn de afgelopen jaren meerdere onderzoeken gedaan om deze theorie te bewijzen. Volgens Shafir zijn dit allemaal relatief simpele onderzoeken die ook enkele decennia geleden al uitgevoerd konden worden. De toevoeging die Mullainathan en hij deden was het samenvoegen van de vakgebieden economie (schaarste) en psychologie (cognitieve beperkingen). Mani et al. (2013) deden onderzoek in een Indische regio waar relatief veel suikerrietboeren leven. Deze boeren krijgen een groot deel van hun jaarlijkse inkomen vlak na de oogsttijd in één keer binnen. Hierdoor zijn de boeren een deel van het jaar relatief rijk, namelijk vlak na oogsttijd. Dat geld raakt daarna op en vlak voor de nieuwe oogsttijd zijn de boeren juist relatief arm. De cognitieve score van de boeren bleek een stuk hoger te liggen als ze relatief rijk waren. Door te leven in armoede verlies je zo'n 13 IQ-punten (Bregman, 2013). Dat staat gelijk aan een nacht zonder slaap of een alcoholverslaving.

Overigens blijkt dat mensen die in schaarste leven uitzonderlijk goed functioneren als ze over hun eigen zorgen nadenken (Scientias, 2013). Wanneer ze daarentegen over andere zaken moeten gaan denken komen ze in de problemen. Shafir en Mullainathan spreken in dat geval ook wel over bandbreedte. Een persoon heeft per dag een beperkte hoeveelheid tijd voor werk, huishoudelijke taken, sport, et cetera. Schaarste leidt tot een kleinere bandbreedte en daarmee tot onverstandige beslissingen (Bregman, 2013). Het is te vergelijken met het ergens anders zijn met je gedachten. Als je constant bezig bent om te overleven met een laag budget, gaat dat ten koste van andere zaken. Hierdoor komen ze in een vicieuze cirkel terecht waardoor ze in schaarste blijven leven en zelfs nog meer bandbreedte kunnen verliezen. Door mensen taken deels uit handen te nemen ontlast je hun bandbreedte en zullen zijn verstandigere keuzes maken. Volgens Shafir en Mullainathan levert meer bandbreedte onder andere beter opgevoede kinderen, lagere zorgkosten en een hogere arbeidsproductiviteit op.

Het besproken online platform is niet alleen geschikt om een sociaal netwerk rondom hulpbehoevenden te creëren, maar ook om de beschikbare bandbreedte van mensen te vergroten door ze bepaalde taken uit te laten besteden. Om dit voor elkaar te krijgen moeten mensen bereid zijn om buurtbewoners te ontlasten. Voor deze inspanningen zullen zij een tegenprestatie verwachten. Ieder mens is gevoelig voor erkenning, waardering of beloning (Vrijwilligerswerk, 2016). Dit kan op verschillende manieren geuit worden. Erkennen geeft aan dat anderen het belang van geleverde inspanningen inzien. Waardering betekent dat de inspanningen op prijs worden gesteld. Beloning is een speciale vorm van waardering, namelijk in de vorm van een tastbare vergoeding (Movisie, 2004). Opvallend hierbij is dat uit verschillende onderzoeken blijkt dat erkenning en waardering belangrijker worden gevonden dan een materiële beloning. Een onderzoek van Over Duurzame Inzetbaarheid (2016) toont aan dat de behoefte om erkend en gewaardeerd te worden de meest fundamentele behoefte is die we als mens hebben.

De Amerikaanse psycholoog Maslow ontwikkelde een pyramide bestaande uit vijf lagen om de behoeften van de mens weer te geven (figuur 2.4). Als mensen fysiek in orde zijn en hun veiligheid is gegarandeerd, is hun volgende behoefte om sociale contacten op te bouwen en erkenning en waardering van anderen te verdienen (McLeod, 2014). Ook op de werkvloer komen deze uitkomsten uit verschillende onderzoeken naar voren. Uit navraag van StepStone (2012) onder ruim 21.000 werknemers in zeven Europese landen bleek dat waardering voor je werk voor werknemers doorgaans belangrijker is dan het salaris. Drie op de tien respondenten gaf zelfs aan op zoek te zijn naar een nieuwe baan vanwege een gebrek aan waardering van de werkgever. Nederlandse werknemers voelen zich met name gewaardeerd als de leidinggevende luistert naar hun mening (56%) of wanneer deze hen complimenten geeft over het eigen werk (54%). Een promotie (10%) of een bonus (13,4%) dragen het minste bij aan het waarderingsgevoel (Werken 2.0, 2016). Als een medewerker zich gewaardeerd voelt levert dit ook de werkgever voordelen op. Vooral wat betreft innovatie binnen bedrijven blijkt de waardering voor werknemers een belangrijke rol speelt. Google is meerdere keren uitgeroepen tot een van de beste werkgevers ter wereld. Hoofd personeelszaken Laszlo Bock (2015) geeft aan dat een goede omgang met werknemers kan leiden tot spectaculaire resultaten. Het is belangrijk dat werknemers hun werk als stimulerend en motiverend ervaren. Door werknemers goed te behandelen wordt een veilige en vertrouwde werkomgeving gecreëerd, waar een grotere tolerantie heerst rondom het mislukken van projecten (SVDJ, 2015). Met name wanneer ieders unieke talenten worden gewaardeerd komen de creatieve individuen het best tot hun recht, met innovatie als gevolg (Tiggelaar, 2014).

Figuur 2.4: Pyramide van Maslow



Bron: McLeod, 2014

2.5 Slot

Sinds de invoering van de Wmo 2015 zijn verschillende (grote) thuiszorgorganisaties failliet gegaan door bezuinigingen. Tegelijkertijd zijn hulpbehoevende burgers afhankelijker geworden van hun sociale netwerk voor huishoudelijke hulp. Het focussen op kostenbesparing kan funest zijn voor gemeenschappen. Belangrijk is om juist waarde toe te voegen aan wat lokaal al aanwezig is.

Een mogelijkheid om te besparen op thuishulp is door in te zetten op een goede organisatiestructuur voor sociale netwerken op wijkniveau. Zo'n netwerk kan een deel van de thuishulp van professionele organisaties overnemen. Voor het opzetten van zo'n netwerk kan veel geleerd worden uit de natuur. Natuurlijk patronen zijn een schoolvoorbeeld van hoe gelijksoortige elementen samen een efficiënt systeem vormen. Als er een goede organisatiestructuur staat voor sociale netwerken op wijkniveau is dat niet alleen van belang voor mensen met een fysieke beperking.

Ook andere mensen die last hebben van een bepaald soort schaarste hebben hier profijt van. Hierbij is zaak om de burgers die zich inspannen op de juiste wijze te erkennen en te waarderen. Als hier een juiste formule voor wordt gevonden is die niet alleen bruikbaar op buurtniveau. Ook voor het functioneren van organisaties is het van belang dat medewerkers op de juiste wijze erkend en gewaardeerd worden. Dit levert over het algemeen niet alleen meer tevredenheid onder medewerkers, maar ook betere resultaten op.

3. Methodologie

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beargumenteert de keuzes die tijdens dit onderzoek zijn gemaakt. In paragraaf 3.2 is uitgewerkt waarom er als onderzoeksmethode voor een case study is gekozen. Paragraaf 3.3 bespreekt de betrouwbaarheid en validiteit. Paragraaf 3.4 verduidelijkt op welke wijze er is gewerkt aan de case van dit onderzoek.

3.2 Onderzoeksmethode

Dit onderzoek probeert een efficiënte manier van organiseren voor thuishulp op wijkniveau uit te werken. Hierbij is gebruik gemaakt van nieuwe technologieën. Volgens een traditionele technologiebeoordeling wordt de innovatie eerst wetenschappelijk onderzocht, daarna wordt de wenselijkheid ervan besproken, vervolgens komt de politiek met regulering en pas daarna komt de innovatie op de markt (Franken, 2016). Bij online platforms is deze volgorde omgedraaid. Bedrijven lanceren een platform en pas daarna wordt de wenselijkheid ervan besproken en eventueel wetenschappelijk onderzoek gedaan. In dit onderzoek is wel de traditionele technologiebeoordeling aangehouden. De wenselijkheid van het platform en de wetenschappelijke onderbouwing, vonden plaats voordat aan de bouw van het platform werd begonnen.

Bij dit onderzoek is er in eerste instantie voor gekozen om het online platform op slechts één onderdeel van de thuishulp te richten, namelijk het was- en droogproces. Indien de case succesvol verloopt kan het platform met enkele toepassingen ook voor andere onderdelen van de thuishulp geschikt worden gemaakt. Een intensieve studie van één geval wordt een case study genoemd (Gerring, 2004, p. 341). Hierbij kan een case study als controle dienen voor een bepaald concept (Hay, 2010). In een latere fase van het onderzoek is besloten nog enkele kleine cases toe te voegen, om aan te tonen dat de app tal van toepassingen te bieden heeft. In paragraaf 5.4 zijn cases uitgewerkt voor een werkbedrijf, personal training en een netwerkborrel.

3.3 Betrouwbaarheid en validiteit

Hart et al. (2009, p. 148) stellen dat er bij ieder onderzoek sprake moet zijn van betrouwbaarheid en validiteit. Betrouwbaarheid houdt in dat de waarneming geen toevalstreffer is. Validiteit betekent dat de waarneming de werkelijkheid dekt. Bij aanvang van dit onderzoek hebben de auteurs een account aangemaakt op de online project management tool Basecamp. Door middel van het aanmaken van to-do's werd hierop een onderlinge taakverdeling gemaakt. Alle informatie die van belang was bij een bepaalde to-do, werd onder deze to-do geüpload Zo ontstond een archief waarin alle gemaakte stappen en keuzes eenvoudig en chronologisch terug te vinden zijn. Doordat elke stap in het proces werd genoteerd en door beide auteurs is gecontroleerd, is het aannemelijk dat hier geen toevallige fouten bij zijn gemaakt. Met een aanzienlijk deel van de mensen die hebben bijgedragen aan dit onderzoek is op professionele basis gesproken. Voorbeelden hiervan zijn

contactmomenten met psychologen, game designers, programmeurs, wasexperts en ontwerpers. De overige deelnemers aan het onderzoek zijn mensen die aan de pilot meegewerkt hebben, door via de gemaakte software het wasgoed van een ander te verzorgen. De onderzoekers konden hierbij online waarnemen of de pilot op de juiste wijze verliep en zo de validiteit van het onderzoek waarborgen.

3.4 De case

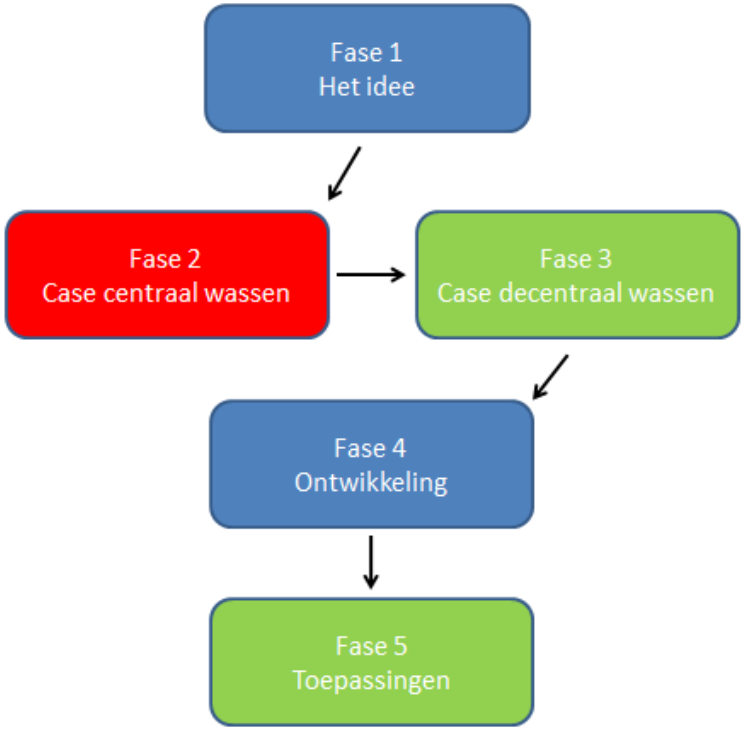
De in dit onderzoek gemaakte stappen zijn dankzij Basecamp chronologisch gedocumenteerd. Alle stappen zijn tijdens het onderzoek uitgewerkt in een steeds uitgebreider wordende tekst, die als resultatenhoofdstuk zou gaan dienen. Dit werd echter een vrij droge tekst. Bovendien bleek het hanteren van academisch taalgebruik de leesbaarheid in dit hoofdstuk niet ten goede te komen. Daarom is besloten om dit hoofdstuk in de wij-vorm te schrijven en te ondersteunen met visueel materiaal, hoewel het eerstgenoemde niet gebruikelijk is bij een masterthesis. Het volgende hoofdstuk zal in vijftien pagina's het proces van begin tot einde omschrijven. Op de rechterhelft van iedere pagina staan afbeeldingen en kaderteksten. Deze zijn ten eerste bedoeld om de tekst op de linkerhelft van de pagina te verduidelijken en de leesbaarheid van het geheel te vergroten. Daarnaast geeft het lezers de mogelijkheid om de belangrijkste ontwikkelingen binnen het onderzoek in korte tijd door te nemen.

4. Casestudy

4.1 Inleiding

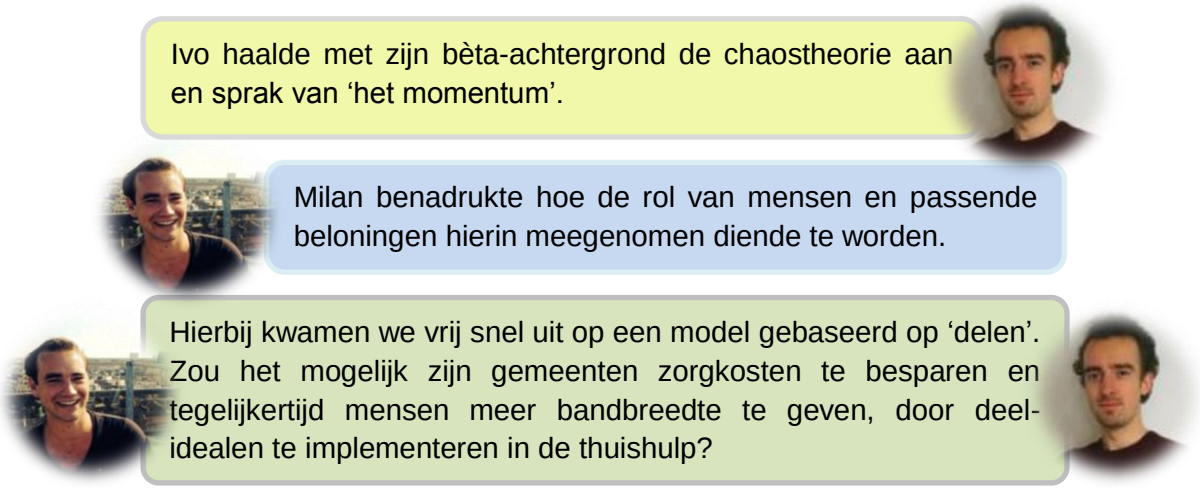
In dit hoofdstuk wordt stapsgewijs besproken hoe de app, het eindproduct dat aan dit onderzoek is gekoppeld, tot stand kwam. In het proces onderscheiden we vijf fasen, die ook zijn aangehouden bij de indeling van dit hoofdstuk (figuur 4.1). Blauw staat voor vorming, rood voor tegenslag en groen voor een doorbraak.

Figuur 4.1: Onderzoeksproces verdeeld in 5 fasen

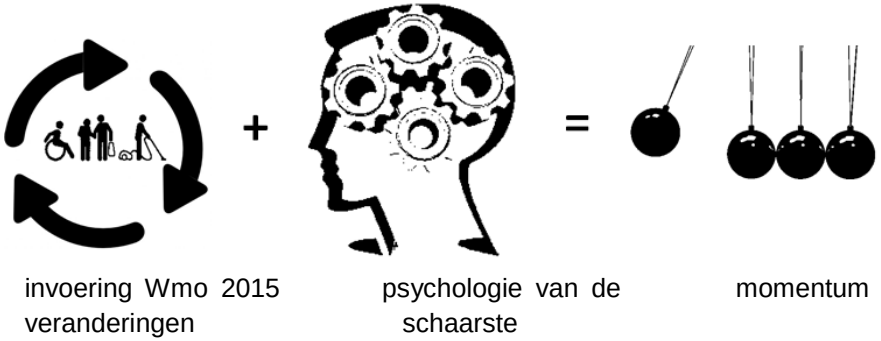


4.2 Het idee

We raakten in februari aan de praat over de psychologie van de schaarste en het feit dat Nederlandse gemeenten er destijds extra zorgtaken bij hadden gekregen vanwege de Wmo 2015. Een belangrijk onderdeel van deze veranderingen in de zorg is dat het sociale netwerk van hulpbehoevenden een grotere rol moest gaan spelen. Wij dachten dat dit wel eens het juiste moment kon zijn om fundamentele veranderingen door te voeren in de thuishulp (figuur 4.2).



Figuur 4.2: Aanleiding momentum



De week daarna spraken we op een doordeweekse avond af in een Utrechts café. We noteerden waarom het goed is voor de samenleving als mensen huishoudelijke taken uit besteden en legden daarmee de basis van deze thesis (figuur 4.3).

Wassen als case study

Om het behapbaar te houden leek het ons verstandig de focus te leggen op één onderdeel van de thuishulp en hier een casestudy van te maken. Het onderdeel van de huishoudelijke zorg waar wij allebei meteen aan dachten is het wassen van kleding.

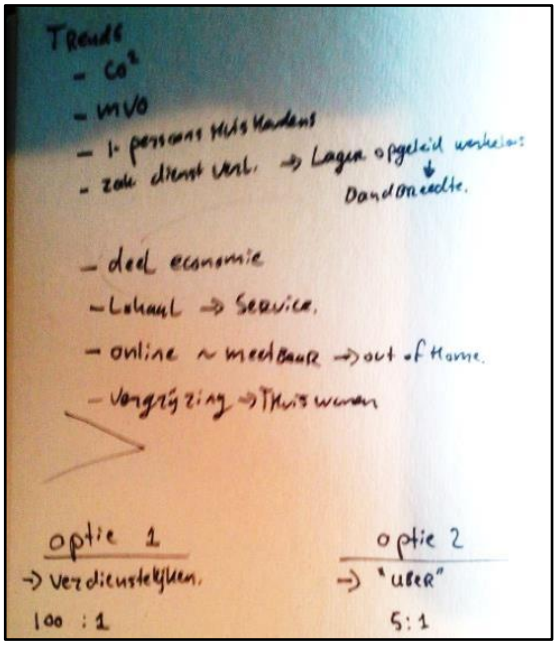
- Het is niet efficiënt dat vrijwel elk huishouden was-apparatuur heeft staan. De kostbare apparaten, worden maar een beperkt deel van de tijd (niet altijd naar volledige capaciteit) gebruikt, nemen veel ruimte in beslag en zowel de productie, het gebruik als de afbraak ervan zijn belastend voor het milieu.
- Bovendien is wassen en drogen een tijdsintensiefproces en wordt het maar beperkt ingevuld door zorginstellingen. Dit beperkt de kans op eventuele weerstand vanuit zorginstellingen.

Voor het uitbesteden van wasgoed waren er in onze ogen twee opties (figuur 4.3).

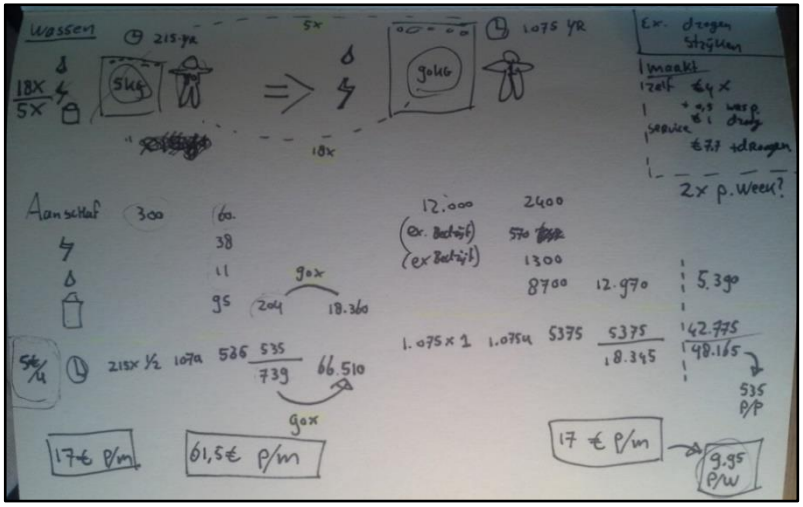
- Optie 1: Een model waarbij collectief samengewerkt wordt met een organisatie (bijvoorbeeld een zorginstelling).
- Optie 2: Tal van kleine netwerkjes op zetten, waarbij mensen wassen voor hun buurtbewoners in ruil voor een beloning. De ‘Ubermanier’ zoals wij het die avond noemden.

De eerste optie leek praktisch het meest haalbaar. Er moest een organisatie worden gevonden met de apparatuur, kennis en klanten al in huis. Onze aanvulling zou een nieuwe methode van organiseren zijn. Met behulp van kengetallen toonde een snelle berekening ons dat het centraliseren van wassen en drogen voor 200 mensen, op jaarbasis al een besparing van circa 60% in kosten en ongeveer 80% in arbeidsuren oplevert (figuur 4.4). Dit bood voldoende perspectief om allebei tijd te investeren in het verder uitwerken van de techniek en een degelijke haalbaarheids- en concurrentieanalyse.

Figuur 4.3: De basis van deze thesis



Figuur 4.4: Sigarendoos berekening



4.3 Casestudy centraal wassen

Nieuw concept wasindustrie

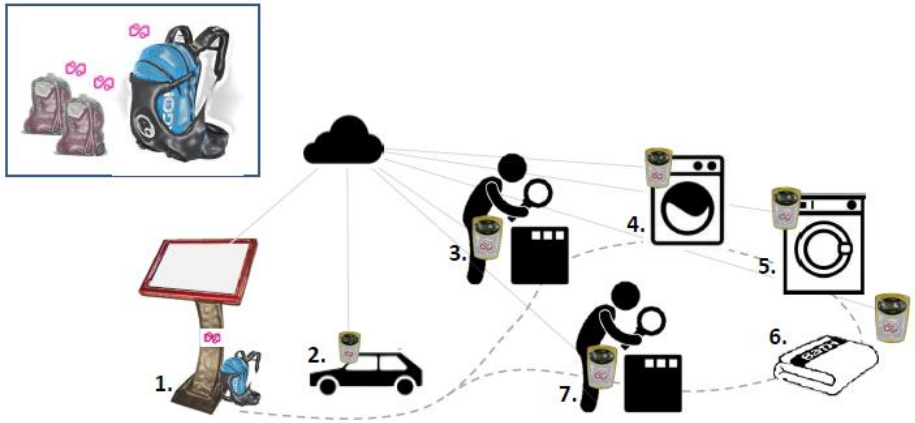
In de wasindustrie worden doorgaans twee methoden gebruikt om wasgoed gesorteerd te houden: kleding wordt per klant gelabeld of per wasbeurt wordt de kleding van één klant gewassen. Die eerste manier kost veel tijd en bij de tweede manier wordt de machine niet naar volle capaciteit ingezet. De kosten en logistieke rompslomp zorgen ervoor dat bestaande wasservices niet aantrekkelijk zijn voor het grote publiek. Door het toevoegen van technologie aan het wasproces bedachten wij een methode om zowel volle machines te laten draaien als te voorkomen dat kleding gelabeld moet worden (Figuur 4.5)

Op deze manier wordt er geen reeds bestaande bedrijfsprocessen worden uitgekleed. Het creëert een nog niet bestaande markt. Daarnaast ontlast het gebruikers van de service en geeft hen meer bandbreedte voor andere activiteiten. Daarmee is er sprake van een win-winsituatie voor alle partijen.

.

1. Klanten leveren op centrale wijkpunten (kantoor, crèche, buurthuis) een tas in met hun vieze was. In de tassen zijn chips verwerkt waarmee klanten hun was 'in kunnen checken' en volgen via een app (figuur 4.6).
2. Vervolgens maken medewerkers van de wasservice een rondje langs de ophaalpunten om alle wastassen op te halen.
   Per wastas wordt het wasgoed gesorteerd in waszakken die een unieke chip van die klant bevatten, zodat de kleding niet gelabeld hoeft te worden.
4. Doordat er meerdere zakjes in een was- en droogbeurt gaan,
5. worden de machines, het water en de elektriciteit optimaal benut.
6. Vervolgens wordt elke zakje schone was opengemaakt om het wasgoed te vouwen en eventueel te strijken.
7. Daarna gaat het schone wasgoed weer terug in de tas, die nog dezelfde dag naar het ophaalpunt kan worden gebracht.

Figuur 4.5: Procesflow concept wasservice



Figuur 4.6: App die procesflow begeleidt

Businesscase

Voor zowel particuliere als industriële wasmachines en -drogers waren aanschafprijs, waterverbruik en stroomverbruik relevant. Daarnaast moest worden uitgerkend wat het verschil is tussen de inkoop van kleine porties wasmiddel en grote hoeveelheden en het gemiddeld aantal uren dat een persoon per jaar aan wassen en drogen kwijt is. Met dank aan vergelijkingssites, websites over witgoed en enkele fora met actieve was liefhebbers maakten we een inschatting.

Uit deze berekening blijkt dat het centraliseren van wassen en drogen voor 200 mensen op jaarbasis een besparing van circa 60 procent in kosten en 85 procent is arbeidsuren oplevert. Tegenover de beoogde besparingen staan wel investeringskosten voor; Speciale wastassen, incheckpunten, een ophaaldienst en een app dienen ontworpen en geproduceerd te worden. Ook aan promotie hangen kosten. Om ons idee in de praktijk te kunnen brengen moesten we één of meerdere organisaties achter ons idee krijgen om dit te bekostigen.

Marktanalyse

Tijdens onze scan in februari hadden we geen soortgelijke bestaande concepten gevonden. Wel zijn er bedrijven die een andere wasservice aanbieden. In Utrecht (tabel 4.1) zijn meerdere wasserijen, maar waarvan er slechts één een haal- en bezorgservice heeft. Deze wasserij hanteert minimaal €4,50 bezorgkosten en de levertijd is een week. Elders in Nederland bleken er wel wasserijen te zijn die een snellere haal- en bezorgservice aanbieden (tabel 4.2). Zij vragen rond de €15,- per was- trommel. Verder zijn er in het hele land wel bedrijven en instellingen die thuishulp aanbieden. Zij hanteren doorgaans echter een prijs van minimaal €10,- per uur per persoon. Dat sterkte ons in de overtuiging dat wij met ons concept een goede service in combinatie met een relatief lage prijs konden bieden.

Tabel 4.1: Wasserijen Utrecht

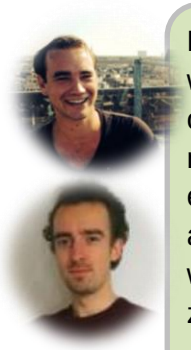
Naam	KG was/ Prijs	Kg drogen/ prijs	Strijkservice	Bezorgservice
Cyberwash	17kg/€ 11,20	15 kg/ €0,50 per 5 minuten	Nee	Ja
Kolman	13 kg/ €9,-	Wassen, drogen & vouwen €9,20 per trommel	Ja	Nee
Zuiver Was	11 kg/ €7,-	13 kg/ €0,50 per 5 minuten	Nee	Nee
City Cleaning	Wisselende stukprijs	Wisselende stukprijs	Ja	Nee

Tabel 4.2: Landelijke wasserijen met snelle bezorgservice

Naam	Regio	Prijs per wastrommel
Freshold	Amsterdam	€15,-
MeWash	Zuid-Holland	€15,-
Cleanlease	Nijmegen	Onbekend (pilotfase)

Gesprek op de universiteit

Op dat moment, halverwege april, meenden we voldoende materiaal te hebben om aan te tonen dat we een interessante case hadden voor een afstudeerproject.

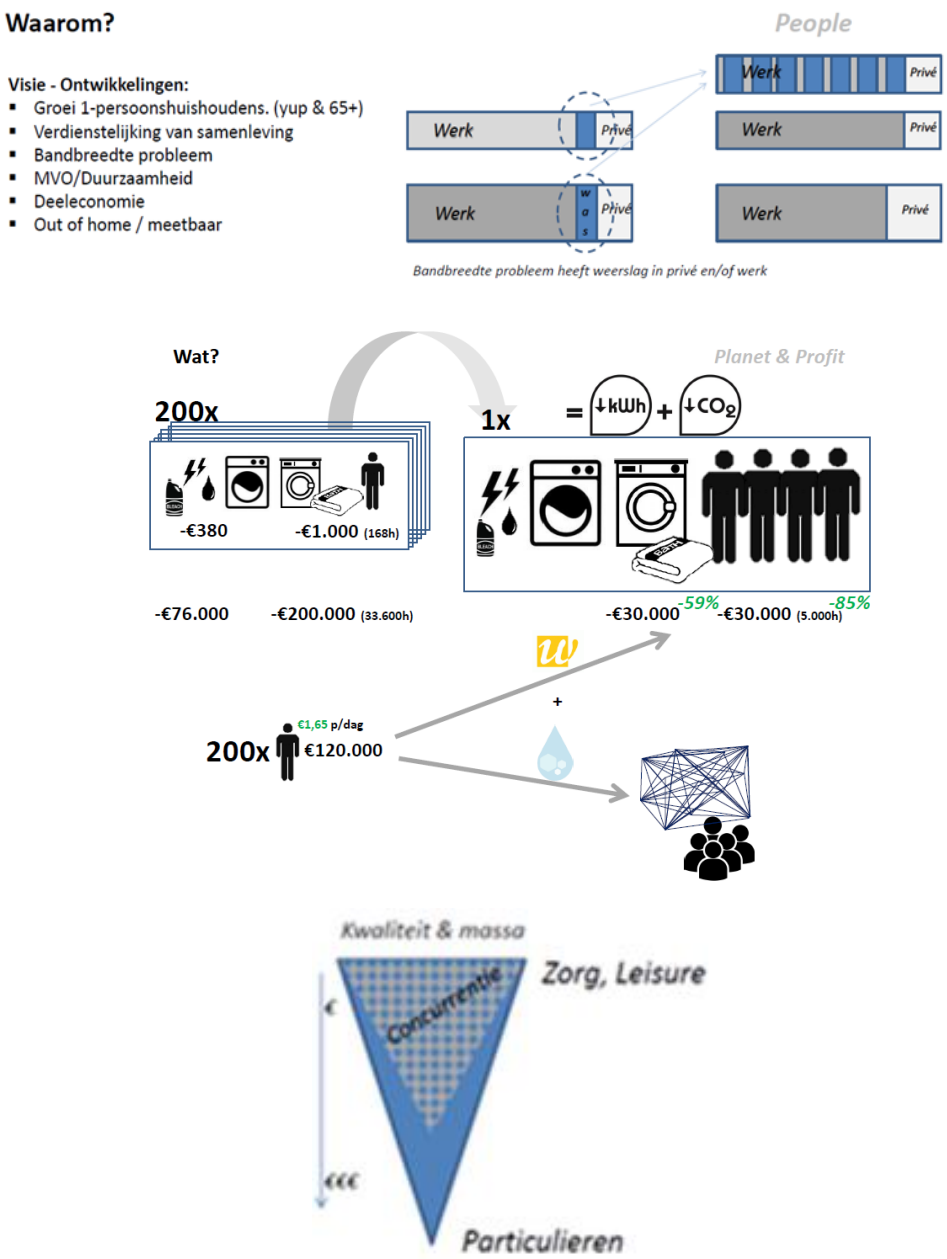


De punten die we op dat moment op papier hadden staan werkten we uit in een aanleiding en een theoretisch kader. Dit stuurden we op naar onze cursuscoördinator Ton van Rietbergen en we maakten een afspraak om bij hem langs te gaan. Aan de hand van een korte presentatie (figuur 4.7), die tevens als test diende alvorens we andere partijen zouden benaderen, legden we hem uit wat de aanleiding was voor ons onderzoek, welke oplossing wij zagen en hoe wij dit dachten te realiseren.

Mastercoördinator Ton van Rietbergen reageerde positief en gaf ons toestemming hiermee aan de slag te gaan. Wel stelde hij een enkele eisen: we moesten een ruimtelijke component toevoegen, alle stappen van ons project nauwkeurig documenteren en de theorie beter uitwerken, met daarbij een uitgebreide omschrijving van de regelgeving rondom de nieuwe Wmo 2015.

De ruimtelijke component was snel gevonden. Vies wasgoed van huishoudens moet via centrale ophaalpunten in de wijk naar de wasserij gaan en het schone wasgoed de omgekeerde weg. Met dank aan de online management tool Basecamp die we gebruikten, waren alle tot dat moment gemaakte stappen al gedocumenteerd en ook alle updates daarna zijn chronologisch terug te vinden. De uitwerking daarvan bent u momenteel aan het lezen. De periode na ons gesprek met Ton van Rietbergen zijn we dieper in de regelgeving gedoken rondom de Wmo 2015. De uitkomsten hiervan zijn uitgewerkt in paragraaf 2.2.

Figuur 4.7: Concept presentatie



Hulp van buitenaf

Omdat we zelf weinig kennis van de wasindustrie hadden, besloten we om ons idee aan een kenner voor te leggen. We benaderden het bedrijf Landuwasco uit Vlaardingen, dat apparaten aan de wasindustrie levert en daarbij vrijblijvend advies op locatie aanbiedt.

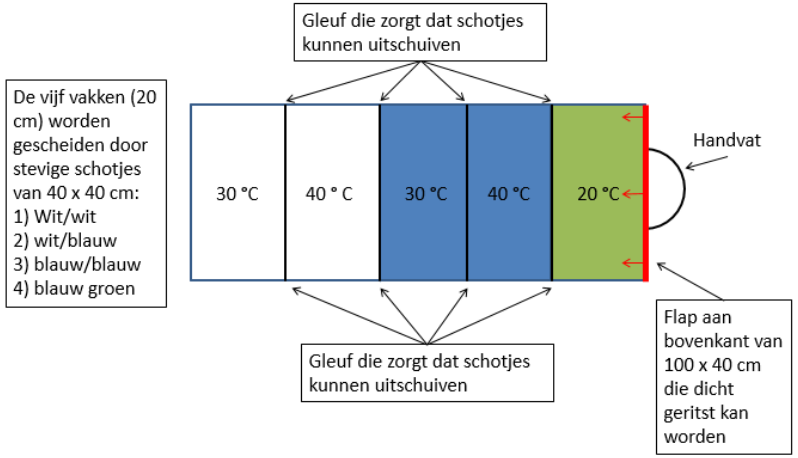
Zo kwamen we in contact met Ton Elings, een salesmedewerker die het hele land doorrijdt om (potentiële) klanten te bezoeken. Deze vriendelijke Brabander kwam graag een keer langs in Utrecht om met ons om de tafel te zitten. Nadat we hem duidelijk hadden gemaakt wat ons idee was, gaf hij ons een masterclass over de Nederlandse waswereld. Hierbij passeerde van alles de revue: aanbevelingen over de apparatuur en het aantal wasprogramma's (5) dat onze dienst nodig had, de laatste technische snufjes, namen van voor ons interessante bedrijven en een hoop mooie verhalen uit de praktijk. Het hoogtepunt was een hilarische anekdote over zakendoen met de 'volwassenmensen-massagesector'. Ton zijn boodschap voor ons was dat het belangrijkste in de Nederlandse waswereld is dat je een zo groot mogelijke productie draait. Dit vanwege de kleine winstmarges. Of zoals hij het zelf mooi zei: "Het belangrijkste is kilo's, kilo's, kilo's!" Na een uurtje gezellig ouwehoeren hadden we aanzienlijk meer inzicht in de wassector.

Een belangrijk onderdeel van de beoogde service was een stevige wastas. Deze moet als wasmand te gebruiken zijn, waarin klanten zelf hun was sorteren in verschillende vakken voor de vijf verschillende wasprogramma's en eenvoudig te vervoeren zijn. (Figuur 4.8).

Om hier een professionele schets van te laten maken schakelden we het Rotterdamse productontwerpbureau Tweetonig in. Daar werken een paar slimme jongens die heel visueel zijn ingesteld en het leuk vinden met de klant mee te denken. De jongens van Tweetonig stelden ons constant vragen waar wij zelf nog geen goed antwoord op hadden en dachten vervolgens met ons mee. Dit heeft ons nieuwe inzichten en ideeën opgeleverd. Van de wastas met verschillende vakken zijn we op hun advies snel afgestapt. Dit is teveel gedoe voor de klant en het sorteren moet worden uitbesteed aan de persoon die het wasgoed verzorgt. Ook mag het schone wasgoed eigenlijk niet in aanraking komen met de tas waar eerder vieze was in heeft gezeten. Vandaar het idee schoon wasgoed in karton te wikkelen en er eventueel een geurelement aan toe te voegen. De kosten hiervoor kunnen gedekt worden door reclame op het karton te drukken. Voor de handelingen die nodig zijn om de wastassen bij verzamelpunten op te halen en weer te bezorgen, zijn ruime en nette vervoersmiddelen en verzamelpunten nodig. Hierbij moet ook de duurzame kant van het uitbesteden van wasgoed benadrukt worden. Op basis van de sessie maakte Tweetonig een aantal schetsen (figuur 4.9)

TWEETONIG

Figuur4.8: Eigen ontwerp wastas



Figuur 4.9: De wastas op vier manieren geschetst door ontwerpbureau Tweetonig
Van linksboven met de klok mee: staand open, staand gesloten, als draagtas, verzamelpunt voor tassen bij ophaalpunt.

Zoektocht partner

Voor het op de markt brengen van ons concept startte onze zoektocht naar geïnteresseerde partijen hebben we in april, mei en juni drie organisaties gecontacteerd:

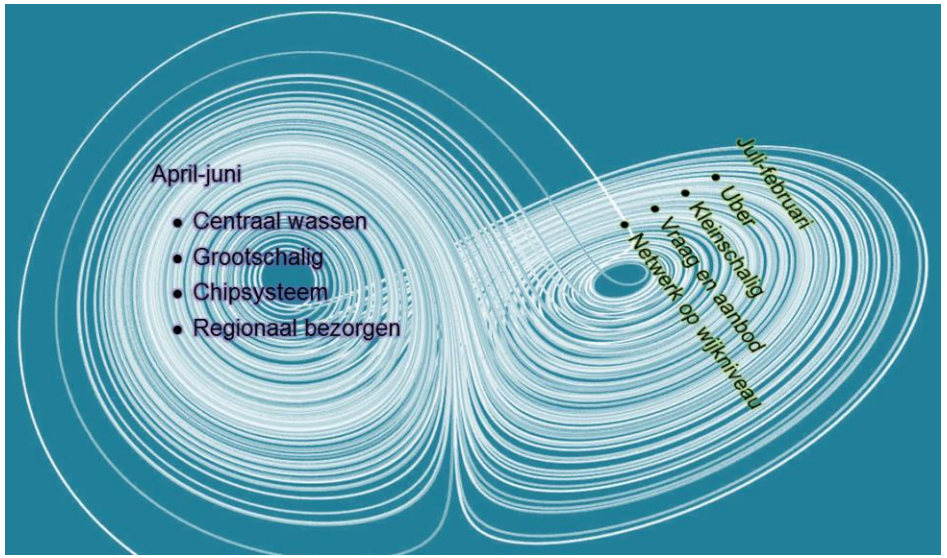
- Partij 1 helpt mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en heeft sinds begin 2015 een eigen wasafdeling. We hebben drie gesprekken gevoerd met de directie, die direct enthousiast was maar ook liet weten dat een dienst leveren aan individuele eindgebruikers te veel zorg zou vragen.
- Partij 2 is een Utrechtse zorginstelling met ruim duizend thuiswonende cliënten die een eigen wasafdeling heeft en naar eigen zeggen ook veel oog heeft voor innovatie. In de directie was een wisseling van de wacht gaande, waardoor ons verhaal spijtig genoeg geen doorgang vond.
- Partij 3 was een afdeling van de gemeente Utrecht. We waren getipt dat deze afdeling een eigen wasafdeling aan het oprichten was, vanwege de vele werkkleding die daar dagelijks gewassen moet worden. Helaas slaagden we er ondanks meerdere berichten en telefoontjes niet in om hier een leidinggevende te spreken te krijgen.

Ondanks deze domper stimuleerde het enthousiasme van partij 1 ons wel door te gaan met dit project. We onderzochten alternatieven: andere zorginstellingen, samenwerkingen met wasserijen en zelfs het uitwijken naar andere gemeenten kwam in beeld. Op 23 juni hadden we een afspraak met Ton van Rietbergen om de voortgang van het onderzoek te bespreken. Hij luisterde aandachtig naar ons verhaal en wierp vervolgens wat ballonnen op.

Denk aan eigen was-ervaringen binnen de familie, aanwezige sociale netwerken in wijken met bijhorende wetenschappelijke onderzoeken, duurzaamheidslabels aan woningen en de verwarring hieromheen.

Universiteit Utrecht

Figuur 4.10: Kantelpunt in proces



4.4 Decentraal wassen

Online platform

Tijdens dat bewuste moment op 23 juni waren we ongeveer drie maanden bezig met ons project. Het idee was uitgewerkt en het verdienmodel zag er positief uit. Een partner vinden om het plan mee te verwezenlijken lukte alleen niet. Terugkijkend op onze eerste aantekening concludeerden we die middag dat we mogelijk te vroeg een tunnelvisie hadden ontwikkeld. Vanaf de eerste dag wilden we graag met een grote organisatie samenwerken omdat we verwachtten hierdoor meer snelheid te kunnen maken en beter in staat zouden zijn voldoende massa te generen voor de beoogde investeringen. Hierdoor hadden we de 'Uber-manier' vanaf het begin links laten liggen. We besloten op dat moment van koers te wijzigen. Hierbij zaten we aan een wasservice op wijkniveau te denken, waarbij mensen voor een nader te bepalen beloning het wasgoed van buurtbewoners verzorgen. Hiervoor moest een online platform gecreëerd worden om vraag en aanbod bij elkaar te brengen, zoals Uber dat doet voor taxiritten en Airbnb voor overnachtingen. Groot voordeel hiervan is de sociale component die hier bij komt kijken.

Business case

Aan de voorkant waren geen grootschalige automatiseringstechnologieën meer nodig. Desondanks bleven er alsnog de nodige opstartkosten voor het platform over: servers en applicaties, een versimpelde versie van de oorspronkelijke tas zonder chiptechnologie en administratieve kosten. Een groot deel van de uitvoeringsverantwoordelijk kan worden overgedragen aan de personen die de was verzorgen. Daarom bestond er geen noodzaak meer om op zoek te gaan naar partners. Het uitkeren van vergoedingen via het platform aan de personen die de was willen verzorgen was nog wel een hoofdpijnpuntje, maar hier konden we goed leren van de obstakels waar Uber reeds tegen aan was gelopen en de aankomende wetswijzigingen hieromtrent.

Markt

Het feit dat we van koers wijzigden betekende niet dat we helemaal opnieuw moesten beginnen. Dankzij Basecamp hadden we alle informatie gearchiveerd die de drie maanden daarvoor was verzameld. We checkten de concurrentie die we enkele maanden eerder al geanalyseerd hadden (Tabel 4.1 en 4.2) en het bleek dat traditionele was-aanbieders nog steeds bij lange na niet aan onze kiloprijs konden komen. Ons concept was volledig anders dan het bestaande aanbod in de wasbranche, maar hierin zat ook een moeilijkheid verborgen. Behalve klanten moesten we ook op zoek naar was-dienstverleners.

Ontstaan Splaire Care

Voor het deelplatform dat we wilden creëren was een app van cruciaal belang. Het ontbreekt ons aan de technologische kennis om zelf een volledige app te bouwen. Daarom moesten we dit laten doen. De ontwikkelaars Yoeran Luteijn en Charlotte Hanekamp werden meteen enthousiast van ons verhaal en wilden graag helpen bij de ontwikkeling. We kozen de voorlopige naam 'Splaire Care' om het project een gezicht te geven.

Nu werd het zaak de communicatie betreffende de app met z'n vieren overzichtelijk te houden. Daarom besloten we naast Basecamp nog een tweede online tool te gaan gebruiken: het zakelijke communicatieplatform Slack. Dit programma is geschikt om zowel groeps- als privégesprekken te voeren en bestanden uit te wisselen. Voor het plannen van taken gebruikten we Asana software. Ondanks al die virtuele communicatiemogelijkheden leek een fysieke plek waar we samen konden werken aan de ontwikkeling van de app essentieel. Vlakbij station Utrecht Overvecht vonden we passende kantoorruimte Vanaf dat moment startte de bouw van de app, waarover meer in paragraaf 4.5.

Marktbenadering

Bij een online platform is het succes afhankelijk van twee kanten. Enerzijds heb je voldoende vraag nodig, anderzijds moeten er ook mensen zijn die de dienst aanbieden. Vrij snel durfden we te stellen dat er voldoende vraag was naar onze service. Behalve voor zorgbehoevenden lijkt de service ook voor yuppen interessant. Het was alleen zaak mensen enthousiast te krijgen om de aanbodzijde te verzorgen. Uit meerdere onderzoeken blijkt dat vrouwen tegenwoordig nog steeds meer tijd aan het huishouden besteden dan mannen (o.a. Blommaert 2011 & Verhoef, 2015). Ook de leeftijdscategorie 30+ en voldoende vrije tijd waren randvoorwaarden die we aan onze doelgroep toekenden. We tastten alleen in het duister hoe we deze doelgroep moesten prikkelen om buurtbewoners te helpen, welke beloning geschikt is en hoe het concept gepresenteerd moet worden. Na ons verdiept te hebben in de nog weinig concrete doelgroep neigden we naar een virtuele competitie of sociale online-omgeving, waar mensen kunnen samenkomen. Een gesprek met psycholoog Daniel de Vries bevestigde deze denkrichting.

De doelgroep waar jullie op doelen vergelijkt graag met haar omgeving, hecht om diverse redenen vaak minder aan het ontvangen van financiële vergoedingen en waardeert des te meer vergoedingen in natura.

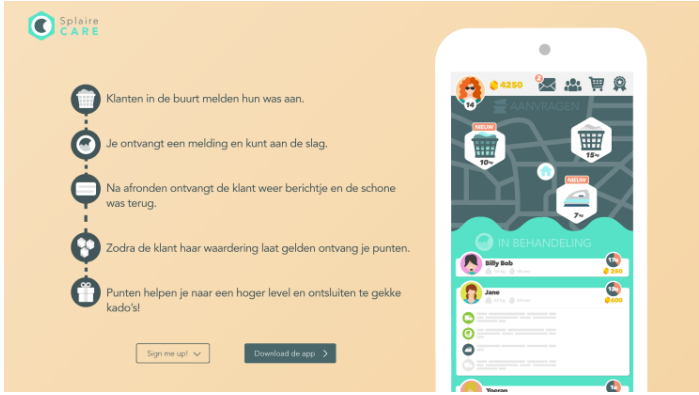
Gamification

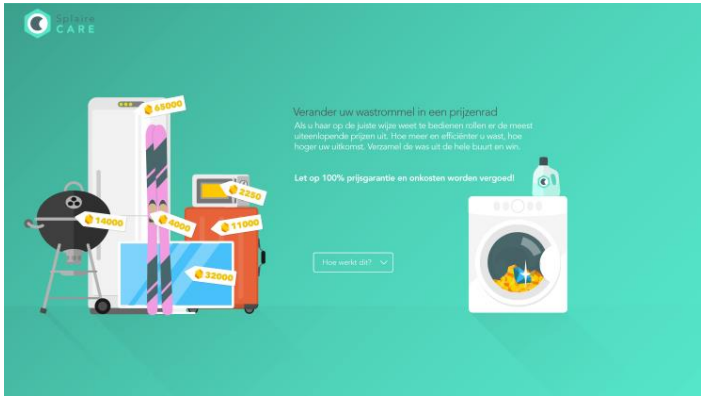
Intussen werd begonnen met een design voor de app. Een afspraak met grafische ontwerper Boaz Burkunk in Amsterdam bleek achteraf een hele waardevolle ontmoeting. Hier ontstond eenzelfde sfeer als eerder bij Tweetonig. Hij had veel nuttige feedback op ons verhaal. Boaz heeft een achtergrond in de game-industrie. Hij wist uit ervaring dat de doelgroep die we moesten hebben 25 tot 55 jarigen (merendeel vrouw) met voldoende vrije tijd betrof. Deze doelgroep is ook voor veel games erg interessant. Hierbij haalde hij het spel Candy Crush (figuur 4.15) aan, waarbij de speler constant wordt gestimuleerd door te gaan om hogere levels te halen. Hij raadde ons ook een dergelijke structuur aan, waarbij de gebruiker van de app niet alleen bij elke wasbeurt punten kan verdienen maar ook nieuwe levels ontsluit en badges kan verdienen. Naast deze nuttige tips leverde hij ons een aantal praatplaatjes waarmee we het concept beter konden uitleggen (figuur 4.16).

Figuur 4.15: Candycrush

Candy Crush heeft alles in zich om spelers aan zich te binden. Het spelletje maakt gebruik van felle kleuren, motiverende muziek en leuke geluidseffecten. Met zo'n 40 miljoen gebruikers op Facebook, lijkt Candy Crush weggelegd voor iedereen. Uit onderzoek blijkt echter dat vrouwen tussen de 25 en de 55 jaar het meest gebruik maken van de game (infonu.nl, 2014).

Figuur 4.16: Design Boaz





4.5 Ontwikkeling

Uitwerking nieuwe concept

Het online platform om vraag en aanbod op wijkniveau bij elkaar te brengen verpakten we in een game-applicatie. Een groot deel van het oorspronkelijke concept bleef intact. Buurtbewoners kunnen hun vieze was in de eerder besproken wastas inleveren bij het huis van de persoon die het wasgoed verzorgt. Deze persoon kan ook aanbieden het wasgoed op te halen en weer schoon af te leveren.

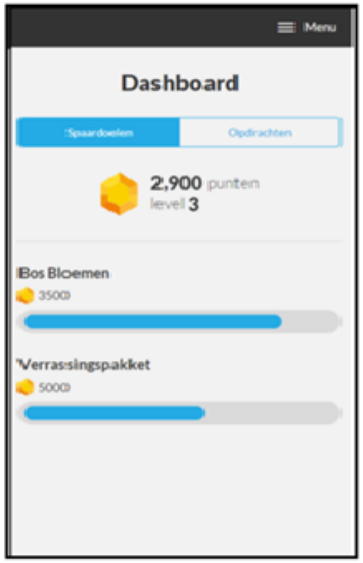
Als mensen op kleine schaal voor meerdere buurtbewoners gaan wassen kunnen de waszakjes ook met nummers of kleuren gelabeld worden. De app toont de beschikbaarheid, aangeboden service en reviews van de wasser. Zo kan de klant de juiste persoon vinden en wordt vervolgens online een afspraak gemaakt. Via de app kan zowel de wasser als de klant statusupdates geven om het proces efficiënt en geordend te laten verlopen.

Ten slotte is het van belang dat de klant een beoordeling geeft. Op die manier hoeven er geen kwaliteitscontroles plaats te vinden, maar prijst de wasser zichzelf in of uit de markt door de geleverde kwaliteit. Overigens kan ook gebruik worden gemaakt van een website, voor mensen die geen smartphone bezitten. Alle stappen die bij het wasproces van belang zijn en waar zowel de wasser als de klant zich aan moet houden, hebben we uitgewerkt in een reglement (bijlage 2).

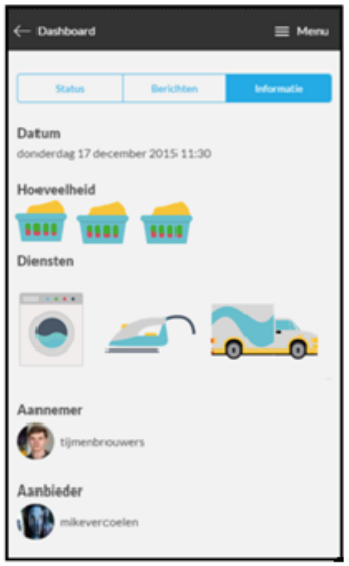
Backend app

Met dit beeld voor ogen konden we aan de ontwikkeling van de app beginnen. Een app bestaat uit twee gedeeltes: de backend en de frontend. De backend is de achterkant (codering) van de app en onzichtbaar voor de gebruiker. Voor het ontwerpen van een applicatie is het van belang dat de programmeur alle taken die via de applicatie moeten worden uitgevoerd volledig uitgeschreven aangereikt krijgt. Met de feedback en aanvullingen van Yoeran en Charlotte werd dit uiteindelijk een flinke waslijst (bijlage 3). Eind augustus werd gestart met de ontwikkeling van de backend. Dit zou circa vijf maanden in beslag nemen.

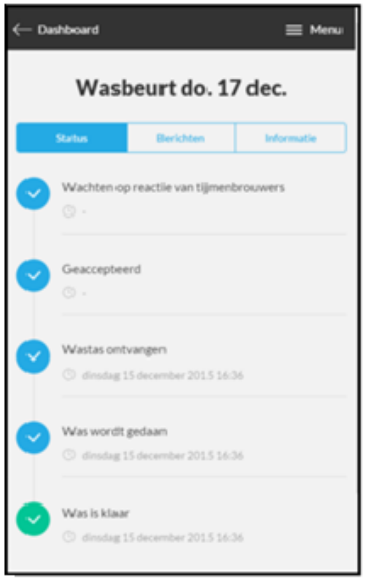
Figuur 4.17(a): Spaardoelen



Figuur 4.17(b) : Serviceprofiel



Figuur 4.17(c): Procesflow



Figuur 4.17(d): Chatfunctie

Praktische vraagstukken

Ondertussen konden wij ons met andere zaken bezighouden. Er waren namelijk nog behoorlijk wat vragen waarop we een antwoord moesten vinden. Moeten de wassers met een bepaald wasmiddel wassen en zo ja welk wasmiddel is dat? Hoeveel wasprogramma's bieden we aan? Moeten klanten iedere keer los betalen of komt er een soort strippenkaart? Hoe gaat het systeem van levels en punten er precies uitzien? Hoe gaan we de promotie vormgeven? Moet er een instructie-filmpje worden gemaakt? Wat wordt de definitieve naam van deze wasservice? Hoe gaat de wastas er uitzien en van welk materiaal is de tas gemaakt? Hoe gaan we het wasproces definitief vormgeven? Naast al deze vragen vonden wij het ook hoogste tijd om eens personen met een frisse blik naar al onze ideeën te laten kijken. Daarom hebben we ons eigen netwerk ingeschakeld. Deze actie heeft ons van veel feedback en nieuwe ideeën voorzien.

Frontend app

Eind oktober waren Yoeran en Charlotte een heel eind gevorderd met de backend. Nu werd het tijd om aan de frontend te beginnen. Dit is het gedeelte van de app dat wel zichtbaar is voor de gebruiker (figuur 4.17a t/m 4.17e). Het gaat hierbij om zaken als afbeeldingen, lettertypes en webdesign. Hiervoor moest een derde ontwikkelaar aan het team worden toegevoegd. Voor deze functie kwamen we uit bij Mike Vercoelen, waarmee we enkele positieve gesprekken voerden. Hij was geïnteresseerd in het verhaal, dacht snel mee en durfde zich kritisch op te stellen over de uitgangspunten van de applicatie. Als de wasservice zou werken, wilden we er ook andere diensten aan koppelen. Daarom ontwikkelde Mike de app zo flexibel mogelijk, zodat de app in de toekomst uitgebreid kon worden met andere functies en toepassingen. Toen in januari de basis van de wasapplicatie klaar was, besloten we een eerste pilot uit te voeren. De maanden hierna gingen we aan de slag met de feedback hierop. Het punt was alleen dat de we nog steeds met tal van praktische vraagstukken zaten. We kwamen tot de conclusie dat het team dat we hadden samengesteld erg goed is in de ontwikkeling van software, maar geen ervaring heeft met alles wat komt kijken bij het starten van een nieuwe service. Meer hierover in de volgende paragraaf

Figuur 4.17(e): Badges

Eerste pilot

Begin december was de eerste versie van de app gereed. Nog niet alle functies waren hierin verwerkt, maar we waren vooral benieuwd hoe de procesflow zou lopen. Oftewel, hoe verloopt het stappenplan waarmee het wasproces voor zowel wasser als klant wordt begeleid? Voor de pilot vonden we twaalf mensen bereid om mee te werken (bijlage 5). Voor hen creëerden we een account, waarmee ze konden inloggen en contact leggen met elkaar. Door drie keer de was te verzorgen van een klant kon de wasser een bos bloemen verdienen. De feedback van de deelnemers van de pilot is de weken daarna verwerkt in de definitieve app.

4.6 Toepassingen

Erkenning en waardering als beloning

Iedereen die we spraken was enthousiast over het sociale aspect van een app waarmee je buurtbewoners helpt. Ook het toevoegen van gamification werd als vernieuwend ervaren. We concludeerden hieruit dat geld niet de grootste drijfveer is om anderen te helpen. Maslow ontwierp al in de jaren 40 van de vorige eeuw een pyramide om dit duidelijk te maken. Mensen zijn, als hun basisbehoeften bevredigd zijn, met name op zoek naar erkenning en waardering en in een later stadium aan zelfontplooing. We besloten de wasservice even op een laag pitje te zetten en meer toepassingen te ontwerpen voor een app die draaide om het helpen van anderen, in ruil voor erkenning en waardering.

Oneindig veel toepassingen

Inmiddels waren we al bijna een jaar met de wasservice bezig. We stonden nog steeds achter het idee, ontvingen veel positieve reacties en de software erachter was gereed. Het probleem was dat we te lang bleven hangen in randzaken waar we te weinig kennis van hadden. We concludeerden dat we ons beter enkel konden toeleggen op de software en de randzaken aan de gebruikers van het online platform overlaten. In dat geval konden we ons ook meteen richten op de verbreding van diensten die we al vanaf het eerste moment in gedachten hadden. Daarom kan de wasapp met een paar wijzigingen worden veranderd in een totaal andere toepassing (figuur 4.18). Het generieke van deze toepassingen is dat ze allemaal een opdrachtbeschrijving, type waardering, vorm van contactlegging en beoordelingsmogelijkheid hebben. Het contact leggen kan op drie verschillende manieren, zolang er maar initiators zijn die het voortouw nemen binnen een doelgericht sociaal netwerk.

Figuur 4.18: De vier stappen binnen Lyfie

Lyfie

Met onze software moet het voor iedereen met toegang tot internet eenvoudig worden om een opdracht aan te maken voor een ander. Deze andere persoon kan de opdracht accepteren via de app en de uitvoer ervan bewijzen door met zijn telefoon een *selfie* te maken. De opdrachtgever geeft aan dat de opdracht succesvol is uitgevoerd en de opdrachtnemer ontvangt hiervoor complimenten in de vorm van een beoordeling, levels en punten. De opdrachtgever kan van tevoren een beloning aan een opdracht koppelen, die hij of zij aan de opdrachtnemer uitkeerd nadat de opdracht succesvol is uitgevoerd.

Via de app kan *live* gedrag worden gestimuleerd en beloond door middel van *selfies*. Dat bracht ons bij de naam *Lyfie*. Met een aantal wijzigingen aan de wasappplicatie kon een tweede pilot worden begonnen. Het betrof of een app waarin door middel van gamification een bedrag wordt uitgekeerd aan mensen die met de fiets naar het werk komen.

Lyfie

Tweede pilot

Rijkswaterstaat probeert de wegen te ontlasten door mensen te stimuleren met de fiets naar het werk te gaan. Hiervoor ontvangen de deelnemers subsidie. Door aan het subsidiebedrag levels en punten te koppelen, wordt er een spelelement toegevoegd. Als een werknemer door middel van een selfie met tijdsbevestiging aangeeft met de fiets te komen krijgt hij of zij hier punten voor. Die punten zijn gekoppeld aan een beloning die de werkgever heeft ingesteld.

Figuur 4.19: Pilot Rijkswaterstaat

Eindproduct

Het gemak waarmee de app van een wasservice omgevormd werd in een app om fietsgebruik te stimuleren bewees dat de software flexibel genoeg was. In onze ogen kunnen alle toepassingen binnen de app worden teruggebracht naar drie schaalniveaus: individu, groep en omgeving (figuur 4.20).

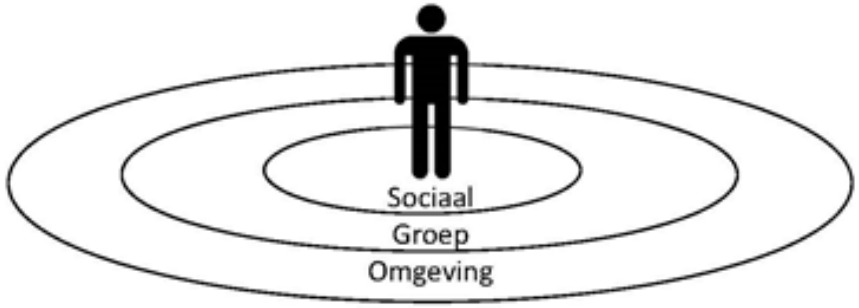
Lyfie is zowel communicatief, coördinerend als bij het belonen van geleverde inzet van toegevoegde waarde. In persoonlijke kring is Lyfie geschikt om inzicht te geven in wie wat gedaan heeft, oftewel het reguleren van een eerlijke taakverdeling. Binnen organisaties kan Lyfie voor verschillende doelen worden ingezet. Bijvoorbeeld door verenigingen om vrijwilligers de erkenning te geven die ze verdienen en inzichtelijk te maken hoeveel werk ze verzetten. Voor bedrijven is de app zeer geschikt als motivatiemiddel, planningstool of communicatiemiddel. Daarnaast kan ook op wijkniveau worden gewerkt. Lyfie kan van iedere vorm van burenhulp een opdracht maken. Zo kan iedere buurtbewoner een eigen online platform beginnen.

Behalve de wasservice en het stimuleren van werknemers om met de fiets naar het werk te komen zijn er inmiddels al meer concrete cases uitgewerkt. In paragraaf 5.4 zijn deze uitgewerkt.

Website

Op www.lyfie.nl is te vinden hoe de app te gebruiken is, wat de voordelen zijn en welke toepassingen er mogelijk zijn. Ook hierbij is weer de indeling in de drie schaalniveaus aangehouden.

Figuur 4.20: De drie schaalniveaus van Lyfie



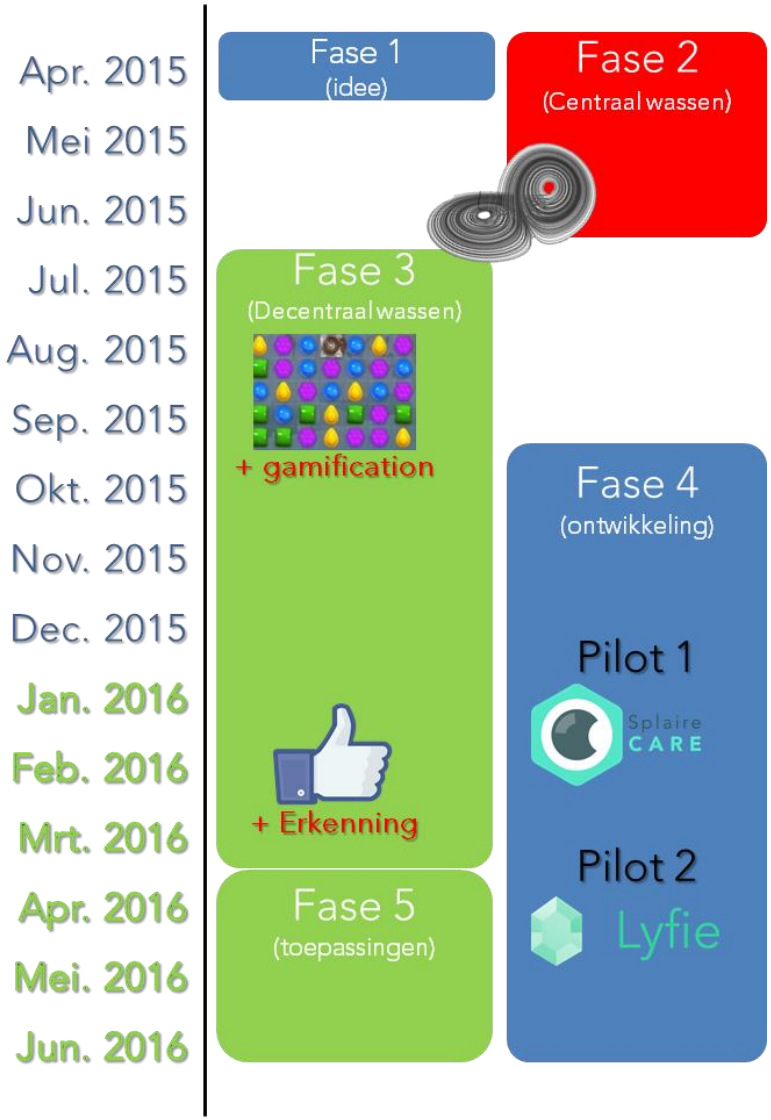
Figuur 4.21: Website Lyfie

4.7 Samenvatting case study

In de inleiding van dit hoofdstuk werd vermeld dat in dit onderzoek vijf fasen worden onderscheiden (figuur 4.1). Respectievelijk zijn dat het idee, de case centraal wassen, de case decentraal wassen, ontwikkeling en toepassingen. In totaal heeft het onderzoek vijftien maanden in beslag genomen. In figuur 4.22 is aangegeven welke fase wanneer plaatsvond en ook zijn de belangrijkste ontwikkelingen weergegeven. Nu volgt een korte samenvatting van de gehele onderzoeksperiode.

Doordat de invoering van de Wmo 2015 met zoveel klachten gepaard ging, waren wij van mening dat naar een efficiënter systeem van thuishulp moest worden gezocht. Na een korte verkenning in april hebben we besloten hier ons afstudeerproject van te maken. Vervolgens zijn we tot en met juni 2015 bezig geweest een methode te ontwikkelen om wasgoed centraal te wassen. Dit bleek niet haalbaar, waarna we zijn overgestapt op het creëren van een online platform. Hierop kunnen mensen huishoudelijke taken uitbesteden aan buurtbewoners die hiervoor open staan. Cruciaal hierbij is een functionerende app, die ook een game-element bevat om het aantrekkelijker te maken voor gebruikers. Voor de ontwikkeling van de app, die de naam Splaire Care kreeg, betrokken we Yoeran en Charlotte bij het team en regelden we een kantoorruimte. Terugkijkend zijn er vooral eind augustus en begin september veel belangrijke ontwikkelingen in gang gezet. Waaronder het toevoegen van gamification aan de app. Begin januari hadden we een frontender nodig. Mike werd bij het team betrokken en we deden een eerste pilot met de wasapplicatie. Eén van de belangrijkste bevindingen was dat mensen vooral erkenning en waardering willen voor het helpen van een ander. Daarop besloten we de app breder te trekken dan huishoudelijke taken, omdat er tal van toepassingen zijn te bedenken waarvoor de software geschikt is. De naam veranderde van Splaire Care in Lyfie (samenvoeging van *live* en *selfie*) en er vond een tweede pilot plaats. Inmiddels is ook de website te bezoeken en de app is vanaf medio juni beschikbaar.

Figuur 4.22: Tijdlijn onderzoek



5. Conclusie en vooruitblik

5.1 Inleiding

In hoofdstuk 1 zijn de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek geformuleerd. Deze zijn deels te beantwoorden aan de hand van de in hoofdstuk 2 beschreven theorie. Als aanvulling op deze theorie is voor dit onderzoek een case study uitgewerkt, die in hoofdstuk 4 is besproken. In deze casestudy is veel aandacht uitgegaan naar het creëren van een online platform en de technologie die daarbij komt kijken. De software die in eerste instantie was ontworpen voor een wasservice (Splaire Care) is in een latere fase van het onderzoek aangepast naar een online platform waarmee op drie schaalniveaus een doelgericht sociaal netwerk kan worden gecreëerd (Lyfie). Deze case study maakt het mogelijk dat Paragraaf 5.2 de drie deelvragen van het onderzoek beantwoordt. Door deze resultaten te bundelen wordt een antwoord op de hoofdvraag geformuleerd. Vervolgens wordt in paragraaf 5.3 door beide auteurs van deze thesis teruggeblikt op het gehele onderzoeksproces. Ten slotte kijken de auteurs in paragraaf 5.4 samen vooruit naar de mogelijkheden die de voor dit onderzoek ontwikkelde app biedt.

5.2 Beantwoording deelvragen en hoofdvraag

Bij het onderzoek dat voor deze thesis is uitgevoerd zijn een drietal deelvragen opgesteld. Deze worden hieronder beantwoord.

Hoe kunnen sociale netwerken gecreëerd worden?

Het doel van dit onderzoek was een manier te vinden om een sociaal netwerk voor thuishulp te creëren voor hen die hier niet op eigen kracht toe in staat zijn. Bij het creëren van netwerken kan de mens wat betreft efficiëntie veel leren van de natuur. Alle personen rondom de hulpbehoevende kunnen worden gezien als een klein zelfstandig element. Als het mogelijk is om al deze losse gelijksoortige elementen op een efficiënte manier met elkaar te combineren, ontstaat een natuurlijk patroon dat de zorgtaken voor de hulpbehoevende op een goede manier kan organiseren.

De toename aan technologische mogelijkheden de afgelopen jaren heeft hier kansen voor geschapen. Via online platforms worden op allerlei gebieden vraag en aanbod aan elkaar gekoppeld. Daarom is voor dit onderzoek gekozen voor het ontwikkelen van een online platform waarop hulpbehoevenden worden gekoppeld aan buurtbewoners die hulp aanbieden. De ontwikkelde app biedt echter meer toepassingsmogelijkheden dan alleen op wijkniveau. Het is ook mogelijk een sociaal netwerk te creëren in persoonlijke kring of binnen organisaties. De toepassingsmogelijkheden op drie schaalniveaus maken de app multifunctioneel.

Op welke wijze worden mensen gemotiveerd om aan een sociaal netwerk deel te nemen?

Mensen die onderdeel zijn van een sociaal netwerk verwachten een tegenprestatie voor de inspanningen die zij voor een ander verrichten. Hierbij is het van groot belang ze gemotiveerd te houden om aan het netwerk deel te nemen. Ieder mens is gevoelig voor erkenning en waardering. Erkenning geeft aan dat anderen het belang van geleverde inspanningen inzien. Waardering wil zeggen dat de inspanningen op prijs worden gesteld. Opvallend hierbij is dat uit verschillende onderzoeken blijkt dat erkenning en waardering belangrijker worden gevonden dan een materiële beloning. Daarom is het van belang mensen die onderdeel uitmaken van het sociale netwerk continu te blijven erkennen en waarderen voor hun inspanningen.

Tijdens de ontwikkeling van de app hebben we dit toegepast middels gamification. Door een spelelement aan de app toe te voegen wordt het geheel een stuk gebruiksvriendelijker. Als de gebruiker continu levels en punten kan behalen met geleverde handelingen, ontvangt de gebruiker telkens weer de erkenning en waardering waarnaar hij of zij op zoek is. Zeker als er ook real-life beloningen aan de levels en punten gekoppeld worden.

Welke technologie kan een werkende organisatiestructuur voor sociale netwerken realiseren?

Bij het te ontwikkelen van een online platform is een app de meest voor de hand liggende optie. Dankzij een app kan iedereen die een smartphone of tablet en toegang tot internet heeft in een paar handelingen contact maken met een andere gebruiker van het online platform. Tijdens de eerste pilot bleek dat de app zo overzichtelijk mogelijk moet worden gehouden, om het gebruiksgemak te behouden. Daarnaast kwam naar voren dat het belangrijk is dat stijgingen in levels, punten en badges zo snel mogelijk worden getoond. Dit omdat de gebruiker dan onmiddellijk resultaat ziet van zijn handelingen en gemotiveerd blijft.

Omdat ervoor is gekozen de app veel toepassingsmogelijkheden te geven is het wel van belang dat het overzichtelijk blijft voor de gebruiker. Daarom hebben alle toepassingen dezelfde opbouw. Het generieke van deze toepassingen is dat ze allemaal een opdrachtbeschrijving, type waardering, vorm van contactlegging en beoordelingsmogelijkheid hebben. Het contact leggen kan op drie verschillende schaalniveaus, zolang er maar ‘trekkers’ zijn die het voortouw nemen binnen elk doelgericht netwerk. Deze drie niveaus zijn persoonlijke kring, organisatie en geografische omgeving.

De gecombineerde antwoorden op de deelvragen vormen samen het antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek.

In hoeverre kunnen technologie en de juiste motivatiemiddelen bijdragen aan de vorming van een sociaal netwerk?

Door het creëren van een online platform kunnen vraag en aanbod van bepaalde diensten bij elkaar worden gebracht. Op deze manier ontstaat een doelgericht sociaal netwerk van mensen die interesse of belang hebben in dezelfde toepassing. Het ontstaan van een dergelijk netwerk is afhankelijk van één of meerdere initiators die het voortouw nemen. De meest geschikte technologie voor een online platform is een gebruiksvriendelijke app. Ongeacht de toepassing van de app zal de gebruiker ervan (onbewust) op zoek zijn naar erkenning en waardering. Door gamification in de app te verwerken in de vorm van levels, punten en hieraan gekoppelde beloningen, blijven gebruikers van de app gemotiveerd om aan het sociale netwerk deel te nemen.

5.3 Terugblik

Het gezamenlijk werken aan producten is een ervaring die ik iedereen wel zou willen meegeven. Zeker zodra collega's ook echt een andere invalshoek hebben leer ik daar stiekem veel van. Het levert onderaan de streep ook een veel slimmer product op, met functionaliteiten waar ik slechts van durfde te dromen. Ik ben dan ook erg dankbaar voor de input van iedereen op ons product.

Terugkijkend herinner ik mijn ongeduld zodra we een afwachtende houding aan moesten nemen. De toetsing in de markt is essentieel voor succes en ook van invloed op het ontwerptraject van het product zelf. Dit kost vaak meer tijd dan wenselijk is. Het vastleggen van een traject als het onze werkt daarnaast ook erg confronterend. Je herkent opeens patronen die de afgelopen maanden ons traject vorm hebben gegeven. Het is vooral leerzaam om te zien op welke punten ik/wij twijfelden en hoe we daar mee om zijn gegaan. De snelheid van het traject werd vaak bepaald door de hoeveelheid aandacht die het kreeg tussen de andere activiteiten. Dit pretendeert een aanpak in de toekomst van meerdere korte sprintjes, in plaats van langlopende trajecten naast elkaar.

Uiteindelijk ben ik bijzonder trots op waar we nu staan. Het is enorm gaaf om dagelijks de mogelijkheden van de app te constateren en de andere manier van denken die het aanzet bij mensen te horen. Dit was toch stiekem de stoute jongensdroom achter dit product. Daarnaast hebben een mooie tool om ondernemerschap in hele prille vorm te faciliteren. Al die mooie toepassingen die er mee mogelijk zijn geven veel energie.

Toen Ivo en ik april vorig jaar besloten samen aan dit afstudeertraject te beginnen, had ik geen enkel vermoeden dat we aan het begin van zo'n interessant en langdurig proces stonden. Onze teleurstelling over het mislukken van de centrale wasservice maakte al snel plaats voor enthousiasme over ons idee voor een online platform voor thuishulp. Dat enthousiasme nam alleen maar toe toen we er vervolgens achter kwamen dat er met onze software nog veel meer toepassingen mogelijk zijn.

Ondanks de vele vertragingen en teleurstellingen in de afgelopen veertien maanden hebben we geen onenigheid gehad. Er was sprake van een goede samenwerking, waarbij we elkaar goed aanvulden. Ivo heeft veel ervaring op zakelijk gebied, een bèta-achtergrond en is erg visueel ingesteld. Op die vlakken heb ik veel van hem geleerd. Anderzijds ben ik analytisch erg sterk en kan ik goed schrijven. Zo vormden we samen een sterk team.

Overigens heb ik niet alleen van Ivo veel opgestoken. Er zijn veel verschillende personen betrokken geweest bij het proces. Allemaal leverden ze met nieuwe inzichten en tips in meer of mindere mate een bijdrage aan het eindproduct. Als ik iets geleerd heb tijdens dit onderzoek is het wel dat het voor een goed eindproduct cruciaal is om een team van mensen met verschillende talenten samen te stellen. Ook voor mij als persoon is het een leerzame periode is geweest. Doordat ik bij aanvang van het onderzoekstraject al ruim vijf jaar rondliep op de Universiteit Utrecht, waren mijn analytisch denkvermogen en taalvaardigheid sterk ontwikkeld. Wel dacht ik achteraf gezien soms misschien wel te veel als student. Zolang iets maar wetenschappelijk goed was onderbouwd, was ik al snel tevreden over mijn eigen werk. Tijdens de ontwikkeling van eerst de wasservice en later de app leerde ik ook andere invalshoeken kennen. Hierdoor zijn mijn efficiëntie en technische en visuele vaardigheden sterk verbeterd.

Behalve blij met de goede samenwerkingen en persoonlijke ontwikkeling ben ik bovenal erg trots op het eindresultaat. Ondanks mijn beperkte technische achtergrond heb ik toch samen met anderen een app ontwikkeld waar wij zelf veel potentie in zien en waarover we ook van anderen veel positieve geluiden horen. De komende maanden ga ik graag samen met Ivo bekijken welke mogelijkheden we met de app hebben.

5.4 Vooruitblik/toepassingen

Op de drie verschillende schaalniveaus van lyfie zijn tal van toepassingen te verzinnen. Inmiddels zijn er behalve wassen en fietsen al enkele cases verder uitgewerkt, om in de toekomst mee aan de slag te gaan. Deze drie cases zijn in deze paragraaf opgenomen om een beeld te schetsen van de mogelijkheden.

Netwerkspel

Waarom?

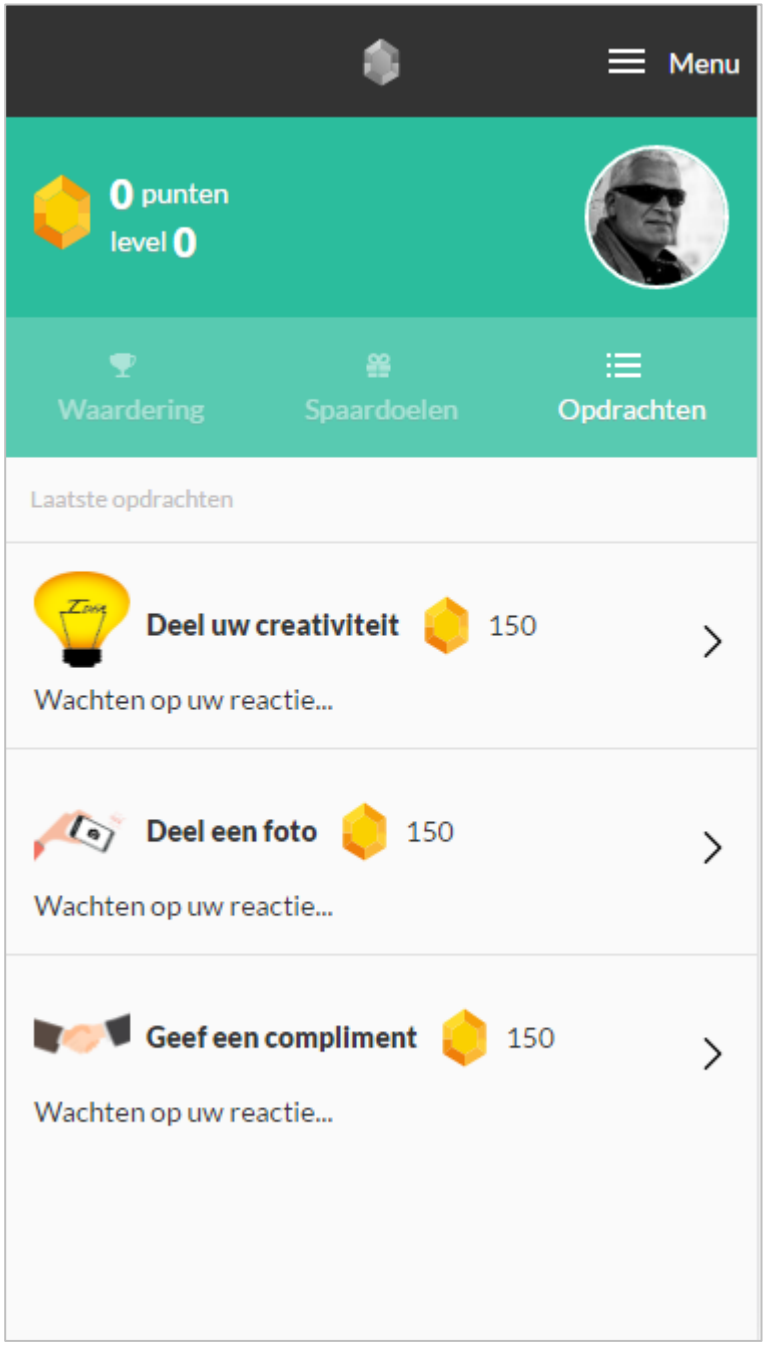
Netwerkborrels zijn bedoeld om nieuwe connecties te leggen. In de praktijk spreken aanwezigen vooral bekenden aan en wordt er bijgepraat. 16 Juni werden er tijdens de presentatie van Lyfie twee borrels gecombineerd. De ideale omstandigheden om proberen onbekenden met elkaar in contact te brengen.

Wat?

- De gasten krijgen kleine opdrachten om kennis te maken met elkaar en zwken te delen op een bijeenkomst.
- Een onderlinge competitie wie zo veel mogelijk opdrachten volbrengt met een winnaar om extra te stimuleren.
- Mensen elkaar digitaal (via social media) laten opzoeken.

Hoe?

Voorafgaand aan de borrel zijn er door de organisatie een aantal generieke en persoonlijke opdrachten aangemaakt voor de gastenlijst. Iedereen begint met een punten stand van 0. Tijdens de borrel kunnen de opdrachten voltooid worden en de organisatie heeft iemand achter het dashboard zitten die de opdrachten goedkeurt en waar nodig om meer details vraagt.



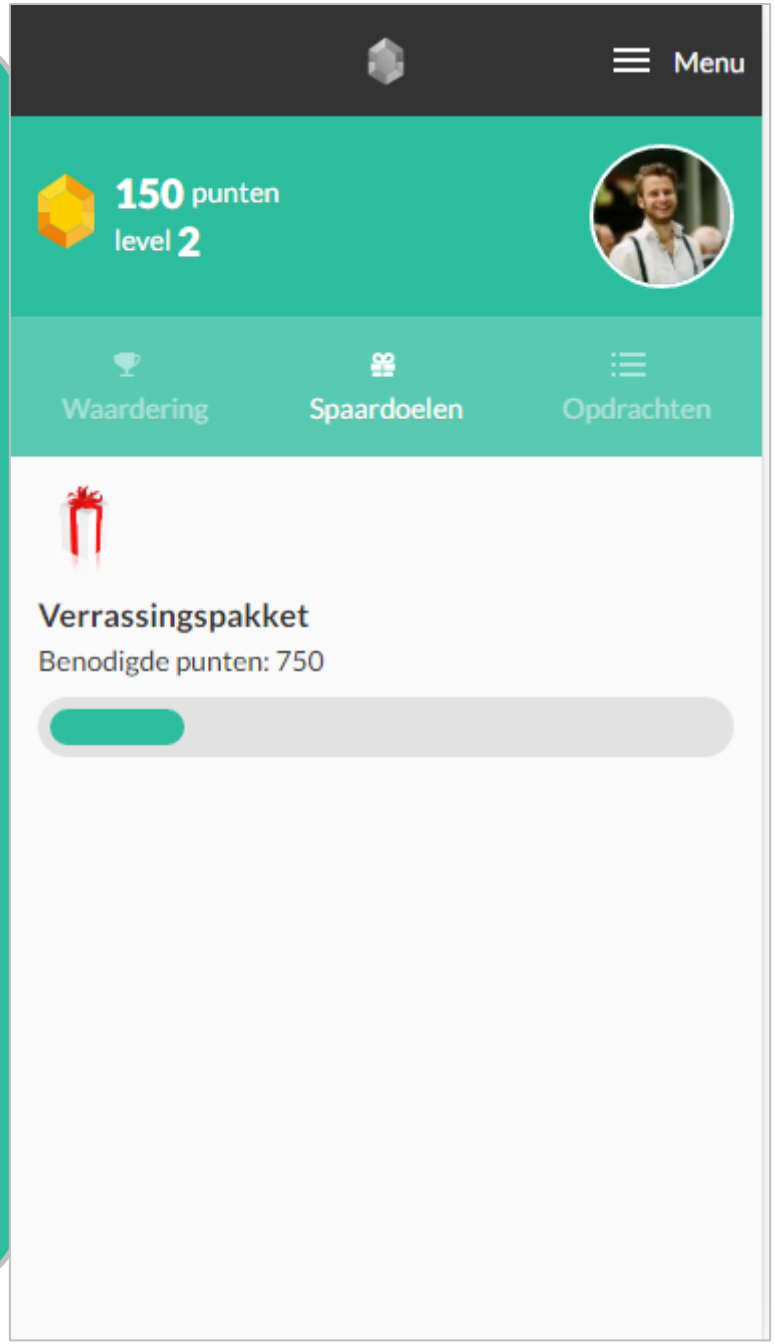
Personal training

Waarom?
De Neuro-motorische therapie van Praktijk X, bestaat uit wekelijkse lessen met bijhorende oefeningen voor thuis. Deze oefeningen worden nu per week aan de cliënten mee gegeven in de hoop dat deze dagelijks geoefend worden. In de praktijk blijkt dit niet het geval te zijn, met tegenvallende resultaten voor de gehele therapie als gevolg. Het ontbreekt de cliënten aan tijd, motivatie of herinnering dat er getraind moet worden.

Wat?
- De wekelijkse oefeningen per dag op een nette en professionele manier aangeboden.
- Communicatie tussen de trainer en cliënt zo laagdrempelig en vertrouwd mogelijk maken.
- De cliënt, middels waardering, stimuleren zich bezig te houden met de training.
- Inzicht geven in het oefengedrag van cliënten.

Hoe?
De praktijk vult eenmalig alle lestypes in. Vervolgens worden deze oefeningen automatisch toegewezen aan de lesweken die een cliënt de training volgt. Dagelijks opent de cliënt te app met oefeningen. Na het afronden van een oefening geeft de cliënt aan de oefening afgerond te hebben. In dezelfde schermen kunnen vragen worden gesteld aan de trainer en foto's of filmpjes van de oefeningen uitgewisseld worden.

De trainer geeft dagelijks reactie op de resultaten met een duimpje of middels een review in sterren. Op basis daarvan worden er punten toegekend aan de cliënten die tevens stijgen in levels, badges kunnen verdienen en de punten naar verloop van tijd kunnen inwisselen voor kleine beloningen.



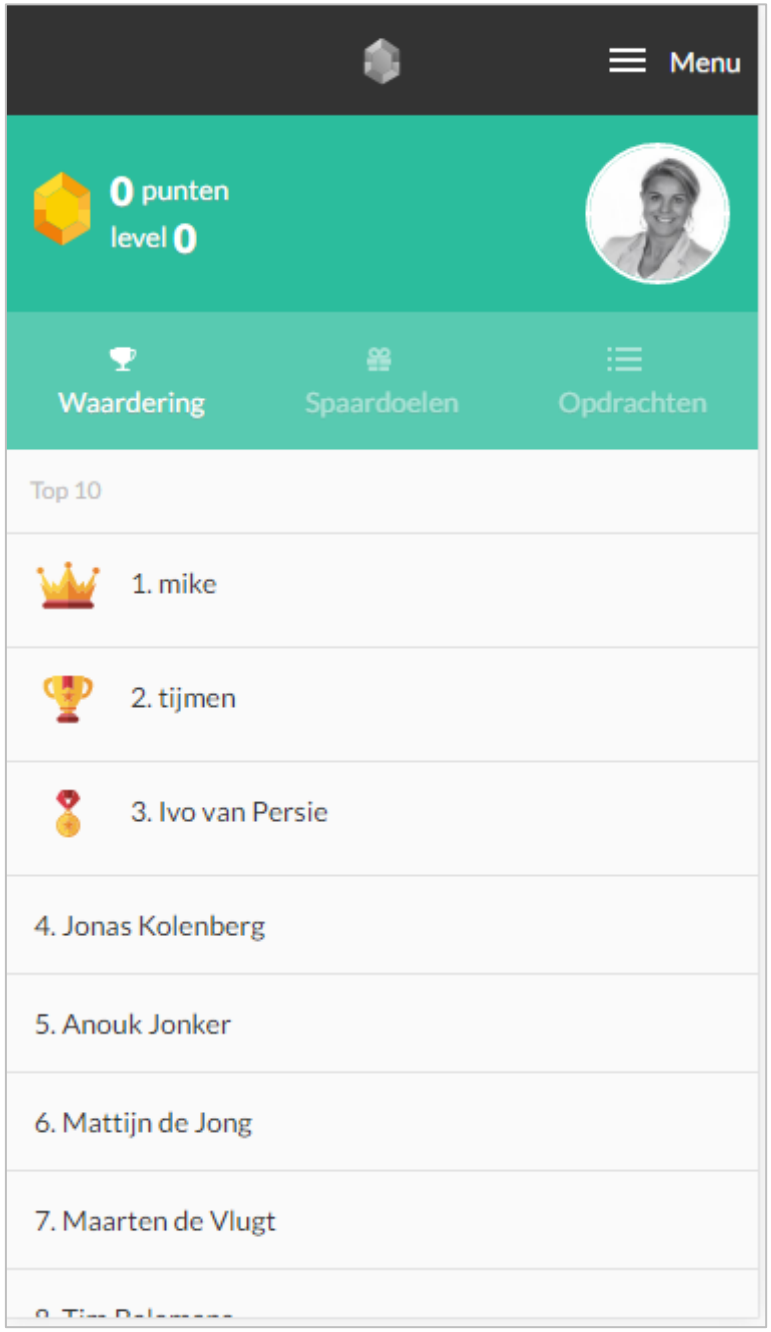
Leer/werkbedrijf

Waarom?
Vanwege decentralisatie en bezuinigingen staat de aansturing van leer/werkbedrijven in Nederland onder druk. De werkleiding moet steeds efficiënter werken met beperkte aandacht voor de werknemers als gevolg.

Eén van de methodes om werkbedrijven betaalbaar te houden is door omzet te generen met het uitvoeren van betaalde werkopdrachten. Hier komen opdrachtgevers met bijhorende eisen en wensen kijken. De hiervoor benodigde communicatie en uitwisseling van informatie is niet de corebusiness van de organisatie.

Wat?
- De dagelijkse werkzaamheden en oefeningen van medewerkers professioneel en uitdagend weergeven.
- Communicatie tussen werkleiders, opdrachtgevers en medewerkers gestroomlijnd en efficiënt maken.
- Medewerkers, middels waardering, stimuleren in hun werkzaamheden.
- Inzicht geeft in de prestaties van medewerkers.
- (optioneel) App koppelen aan bestaande plan/tijdregistratie software.
- (optioneel) Personeelsadministratie verzorgen (WKR kosten).

Hoe?
De dagelijkse werkzaamheden worden ingepland en creëren automatisch orders bij de medewerkers. Een onderdeel van de opdrachten is om voor aanvang van een opdracht een foto te maken van bijvoorbeeld 'het plantsoen' dat zij gaan aanpakken en na afloop dit opnieuw te doen. Behalve dat de werkleider zo op afstand inzicht heeft in het resultaat, zijn de foto's tevens handig voor de beeldcommunicatie met de opdrachtgever. De medewerkers ontvangen op deze manier structureel dagelijks waardering voor hun werken en sparen punten voor kleine cadeautjes. Daarnaast is er inzicht in wat de andere medewerkers doen zodat er een soort onderlinge competitie plaats kan vinden.



Literatuurlijst

Algemeen Dagblad (2016), We wonen te ver om ma te helpen met aankleden. Rotterdam: Algemeen Dagbad.

Biomimicry NL (2015), Symposium Biomimicry in de Praktijk [online]. http://www.biomimicrynl.org/ [Geciteerd op 14 juli 2015].

Bock, L. (2015), De toekomst van werk. Amsterdam: Ambo/Anthos.

Bregman, R. (2013), Waarom arme mensen domme dingen doen. Amsterdam: De Correspondent.

Buitelaar (2012), Buitelaar, E. (2012), Vooruit kijken via het verleden? Padafhankelijke grondexploitatiebegrotingen. Real Estate Research Quarterly, 2013, No. 26: p. 26-33.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2011), Een miljoen huishoudens meer in 2045 [online]. www.cbs.nl [Geciteerd op 10 juli 2015].

Centrum Indicatiestelling Zorg (2015), Zorg vanuit de Wlz [online]. https://www.ciz.nl/zorg-uit-wlz/Paginas/default.aspx [Geciteerd op 9 juni 2015].

ChaosMath (2015), Vreemde Attractors: Het Vlindereffect [online]. http://www.chaos-math.org/nl/chaos-vii-vreemde-attractors [Geciteerd op 25 april 2016].

De Volkskrant (2013), Spullen zijn ballast, bezit maakt niet vrij. Amsterdam: De Volkskrant.

De Volkskrant (2015), Utrecht krijgt al 600 klachten over korten thuiszorg. Amsterdam: De Volkskrant.

De Volkskrant (2016), Ombudsman: burgers krijgen te weinig informatie over eigen bijdrage. Amsterdam: De Volkskrant.

Elkington, J. (1997), Cannibals With Forks: The triple bottom line of 21st century business. Oxford: Capstone.

Federatie van Organisaties voor Volksontwikkelingswerk (2016), Begrippenlijst sociaal-cultureel volwassenenwerk [online]. www.fov.be [Geciteerd op 25 april 2016].

Fractalennet (2015), Algemeen [online]. www.fractalennet [geciteerd op 25 april

2016].

Frenken, K. (2016), De deeleconomie onder één noemer. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Garssen, J. & Van Duin, C. (2007), Grijze druk zal verdubbelen. Sociaaleconomische Trends, 2e kwartaal 2007, pp. 23–26.

Gerring, J. (2004), What Is a Case Study and What Is It Good for? American Political Science Review pp. 341-354.

Hanssen, H. (2015), Angst en chaos in thuiszorg door dreigend faillissement TSN [online]. www.faillissementsDossier.nl [Geciteerd op 7 februari 2016].

Hart, 't, H., Boeije, H. & Hox, J. (2009), Onderzoeksmethoden. Den Haag: Lemniscaat.

Kahneman (2011), Ons onfeilbare denken. Londen: Pinguin Books.

Kennisplein Chronische Zorg (2015), Infographic Hervorming langdurige zorg [online]. http://www.kennispleinchronischezorg.nl/ [Geciteerd op 9 juni 2015].

Keulemans, M. (2004), De Wraak van de vlinder. Hilversum: VPRO.

Mani, A., Mullainathan, S. & Shafir, E. & Zhao, J. (2013). Poverty Impedes Cognitive Function. Science 30 August 2013: Vol. 341 no. 6149 pp. 976-980.

McLeod, S. (2014), Maslow's Hierarchy of Needs [online]. http://www.simplypsychology.org/maslow.html [Geciteerd op 25 april 2016].

Meelen, T. & Frenken, K. (2014), UberPop is geen voorbeeld van deeleconomie. Amsterdam: Het Parool.

Menzis (2015), Aanleiding: veranderingen in de langdurige zorg [online]. www.menzis.nl [Geciteerd op 9 juni 2015].

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2015), Wat verandert er in de zorg? [online]. https://www.hoeverandertmijnzorg.nl/zorgstelsel [Geciteerd op 9 juni 2015].

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2015), Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) 2015 [online]. www.rijksoverheid.nl [Geciteerd op 9 juni 2015].

Movisie (2015), De voordelen van de participatiesamenleving [online].

https://www.movisie.nl/artikel/voordelen-participatiesamenleving [Geciteerd op 25 april 2016].

Mullainathan, S. & Shafir, E. (2012), Schaarste: Hoe gebrek aan tijd en geld ons gedrag bepalen. Cornwall: Times Books.

NRC (2016), Dat is een taak voor de familie zegt de thuiszorg steeds. Amsterdam: NRC.

Over Duurzame Inzetbaarheid (2016), Waardering duurt het langst: 5 redenen waarom dat wel zo is, en waarom u er toch niks aan doet [online]. http://overduurzameinzetbaarheid.nl/waardering-duurt-het-langst-5-redenen-waarom-dat-wel-zo-is-en-waarom-u-er-toch-niks-aan-doet/ [Geciteerd op 1 mei 2016].

Pauli, G. (2013), The Blue Economy. New Hampshire: Paradigm Publications.

Project Management Bureau Amsterdam (2010), Voorbij de beheersing? Bijdragen aan de stadsontwikkeling in Amsterdam. Amsterdam: Project Management Bureau Amsterdam.

Rijksoverheid (2015), Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) 2015. Den Haag: Rijksoverheid.

Ruimtevolk (2014), Trendbijeenkomst: Deeleconomie en wijkontwikkeling [online]. www.ruimtevolk.nl [Geciteerd op 29 juni 2016].

Scientias (2013), Hoe armoede ook ons brein arm maakt: armoede tast denkvermogen aan [online]. http://www.scientias.nl/armoede-brein-arm-maakt-armoede-tast-denkvermogen/ [Geciteerd op 12 juni 2015].

Shah, A. K., Mullainathan, S. & Shafir, E. (2012), Some Consequences of Having Too Little. Science 2 November 2012: Vol. 338 no. 6107 pp. 682-685.

Stepstone (2012), Welzijn op het werk. Leiden: Stepstone.

SVDJ (2015), Wees goed voor uw werknemer en gij zult innoveren. Den Haag: SVDJ.

Tiggelaar, B. (2012), Management blijft altijd nodig. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn & Sport.

Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2016), Van Rijn legt minimumtarief thuiszorg in wet vast. Den Haag: VNG Magazine.

Vilans (2014), Hervorming van zorg en ondersteuning: de vertaling van de transities binnen de gemeente. Utrecht: Vilans.

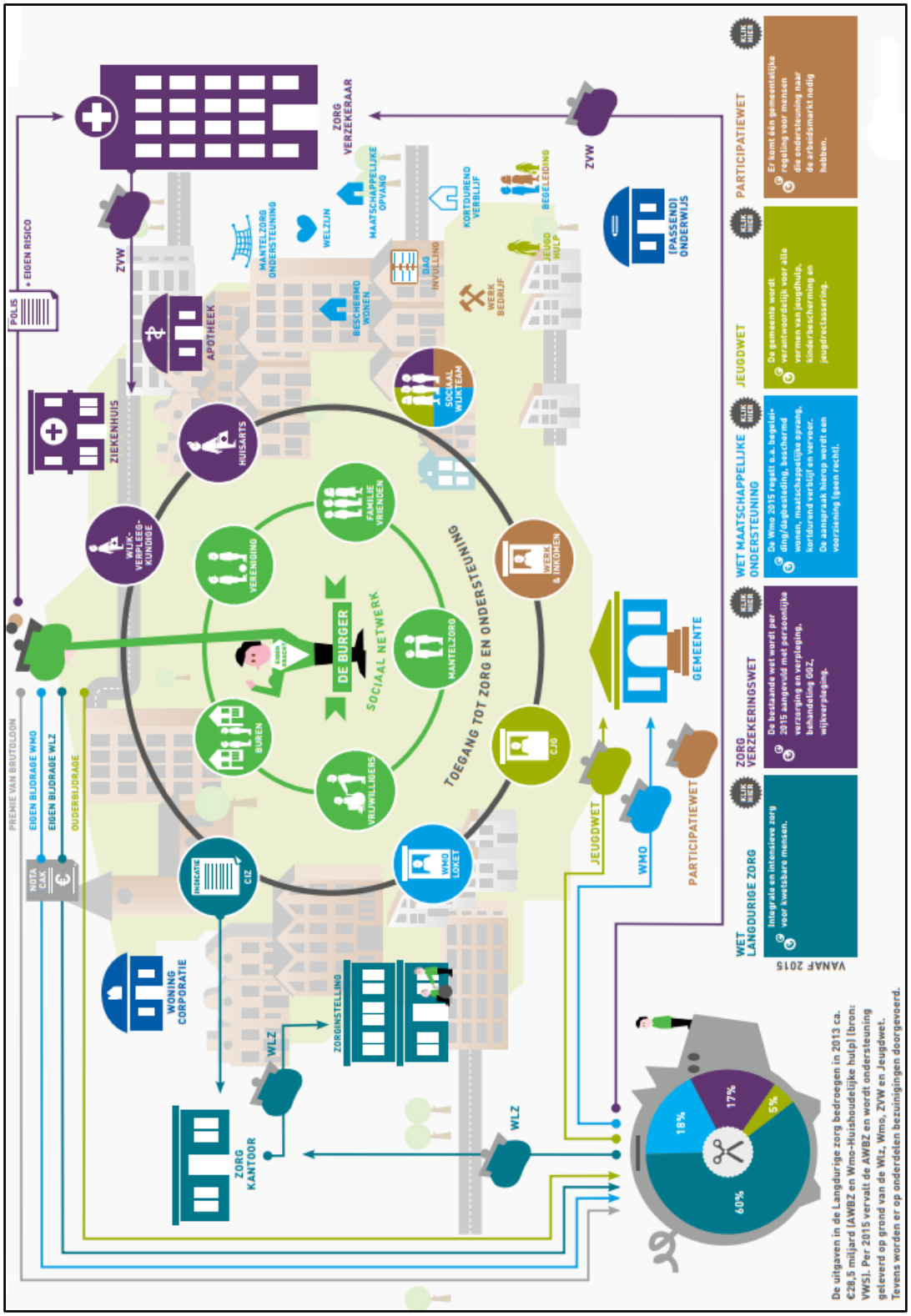
Vrijwilligerswerk (2016), Belonen en waarderen [online]. https://vrijwilligerswerk.nl/vinden-binden/belonen-en-waarderen [Geciteerd op 25 april 2016].

Wobma, E. (2011), Mannen en vrouwen in Nederland. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Zorgwijzer (2014), AWBZ in 2015: alle wijzigingen op een rij [online]. http://www.zorgwijzer.nl/zorgverzekering-2015/awbz-in-2015-alle-wijzigingen [Geciteerd op 9 juni 2015].

Bijlagen

Bijlage 1 Infographic Vilans over de Wmo 2015



Bijlage 2 Reglement Launty voor zowel wasser als klant

Voor de wasservice waar we in die fase van het proces (juni t/m december 2015) mee bezig waren was het belangrijk dat zowel de wasser als de klant de stappen in het proces precies opvolgt, om het geheel soepel te laten verlopen. Daarom hebben we destijds voor beide groepen een regelement uitgeschreven. In een later stadium is de focus op de wasservice (Launty zoals de naam toen luidde) verminderd, waardoor de reglementen nooit zijn toegepast in de app. Op het moment dat deze reglementen werden uitgeschreven waren er nog enkele onduidelijkheden. Daarom staan er op enkele plaatsen in de tekst puntjes, vraagtekens of rode gearceerde zinnen.

Reglement Launty - Wasser

1. Algemeen

Zowel logistiek als organisatorisch is het uitbesteden van wasgoed een ingewikkeld proces. Wij verbinden vraag en aanbod met elkaar en bieden een digitaal platform om het proces te sturen. Onze applicatie helpt om dit proces in goede banen te leiden. Wij zijn hierbij niet verantwoordelijk voor de kwaliteit van het verzorgde wasgoed. Dat is uw verantwoordelijkheid! Daarom is het van belang dat u alle stappen in het proces op de juiste wijze doorloopt. Op de volgende pagina's wordt onze werkwijze uitgelegd en worden alle stappen in het proces chronologisch doorlopen.

2. Registratie

<u>Aanmelding</u>

Via de app of via onze website kunt u zich eenvoudig aanmelden als Launty. U vult uw naam plus e-mailadres in en bedenkt een wachtwoord. Met één druk op de knop is uw account vervolgens aangemaakt.

<u>Facebook</u>

Voor ons is het gebruik van social media door gebruikers een goede manier om naamsbekendheid op te bouwen. Daarom krijgt u op regelmatige basis een gift als u Facebook aan uw account koppelt. Bovendien toont u op deze manier aan uw sociale netwerk hoe u zorg draagt voor uw buurtbewoners.

<u>Inloggen</u>

Als u eenmaal een account heeft aangemaakt kun u altijd inloggen via onze website, app of via Facebook. Indien u uw inloggegevens kwijt bent kunt u deze opnieuw aanvragen. U ontvangt ze per e-mail.

<u>Servicepagina</u>

Na registratie komt u op de servicepagina terecht. Hier vult u uw postcode in en de

service die u aan klanten aan wilt bieden. Zo kunt u aangeven of ook wilt strijken en halen/bezorgen, wat voor u weer hogere levels en meer punten oplevert. Ook geeft u uw beschikbaarheid in dagdelen per week aan en op welke feest- en vakantiedagen u niet wilt wassen.

Controle
Daarna vragen wij u nog ter controle om enkele gegevens in te vullen en foto's te uploaden als bewijsstukken. Het gaat hierbij om het typenummer en bouwjaar van uw wasmachine (en indien van toepassing droger) en een foto van uw ID-kaart of paspoort. Verder hebben we ook uw rekeningnummer nodig, om vergoedingskosten naar u over te kunnen maken.

Algemene voorwaarden
Ten slotte dient u nog de algemene voorwaarden door te nemen en te accepteren. De personen van wie u de was verzorgt hebben deze voorwaarden ook geaccepteerd.

3. Dashboard

Persoonlijke pagina
Zodra u via de app of website bent ingelogd komt u op uw persoonlijke pagina terecht. Hier ziet u bij welk level u bent en hoeveel punten u al heeft opgespaard. Door een cadeau als spaardoel in te stellen kunt u zien hoeveel punten u nog moet verzamelen om dit cadeau te ontvangen. Ook is op deze pagina te zien welke orders u momenteel heeft lopen in welke fase de order is. Daarnaast is het via de 'menu-knop' mogelijk op een zevental andere pagina's terecht te komen. Deze zijn hieronder verder uitgewerkt.

Ordermenu
Als een klant een aanvraag bij u neerlegt krijgt u hiervan een melding en ziet u op deze pagina de details van de aanvraag. U kunt vervolgens deze aanvraag accepteren, een bericht naar de klant sturen of de aanvraag afwijzen. Zodra u de was in ontvangst neemt checkt u de was in. De klant krijgt daarop een melding dat de was in behandeling is. Als de was klaar ligt om opgehaald of thuisbezorgd te worden geeft u via de app de klant weer een melding. Hierna zult u van de klant een beoordeling ontvangen. Deze beoordeling verschijnt ook op uw publieke profiel en is voor iedereen zichtbaar. Door positieve beoordelingen te verzamelen wordt u aantrekkelijker voor klanten. Deze beoordeling kunt u ook delen op uw social media, wat u weer extra punten oplevert. Mocht er onverhoopt een incident plaatsvinden tussen u en de klant kunt u dat ook hier bij ons melden.

Statistieken wasser
Op deze pagina vindt u uw behaalde levels en punten. Ook kunt u hier cadeaus als spaardoelen inzetten en deze aanvragen wanneer u voldoende levels en punten heeft verzameld. Verder zijn hier ook de door u behaalde badges weergegeven en ziet u in de ranking hoe u wordt beoordeeld ten opzichte van andere Launties.

Account beheerpagina
Hier staan al uw persoonlijke gegevens zoals u ze bij de registratie hebt ingevuld. Deze kunt u hier wijzigen. Hetzelfde geldt voor een eventuele koppeling van uw account aan social media. Ook is er een icoontje 'notificatie opties'. Hiermee kunt u het aantal meldingen dat u verstuurt tijdens het wasproces reguleren.

Order overzicht
In het ordermenu kunt u niet alleen uw lopende orders zien, maar ook al uw orders uit het verleden. Dit dient als een persoonlijk archief.

Vergoeding overzicht
De door u gemaakte energie- en waterkosten en het gebruikte wasmiddel krijgt u van ons vergoed. Bij de energie- en waterkosten worden van een gemiddelde wasmachine en droger uitgegaan. Heeft u een zuinig apparaat dan houdt u hier zelfs geld aan over. Het wasmiddel vergoeden wij pas als u een foto van een bonnetje uploadt als bewijs. Uiteraard kunt u pas na een bepaald aantal wasbeurten weer nieuw wasmiddel declareren. Op deze pagina vindt u ook alle in het verleden naar u gedane transacties.

Publiek profiel
Dit persoonlijke profiel is voor iedereen zichtbaar. Hier kunt u een foto uploaden, een persoonlijk verhaaltje toevoegen, uw service aanbod wijzigen en aangeven welke dagdelen u in de week beschikbaar bent. Daarnaast worden hier uw reviews en verdiende badges weergegeven. Op basis van uw publieke profiel kunnen klanten u als Launty kiezen. Daarnaast heeft u de mogelijkheid zelf klanten te werven. Via 'print flyer' wordt uw publieke profiel in een standaard flyer van Launty geplakt. Door deze uit te printen heeft u uw eigen flyer om te verspreiden. De flyer kunt u ook digitaal verspreiden.

4. Wasproces

Wastas
Nadat een strippenkaart hebben aangeschaft krijgen ze onze wastas thuisgestuurd. Deze tas is van …… waardoor de tas kan ademen en er geen vieze geurtjes achterblijven. Geurelement en cederhout? Om de hoeveel tijd nieuwe tas? Onze wasservice werkt niet met een kiloprijs. Eén zak telt voor één strip en bevat ongeveer ? kilo.

Wasprogramma's
Bij onze service kan de klant kiezen uit een drietal wasprogramma's: Bonte was 30 ºC, Witte was 30 ºC en Beddengoed + handdoeken 40 ºC. U krijgt uw wasmiddel enkel vergoed als u gebruik maakt van het biologische wasmiddel ?. Hiermee zijn de genoemde temperaturen voldoende om de was volledig schoon te krijgen. Beddengoed en handdoeken mogen in de droger. Zowel Bonte was 30 ºC als Witte was 30 ºC worden zonder machine gedroogd. Dit is niet alleen beter voor het milieu,

maar voorkomt ook dat bepaalde kwetsbare kleding krimpt. Indien u de wasbeurten van klanten kunt combineren stimuleren wij dat met extra punten. Dit kan door gebruik te maken van met kleur gelabelde waszakjes. Zo blijft de was van verschillende klanten tijdens het wasproces gescheiden, maar kun u uw wasmachine efficiënt inzetten.

Staat van het wasgoed

De drie aangeboden wasprogramma's in combinatie met ons wasmiddel zorgen er in principe voor dat het wasgoed weer schoon uit de wasmachine komt. Mocht het wasgoed bepaalde vlekken bevatten die er niet of moeizaam uit te wassen zijn, bent u hier niet verantwoordelijk voor. Het is wel verstandig dit naar de klant terug te koppelen door een bericht te sturen, om zo begrip van de klant te stimuleren. Mocht u bijzonder vieze kleding (bijvoorbeeld schimmel) krijgen aangeleverd, kan het zijn dat u besluit dit niet mee te wassen om andere kledingstukken te beschermen. Ook in dit geval is het verstandig dit duidelijk naar de klant terug te koppelen, om onenigheid te voorkomen.

Extra service

U kunt ervoor kiezen om het schone wasgoed van klanten te strijken. Ook kunt u aanbieden om het vieze wasgoed op te halen en weer schoon bij de klanten thuis te bezorgen. Het aanbieden van deze extra service levert u meer punten en daarmee mooiere cadeaus op.

Logistiek

Indien u aanbiedt de wastas op te halen en weer te bezorgen, hoeft u enkel een afspraak over de haal en bezorgtijden te maken met klanten. Zoniet, dan moet u een bezorg- en afhaalpunt in de wijk creëren. Het meest voor de hand ligt om uw eigen woning hiervoor te gebruiken. U kunt echter ook afspraken maken met bijvoorbeeld een wijkcentrum of bejaardentehuis. Dan kunnen klanten daar op een bepaald tijdstip hun tassen afleveren en dat u ze daarna tegelijk ophaalt en mee naar huis neemt.

Levertijd

Het merendeel van het wasgoed wordt niet machinaal gedroogd en bovendien willen wij u niet in uw vrijheid beperken. Daarom zit u niet vast op een bepaalde levertijd. Wel is het aan te raden via de app met de klant te communiceren over de verwachte levertijd. Zo weten beide partijen waar ze aan toe zijn.

Regelementen Launty - Klant

1. Algemeen

Zowel logistiek als organisatorisch is het uitbesteden van wasgoed een ingewikkeld proces. Launty verbindt vraag en aanbod met elkaar en biedt een digitaal platform om het proces te sturen. Onze applicatie helpt om dit proces in goede banen te leiden. Launty is hierbij niet verantwoordelijk voor de kwaliteit van het verzorgde wasgoed. Het is van belang dat zowel u als degene die uw wasgoed verzorgt de stappen in het proces op de juiste wijze doorlopen. Op de volgende pagina's wordt onze werkwijze uitgelegd en worden alle stappen in het proces chronologisch doorlopen.

2. Registratie

Aanmelding
Via de app of via onze website kunt u zich eenvoudig aanmelden om gebruik te maken van onze service. U vult uw naam plus e-mailadres in en bedenkt een wachtwoord. Met één druk op de knop is uw account vervolgens aangemaakt.

Facebook
Voor Launty is het gebruik van social media door gebruikers een goede manier om naamsbekendheid op te bouwen. Daarom krijgt u op regelmatige basis een gift als u Facebook aan uw account koppelt.

Inloggen
Als u eenmaal een account heeft aangemaakt kun u altijd inloggen via onze website, app of via Facebook. Indien u uw inloggegevens kwijt bent kunt u deze opnieuw aanvragen. U ontvangt ze per e-mail.

Servicepagina
Na registratie komt u op de servicepagina terecht. Hier kunt u uw postcode en voorkeuren invullen. Bijvoorbeeld of u uw wasgoed ook gestreken en thuisbezorgd wilt hebben en op welke dagen van de week u uw was gedaan wilt hebben. Nadat u al uw voorkeuren heeft ingevuld verschijnt een lijst met Launties bij u in de buurt. Hier kunt u het serviceaanbod, de woonafstand en het publieke profiel van deze personen bekijken. Op basis hiervan maakt u een keuze voor een bepaalde Launty.

Strippenkaart
Voordat u gebruik kunt gaan maken van onze wasservice dient u eerst tegoed aan te schaffen. Launty werkt met strippenkaarten. Elke strip is een tegoedbon voor een wasbeurt (volle wastas). Hoe groter het strippenpakket is dat u aanschaft, des te lager is de prijs per wasbeurt. Door op het informatie-icoontje te drukken kunt u meer informatie over de strippenkaarten krijgen.

Algemene voorwaarden
Ten slotte dient u nog de algemene voorwaarden door te nemen en te accepteren. Ook elke Launty heeft deze voorwaarden geaccepteerd.

Koppel en betaal
Als u ook de algemene voorwaarden hebt geaccepteerd wordt u doorgeleid naar een betaalscherm. Hiermee heeft u de mogelijkheid digitaal uw strippenkaart af te rekenen. Vervolgens krijgt u een e-mail met de bevestiging van uw aankoop.

3. Dashboard

Persoonlijke pagina
Zodra u via de app of website bent ingelogd komt u op uw persoonlijke pagina terecht. Hier kunt u uw tegoed bekijken en opwaarderen, de status van uw lopende order bekijken en contact opnemen met de Launty waaraan u gekoppeld bent. Daarnaast kun u via ‘menu’ naar de 5 pagina’s die hieronder zijn uitgewerkt.

Account beheerpagina
Hier staan al uw persoonlijke gegevens zoals u ze bij de registratie hebt ingevuld. Deze kunt u hier wijzigen. Hetzelfde geldt voor een eventuele koppeling van uw account aan social media. Ook is er een icoontje ‘notificatie opties’. Hiermee kunt u het aantal meldingen dat u krijgt bij vorderingen in het wasproces reguleren.

Ordermenu
In het ordermenu kunt u een nieuwe order aanmaken. Hierop stuurt uw Launty een bevestiging of een tegenvoorstel. Bijvoorbeeld: “maandagochtend moet ik naar de tandarts, kan ik de was ook maandagmiddag op komen halen?” Nadat de order door beide partijen is bevestigd neemt uw Launty uw wasgoed in ontvangst en checkt het in. Vanaf dat moment kunt u dankzij automatisch ingestelde notificaties zien in welke fase het wasproces zit. Nadat u het schone wasgoed in ontvangst hebt genomen geeft u een beoordeling aan uw Launty. Deze beoordeling is voor iedereen inzichtelijk. Daardoor hoeven wij niet steekproefsgewijs kwaliteitscontroles uit te voeren, dat doet u zelf al voor ons bij iedere wasbeurt. Mocht er onverhoopt toch een incident zijn tussen u en uw Launty, dan kunt u dit in het ordermenu bij ons aangeven. Wij nemen naar aanleiding daarvan contact met u op.

Order overzicht
In het ordermenu kunt u alleen uw lopende order zien. Voor al uw orders uit het verleden kunt u in het orderoverzicht terecht. Dit dient als een archief waarmee u al uw orders uit het verleden nog eens kunt bekijken.

Transactie overzicht
Uw transacties uit het verleden kunt u in het transactie overzicht bekijken. Ook ziet u hier uw huidige tegoed en heeft u de mogelijkheid dit tegoed op te waarderen.

4. Wasproces

Wastas

Nadat u een strippenkaart heeft aangeschaft krijgt u onze wastas thuisgestuurd. Deze tas is van …… waardoor de tas kan ademen en er geen vieze geurtjes achterblijven. Geurelement en cederhout? Om de hoeveel tijd nieuwe tas? Onze wasservice werkt niet met een kiloprijs. Een volle zak telt voor één strip en bevat ongeveer ? kilo.

Wasprogramma's

Bij onze service kunt u kiezen uit een drietal wasprogramma's: Bonte was 30 ºC, Witte was 30 ºC en Beddengoed + handdoeken 40 ºC. Uw Launty maakt gebruik van het biologische wasmiddel ???????, waarmee de genoemde temperaturen voldoende zijn om uw was volledig schoon te krijgen. Beddengoed en handdoeken mogen in de droger. Zowel Bonte was 30 ºC als Witte was 30 ºC worden zonder machine gedroogd. Dit is niet alleen beter voor het milieu, maar voorkomt ook dat bepaalde kwetsbare kleding krimpt.

Staat van het wasgoed

De drie aangeboden wasprogramma's zorgen er in principe voor dat uw wasgoed weer schoon wordt opgeleverd. Mocht uw wasgoed bepaalde vlekken bevatten die er niet of moeizaam uit te wassen zijn, is uw Launty hier niet verantwoordelijk voor. Daarnaast kunnen natte kleren of handdoeken schimmel veroorzaken als ze lange tijd in de wastas blijven liggen. Het kan in een dergelijk geval zelfs zo zijn dat hij/zij besluit een bepaald kledingstuk niet mee te wassen, omdat de rest van het wasgoed daar mogelijk nadelige gevolgen van ondervindt. Dit kunt u eenvoudig voorkomen door uw wasgoed in fatsoenlijke staat in te leveren.

Extra service

Alle Launtys bieden de standaard wasservice aan. Daarnaast hebben zij de mogelijkheid om strijken en haal/bezorg service aan te bieden. Ook het aantal beschikbare dagen per week wisselt per Launty.

Logistiek

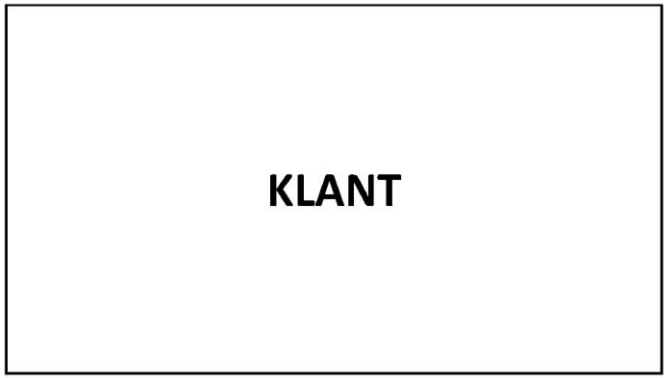
Indien uw Launty aanbiedt de wastas op te halen en weer te bezorgen heeft u zelf geen omkijken naar de logistiek. Als uw Launty die service niet aanbiedt komt er meer bij kijken. In dit geval geeft u aan dat u de was gedaan wilt hebben op een bepaald moment. Zodra u een bevesting ontvangt van uw Launty brengt u uw wastas naar het bezorgpunt. In de praktijk zal dit doorgaans bij uw Launty thuis zijn. Maar ook is het mogelijk dat dit punt het wijkcentrum of een basisschool is. In dat laatste geval krijgt u een melding van uw Launty zodra de wastas in ontvangst is genomen. In alle gevallen krijgt u een melding wanneer uw schone wasgoed klaar ligt om opgehaald te worden.

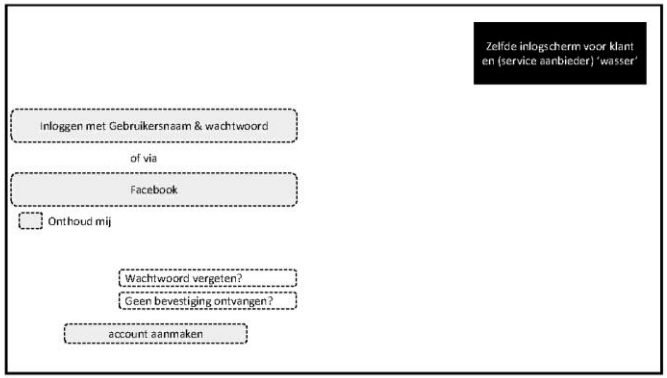
Levertijd

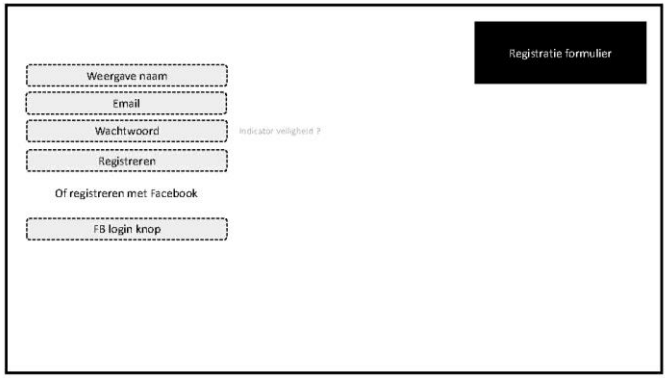
Het merendeel van het wasgoed wordt niet machinaal gedroogd. De Launties zitten vanzelfsprekend niet altijd ruim in hun tijd. Daarom pinnen wij ze niet vast op een bepaalde levertijd. Via de app kunt u met uw Launty communiceren over de geschatte levertijd.

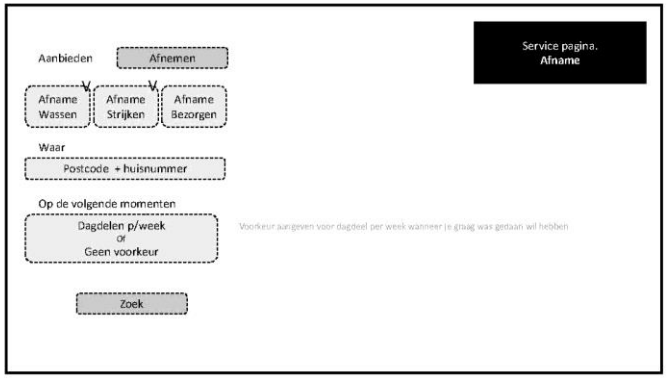
Bijlage 3 Functies app (raamwerk + uitwerking) in Asana

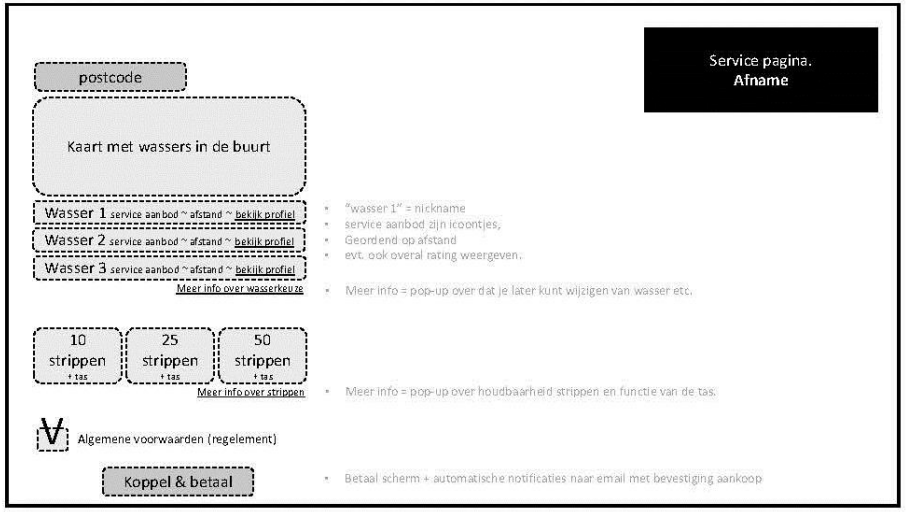
Bij de ontwikkeling van een app wordt doorgaans gebruik gemaakt van wireframes. Een wireframe is een ontwerp waarbij puur op de inhoud gefocust wordt (welke functies moet elke pagina bevatten) en niet op de vormgeving. Voor de eerste versie van de voor dit onderzoek ontwikkelde wasapp zijn 32 wireframes uitgeschreven. In latere fases zijn er nog tal van veranderingen doorgevoerd, maar omdat de basis al stond, was het niet noodzakelijk hier nieuwe wireframes voor uit te schrijven.

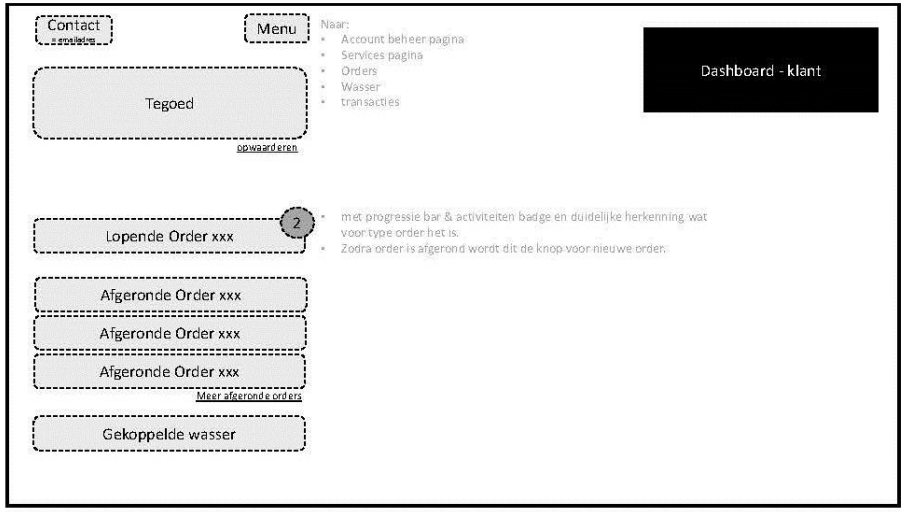


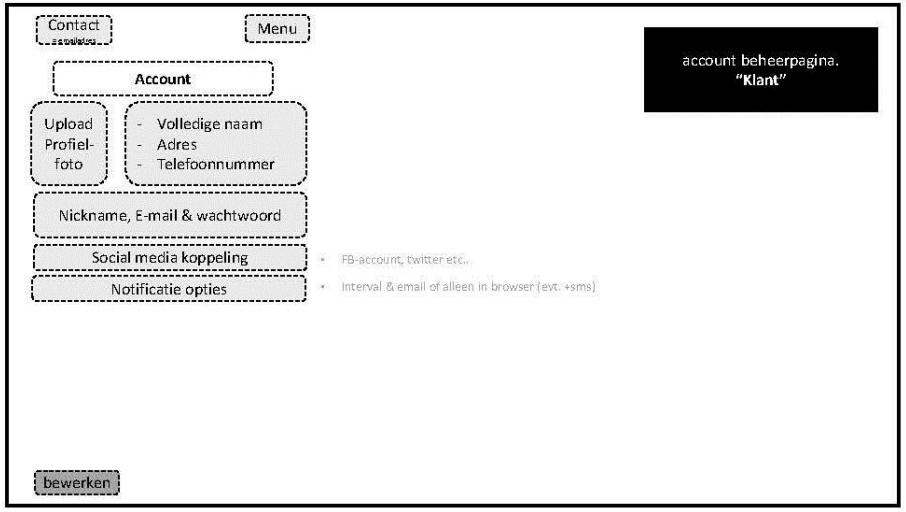


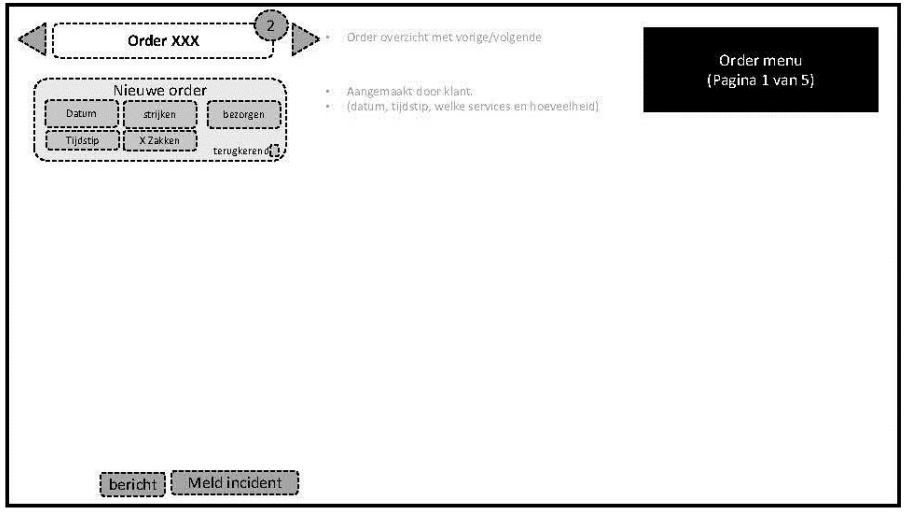


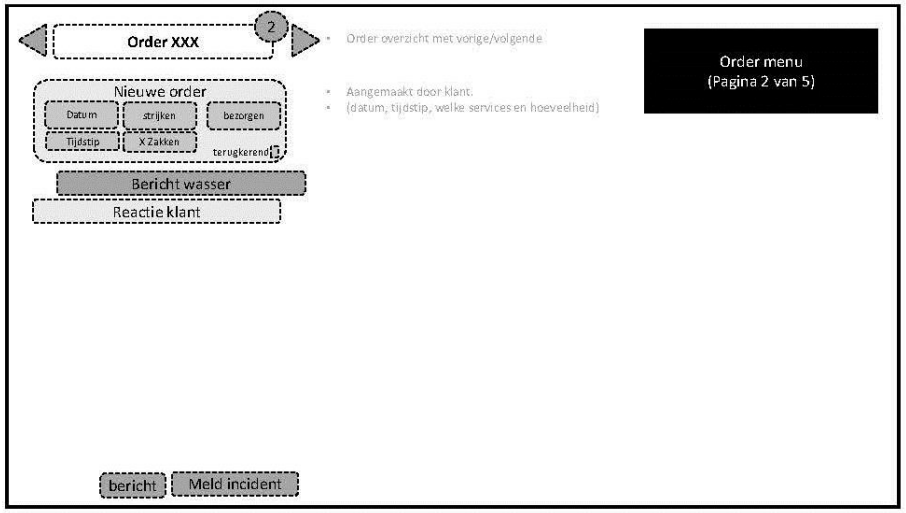


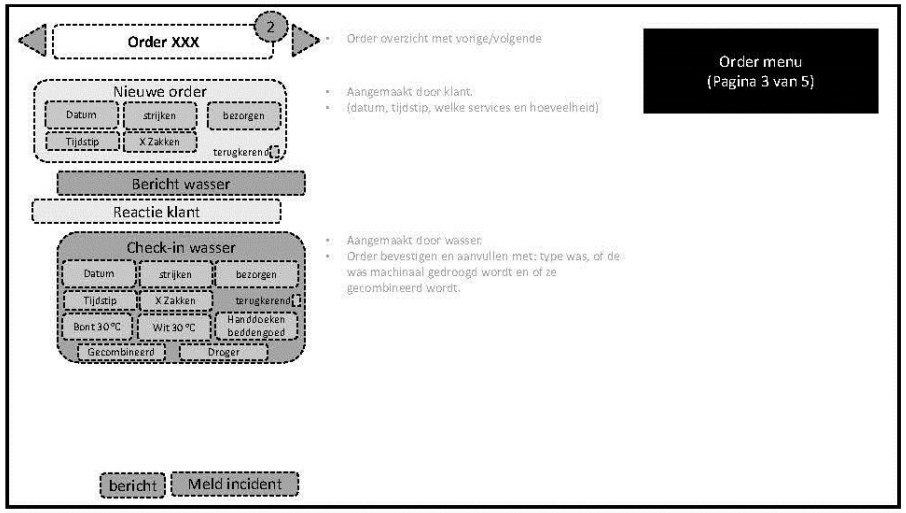

Service pagina.
Afname
postcode
Kaart met wassers in de buurt
Wasser 1 service aanbod ~ afstand ~ bekijk profiel
Wasser 2 service aanbod ~ afstand ~ bekijk profiel
Wasser 3 service aanbod ~ afstand ~ bekijk profiel
Meer info over wasserkeuze
"wasser 1" = nickname
service aanbod zijn icoontjes,
Geordend op afstand
evt. ook overal rating weergeven.
Meer info = pop-up over dat je later kunt wijzigen van wasser etc.
10 strippen + tas
25 strippen + tas
50 strippen + tas
Meer info over strippen
Meer info = pop-up over houdbaarheid strippen en functie van de tas.
Algemene voorwaarden (regelement)
Koppel & betaal
Betaal scherm + automatische notificaties naar email met bevestiging aankoop

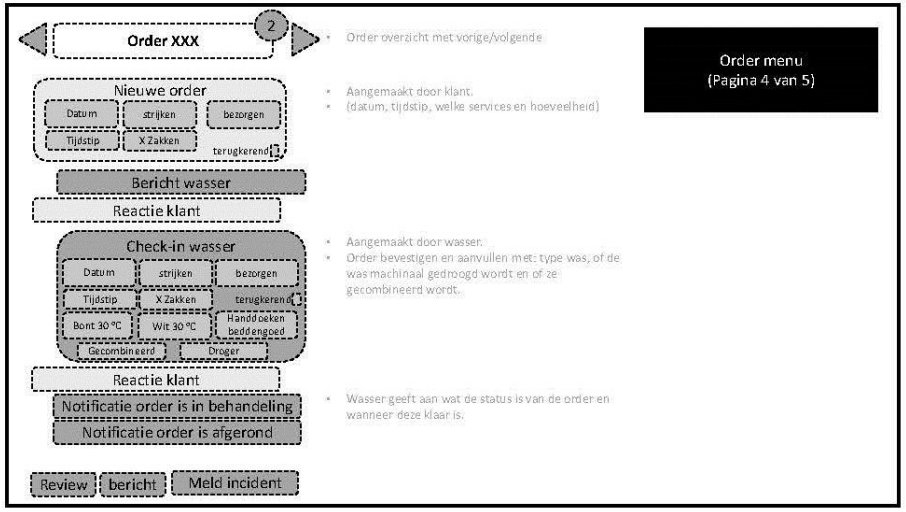

Contact
Menu
Naar:
Account beheer pagina
Services pagina
Orders
Wasser
transacties
Dashboard - klant
Tegoed
opwaarderen
Lopende Order xxx
2
met progressie bar & activiteiten badge en duidelijke herkenning wat voor type order het is.
Zodra order is afgerond wordt dit de knop voor nieuwe order.
Afgeronde Order xxx
Afgeronde Order xxx
Afgeronde Order xxx
Meer afgeronde orders
Gekoppelde wasser

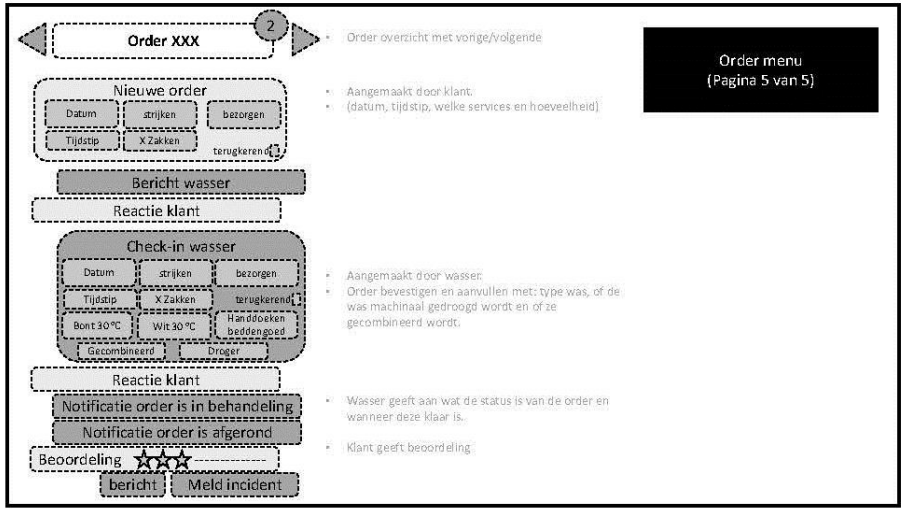

Contact
Menu
account beheerpagina.
"Klant"
Account
Upload Profiel-foto
- Volledige naam
- Adres
- Telefoonnummer
Nickname, E-mail & wachtwoord
Social media koppeling
Notificatie opties
FB-account, twitter etc..
Interval & email of alleen in browser (evt. +sms)
bewerken

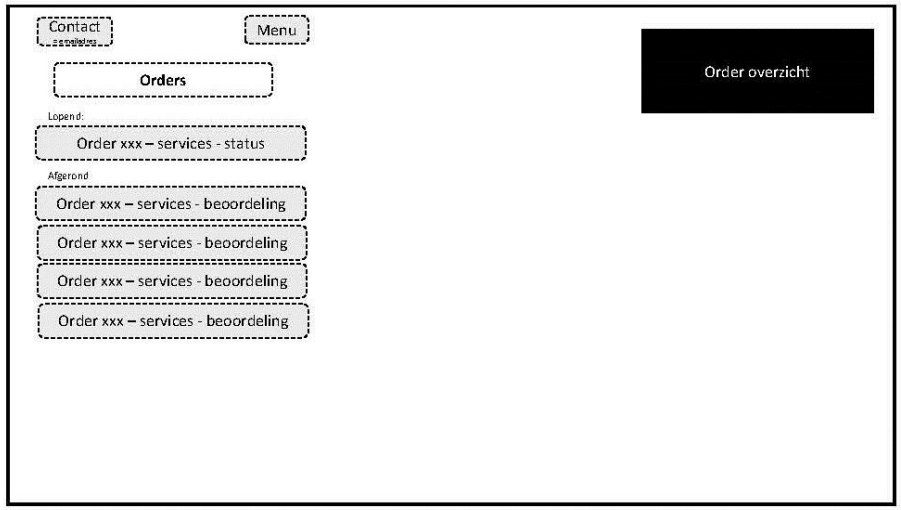

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Order menu
(Pagina 1 van 5)
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
bericht
Meld incident

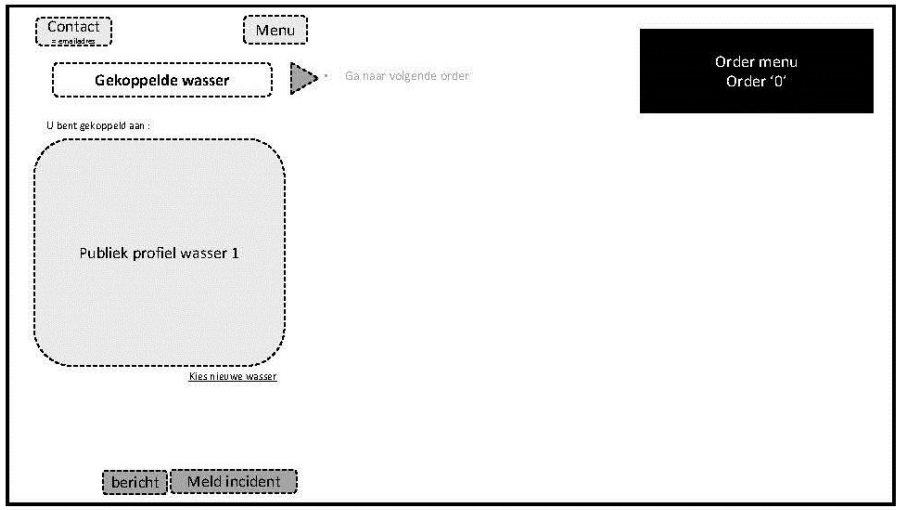

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Order menu
(Pagina 2 van 5)
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Bericht wasser
Reactie klant
bericht
Meld incident

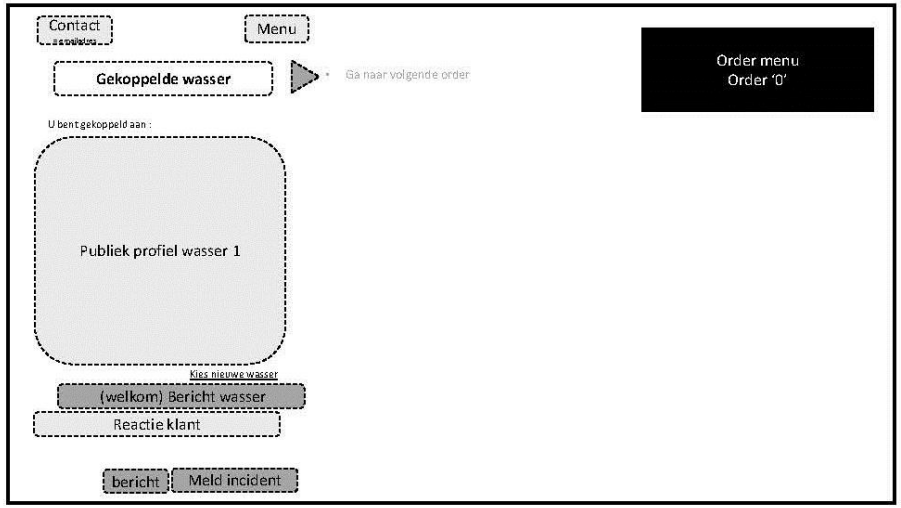

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Order menu
(Pagina 3 van 5)
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in wasser
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Bont 30 °C
Wit 30 °C
Handdoeken beddengoed
Gecombineerd
Droger
Aangemaakt door wasser.
Order bevestigen en aanvullen met: type was, of de was machinaal gedroogd wordt en of ze gecombineerd wordt.
bericht
Meld incident

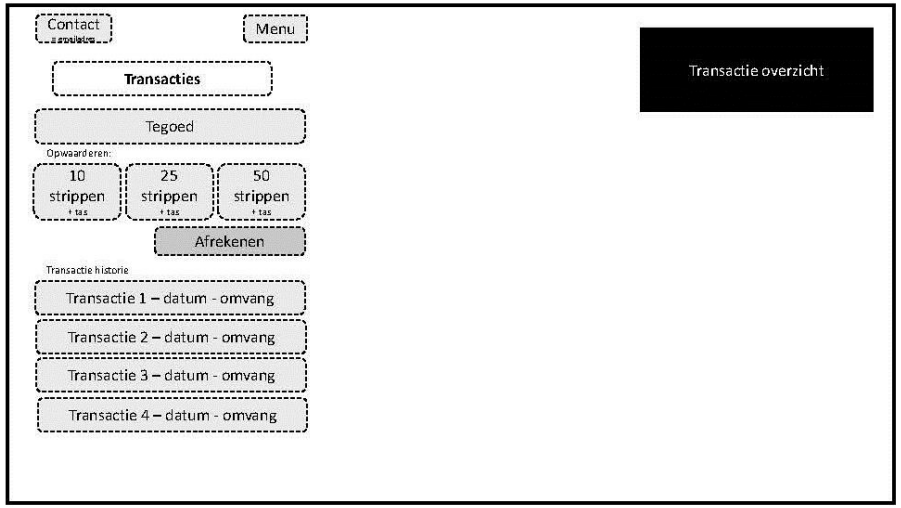

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Order menu
(Pagina 4 van 5)
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in wasser
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Bont 30 °C
Wit 30 °C
Handdoeken beddengoed
Gecombineerd
Droger
Aangemaakt door wasser.
Order bevestigen en aanvullen met: type was, of de was machinaal gedroogd wordt en of ze gecombineerd wordt.
Reactie klant
Notificatie order is in behandeling
Notificatie order is afgerond
Wasser geeft aan wat de status is van de order en wanneer deze klaar is.
Review
bericht
Meld incident


Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Order menu
(Pagina 5 van 5)
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in wasser
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Bont 30 °C
Wit 30 °C
Handdoeken beddengoed
Gecombineerd
Droger
Aangemaakt door wasser.
Order bevestigen en aanvullen met: type was, of de was machinaal gedroogd wordt en of ze gecombineerd wordt.
Reactie klant
Notificatie order is in behandeling
Notificatie order is afgerond
Wasser geeft aan wat de status is van de order en wanneer deze klaar is.
Beoordeling
Klant geeft beoordeling
bericht
Meld incident


Contact
Menu
Order overzicht
Orders
Lopend:
Order xxx – services - status
Afgerond
Order xxx – services - beoordeling
Order xxx – services - beoordeling
Order xxx – services - beoordeling
Order xxx – services - beoordeling


Contact
Menu
Order menu
Order '0'
Gekoppelde wasser
Ga naar volgende order
U bent gekoppeld aan :
Publiek profiel wasser 1
Kies nieuwe wasser
bericht
Meld incident


Contact
Menu
Order menu
Order '0'
Gekoppelde wasser
Ga naar volgende order
U bent gekoppeld aan :
Publiek profiel wasser 1
Kies nieuwe wasser
(welkom) Bericht wasser
Reactie klant
bericht
Meld incident


Contact
Menu
Transactie overzicht
Transacties
Tegoed
Opwaarderen:
10 strippen + tas
25 strippen + tas
50 strippen + tas
Afrekenen
Transactie historie
Transactie 1 – datum - omvang
Transactie 2 – datum - omvang
Transactie 3 – datum - omvang
Transactie 4 – datum - omvang

WASSER

Zelfde inlogscherm voor klant en (service aanbieder) 'wasser'

Inloggen met Gebruikersnaam & wachtwoord

of via

Facebook

Onthoud mij

Wachtwoord vergeten?

Geen bevestiging ontvangen?

account aanmaken

Registratie formulier

Naam

Email

Wachtwoord

Indicator veiligheid ?

Registreren

Of registreren met Facebook

FB login knop

Service pagina.
Aanbod

Aanbieden

Afnemen

Aanbod Wassen

Aanbod Strijken

Aanbod Bezorgen

Waar

Postcode + huisnummer

Op de volgende momenten

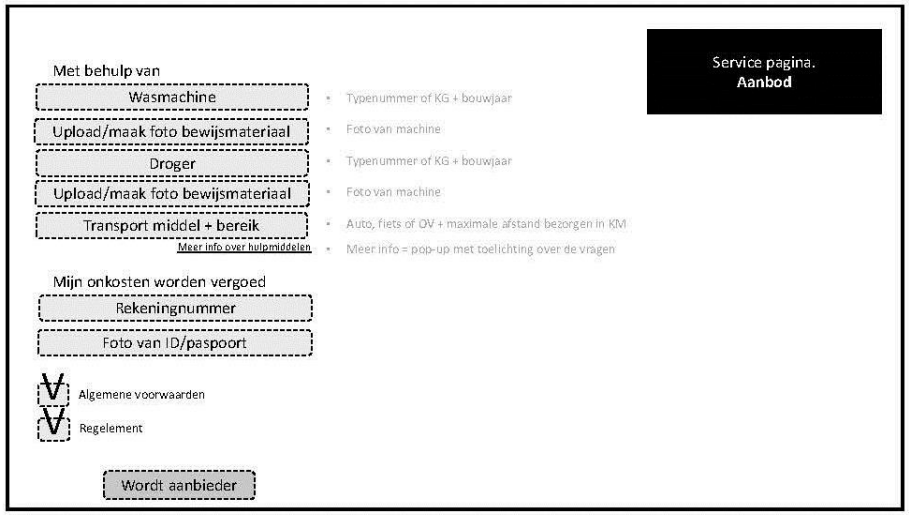
Dagdelen p/week

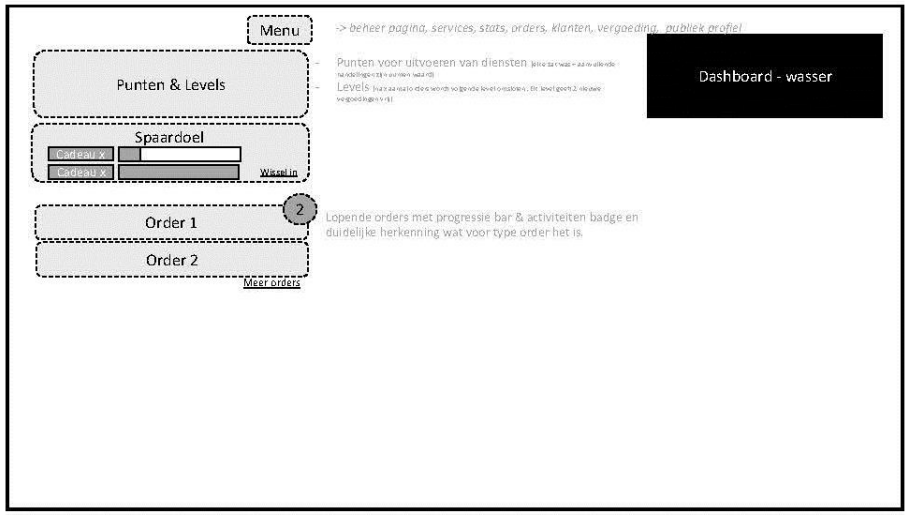
aangeven welke dagdeel per week beschikbaar

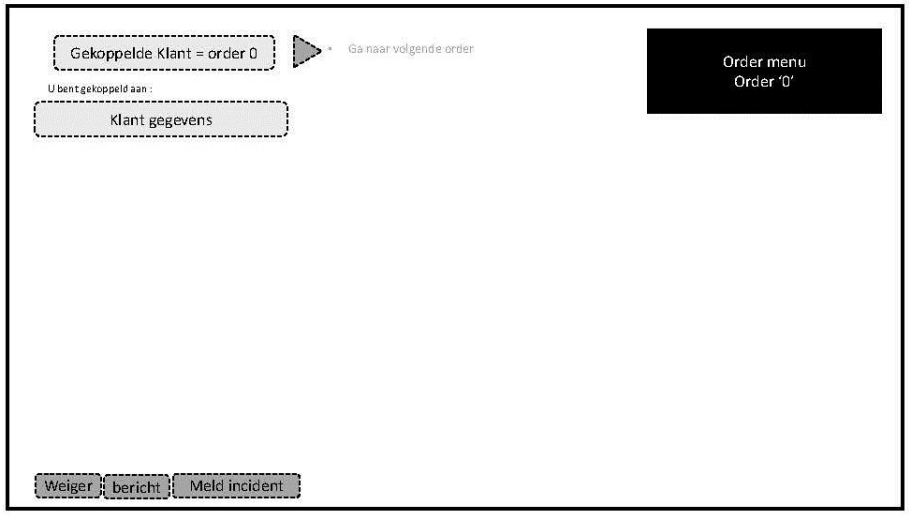
Uitzondering dagen per jaar

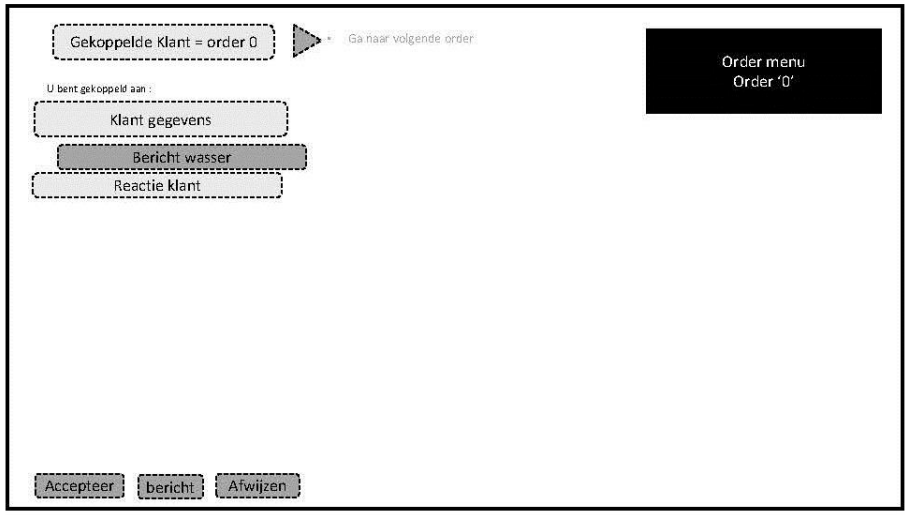
Aangeven vakantie/feest dagen

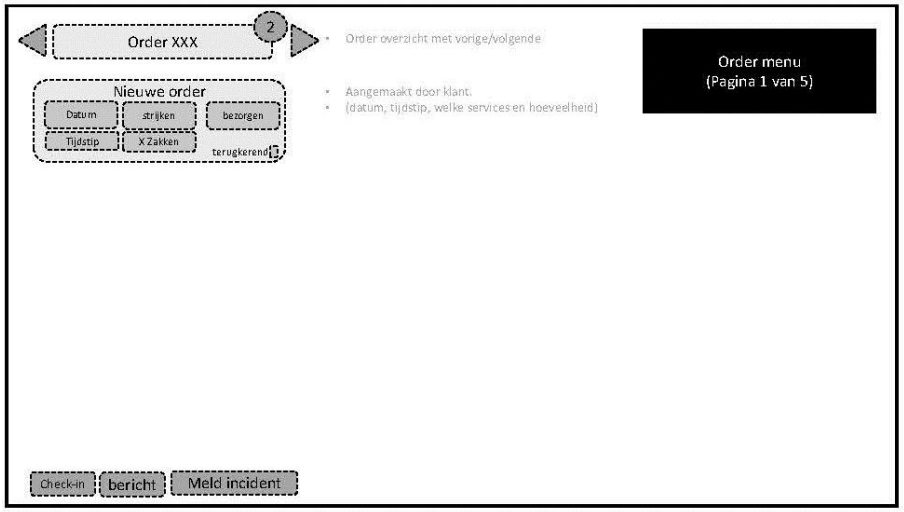
Volgende

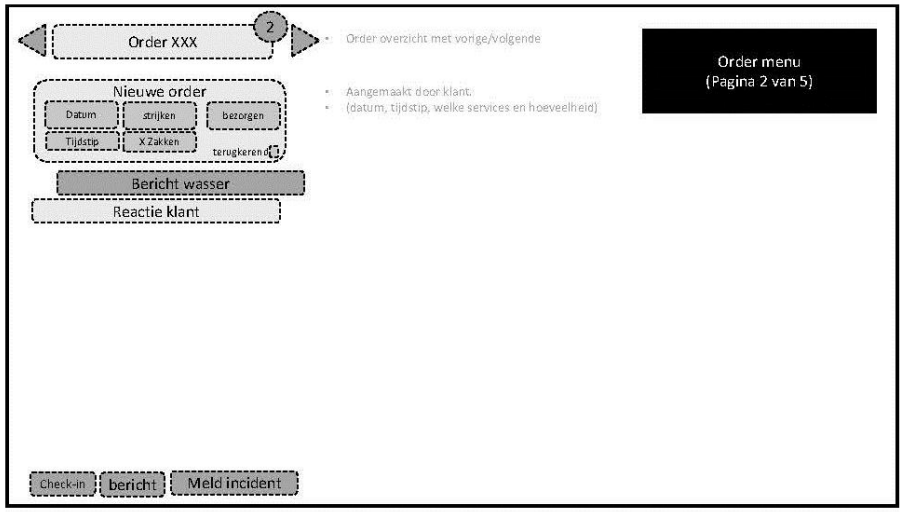

Service pagina.
Aanbod
Met behulp van
Wasmachine
Typenummer of KG + bouwjaar
Upload/maak foto bewijsmateriaal
Foto van machine
Droger
Typenummer of KG + bouwjaar
Upload/maak foto bewijsmateriaal
Foto van machine
Transport middel + bereik
Auto, fiets of OV + maximale afstand bezorgen in KM
Meer info over hulpmiddelen
Meer info = pop-up met toelichting over de vragen
Mijn onkosten worden vergoed
Rekeningnummer
Foto van ID/paspoort
Algemene voorwaarden
Regelement
Wordt aanbieder

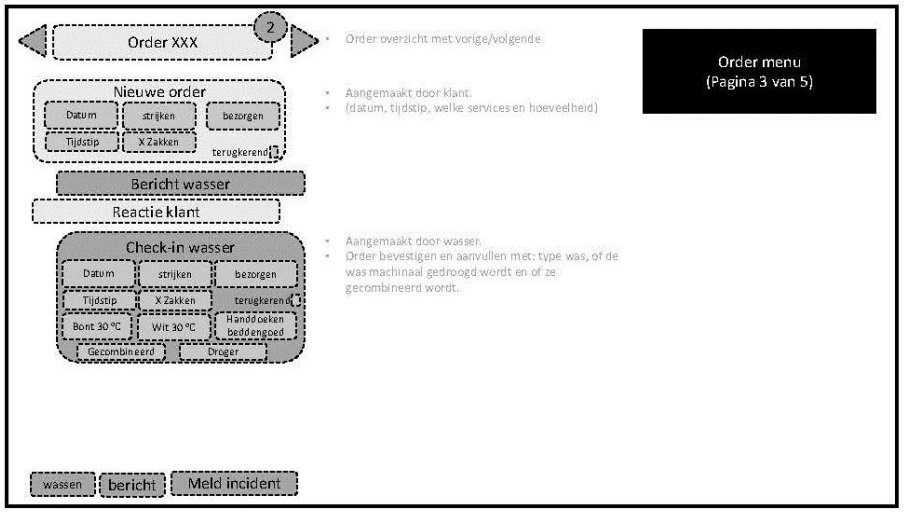

Dashboard - wasser
Menu
-> beheer pagina, services, stats, orders, klanten, vergoeding, publiek profiel
Punten & Levels
Punten voor uitvoeren van diensten
Levels
Spaardoel
Cadeau X
Cadeau X
Wissel in
Order 1
2
Order 2
Meer orders
Lopende orders met progressie bar & activiteiten badge en duidelijke herkenning wat voor type order het is.

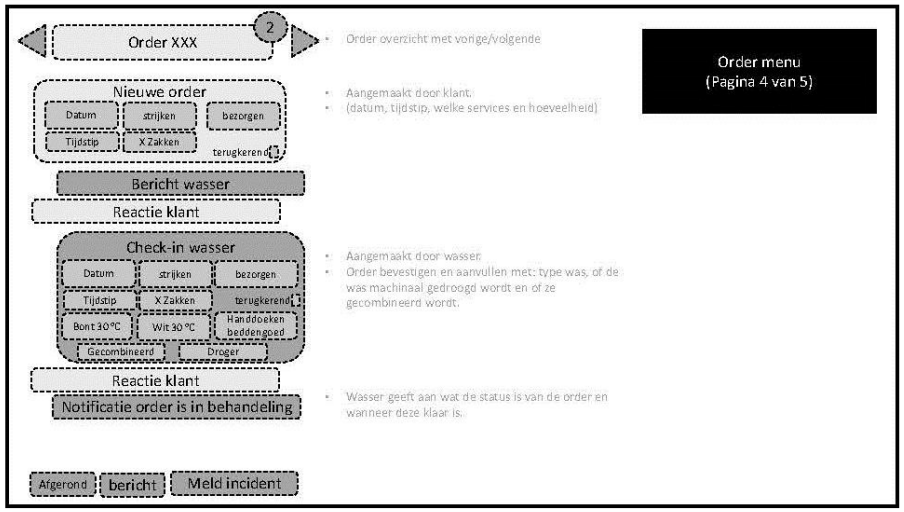

Order menu
Order '0'
Gekoppelde Klant = order 0
Ga naar volgende order
U bent gekoppeld aan :
Klant gegevens
Weiger
bericht
Meld incident

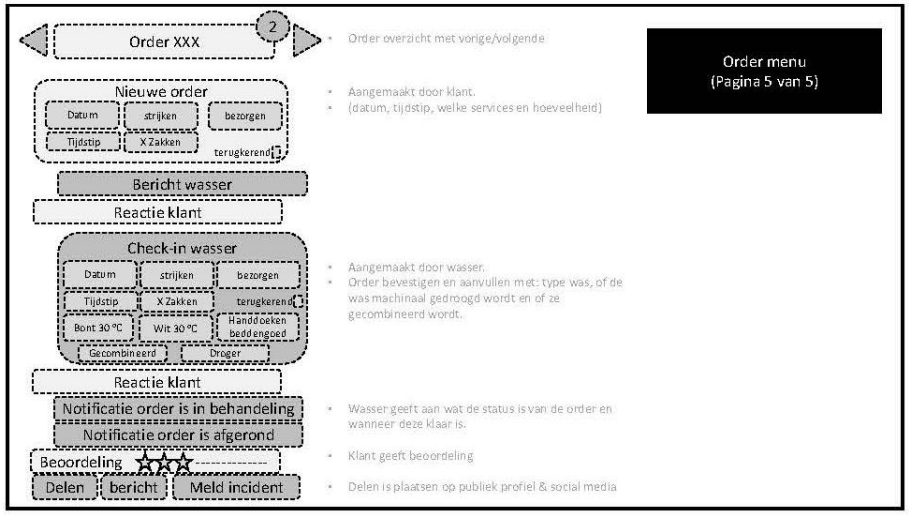

Order menu
Order '0'
Gekoppelde Klant = order 0
Ga naar volgende order
U bent gekoppeld aan :
Klant gegevens
Bericht wasser
Reactie klant
Accepteer
bericht
Afwijzen

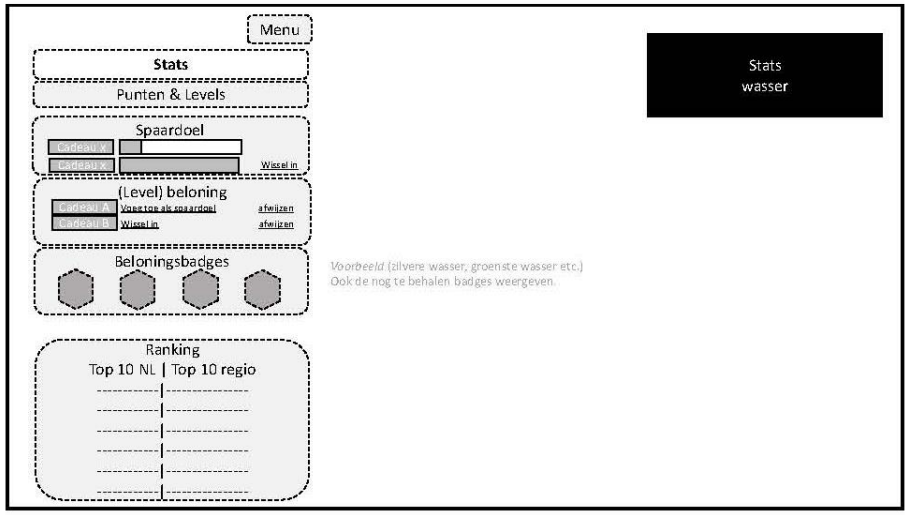

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Order menu
(Pagina 1 van 5)
Check-in
bericht
Meld incident

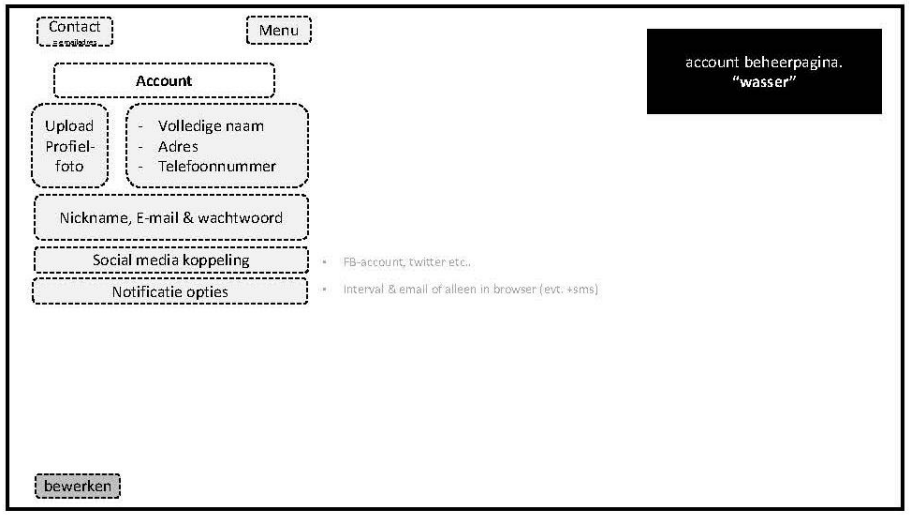

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Order menu
(Pagina 2 van 5)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in
bericht
Meld incident

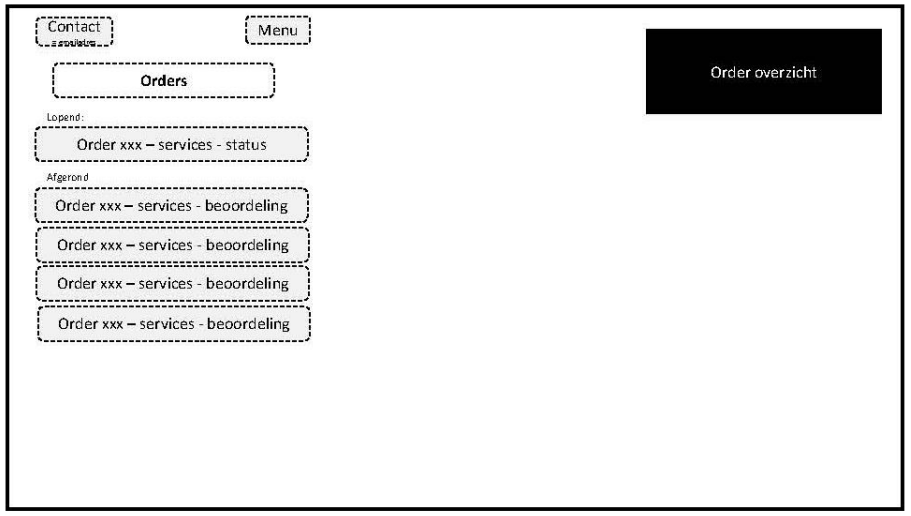

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Order menu
(Pagina 3 van 5)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in wasser
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Bont 30 °C
Wit 30 °C
Handdoeken
beddengoed
Gecombineerd
Droger
Aangemaakt door wasser.
Order bevestigen en aanvullen met: type was, of de was machinaal gedroogd wordt en of ze gecombineerd wordt.
wassen
bericht
Meld incident

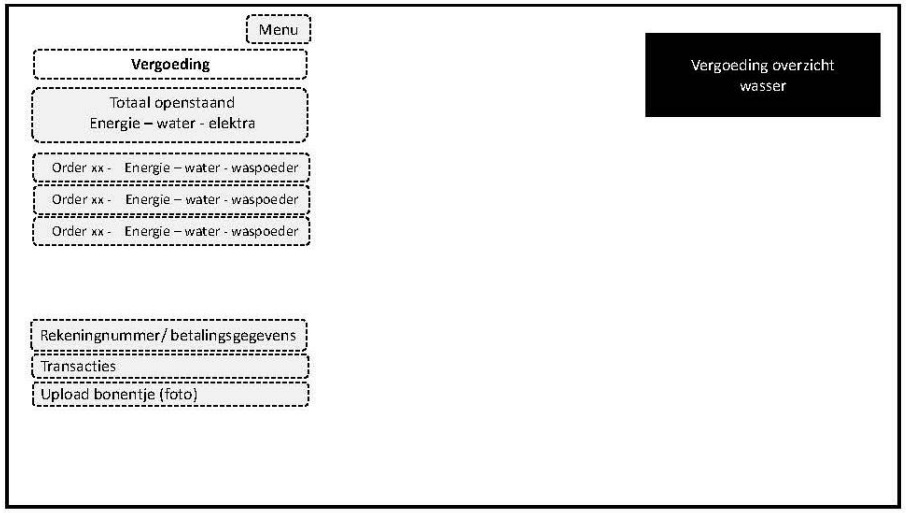

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Order menu
(Pagina 4 van 5)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in wasser
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Bont 30 °C
Wit 30 °C
Handdoeken
beddengoed
Gecombineerd
Droger
Aangemaakt door wasser.
Order bevestigen en aanvullen met: type was, of de was machinaal gedroogd wordt en of ze gecombineerd wordt.
Reactie klant
Notificatie order is in behandeling
Wasser geeft aan wat de status is van de order en wanneer deze klaar is.
Afgerond
bericht
Meld incident

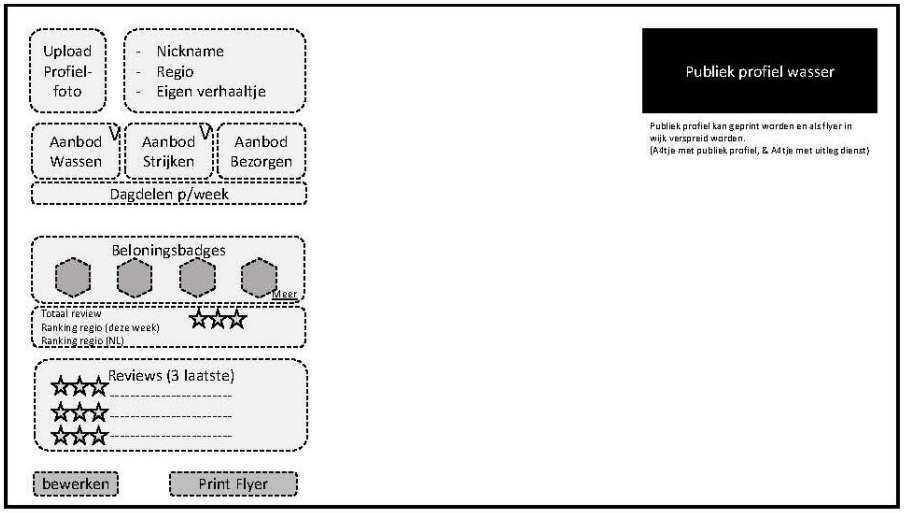

Order XXX
2
Order overzicht met vorige/volgende
Order menu
(Pagina 5 van 5)
Nieuwe order
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Aangemaakt door klant.
(datum, tijdstip, welke services en hoeveelheid)
Bericht wasser
Reactie klant
Check-in wasser
Datum
strijken
bezorgen
Tijdstip
X Zakken
terugkerend
Bont 30 °C
Wit 30 °C
Handdoeken beddengoed
Gecombineerd
Droger
Aangemaakt door wasser.
Order bevestigen en aanvullen met: type was, of de was machinaal gedroogd wordt en of ze gecombineerd wordt.
Reactie klant
Notificatie order is in behandeling
Notificatie order is afgerond
Wasser geeft aan wat de status is van de order en wanneer deze klaar is.
Beoordeling
Klant geeft beoordeling
Delen
bericht
Meld incident
Delen is plaatsen op publiek profiel & social media


Menu
Stats
Punten & Levels
Spaardoel
Wissel in
(Level) beloning
Voeg toe als spaardoel
afwijzen
Wissel in
afwijzen
Beloningsbadges
Voorbeeld (zilvere wasser, groenste wasser etc.)
Ook de nog te behalen badges weergeven.
Ranking
Top 10 NL | Top 10 regio
Stats
wasser


Contact
Menu
Account
Upload Profiel-foto
- Volledige naam
- Adres
- Telefoonnummer
Nickname, E-mail & wachtwoord
Social media koppeling
Notificatie opties
FB-account, twitter etc..
Interval & email of alleen in browser (evt. +sms)
bewerken
account beheerpagina.
"wasser"


Contact
Menu
Orders
Lopend:
Order xxx – services - status
Afgerond
Order xxx – services - beoordeling
Order xxx – services - beoordeling
Order xxx – services - beoordeling
Order xxx – services - beoordeling
Order overzicht


Menu
Vergoeding
Totaal openstaand
Energie – water - elektra
Order xx - Energie – water - waspoeder
Order xx - Energie – water - waspoeder
Order xx - Energie – water - waspoeder
Rekeningnummer/ betalingsgegevens
Transacties
Upload bonentje (foto)
Vergoeding overzicht wasser


Upload Profiel-foto
- Nickname
- Regio
- Eigen verhaaltje
Aanbod Wassen
Aanbod Strijken
Aanbod Bezorgen
Dagdelen p/week
Beloningsbadges
Meer
Totaal review
Ranking regio (deze week)
Ranking regio (NL)
Reviews (3 laatste)
bewerken
Print Flyer
Publiek profiel wasser
Publiek profiel kan geprint worden en als flyer in wijk verspreid worden.
(A4tje met publiek profiel, & A4tje met uitleg dienst)

Bijlage 4 De to-do's zoals ze in Asana staan weergegeven

Bij de ontwikkeling van de app is gebruik gemaakt van het programma Asana om alle to-do's overzichtelijk weer te geven. Een nieuwe bedachte functie werd meteen aan de lijst to-do's toegevoegd. Telkens als er een functie in de app was ingebouwd kon deze worden afgevinkt. Zo bleef het overzicht behouden. Op onderstaande vijf pagina's is het volledige overzicht van alle to-do's voor de app weergegeven.

Launty:

- Uitwerken case inclusio intern
- Uitwerken launty voor 1 wijk
- Afspraak inplannen wijkteams
- Is het mogelijk een bericht mee te sturen bij het aanmaken van de order.
- Teksten aanpassen
- Als gebruiker wil ik mijn weergave naam kunnen opgeven bij registratie
- Als gebruiker wil ik mijn e-mailadres koppelen aan mijn account
- Als gebruiker wil ik een sterk wachtwoord kiezen
- Als klant moet ik de algemene voorwaarden accepteren om mijzelf te kunnen verbinden aan de service
- Als wasser wil ik de algemene voorwaarden goedkeuren
- Als wasser wil ik het regelement goedkeuren
- Als gebruiker wil ik mijn locatie kunnen invoeren zodat mijn vraag/aanbod in de buurt gezocht kan worden
- Knop naar dashboard overal bovenaan (misschien logo of dergelijke?)
- Knop selectie wasser groter
- Gebruik uitleggen in de app

Login:

- Als gebruiker wil ik de bevestigingsmail opnieuw kunnen laten versturen
- Als gebruiker wil ik dat mijn inloggegevens onthouden worden zodat ik deze niet telkens opnieuw hoef in te voeren.
- Als klant wil ik kunnen aangeven welke diensten ik af wil nemen
- Als klant wil ik het aantal strippen/hoeveelheid was dat ik wil afnemen kunnen selecteren
- Als klant wil ik kunnen aangeven op welke momenten ik het liefst wil dat de was voor mij wordt gedaan
- Als klant wil ik inzicht in de wasser in mijn buurt die passende service aanbieden geordend op basis van afstand tot mijn locatie
- Als klant wil ik de publieke profielen van de wassers kunnen bekijken
- Als klant wil ik de wasser kunnen selecteren door de hele balk aan te klikken inplaats van het check boxje.
- Bij de hoeveelheid zakken was wil ik een icoontje uploaden

- Als wasser wil ik kunnen aangeven welke services ik aanbied
- Als wasser wil ik aangeven op welke dagdelen ik kan wassen
- Als wasser wil ik mijn beschikbaarheid op kunnen geven zodat ik op vakantie kan.
- Als wasser wil ik mijn rekening nummer opgeven zodat ik vergoedingen kan ontvangen
- Als klant wil ik in 1 oogopslag kunnen zien of er nieuw activiteit is binnen mijn lopende order(s
- Als wasser wil ik een dashboard/stats pagina wat de waarderingen/onderscheidingen voor mijn prestaties laat zien (badges)
- Als wasser wil ik inzicht in de beloningen die per level ontsloten worden inclusief Pictogram
- Als wasser wil ik mijn reviews kunnen bekijken zodat ik weet wat andere van mijn service vinden.
- Als gebruiker wil ik een Avatar op dashboard (avatar is tevens link naar profiel pagina)

Wasser:

- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel mijn gemiddelde reviews en ranking in NL en de regio weergeven
- Als wasser wil ik een foto van mijn ID-kaart/pasport uploaden zodat ik geverifiveerd kan worden door de beheerder
- Als wasser wil ik de review kunnen inzien bij de order zelf
- Als wasser wil ik inzicht in de onkosten die voor mij vergoed worden
- Als wasser wil ik inzicht in de onkosten van alle afgeronde orders
- Als wasser wil ik inzicht in de uitbetaalde onkosten
- Als wasser wil ik een foto uploaden van mijn waspoeder bonnentje zodat deze vergoed kan worden
- Avatar toevoegen aan User
- Als klant wil ik mij zelf éénmalig aanmelden met NAW & factuur-gegevens zodat ik deze gegevens niet telkens hoef te herhalen
- Als klant wil ik inzicht hebben in mijn persoonlijke gegevens, Zodat ik deze kan controleren/wijzigen wanneer nodig.
- Als klant kan ik instellen of en welke notificaties ik op welke manier wil ontvangen zodat ik niet geïrriteerd raak
- Als wasser kan ik mijn persoonlijke gegevens en een kort verhaaltje over mij zelf toevoegen aan mijn account
- Als wasser wil ik mijn inloggegevens kunnen wijzigen op mijn profielbeheerpagina
- Geocoding toevoegen aan User
- IBAN veld toevoegen aan wasser

- Als wasser kan ik op mijn dashboard instellen of en welke notificaties ik op welke manier wil ontvangen zodat ik niet geïrriteerd raak
- Als wasser wil ik de was in detail kunnen inchecken + de status van de was te delen. (te nat = kans op schimmel etc.)
- Als wasser wil ik een order kunnen weigeren
- De opvakantie button mag weg bij klanten.

klant:

- Provider en consumer mogen order annuleren
- Als klant wil ik per order het diensttypen dat ik wil afnemen (wassen basis, drogen, strijken, en bezorgen.) kunnen wijzigen.
- Als klant kan ik een review bijstellen
- Als wasser kan ik een opdracht accepteren (accepteren = links, bevestiging van accepteren = ja rechts)
- Bij een order mag het aantal punten weergegeven worden dat een wasser verdient met de order.
- Als klant wil ik éénmalig de interval van de dienst en de primaire dienst die ik wil afnemen bepalen zodat ik niet telkens dezelfde order hoef aan te maken
- Als klant wil ik een wasser favoriet maken
- Als klant wil ik op mijn persoonlijke dashboard inzicht hebben in mijn transacties.
- Als klant wil ik mijn tegoed kunnen updaten met nieuwe strips
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel mijn nickname weergeven
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel weergeven welke services ik aanbied en in welke regio
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel een klein persoonlijke verhaaltje weergeven
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel mijn beloningsbadges weergeven
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel mijn laatste reviews weergeven
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel mijn beschikbaarheid weergeven
- Als wasser wil ik op mijn publieke profiel mijn avatar weergeven
- Als gebruiker wil ik mijn wachtwoord kunnen opvragen

Toekomst:

- Als gebruiker wil ik kunnen inloggen met mijn socialmedia account
- Als wasser wil ik een melding krijgen van een nieuwe order
- Als klant wil ik mijn dienst zo onbezorgd en veilig mogelijk betalen zodat ik hier geen aandacht meer aan hoef te schenken
- Als wasser wil ik een omschrijving + foto van mijn wasmachine/droger of overige apparatuur plaatsen
- Als klant wil ik mijn dashboard/profiel kunnen koppelen aan mijn social media zodat mijn omgeving op de hoogte is van mijn activiteit.

- Als wasser wil ik mijn dashboard/profiel kunnen koppelen aan mijn social media zodat mijn omgeving op de hoogte is van mijn dienst aanbod en mijn prestaties.
- Als wasser wil ik een aantal documenten kunnen downloaden en printen om te delen met potentiële nieuwe klanten (flyer, reglement, prijslijst etc.) zodat ik zelf nieuwe klanten kan werven
- Als wasser heb ik de mogelijkheid om een review te delen op mijn publieke profiel of social media
- Als klant heb ik de mogelijkheid om een review te delen op mijn publieke profiel of social media om mijn waardering voor een wasser te laten blijken
- Als klant wil ik kunnen kiezen uit wassers bij mij uit de buurt weergegeven op een kaart
- Als wasser wil ik kunnen aangeven of mijn profiel openbaar is en zo ja wat er gedeeld wordt zodat ik mijn privacy zelf in de hand heb
- Als wasser wil ik aangeven op welke wijze ik het transport oplos (fiets/auto)

- !!!Code in bitbucket zetten
- Inpakken als app (windows, andriod, IOS)
- Inpakken als Windows App

Domeinen:

- Domeinen: Product API filteren
- Domein meesturen met User call
- vlaggetjes

Login:

- OmniAuth methode
- Link naar reglement/algemene voorwaarden aanpassen
- Switch knop tussen domeinen

Order overzicht (klant):

- Datum koppelen aan order zodat deze gefiltert kunnen worden per dag
- Order lijst - sorteren (vandaag- toekomst - verleden)

Order overzicht (opdrachtgever):

- Orders sorteren per gebruiker of service

Order:

- De geplaatste reviews van de opdrachtgever worden nergens weergegeven
- Flows combineren (chat + checkins + eventuele order details)
- Share buttons (info delen op facebook etc.)

- Camera - Mogelijkheid om meta-data bij een foto te plotten
- Open opdrachten (1 per groep, 1 deelnemer kan accepteren)
- Klikbare links in messages
- Video als messages

Order aanmaken:

- Agenda toevoegen aan herhalingsfunctie
- Afbeelding bij opdracht omschrijving
- Type flow instellen per servicea
- Aantal punten instellen per service/order
- Optie om te koppelen aan planningsprogramma
- Optie om zelf een service toe te voegen via de front-end
- Optie om gebruikers uit te nodigen (= zelf offer toevoegen)
- De mogelijkheid om als beheerder offers toe te voegen aan useraccounts.

Beloning:

- Pop-up bij inwisselen van punten voor cadeau + melding backoffice
- Cadeautjes (producten) worden niet per domein weergegeven maar allemaal
- Badges Toevoegen aan pagina
- Badges automatisch uitgeven adhv aantal succesvolle orders
- Optie om zelf vergoedingen toe te voegen via de front-end
- Service-wallet weergeven op dashboard van opdrachtgever
- Optioneel: optie om indicatiebadges weer te geven in het menu van de app

Overige:

- Notificaties (order details, berichten, producttransactie)
- Overzetten van staging naar productie
- Public modus on/off bij foto's, reviews etc.
- Export van orders (naar bijvoorbeeld PDF) om te delen met klanten
- Credits bij POST requests zetten adhv offer/service
- Mollie koppeling
- API documentatie op website
- Google docs
  link: https://docs.google.com/document/d/1QB5BxPWJAYyPELmpybE-spQfkXg62VhHm0P1F9Ro4c4/edit?usp=sharing

Bijlage 5 Feedback deelnemers eerste waspilot Launty

Er is een pilot uitgevoerd om de eerste versie van de wasapp te testen. Hieraan hebben twaalf mensen meegedaan, verdeeld over 5 combinaties van wassers en klanten. De deelnemers is gevraagd met name te letten op de procesflow. Staan de uit te voeren stappen in een logische volgorde en zijn alle functies duidelijk? Hun feedback is hieronder uitgewerkt.

Mirjan van Dun (wasser) & Roman van Dun (klant) & Floris van Dun (klant)

Ik heb van Roman en Floris een wasopdracht gehad en wat ons opvalt is het volgende:

Opdrachtgevers Roman en Floris vinden de opdracht modes niet specifiek genoeg/erg summier.

- Je kunt wel aangeven of het om een of meerdere wassen gaat, maar niet om wat voor soort was het gaat en ook niet hoe groot deze is. Wit/bont, 30, 40 of 60 graden.

- Tijdstip van (op)halen en/of brengen ontbreekt

- Breng je de was of moet ie gehaald worden; kortom hoe en wanneer krijg ik de was

- Mag de was gedroogd worden in een droger of aan een rekje/lijn

Is het de bedoeling dat de opdrachtgever dit bij de informatie verder specificeert? Of wil je deze opties verder specificeren in het opdrachtvenster? Wat mij als aannemer opvalt, is dat ik als ik de opdracht wassen, drogen, strijken en bezorgen krijg, dan kan ik niet per onderdeel accepteren. Het is alles of niets. Ik zag in eerste instantie niet dat de acceptatie knoppen onderaan de pagina staan. Is wat verwarrend. Als ik een opdracht krijg weet ik niet, waar en wanneer de was bezorgd wordt of gehaald moet worden en wanneer ik kan bezorgen bij de opdrachtgever

Eigenlijk komt het er nu op neer dat de opdracht bij informatie omschreven moet worden en als dat slordig gebeurd moet je veel op en neer app'en om tot een duidelijke afspraak te komen.

Marjan Bik (wasser) & Ruben van Dun (klant) & René van Dun (klant)

Ruben, René en ik hebben 3x het parcours doorlopen, zonder problemen. Lijkt dus duidelijk! Goed gedaan!

Geen aanvullingen, site ziet er goed & overzichtelijk uit. Mooi, die pictogrammen!

Extra opleukertje: bosje bloemen op laten poppen? De wassers zijn gevoelig voor dat soort zaken, denk ik.

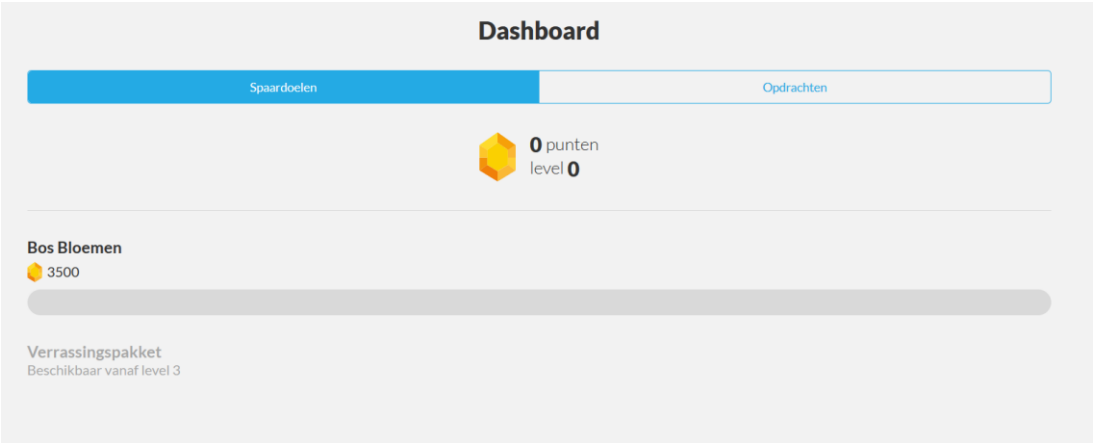
Els Somer (wasser) & Moeder van Els Somer (klant)

Ik heb de app uit geprobeerd samen met mijn moeder. Hij is erg duidelijk en simpel. Wat we alleen misten is dat je het niet ziet als iemand een bericht heeft geschreven. Daar zagen wij geen melding van, of wij hebben iets over het hoofd gezien. Misschien komt dat omdat dat dit de echte app nog niet is. Wat ik wel mis is dat je weer kan afspreken wanneer je de was weer terug brengt. Dat moet je nu doen via een bericht.

Irma Versteeg (wasser) & Dicky Koops (klant)

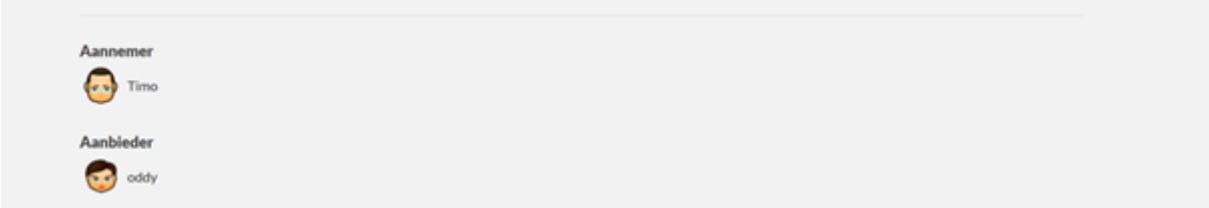
Met Irma Versteeg is informeel face-to-face contact geweest over haar bevindingen van de app. Zij had enkele nuttige aanbevelingen over de procesflow en de functionaliteiten van de app. Deze zijn wel verwerkt in de uiteindelijke app, maar destijds is vergeten deze feedback te noteren voor in een eventuele bijlage.

Timo van Dun (wasser) & Oddy Folgerts (klant)



- ‘Dashboard’ is niet algemeen bekend. Vervangen door een Nederlands woord dat meer wordt gebruikt in de volksmond?
- ‘opdrachten’ vervangen door ‘wasopdrachten’
- Misschien werken met ‘info’ icoontjes met uitleg over punten en level’ → dat je je muis er op kan houden en dat dan een tekstblok verschijnt met extra uitleg?
- Ik zou werken met ‘bos bloemen (benodigde punten: 3500)’, want nu lijkt het alsof Timo al 3500 punten heeft behaald.
- Wat wordt bedoeld met ‘verassingspakket’? Misschien toelichten met een info icoontje.
- Misschien een soort link toevoegen in het menu voor als mensen vragen hebben? → bijvoorbeeld een FAQ of een mailadres waar mensen naar kunnen mailen?

- Betekent het icoontje van drogen dat de was droog wordt afgeleverd, of dat die middels een droogtrommel wordt gedroogd?
- Ook optie ‘vouwen’ en/of ‘strijken en vouwen’ toevoegen? Daar is altijd veel vraag naar.

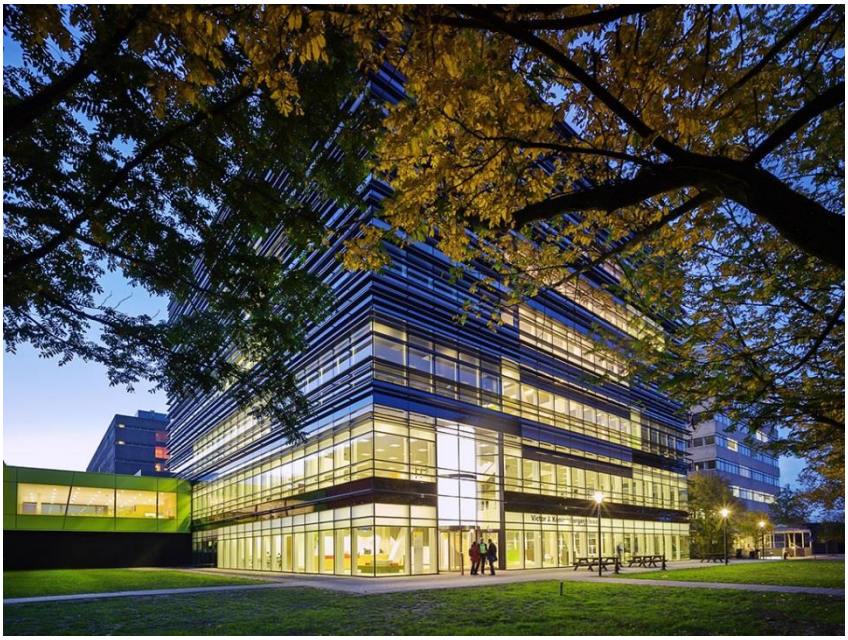


- ‘aannemer’ en ‘aanbieder’ zijn termen die niet helemaal duidelijk aangegeven wie wat doet. Misschien ‘wasser’ en ‘vuile was’ OF ‘wasdienst(verlener)’ en ‘wasklant’.

Bijlage 6 uitnodiging

We nodigen je graag uit voor ons event 'De Erkenningseconomie' op 16 juni. Tijdens deze bijeenkomst delen wij onze visie en de nieuwst ontwikkelde producten binnen Splaire. We presenteren onder andere een persoonlijke waarderingsmethode, met achterliggende wetenschappelijke theorie en concrete toepassingscases.
Ook krijgt u inzicht in onze unieke communicatiemethode voor een gezonde competitieve toekomst van organisaties en regio's, waarbij zich inmiddels honderden locaties hebben aangesloten.

Na afloop van de presentatie verplaatsen we ons naar buiten, waar in de Botanische Tuinen in gezelschap van managers van de ruim 80 bedrijven die op het Utrecht Science Park gevestigd zijn, nog nagepraat en geborreld kan worden.



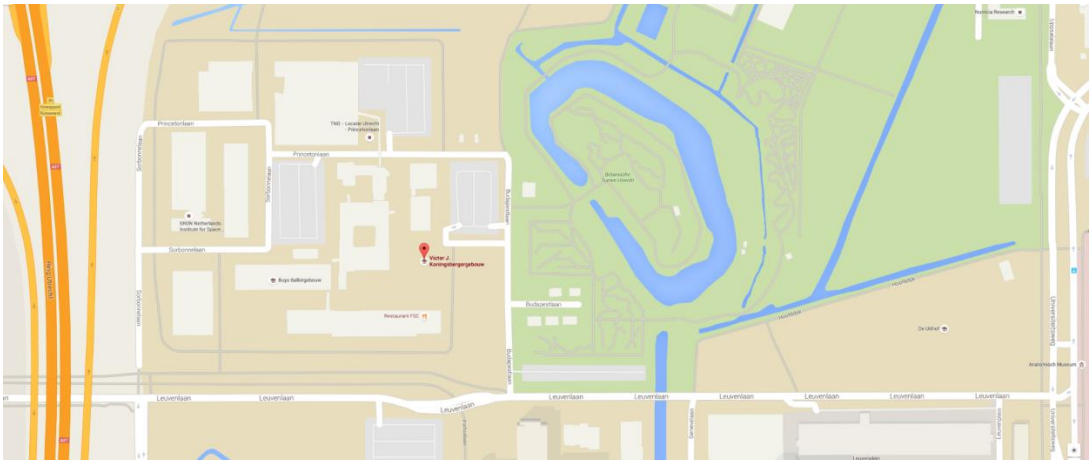
PROGRAMMA - DONDERDAG 16 JUNI

- 16:30 uur Inloop
- 17:00 uur Presentatie
- 17:45 uur Borrel (Botanische Tuinen)

BEREIKBAARHEID

Adres

Het event vindt plaats in het Victor J. Koningsbergergebouw, gelegen aan de budapestlaan 4 op het Utrecht Science Park.



OV

De lijnbussen 12 & 28 verbinden Utrecht Centraal met het Utrecht Science Park. De gunstigste haltes om uit te stappen voor het Victor J. Koningsbergergebouw zijn halte Botanische Tuinen en halte Padualaan.

Auto

Het Utrecht Science Park is met de auto te bereiken via de A28, afrit 2. Er zijn verschillende parkeerterreinen.

OVER DE UNIVERSITEIT UTRECHT

De Universiteit Utrecht vervulde een belangrijke rol bij de ontwikkeling van onze technologie. Bovendien hebben verschillende ondernemers binnen Splaire hier hun opleiding genoten.

OVER SPLAIRE

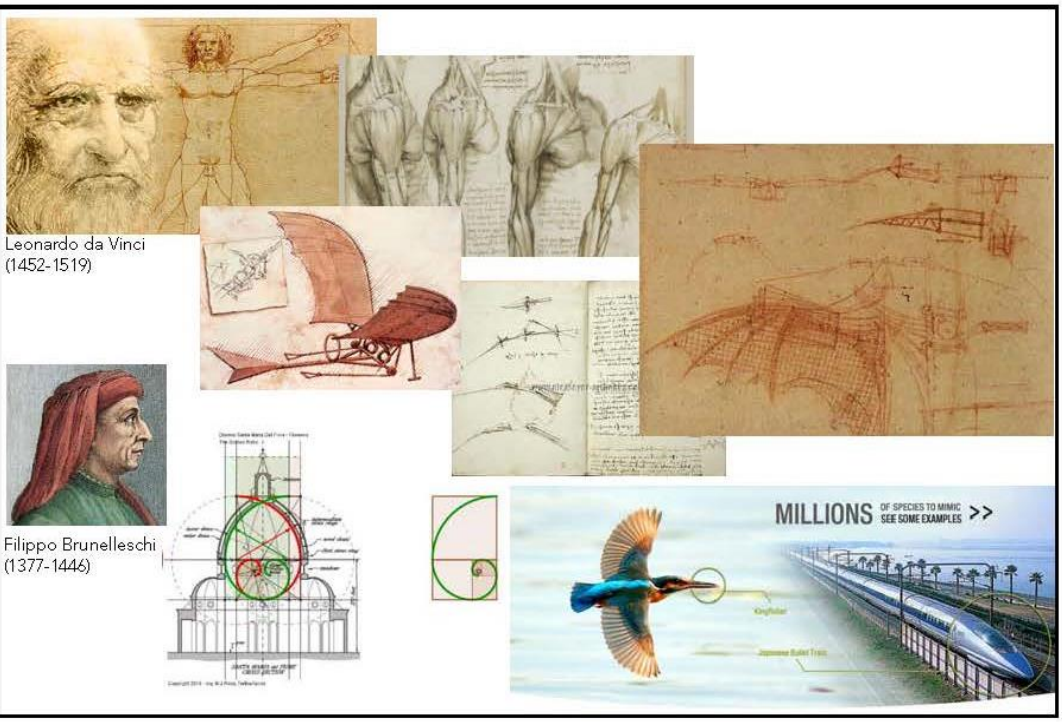
Splaire is een samenwerkingsverband van diverse ondernemers met technische en creatieve achtergronden. Onze verbindende factor is de overtuiging dat het delen van goederen, middelen en kennis vruchtbaarder is dan zelf alles te bezitten. Op basis van deze gedachte ontwikkelen wij onze producten en dienstverlening.

OVER UTRECHT SCIENCEPARK

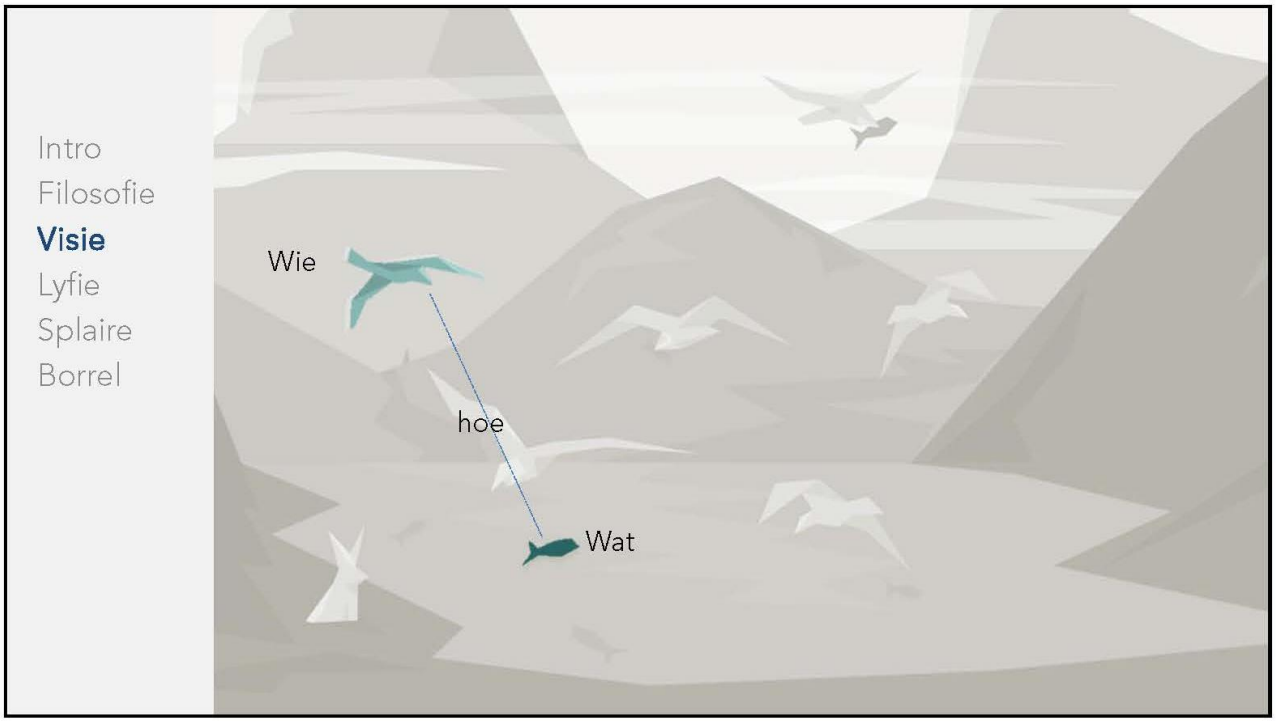
Het Utrecht Science Park is een terrein van 300 hectare aan de oostkant van Utrecht, waar meer dan 80 organisaties en bedrijven gevestigd zijn. De kennis en expertise die op het Utrecht Science Park aanwezig zijn dragen bij aan een gezonde en duurzame maatschappij en maken Utrecht tot een van de meest competitieve regio's van Europa.

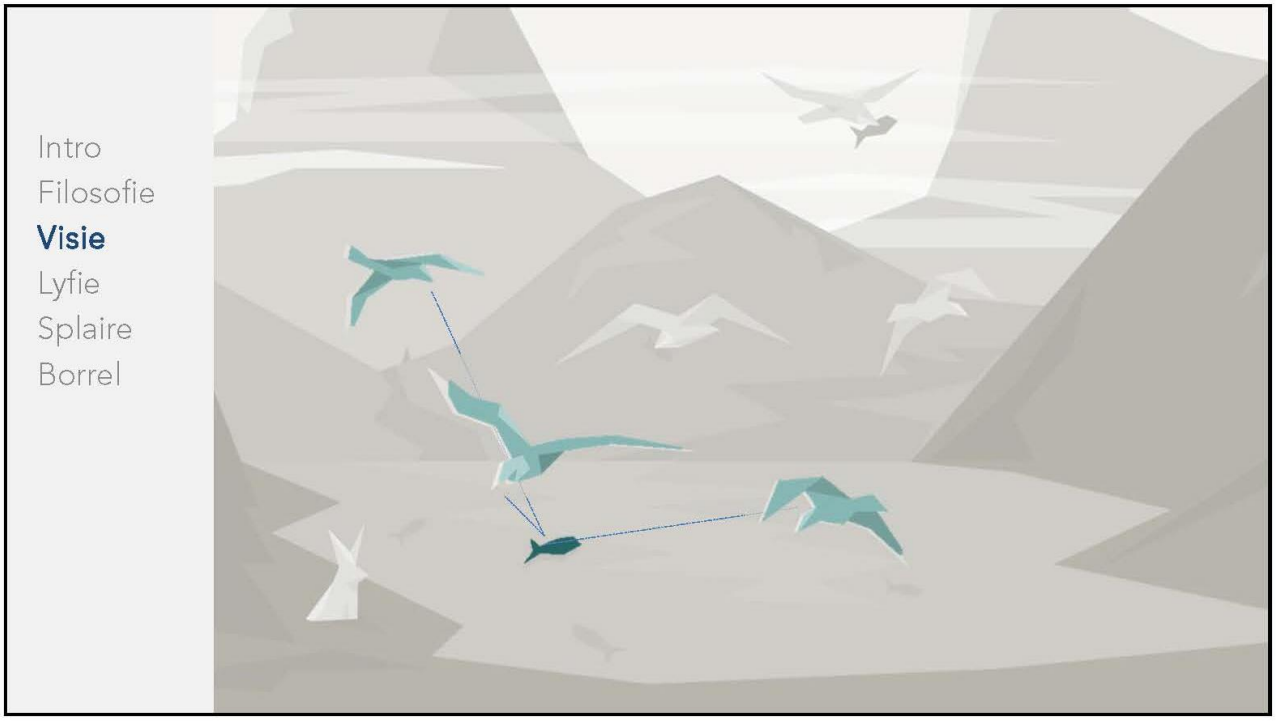
Bijlage 7 Presentatie 16 juni

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

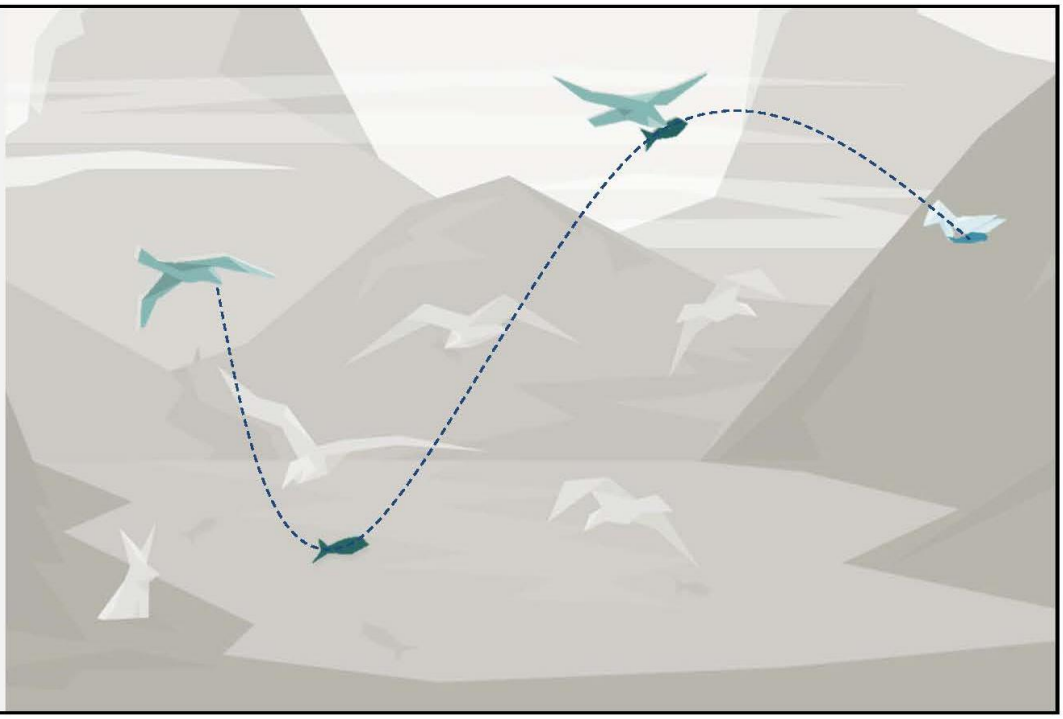


Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

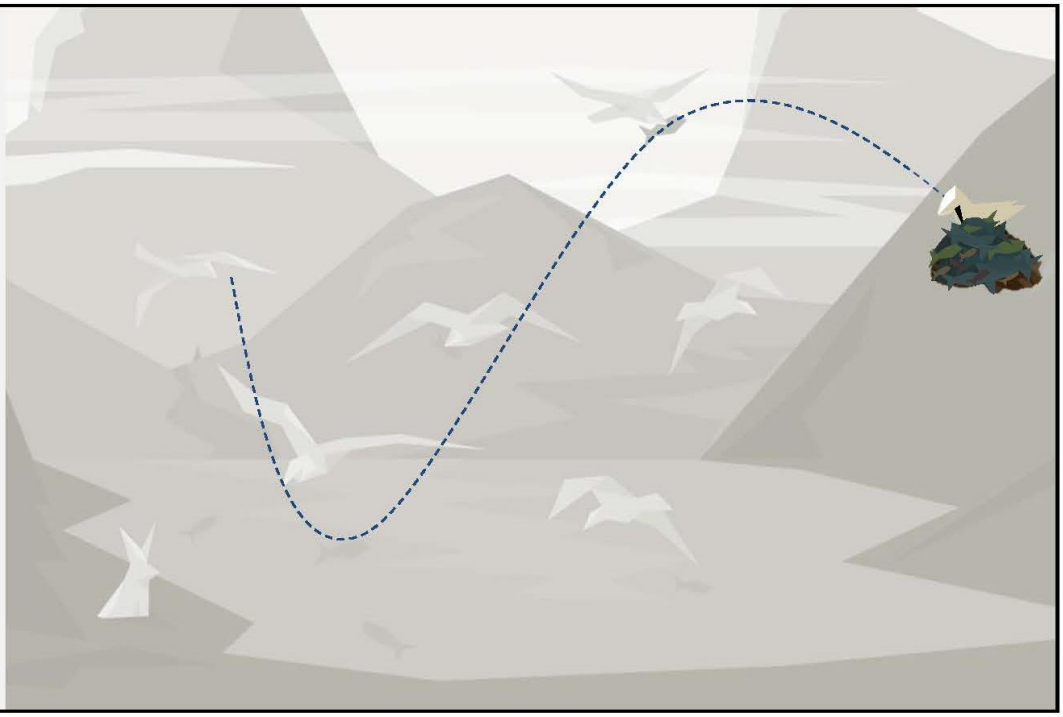

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel
Wie
hoe
Wat


Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel



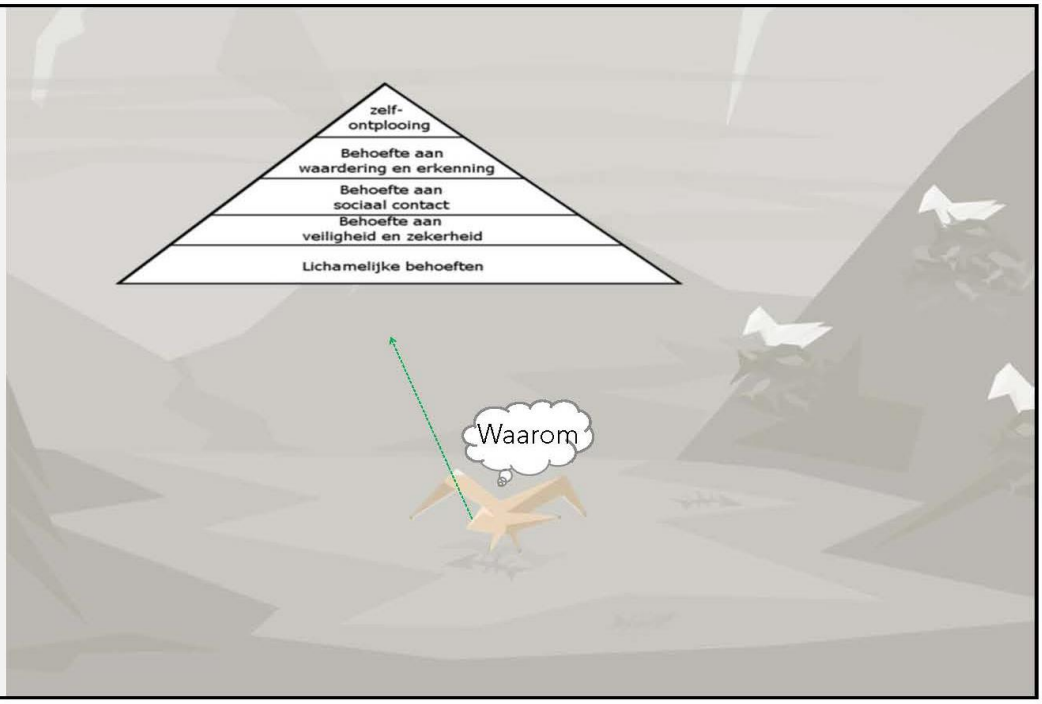
Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel



Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

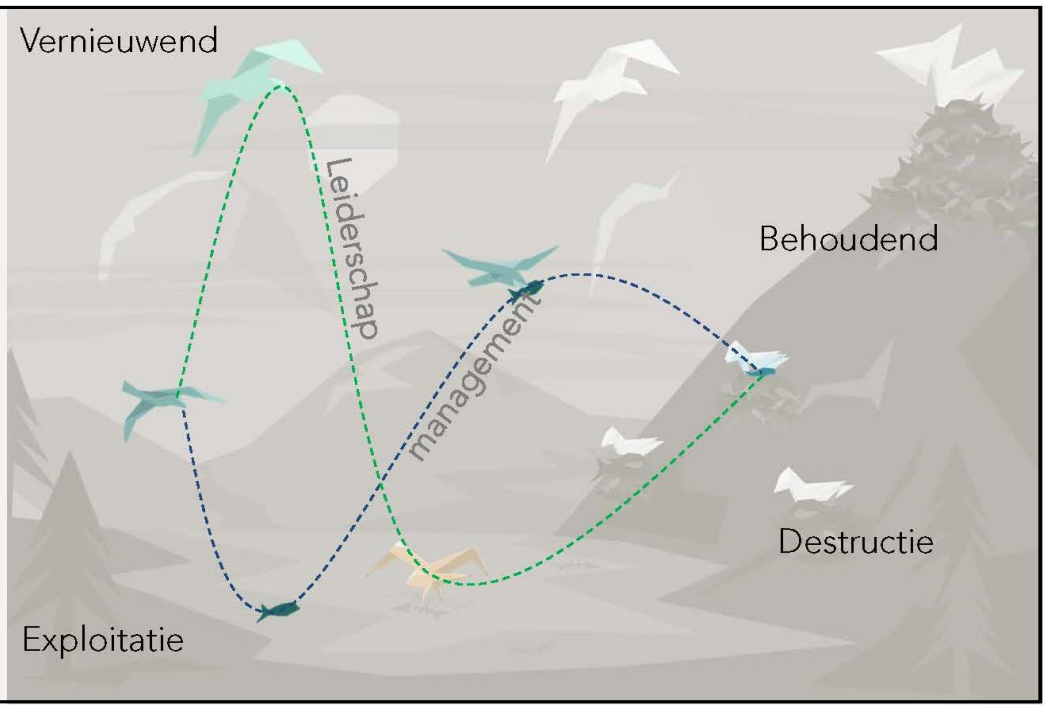
Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel



Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel



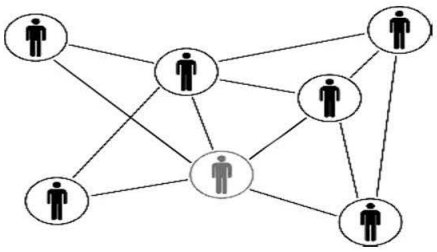
Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Lyfie

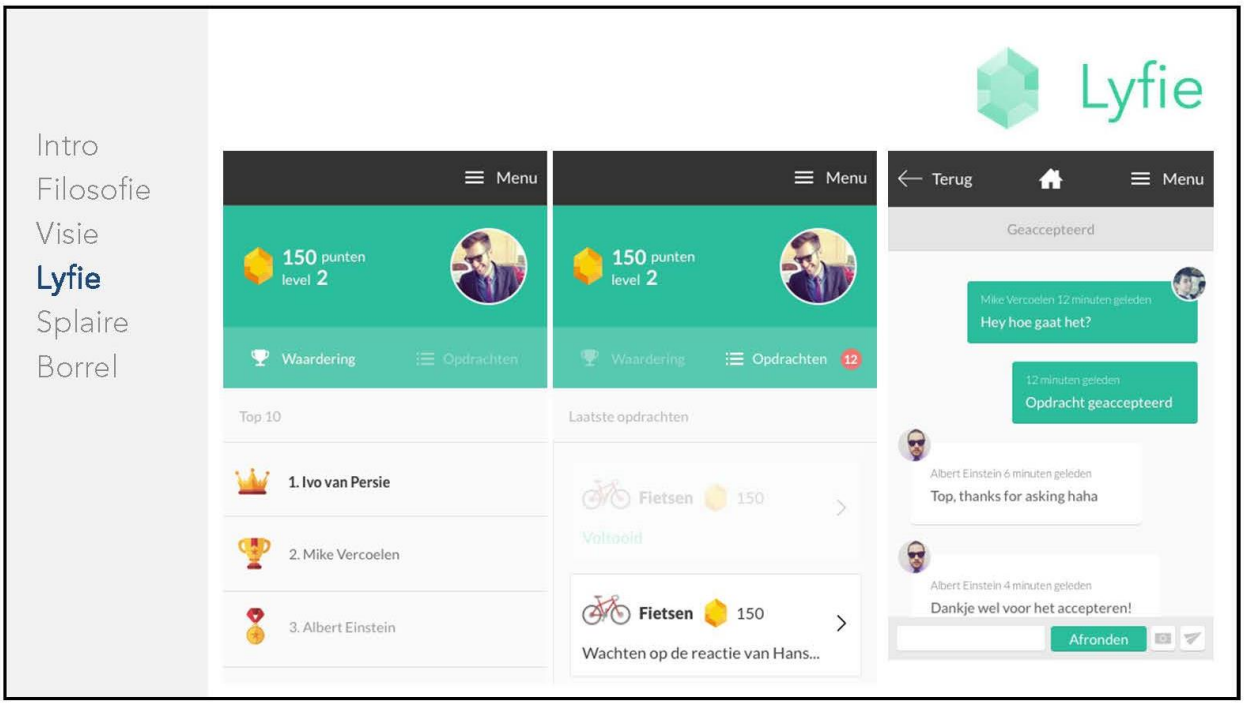
Lyfie,
makes games
out of life

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Lyfie

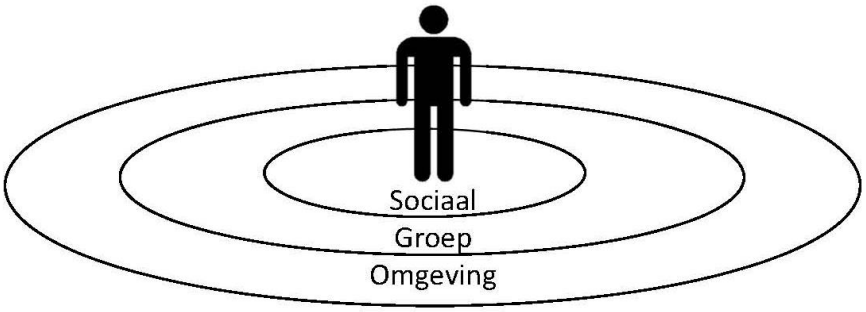


Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel
Lyfie
Maak een nieuwe opdracht aan
OF
OF
Nodig iemand uit
Selecteer iemand uit een groep
Zoek in de buurt
Review
EN
deel u waardering

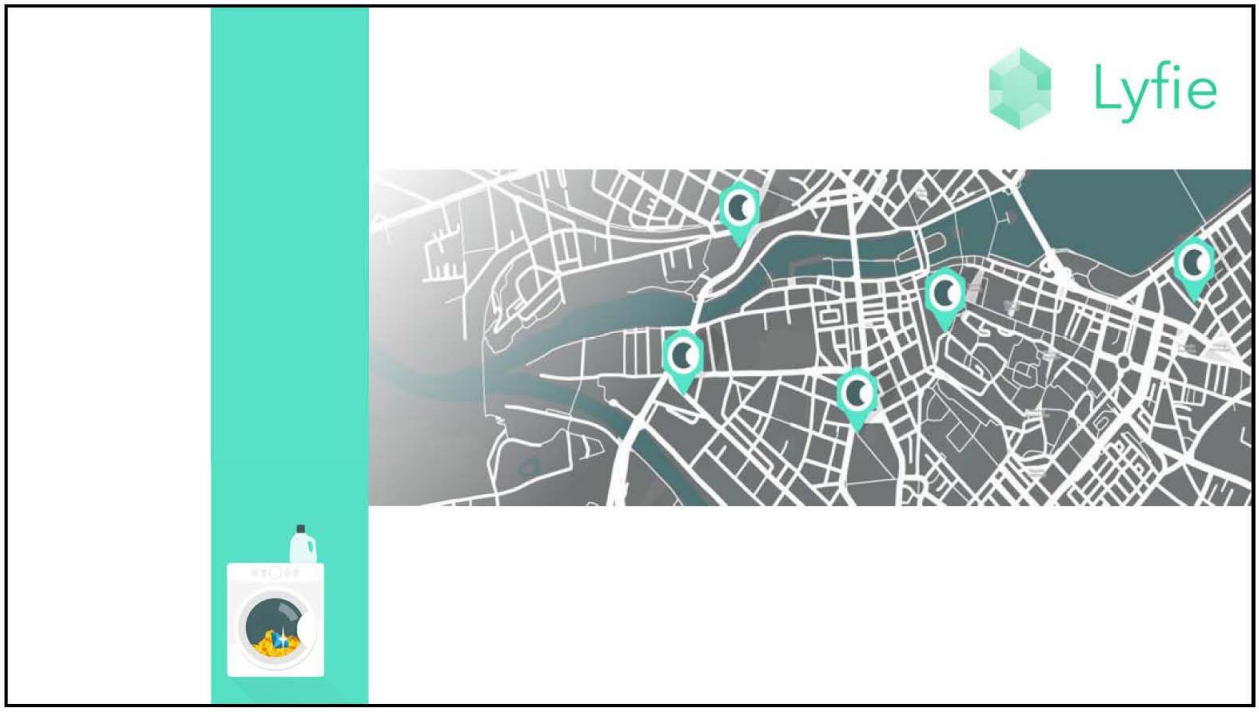

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel
Lyfie
Menu
150 punten
level 2
Waardering
Opdrachten
Top 10
1. Ivo van Persie
2. Mike Vercoelen
3. Albert Einstein
Menu
150 punten
level 2
Waardering
Opdrachten 12
Laatste opdrachten
Fietsen 150
Voltooid
Fietsen 150
Wachten op de reactie van Hans...
Terug
Menu
Geaccepteerd
Mike Vercoelen 12 minuten geleden
Hey hoe gaat het?
12 minuten geleden
Opdracht geaccepteerd
Albert Einstein 6 minuten geleden
Top, thanks for asking haha
Albert Einstein 4 minuten geleden
Dankje wel voor het accepteren!
Afronden

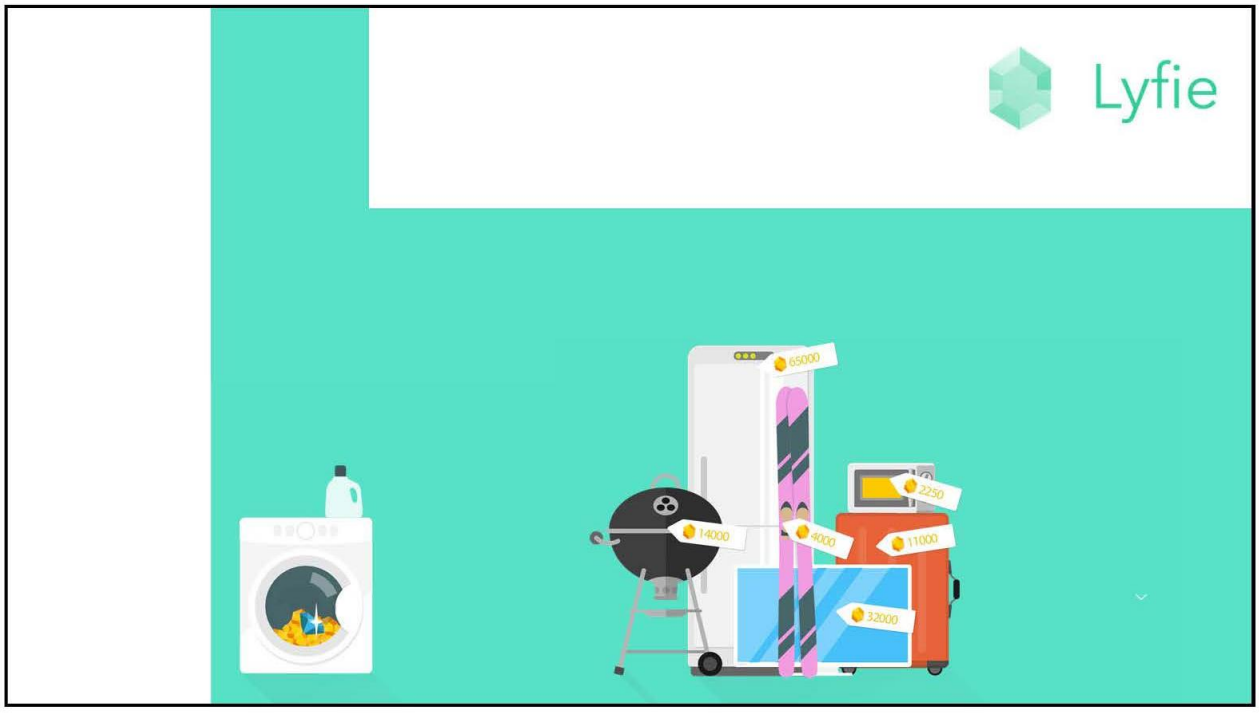
Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Lyfie

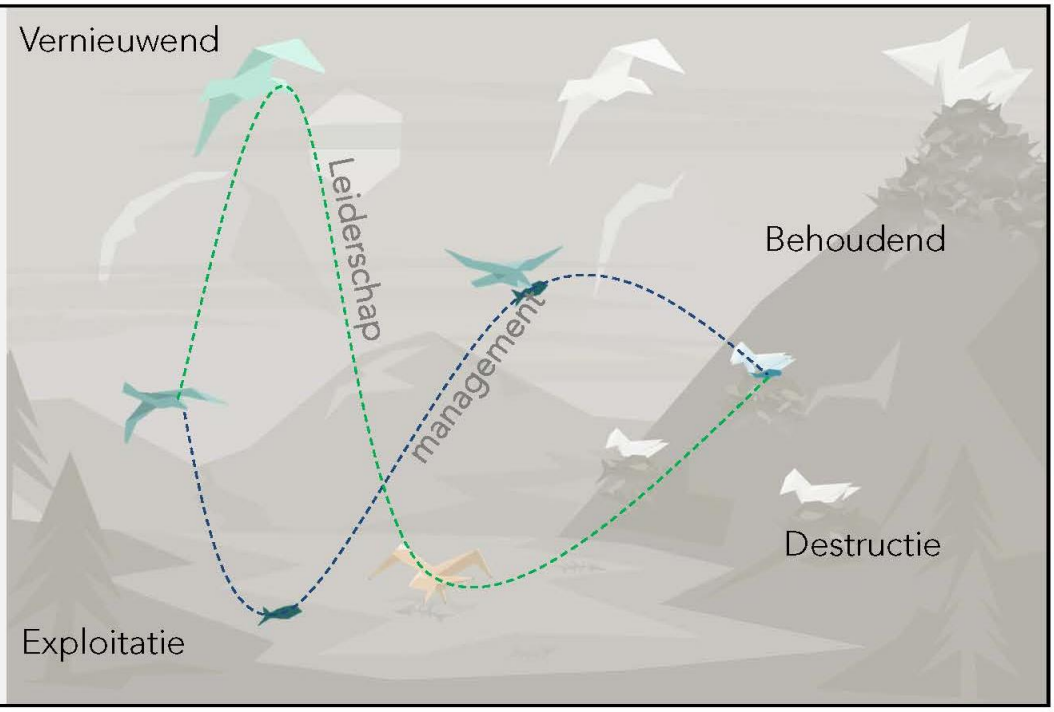


Lyfie


Lyfie

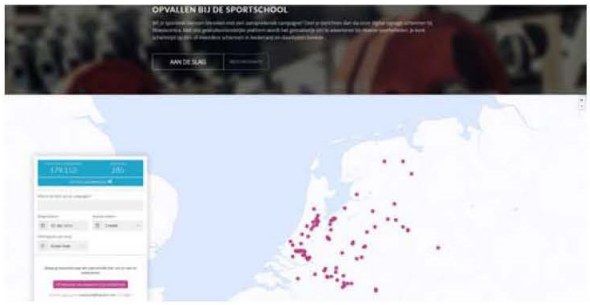

Lyfie
65000
2250
14000
4000
11000
32000

Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel



Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

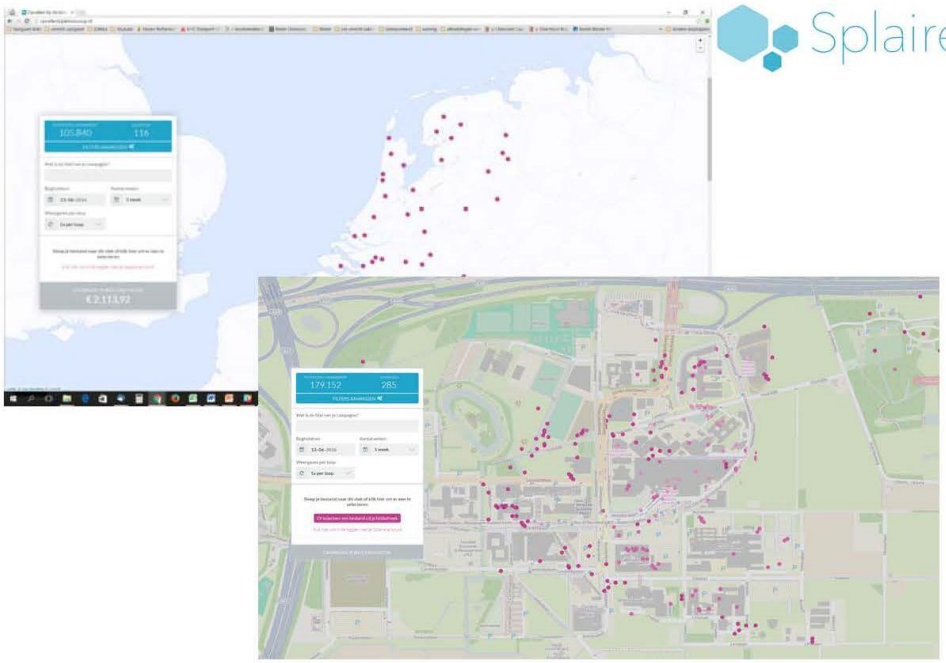
Splaire



Elke organisatie beoordeelt het bericht

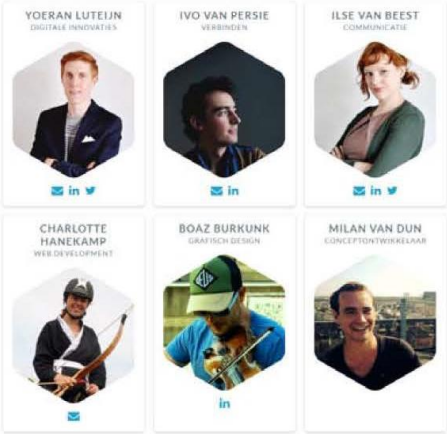
Na goedkeuren volgt automatische plaatsing & evt. uitbetaling

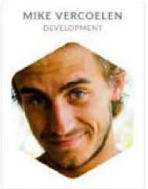
Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel



Intro
Filosofie
Visie
Lyfie
Splaire
Borrel

Lyfie





www.lyfie.nl

** Borrel is een paar meter verderop*

Bijlage 8 Artikel DUB over Lyfie

door | Mattijn de Jong

Complimentenapp stimuleert mensen om elkaar te helpen

woensdag 22 juni 2016 - 09:30

Hoe word je een winnaar? Door elkaar te steunen, te helpen of door anderen te stimuleren. De app Lyfie is een nieuwe vorm van sociaal netwerken. Verzamel je op Facebook zoveel mogelijk likes, bij Lyfie verzamel je zoveel mogelijk complimenten. Juist door anderen te helpen.

Buurten, verenigingen, bedrijven, vrienden en familie. Iedereen kan met Lyfie een netwerk opzetten en op zoek gaan naar hulp. Of andersom: Zoveel mogelijk hulp bieden en daarmee punten en complimenten verdienen. Hulp bieden aan elkaar verloopt in gameverband. Hulpverleners kunnen onderling de competitie aangaan en zoveel mogelijk complimenten verzamelen. Het real life gamen maakt ook saai werk uitdagend.

Ivo van Persie en Milan van Dun, twee voormalige studenten Economische Geografie presenteerden afgelopen donderdag in het Victor Koningsbergergebouw de nieuwe app. *Lyfie: Makes games out of life*. Zij vinden de dagelijkse portie complimenten en waarderingen te laag. De app moet stimuleren dat mensen meer complimenten ontvangen en zich beter voelen.

De game verloopt in vier stappen. Iemand die hulp nodig heeft zet binnen een netwerk een opdracht uit. Bijvoorbeeld: “Mijn wasmachine is kapot, wie kan mijn was doen?” Vervolgens voert iemand uit het netwerk de opdracht uit. Na afloop keert de opdrachtgever complimenten, punten of badges uit.

De app is ook toepasbaar voor bedrijven en organisaties. Wanneer een werkgever bijvoorbeeld naar het werk fietsen wil stimuleren, kan deze er een game van maken. Fietsende werknemers ontvangen complimenten en punten voor hun fietsgedrag. Ook kunnen zij onderling de strijd aangaan voor de meeste punten.

De makers testten de app uit met een was-service. Zij zochten binnen hun wijk naar iemand die hun was wilde doen. Het werkte; verschillende mensen wilden de beste was-service leveren. “Het was leuk

om te zien dat opdrachtnemers de waardering en de onderlinge strijd belangrijker vonden dan de uiteindelijke uitkering. Je merkt dat extra waardering heel stimulerend werkt" aldus Ivo van Persie"

Hoe is Lyfie tot stand gekomen?
Wij vinden dat mensen elkaar te weinig schouderklopjes geven. Gemiddeld krijg je met een beetje geluk een compliment per dag. Tijdens mijn afstuderen kwam ik samen met mijn studiegenoot Milan van Dun op het idee een app te maken die mensen stimuleert elkaar te complimenteren en te helpen. Daarbij leek het ons leuk er een real time game van te maken. Lyfie is een hint naar "Selfie" Het toont niet je spiegelbeeld, maar hoe je in het leven staat.

Verdienen jullie aan deze app?
De app is gratis te gebruiken. Wel verlangen wij een vergoeding wanneer bedrijven hun eigen logo willen koppelen aan de app. Of wanneer zij veranderingen of aanpassingen wensen.

Weegt het winnen van een game, of een hoge score op tegen de diensten die je daarvoor moet verlenen?
De punten kun je na afloop van de game verzilveren. Van te voren maak je afspraken over de uiteindelijke beloning. Dat kan een fles wijn zijn, korting voor een evenement of een avond naar de bioscoop. De mogelijkheden zijn natuurlijk legio. Het kan ook heel goed werken bij muzieklessen. Tussentijds laat je aan je docent of medestudenten zien hoe ver je bent en spaar je extra punten. Veel prestaties spreken voor zich, terwijl je daar best wat complimentjes voor kunt gebruiken.

Wanneer is de app te downloaden bij Playstore of Applestore?
De apps liggen daar klaar, maar moeten nog goedgekeurd worden. Wij hopen zeer binnenkort.