

**MEDIALAB TEAMVERSLAG  
CONNECTIVITY HUB**

Ons team	3
Inleiding	4
Onderzoeken	5
Conceptontwikkeling	13
Samenwerking	16
Bronnen	18

## TEAM KIWI



**LEVIN DAS DORES**  
0877782  
Student CMD  
Interactieontwerper



**NINA FAREGHI**  
0876976  
Student CMD  
All round ontwerper



**JORDI HOLLEMAN**  
0861444  
Student MT  
Developer



**MY NGUYEN**  
0847682  
Student CMD  
Visueel ontwerper



We kregen als team de opdracht om nieuwe interacties en interventies te ontwerpen om de bezoekers van het hotel beter te verbinden met het hotel en de stad waar zij zich in bevinden. Deze opdracht is gegeven vanuit het Black Starling project van Accor.

De afgelopen weken hebben we gewerkt aan het ontwikkelen van een concept dat bij deze opdracht aansluit en wordt ondersteund door een prototype.

Uit onze onderzoeken zijn een aantal concepten ontstaan, waarbij we 2 concepten hebben samengevoegd tot één volledig concept. In dit verslag geven we inzicht in het hele samenwerkingsproces van onderzoeken, conceptontwikkeling en realisatie.

## Onderzoeken & analyseren

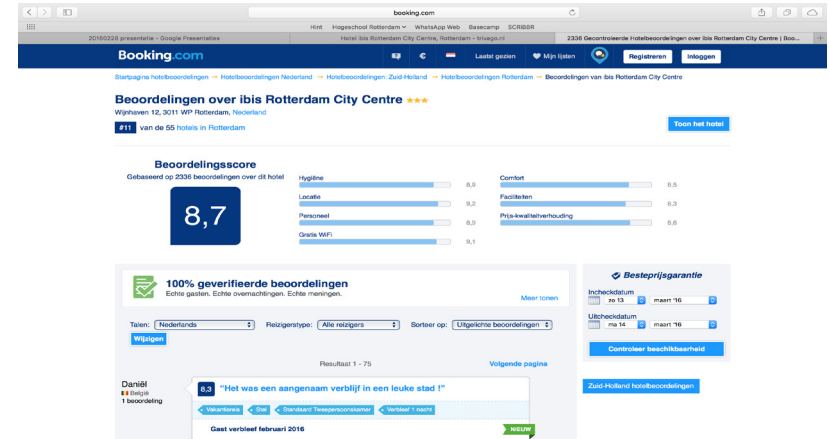
### Proces onderzoek

Om inzichten te krijgen in de stakeholders hebben wij een aantal mindmaps gemaakt. Omdat we onze stakeholders wat concreter hadden beschreven, konden we hier onderzoek naar doen, niet alleen om onze aannames te testen maar ook om te kijken op welke vlakken we Ibis konden helpen en welke doelgroep/stakeholder wij wilden gaan gebruiken om een concept voor te bedenken.

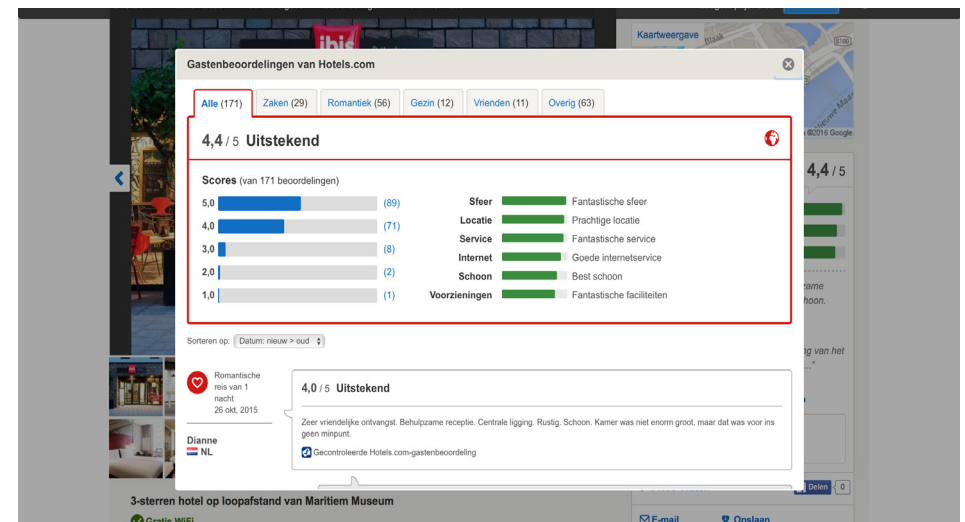


Een van de onderzoeken die wij hebben gedaan is het doorlopen van het boekingsproces. Dit hebben wij gedaan door middel van het maken van een User Journey. Dit gaf ons inzicht in wat de gebruiker doorloopt bij het boekingsproces. Zo konden we zien waar wij op konden inspelen en wat er mist.

Daarnaast hebben we tijdens deze user journey een concurrentieanalyse uitgevoerd. De gebruiker komt bij het boeken meerdere hotels tegen en wij hebben gekeken hoe Ibis scoort ten opzichte van de concurrenten.

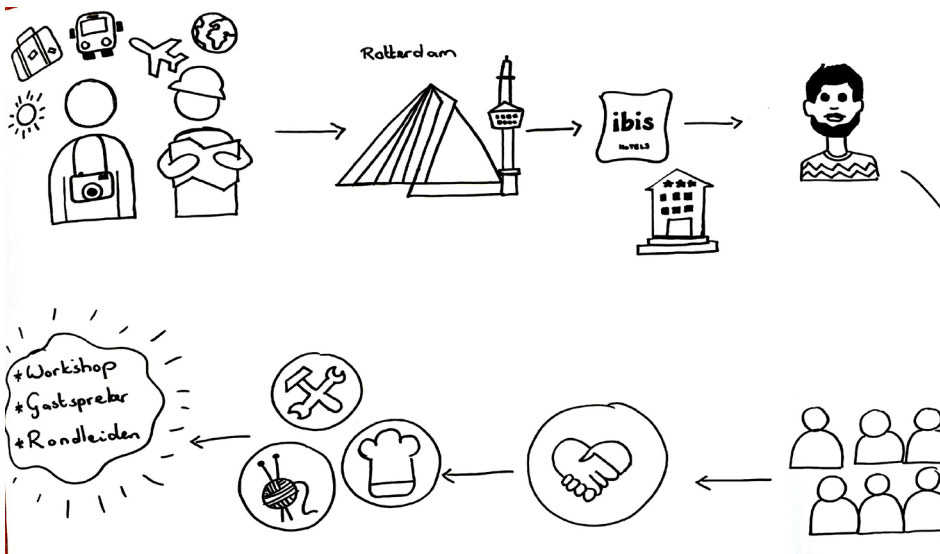


Het onderzoek liet ons ook zien dat elke gebruiker ergens anders op let. Sommige gebruikers letten op de afbeeldingen van de hotels en maken op basis daarvan beslissingen maar anderen letten dan weer op de voorzieningen of juist de prijs. Daarbij zijn er ook mensen die als eerst reviews opzoeken. We hebben reviews geanalyseerd om te kijken wat de gasten over het hotel te vertellen hebben.



Ook hebben we onderzoek gedaan naar Timeback, sharing communities en een interview gehouden om inspiratie op te halen en nieuwe inzichten op te doen.

We hebben gekozen voor niet voor de hand liggende oplossingen door verder te kijken dan alleen het hotel Ibis en de logés. Zo hebben we gekeken naar mensen die we kunnen betrekken tot het Ibis hotel en hebben we ervoor gekozen om Rotterdammers te betrekken bij het concept. Deze beslissing hebben wij genomen omdat de Rotterdammers veel weten over de stad Rotterdam zelf en goed passen in ons uiteindelijke concept. Zij kunnen de toeristen, de Rotterdamse mentaliteit laten ervaren op een eigen unieke manier door het geven van workshops waarbij ze hun passie delen.



Daarnaast hebben we er ook voor gekozen om niet voor een innovatie te ontwerpen voor in het hotel, maar buiten het hotel. Een van onze eerste concepten was namelijk het personaliseren van de hotelkamer. Achteraf blijkt dit concept niet origineel en vernieuwend te zijn, wat bleek uit de eerste sprintreview. Dit concept hebben we vervolgens laten vallen, omdat dit concept namelijk al bestaat.

Ons uiteindelijke concept de 'Rotterdammer' is iets wat nog niet bekend is in de hotel wereld. Daarom leek het ons interessant om dit concept verder uit te werken.

## Trends & ontwikkelingen

### Timebank

Een groot community platform waar kennis en vaardigheden worden uitgewisseld met behulp van tijd, waarvan de meeste gebruikers uit Den Haag komen. De community is gestart in Den Haag en is nu ook actief in Amsterdam, Brussel en Lissabon. Timebank is een tool, om te helpen, te werken en met elkaar samen te werken, dat voor iedereen toegankelijk. Het concept luidt 'je verkoopt je eigen tijd, waarbij je tijd van iemand anders terug krijgt'. Gebruikers betalen elkaar in Hournotes. Een Hournote staat gelijk aan 1 uur werk. Op de website [timebank.cc](http://timebank.cc) kan je registreren en een profiel aanmaken. Er kan feedback worden gegeven over de geleverde dienst. Timebank organiseert ook elke maand live sessions, zodat je andere gebruikers kunt leren kennen en diensten kan uitwisselen door diensten aan te bieden of aanvragen. Voorbeelden van diensten kunnen zijn repareren van fietsen, teksten schrijven, logo designen, tuinieren, piano les, koken en bakken.

Met behulp van Timebank kunnen vaardigheden, talenten en kennis met anderen worden gedeeld, maar ook ontwikkeld worden. Ook kan je nieuwe interessante mensen ontmoeten buiten je collega's en vrienden om.

Gebruikte software voor de community: evenementen kalender door Modern Tribe <https://theeventscalendar.com/> en bank software Cyclos <http://www.cyclos.org/>

## Sharing community

Het delen van goederen is alleen mogelijk als er een gemeenschap omheen wordt gebouwd. Een gemeenschap bestaande uit vertrouwen en eerlijkheid zodat men zonder angst, voor vandalisme of iets dergelijks, diensten of producten kan uitlenen. Deze gemeenschap dient wel mensen met verschillende perspectieven te hebben om het werkende te houden en heeft mensen nodig die dit ook daadwerkelijk uitvoeren.

Bij zo'n sharing community gaat het om het delen van diensten en goederen in ruil voor iets. Dit kan een dienst zijn, een product of gewoonweg in ruil voor geld.

Daarbij gaat het in een sharing community niet alleen om wat je er voor terug krijgt maar om de experience er om heen, zoals het ontmoeten van nieuwe mensen en het weten dat je ergens op kunt terug vallen. Het idee achter een sharing community is oud maar door nieuwe technologieën er aan toe te passen kan het opnieuw mensen interesseren. Het uitwisselen van diensten en goederen wordt hierdoor makkelijker en er kan gezocht worden in een breder spectrum (internationaal niveau).

Sharing Community is op dit moment beperkt tot het delen van

goederen (materialen, gereedschappen etc) en diensten (schoonmaken, Uber etc). Op het gebied van het delen van ervaringen of vakkennis vallen alleen workshops, rondleidingen en groepen die eens per week of maand samen komen om verhalen te verdelen en bevindingen te delen.

## Voorbeelden op verschillende vlakken:

### Couch surfing:

Overnachten op een bank van iemand anders. Is goedkoop, kan ervoor zorgen dat je nieuwe vrienden maakt en zorgt voor een totaal andere experience dan bij een hotelovernachting. Het is leuk voor backpackers en jongeren.

### Hartslagnu:

Hierop kunnen mensen die bevoegd zijn om te reanimeren zich aanmelden en krijgen een melding als iemand in hun buurt een reanimatie nodig heeft. Zo kunnen deze mensen op tijd geholpen worden doordat er iemand met de juiste skills aanwezig is voordat de hulpdiensten ter plaats zijn.

“Our approach is simply to give people the opportunity to learn about, know about, meet and support other people in the same industry,” says Shared Squared founder, Adam Berk. “If there is one industry that should collaborate, it’s ours. So I want to make sure we all work together and support each other when possible and where it makes sense...I think we are unique in the fact that we are transparent, do not care about politics and have a no nonsense policy when it comes to competition: everyone in the space is welcome, no matter how big you are.”

## Concurrentieanalyse

### Ibis hotel

Ibis hotel op basis van site:

Prijs - 69 p.n.p.p. (leden = 66 pn pp)

Kwaliteit - luxe en modern, 3 sterren



Aanbod - fax, internet, fietsverhuur, parkeerplaats, schoenpoetsmachine en ontbijt

Locatie - Centrum (deze specifiek heeft een fijne locatie, goed bereikbaar)

Service - Goed personeel

*Ibis hotel op basis van recensies (tripadvisor en bookings):*

Recensies worden het meest geplaatst door zakelijke bezoekers die kort verblijven en vaak alleen om te slapen op de kamers te vinden zijn. Verder zijn er nog een aantal Europese toeristen die soms voor een aantal dagen hier logeren.

Prijs wordt goed gevonden, parking is wel duur.

Kwaliteit is volgens gasten goed, kleine kamers maar wel comfortabel en vaak schoon

Aanbod is voldoende voor een zakelijk/short stay verblijf

Locatie is goed, makkelijker te bereiken en veel ov in de buurt.

Service wordt goed gevonden, personeel is goed en wordt gewaardeerd; housekeeping kan in sommige gevallen beter.

### **Airbnb**

*Airbnb op basis van site:*

Prijs - vanaf 10 euro p.n. (per kamer) zijn er al kamers te vinden in buitenwijken. Voor ongeveer 35 euro per nacht kun je al een eigen appartement huren.

Kwaliteit - verschilt per kamer; van minimalistisch en modern tot huiselijk en knus.

Aanbod - verschilt per huis/appartement/kamer; wasmachines/drogers/internet/keukenapparatuur en in sommige gevallen extra's als sauna's, parkeerplaatsen etc.

Locatie verschilt per woning; in het centrum, rondom het centrum, buiten de stad.

Service: bij een hele woning krijg je de sleutel en lever je de sleutel in en wordt er verder alleen door hunzelf schoongemaakt voordat je aankomt en nadat je bent vertrokken. Bij een gedeelde woning met de eigenaar is dat anders en zul je naarmate je duur van het verblijf ook

closer worden met de eigenaar.

*Airbnb op basis van recensies:*

Prijs - Doordat prijs verschilt per accommodatie kiezen mensen vaak een accommodatie dat qua prijs voor hun voordelig is. Hierdoor zijn ze sneller tevreden met wat ze krijgen omdat ze zelf kiezen voor wat ze "krijgen" voor dat geld.

Kwaliteit - Kwaliteit wordt over het algemeen goed gevonden. De ene accommodatie is modern terwijl de ander juist heel huiselijk is. Volledige appartementen en woningen worden hoger aangeschreven vergeleken met gedeelde woningen en kamers.

Aanbod - een airbnb wordt qua aanbod goed beoordeeld als deze internet, een schone badkamer + keuken, kabel, verwarming/airco en wasmachine/droger heeft. Dingen als sauna's, extra badkamers etc worden als een plus gezien.

Locatie - verschilt per accommodatie en ook wat men voor de betaalde prijs krijgt. Als een airbnb goed te bereiken is en een redelijk nette buurt heeft, wordt dit goed gevonden.

Service - Bij gedeelde woningen hebben de bezoekers vaak contact met de eigenaren die de kamers onderhouden als de gasten er niet zijn. Het contact met de eigenaren wordt over het algemeen goed ervaren. Bij gasten die een heel appartement huren, is dit niet het geval. Zij zijn volledig verantwoordelijk voor de kamers tot ze de sleutels terug geven. Wel wordt er gezegd dat ze bij misverstanden of ongelukken de eigenaren kunnen bellen, die hen dan helpen/het probleem oplossen.

### **The Student Hotel**

*The Student Hotel op basis van site:*

Prijs - kamers zijn te vinden vanaf 50 euro p.p.p.n en een semester kan geboekt worden vanaf 660 euro per maand. Het hotel biedt standaard, standaard plus, executive, junior suite, suite en super suite kamers aan.

Kwaliteit - verschilt per kamer, de standaardkamers combineren privacy met communicatie, terwijl de suites meer richten op ruimte en nog meer privacy. Wel zijn alle kamers van hoge kwaliteit en voorzien alle van een eigen kamer en badkamer.

Aanbod - verschilt per kamer/suite. Wel zijn alle kamers/suites inclusief



luxe badkamer, comfortabele bed, bureau en stoel, kasten voor kleding en boeken, meubels en passpiegels, gratis WiFi, flat screen tv, gordijnen, intercom. Daarnaast zijn de kamers vrij om te personaliseren en te versieren.

Locatie - centraal gelegen en gevestigd in Rotterdam. Het centrum is goed te bereiken met het openbaar vervoer in enkele minuten. In de omgeving vind je springlevende bars, parken en mooie straten.

Service - Het hotel biedt gratis wifi in het gehele gebouw, gratis fitnessruimte, studeerkamers, bibliotheek, entertainment en game room en fiets ter beschikking bij verblijf langer vanaf 2 weken.

*The Student Hotel op basis van recensies:*

Prijs - Over het algemeen vinden klanten de kwaliteits/prijsverhouding prima.

Kwaliteit - Volgens de klanten zijn de kamers en badkamers ruim, net, schoon en niet gehorig.

Aanbod - De bedden zijn comfortabel, ruim en zeer luxe. Matrassen zijn zeer aangenaam. De inbegrepen kitchenette van een aantal kamers is een pluspunt.

Locatie - Locatie is goed gelegen, goed te bereiken met verschillende OV mogelijkheden. Goede tramverbinding. Centrum te voet binnen 10 minuten te bereiken.

Service - Gratis parkeermogelijkheid tegenover het hotel. Uiterst vriendelijke personeel. Restaurant met live muziek worden zeer goed bevallen, veel sociale ruimte en faciliteiten en goed ontbijt.

### *Review quotes Ibis Hotel*

*Positief:*

04-02-2016 Jakob - Nederland: " Prima hotel met een jeugdige uitstraling. Volgend jaar bij bezoek aan het filmfestival komen wij hier terug."

30-01-2016 Tessa - Nederland: " Kamer is niet groot maar perfect voor een overnachting en als je niet van plan bent veel op de kamer te verblijven voldoet hij prima."

22-12-2015 Marion - Nederland: " Veilig idee dat je alleen met hotel pasje met lift of trap kunt."

12-11-2015 Anoniem - België: " Goed en rustig gelegen hotel, ideaal om Rotterdam te bezoeken. "

03-11-2015 Marisca - Nederland: " Wij vonden de lounge ruimte met de bar ideaal. Leuk, enthousiast personeel en heerlijk om de avond af te sluiten met lekkere drankjes."

*Negatief:*

24-11-2015 Alex - Duitsland: " Ontbijt redelijk, maar prijs vind ik relatief stevig voor wat je krijgt (€ 14,00). "

28-11-2015 Josee - Nederland: " Geen borstel om de wc schoon te maken; geen raam dat open kan, waardoor het 's nachts te heet was."

29-12-2015 Steven - België: " Het uitzicht vanuit de kamer : we sliepen langs de achterzijde en keken uit op de parkeergarages."

16-11-2015 Kawaman550 - België: " Persoonlijk vind ik het design van de kamers iets minder."

Doelgroep

Mensen die Ibis bezoeken zijn in twee groepen te verdelen, de zakenmensen die een korte overnachting nodig hebben in verband met hun werk en mensen met een klein budget die graag midden in het centrum van een stad willen verblijven. Beide groepen verblijven vaak bij het Ibis zonder kinderen.

*Wie is er geïnteresseerd in het 'minder bekende' Rotterdam?*

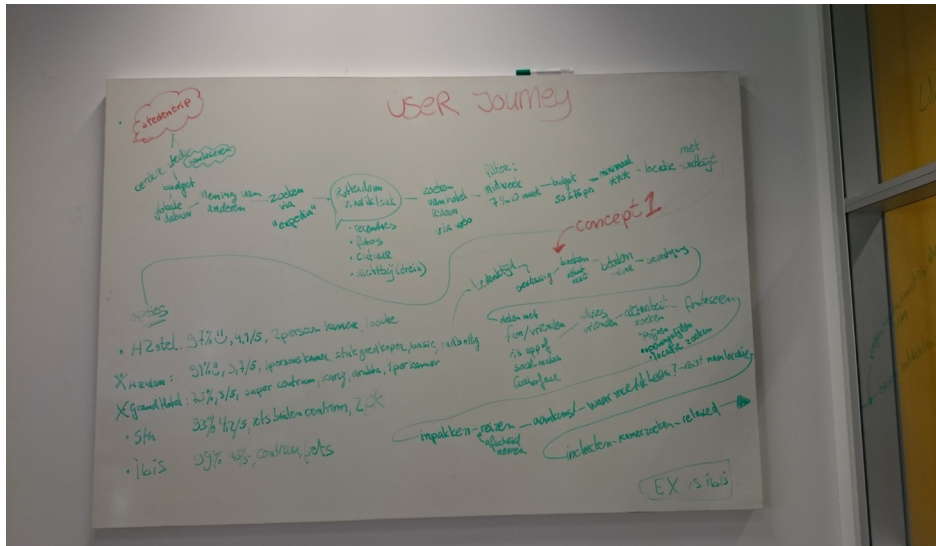
Vaak zijn het mensen die al eerder in Rotterdam zijn geweest of mensen die opzoek zijn naar waar Rotterdam voor staat. Dit zijn vaak reizigers die in de twintig/dertig zijn en geïnteresseerd zijn kunst en cultuur. Ze reizen met vrienden of alleen, in elk geval zonder kinderen. Deze mensen zijn open minded en bereid om nieuwe dingen uit te proberen.

Reizigers die rond de 20 zijn gaan een of twee dagen opzoek naar

de landmarks maar willen daarna de minder bekende plekjes van de stad ontdekken. Ze vragen lokalen vaak naar leuke kleine plekjes om te eten, te bezoeken of om uit te gaan en vinden dit vaak leuker dan de toeristische plekken. Het leren kennen van lokalen en een reden hebben om terug te kunnen naar de stad maken het compleet. Het zorgt voor goede herinneringen en zou deze mensen aan kunnen sporen om in hun eigen stad ook een soortgelijk project te starten of aan een soortgelijk project mee te doen.

Welke groep zou geïnteresseerd zijn in het geven van een workshop? Creatieve lokale mensen die hun passie willen delen en het leuk vinden om bij te dragen aan het verbeteren van onze culturele maatschappij. Dit zijn mensen met een bijzonder beroep of hobby of ergens heel goed in zijn.

## Customer Journey



Persona:  
 Naam: Dean  
 Leeftijd: 25 jaar  
 Woonplaats: Antwerpen, België

Dean is een cultuursnuiver. Hij houdt ervan om steden beter te leren kennen en om verder te zoeken dan de normale toeristische trekpleisters. Daarnaast is Dean sociaal. Hij vindt het leuk om nieuwe mensen te ontmoeten. Hij gaat dan ook vaak alleen op vakantie zodat hij niet door anderen wordt terug gehouden. Als Dean op vakantie gaat, wilt hij een plek waar hij zich op zijn gemak voelt en wat voor hem betaalbaar is.

## Gehouden interview

We hebben in contact kunnen komen met een onbekende bekende creatieve Rotterdamse schrijfster namelijk 'Wen de pen van Rotterdam', ook wel bekend als Wendy Ramos Monteiro. Zo kregen we de gelegenheid om een interview met haar te houden.



Hoe ben jij Wen met de pen geworden? Hoe is het ontstaan?  
 "Ik schrijf omdat ik vind dat ik niet makkelijk praat. Het blijft best oppervlakkig over koetjes en kalfjes. De stof is niet zo diepgaand als dat ik kan als ik schrijf. Dan kan ik dat wat er in mijn hoofd op papier zetten. En ik merkte dat ik dit ook kon doen voor andere. En kan ik dit ook voor andere mensen in een kunstvorm gieten. Dit is gegroeid.

De eerste keer was voor Sedar Soares, een dertienjarige jongen, die in Rotterdam werd doodgeschoten toen hij sneeuwballen aan het gooien was. Voor hem werd een benefiet concert gegeven en ze hadden mij gevraagd een gedicht voor te dragen. Ze kwamen bij mij door de begrafenis van mijn oom waar ik een tekst voordroeg waarin ik had geschreven hoe Kaapverdianen omgaan met de dood. Ik merkte dat schrijven echt heel anders is dan het voordragen. Het daar staan vind ik al eng, mensen die naar je kijken..”

Ik draag het niet meer voor. Ik heb met schrijf wedstrijden meegedaan van de bibliotheek. Ik heb een keer voorgedragen in de bibliotheek zelf en op een food festival in het Park.

Ik zat ook in een community, iedereen kent elkaar. De wereld van de 'Poetry Cirkel' is best klein. Ik wilde er eigenlijk niet in zitten. Daar heb ik veel mensen ontmoet en meegedaan aan Pagina Groots ([https://www.rotterdamseschouwburg.nl/voorstellingen/3669/40th\\_International\\_Film\\_Festival\\_Rotterdam/](https://www.rotterdamseschouwburg.nl/voorstellingen/3669/40th_International_Film_Festival_Rotterdam/)) in de schouwburg. Dit event is elke 6 weken. Je krijgt een thema en met dit thema moet je iets schrijven.

Je groeit eigenlijk in een community. Je ontmoet mensen toen ik een gedicht voordroeg op de West Kruiskade en mensen benaderen je dan. Op een gegeven moment rolt het balletje. Zeker in de Kaapverdiaanse wereld. Hier ligt mijn focus niet, maar het gaat gewoon zo. Mensen komen bij jou kijken en ik jij bij optredens mij andere.

Ik schrijf nu teksten voor Sodade Festival (<http://sodadefestival.nl>) en Jamoer voor Facebook en poster. Ik zie het nog niet echt als werk. Een vriendin van mij werkt bij MoneyGram en vraagt soms hoe ik een bepaalde tekst zou schrijven. Maar ik heb niet het gevoel dat ik copywriter wil worden, want ik heb nooit een opleiding gedaan of een cursus. Daarnaast heb ik veel bevestiging nodig. Heel veel. Festivals vinden alles wat ik schrijf wel goed, maar ik heb juist iemand nodig die me goede feedback geeft.

Wat ik altijd al heb willen doen is het schrijven van een reeks kinderboek van een moeilijk onderwerp zoals, terreur, de dood

en ziektes. Dan kunnen ouders deze serie gebruiken om deze onderwerpen uit te leggen.

Ik ben jongere panel lid bij de Doelen. Daarmee help ik mee met de productie van concerten. En dit doe ik naast me mijn 36-urige werkdag. Dit geeft me de ruimte om uit de kantoorseur te komen. Op mijn werk zit ik ook bij een commissie waarin ik al vier jaar lang de nieuwsbrieven schrijf. Het wordt goed ontvangen en erg gewaardeerd. Maar het is weer tijd voor iets nieuws. Ik wil mezelf graag blijven uitdagen.

Daarom doe ik ook vrijwilligerswerk bij verschillende evenementen: in de garderobe bij de lezersweek in de bibliotheek met bekende schrijvers, bij het filmfestival, bij het camera Japan festival als stembureau lid. Eigenlijk vind ik alles wat ik normaal niet doe leuk. Onder de mensen zijn.

Wat vind je van het idee?

ken je Yelp? daar ben ik ook actief in geweest. het zit over de hele wereld. zij organiseren events en dan ga je met vreemde mensen naar zo'n bar en beoordeel je een bar of winkel. <http://www.yelp.nl>

Ja tof! Als toerist wil ik altijd locals leren kennen. In Rotterdam lijkt het me moeilijk om in contact te komen met locals. Rotterdammers zijn niet op straat en dan kom je toch snel in een toeristische bar. Dan kom je al snel in de Witte Aap. Ik kom niet in de Witte Aap, maar bijvoorbeeld wel een Mr. Bean hier aan de Kruiskade. Ik zou het leuk vinden om te doen, maar ik weet niet of ik goed genoeg ben. Het moet natuurlijk ook in het engels. Ik heb het zelf geprobeerd met Yelp met Gino van Weenen. Als je gemotiveerde mensen hebt die willen schrijven werkt het echt wel.

Dus jij zou mee doen?

Ja!

## Conclusies

Voor het ontwikkelen van een innovatie voor het Ibis hotel hebben we onderzoek gedaan naar verschillende stakeholders, doelgroepen en sharing communities. Dit heeft tot nieuwe inzichten geleid en de mogelijkheid gegeven om tot een oplossing te komen dat aansluit aan de onderzoeksvraag namelijk: "Hoe kunnen we de bezoekers van het hotel beter verbinden met het hotel en de stad waar ze zich in bevinden?". Vooral het onderzoek naar de sharing communities en de doelgroep heeft ons tot ideeën gebracht om te verwerken in het concept. Bij sharing communities zoals de Timebank gaat het om iets geven en iets ervoor terugkrijgen. Door het doen van doelgroep onderzoek, zijn wij erachter gekomen of Rotterdammers wel behoefte hebben aan het delen van hun passie en of ze dit ook graag doen.



Home Manifestatie Agenda **Verhalen** Routes Nieuws Tijlijn Q ENG

Home · Verhalen · 75 verhalen

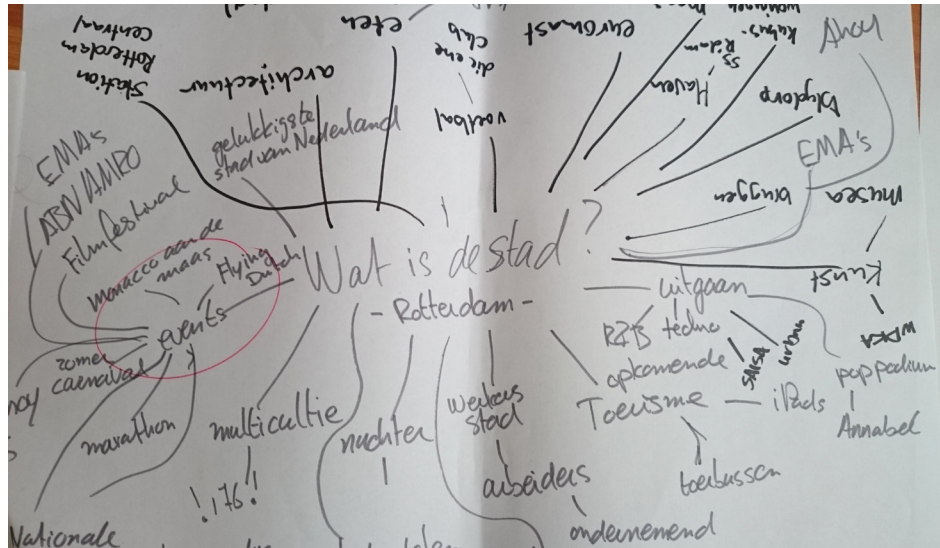
## 75 verhalen

Als een rode draad worden 75 persoonlijke verhalen van betekenis voor de wederopbouw door het programma gegeven. Ze brengen ons dichterbij het hart van onze stad: de bevolking. Deze verhalen van 75 bekende en onbekende Rotterdammers die stad hebben gemaakt, maken of zullen maken, laten in de breedte en diepte zien hoe Rotterdam gevormd is door bewoners.



**Het doorlopen proces:**

Op basis van het onderzoek zijn we mindmaps gaan maken om tot punten te komen die ons interessant leken op uit te werken en om mee verder te gaan. We hebben gebrainstormt rondom een aantal doelgroepen als zakenlui, toeristen en de bewoners van Rotterdam. Daarnaast hebben we ook mindmaps gemaakt over het Ibis. Uit de brainstormsessie en onderzoeken zijn de volgende concepten gekomen.



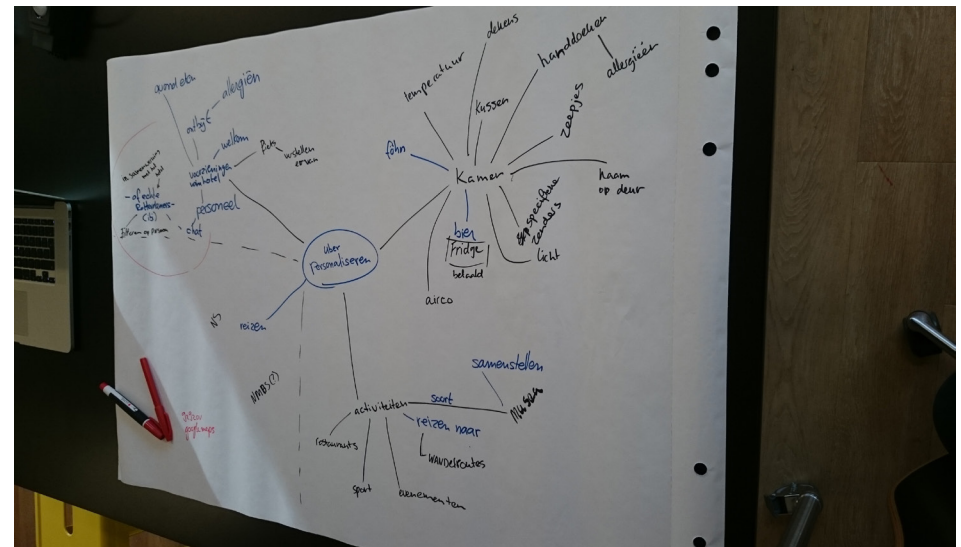
**Onze eerste conceptideeën**

**Personaliseren**

Een vakantie is voor iedereen anders, het wordt anders ervaren. Een hotel hoort zich dan ook aan te passen aan de wensen van de gebruiker/bezoeker. De bezoeker de mogelijkheid geven om het hotelverblijf naar wens te personaliseren. Hierbij kan je denken aan licht, koelkast, kussens, dekens, badkamer, temperatuur in de hotelkamer, ontbijt en activiteiten buiten het hotel. Dit kan de bezoeker vooraf aangeven tijdens het boeken van de

hotelkamer op de website. Daarnaast kan de bezoeker eventueel allergieën doorgeven, zodat Ibis hiermee rekening kan houden. Bij aankomst hoeft de bezoeker niets meer te regelen of aan de receptie te vragen naar aanpassingen.  
 licht: helderheid en kleur  
 koelkast: inhoud van de mini bar (drank en eten)  
 dekens en kussens: dikte, dons, zachtheid  
 badkamer: föhn, tandpasta, tandenborstel, wattenstaafjes, tissues, zeep, shampoo, douchegel  
 temperatuur: warm of koel  
 ontbijt: eten en drinken naar wens  
 activiteiten: hardlooptroute, sightseeing, museumtoer, bustoer, boottoer

In de hotelkamer kan de bezoeker met behulp van een tablet (toegevoegd in de kamer) makkelijk voorkeuren wijzigen of producten laten bijvullen.



**Een kamer voor iedereen**

De kamer voor iedereen. 6,5 procent van de beroepsbevolking, verspreid over heel Nederland, leeft op een uitkering en heeft geen

werk en dit aantal stijgt nog altijd.(CBS) Dit zijn ook de mensen die het minst van Nederland hebben gezien. Mensen in de bijstand mogen maar een aantal weken op vakantie maar kunnen dit vaak niet betalen.

Wij willen deze mensen de kans geven om met behulp van Ibis het land waar ze in wonen te leren kennen, in dit geval Rotterdam.

Mensen in de bijstand hebben vrij weinig geld om uit te geven om met het hele gezin op vakantie te kunnen. Een vakantie voor hun is een manier om even tot rust te komen en voor het eerst een andere stad te ontdekken. Binnen deze vakantie worden er ook activiteiten geregeld waar ze van kunnen leren of de omgeving kunnen leren kennen.

Na feedback van de docent en overleg met het team zijn we tot de conclusie gekomen dat we onze concepten “De Rotterdamert” en “De kamer voor iedereen” te combineren tot een concept.

Uiteindelijke concept: Mijn Rotterdam (nu Ibis Circle)

Rotterdam staat bekend om zijn mentaliteit, het harde werken. Wij willen dit terug brengen bij Ibis City Center in Rotterdam. We halen echte Rotterdammers naar binnen om te laten zien waar zij hun brood mee verdienen en om zo de gasten van het Ibis te inspireren.

Zij delen hun passie door het geven van workshops aan toeristen en Rotterdammers. Deelnemers kunnen hiervoor inschrijven met behulp van de webapp van Ibis. Daarnaast kan de Rotterdammer sparen voor een overnachting in een Ibis hotel in een stad naar keuze door het geven van workshops.

*Hoe sluit het eindproduct aan op de briefing en waarom dit de beste oplossing van het vraagstuk is voor jullie?*

We kregen de opdracht om een nieuwe manier te vinden om bezoekers te verbinden met het hotel en de stad waarin het hotel zich bevindt.

Om dit te doen, hebben we een concept bedacht waarbij het Ibis mensen uitnodigt die wat te vertellen hebben over de stad en de dingen die zij daar doen, zoals werk of hobby. Zij delen dit met de gasten in het hotel om hen iets te leren over de stad en de gewoontes, en kunnen dan in ruil voor hun diensten een overnachting krijgen door

middel van een spaarprogramma. Door constant nieuwe workshops en sessies aan te bieden, leren de gasten de stad vanuit een nieuw perspectief benaderen. Daarnaast leren de mensen die de workshops aanbieden nieuwe mensen kennen en kunnen ze dankzij het Ibis een andere stad op een nieuwe manier leren kennen. Daarbij is het ook een In dit concept focussen we ons op ‘jonge’ creatievelingen die graag de kleine onbekende plekjes van een stad willen ontdekken en daarnaast geïnteresseerd zijn in verhalen van anderen. Ze zijn open-minded en staan open voor nieuwe ervaringen. Vaak zijn dit ook de mensen die de bekende trekpleisters al eens hebben bezocht en benieuwd zijn naar de plekken waar lokalen heen gaan.

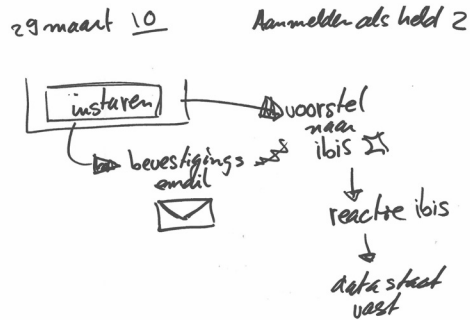
Onze andere doelgroep bestaat uit mensen die iets te vertellen hebben over hun stad. Zij zijn mensen die iets hebben meegemaakt in de stad of iets bijdragen aan de stad en dit willen delen. Een voorwaarde is wel dat het publiek bestaat uit mensen die ook daadwerkelijk geïnteresseerd zijn in hun verhaal en dat ze er iets voor terug krijgen.

Dit is naar ons idee een goede oplossing omdat de bezoeker door het Ibis een betere kijk krijgt op de stad waarin hij of zij zich bevindt. Daarnaast speelt het Ibis hier een grote rol in omdat de workshops door hen worden geregeld en zij workshopruimtes aanbieden voor de mensen die dat willen geven.

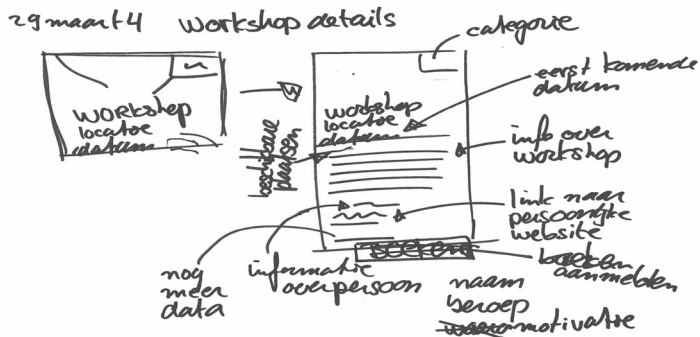
*Hoe sluit de eindoplossing aan op alle wensen en belangen van de betrokkenen?*

De wensen en belangen van de Ibis zijn om meer mensen aan te trekken om bij het Ibis te verblijven. Ze willen laten zien dat ze veel meer zijn dan een plek waar men kan slapen en dat is mogelijk met dit concept. Door dit concept toe te passen, haalt Ibis naast bestaande gasten die wat nieuws willen leren, ook mensen binnen die nog nooit bij het Ibis zijn geweest. Daarnaast kan het idee mensen stimuleren om een kijkje te nemen bij het Ibis omdat het daar mogelijk is om iets nieuws te leren over de stad waarin ze zich bevinden. Door meer mensen naar het Ibis te leiden, gaan ze vrienden er ook over vertellen en wordt er meer over het Ibis gesproken waardoor ze meer publiciteit hebben.

De wensen en belangen van onze doelgroep, de gasten van het Ibis, is dat ze niet het toeristische van een stad willen zien. Het probleem is dat veel mensen een stad alleen van de landmarks en nieuwsberichten kennen terwijl het vaak veel meer te bieden heeft. Onze doelgroep, de gasten van het Ibis, wil juist de wat onbekendere plekken en verhalen leren kennen. De workshops die deze mensen gaan volgen moeten gecontroleerd en goedgekeurd worden om de veiligheid van deze mensen te kunnen garanderen.



Deze doelgroep is constant onderweg dus het moet voor hen mogelijk zijn om zich onderweg of last minute in te kunnen schrijven voor een workshop. Als zij zich ergens voor inschrijven, willen ze weten wat ze kunnen verwachten en door wie het wordt gegeven. Ook is het voor hen handig om te weten hoeveel plekken er nog zijn bij zo'n workshop. Daarnaast willen ze een bevestiging krijgen als ze zich hebben ingeschreven zodat ze zeker weten dat ze mee kunnen doen aan die workshop.



De wensen en belangen van onze tweede doelgroep, de mensen die iets te vertellen hebben, zijn dat ze hun verhaal willen delen met mensen die oprecht geïnteresseerd zijn. Ze willen niet voor een publiek staan dat geen interesse heeft of er alleen maar is omdat ze zich verplicht voelen. Ze willen iets voor hun tijd terug krijgen en hebben een locatie nodig om dit uit te voeren.

Deze mensen willen weten hoeveel mensen er mee doen aan hun workshop zodat ze bijvoorbeeld de hoeveelheid materialen kunnen regelen of inschatten. Daarnaast willen ze hun verdiende spaarpunten terug kunnen vinden en een uitleg over hoe ze deze spaarpunten kunnen inruilen.



Zie ons eindproduct op <http://ibiscircle.nl>



## Multidisciplinair samenwerken

Hoe komt ieders inbreng terug in de eind oplossing?

In de conceptfase bedachten we aan de hand van de uitkomsten uit de onderzoeken meerdere concepten. Dit deden we tijdens brainstormsessie waarin iedereen de kan kreeg om zijn mening en creativiteit te uiten.

Ook wanneer we individueel te werk gingen was het mogelijk om elkaars werk te bespreken. Vanwege de uiteindelijke gebrek aan tijd gebeurde dit helaas niet genoeg.

## Professionaliteit

Hoe hebben jullie elkaar aangesproken op houding, gedrag, inzet en tijdsbesteding? Wat waren kenmerkende momenten daarvoor? Geef voorbeelden.

Het sleutelwoord van wat er in ons team niet goed ging is 'communicatie'. Alles wat niet lekker liep kwam door het gebrek aan communiceren.

## Voorbeeld: werken aan een presentatie

We waren ons aan het voorbereiden op de Sprintreview 0 - voortgangspresentatie. Hiervoor moest een presentatie ontworpen worden. Twee van ons waren tegelijkertijd bezig met dezelfde presentatie, terwijl ze tegenover elkaar zaten. Hierdoor hadden we twee keer een begin van een presentatie. De tijd van een van hen had beter gebruikt kunnen worden. Door de volgende keer van tevoren een taakverdeling te maken kan dit voorkomen worden.

## voorbeeld: elkaar durven aanspreken

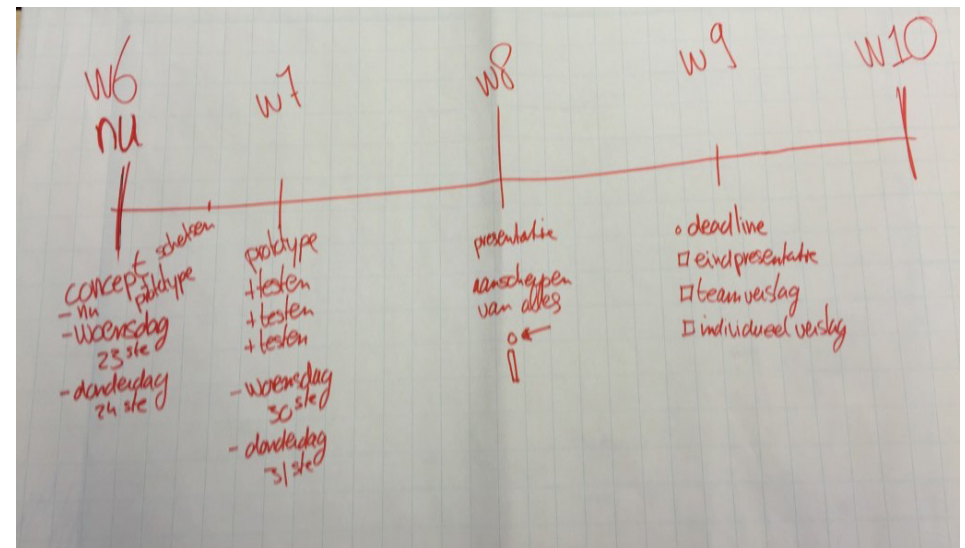
Tijdens de eerste weken waren we bezig met het onderzoek en het bedenken van een concept. Doordat we aan elkaar wennen en wisten we niet wat we van elkaar konden verwachten werd het maken van een beslissing lastig. Zo plande we waar we voor de komende week aan gingen werken. Geen van ons hield zich aan de afspraak en geen van ons zei er iets over. Hierdoor moesten we het werk waar we thuis aan wilden werken doen op school en versteken de weken al snel. Zonder

daadwerkelijk vooruitgang te hebben geboekt. Tijdens de volgende Medialab module willen we het team eerst beter leren kennen voordat we aan de slag gaan. We verwachten dat dit de drempel verlaagt, waardoor we elkaar eerder en eerlijker durven aanspreken.

Het verlagen van de drempel zal er ook voor zorgen dat we elkaar beter kunnen helpen tijdens het onderzoeken, ontwerpen en uitwerken van een product. Mede door gebrek aan tijd konden we na het verdelen van taken elkaar niet helpen. Als we niet samenwerkten misten we qua werk feedback van onze teamgenoten. Zo is er bijvoorbeeld gekozen om alle visueel ontwerpen in aparte Illustrator bestanden te ontwerpen. Als het gehele ontwerp in één document zou staan zijn de verschillende versies gemakkelijker terug te vinden en is het niet nodig om meerdere bestanden open te hebben staan. Een kleine tips zou de productiviteit kunnen verbeteren.

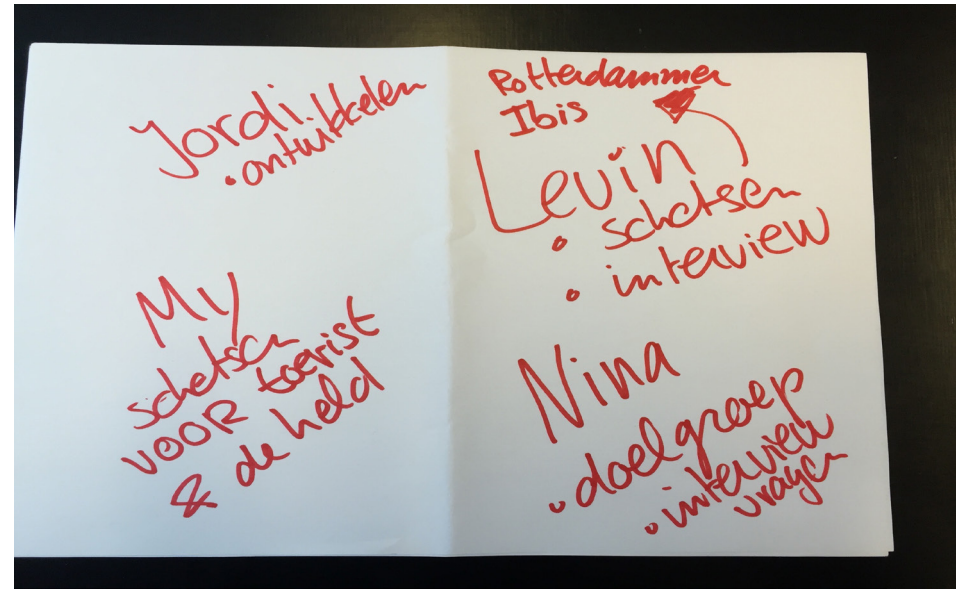
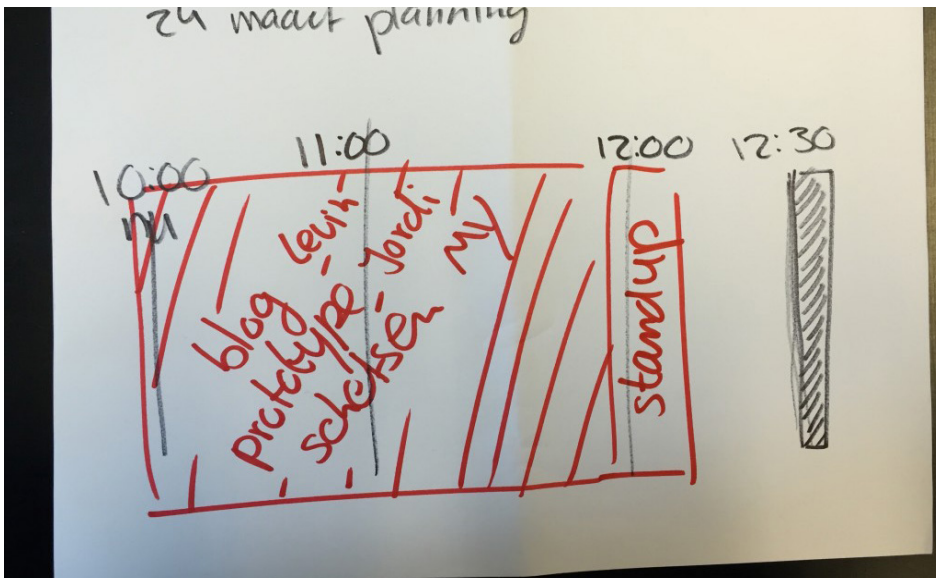
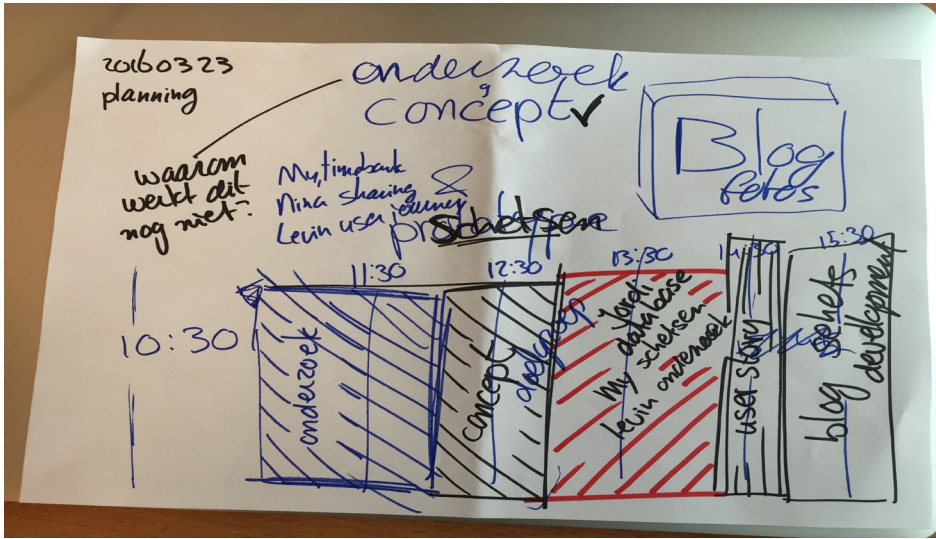
## Interventie

Omdat we in week 6 te ver achterliepen hielden we (pas) voor sprintreview 1 - voortgangspresentatie een interventie. Hierin deelde we onze mening en verwachtingen over de voortgang van het project, de samenwerking en de planning. We maakten een plannen en iedereen wist wat die moest doen en wat ons te wachten stond.



# SAMENWERKING

Elke keer wanneer we samenkwamen hielden we een standup en maakten we een planning en taakverdeling voor die week en dag. Door dit te doen wist iedereen wat er gedaan en verwacht werd.



## Bij afwezigheid

Wanneer mensen ziek waren en niet bij een bijeenkomst konden zijn, was het voor hen mogelijk om via onze blog de vooruitgang te bekijken. Wanneer we weer samen kwamen werden zij bijgepraat, zodat ze precies wisten wat er de vorige keren gebeurt is. Opmerkelijk was het feit dat op het moment dat er mensen niet waren keuzes sneller gemaakt werden.

### *Gebuurkte bronnen tijdens het onderzoek:*

[http://www.eenvandaag.nl/binnenland/45507/delen\\_is\\_hip\\_](http://www.eenvandaag.nl/binnenland/45507/delen_is_hip_)

<https://www.oudermatch.nl/blog/de-5-handigste-websites-om-spullen-en-diensten-delen-via-internet/>

[http://www.firestarters.nl/nl/detail/general\\_article/sharing-apps](http://www.firestarters.nl/nl/detail/general_article/sharing-apps)

<http://hurenvanburen.nl>

<https://www.peerby.com/?host=peerby.nl>

<http://www.buynothingnew.nl/lennen-huren-en-delen/>

<http://www.spullendelen.nl>

<https://theeventscalendar.com/>

<http://www.cyclos.org/>

<http://hartslag.nu>

[https://www.rotterdamseschouwburg.nl/voorstellingen/3669/40th\\_International\\_Film\\_Festival\\_Rotterdam/](https://www.rotterdamseschouwburg.nl/voorstellingen/3669/40th_International_Film_Festival_Rotterdam/)

<http://sodadefestival.nl>