

examinerend stageonderdeel
ondernemend gedrag

grafisch atelier hilversum

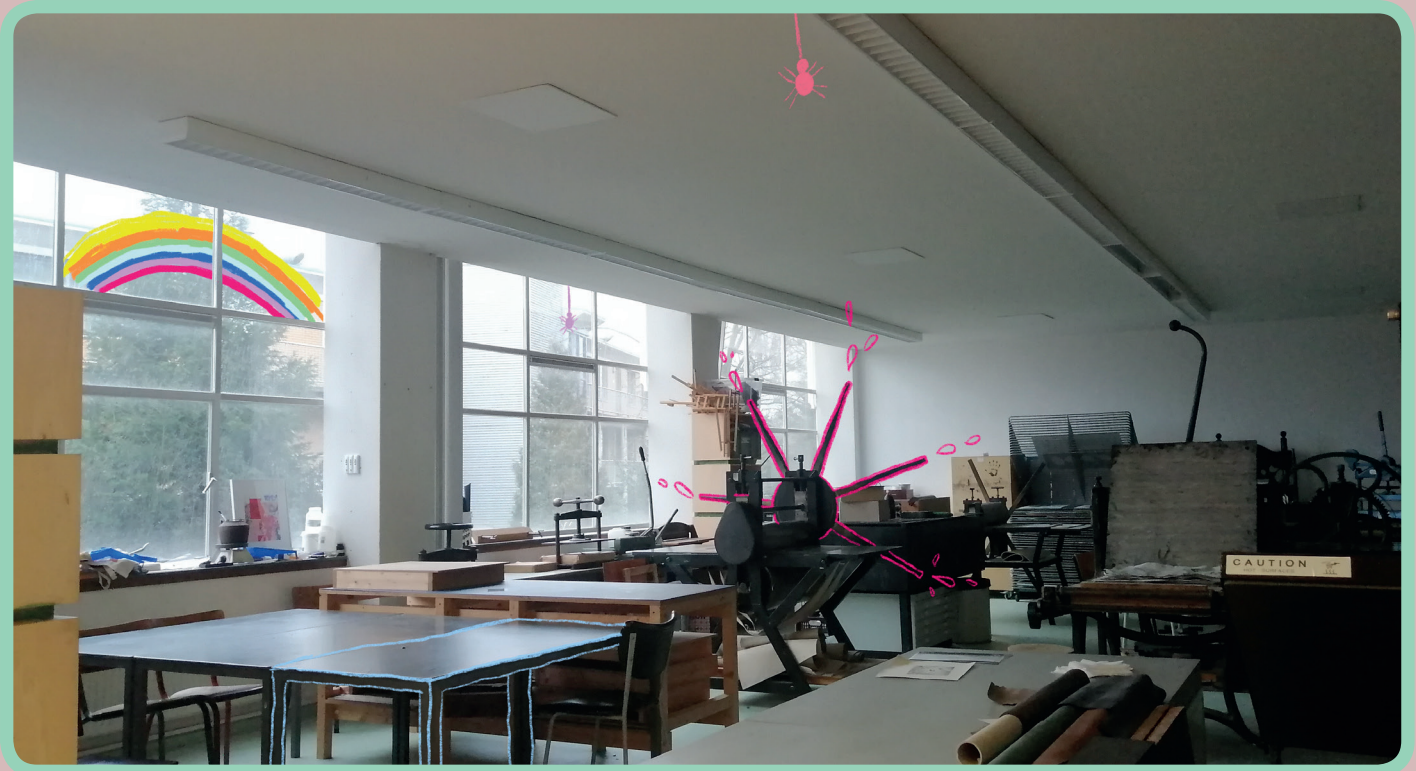
ninke van Leeuwen



De naam van het bedrijf waar ik mijn tweede stage loop dit schooljaar is het 'Grafisch Atelier Hilversum'.

Wat is het Grafisch Atelier?

Het Grafisch Atelier is een non-profit organisatie waar mensen tegen een bepaald bedrag onbeperkt gebruik kunnen maken van de beschikbare materialen om kunst mee te maken. Het atelier beschikt over een groot aanbod aan materialen, machines en werktechnieken, zoals zeefdrukken, letterpress, lithografie en nog veel meer. Er zijn nu zo'n veertig kunstenaars lid van het Grafisch Atelier. Samen creëren ze een enorme hoeveelheid mooie kunstwerken, waarvan er ook een aantal tentoongesteld worden in het atelier zelf. Ondanks dat er werk tentoongesteld wordt, is het atelier een werkplaats en geen museum. Ook beschikt het atelier over een grote hoeveelheid erfgoed: "Oude drukpersen, loden letters en clichés, door de jaren heen verzameld en onderhouden door onze enthousiaste vrijwilligers. We hechten grote waarde aan dit cultureel erfgoed, waarvan een groot deel gebruikt wordt door onze leden." Naast het werk dat de kunstenaars zelf maken in het Grafisch Atelier, worden er door deze kunstenaars en andere creatievelingen ook workshops en cursussen gegeven aan jong en oud. Scholen en instellingen zijn welkom, maar ook particulieren kunnen zo'n les volgen. De lessen worden door de lesgevende zelf bedacht en



Wat voor een bedrijf is het Grafisch Atelier?

Het Grafisch Atelier is een stichting. Dat houdt in dat de leden van het atelier samen een bepaald doel of visie willen realiseren, in dit geval het maken van kunst op een gezamenlijke plek, waar alle middelen voor iedereen aanwezig zijn.

Het Grafisch Atelier is een organisatie gesteund door de gemeente Hilversum. Daarom heeft het Grafisch Atelier geen eigenaren, maar wel een bestuur. Dit bestuur bestaat uit Ingmar Leijen, Math Janssen en Yvonne Heselmans. Mijn praktijkopleider, Martijn van der Blom, is het "aanspreekpunt voor de dagelijkse gang van zaken bij het atelier". Martijn houdt zich druk bezig met het welzijn van het atelier zelf, maar is ook aanwezig bij de vergaderingen van het bestuur en speelt daar ook degelijk een leidende en belangrijke rol.

Met wie werk ik samen?

Ik werk voornamelijk samen met mijn praktijkopleider, Martijn van der Blom. Ook werk ik veel samen met de andere stagiair, Melina Vormer, omdat wij vaak aan dezelfde projecten en opdrachten werken en elkaar daarom goed kunnen helpen. Het kan wel eens gebeuren dat ik of iemand anders in het atelier hulp nodig hebben met iets, waardoor ik ook met de leden van het atelier samen werk, maar dat wisselt. Zo heb ik bijvoorbeeld een collega, Melanie van der Linde geholpen met een klus waarbij zij twintig mappen voor posters met de hand moest maken. Omdat dat zo'n grote klus is, hebben ik en de toenmalige stagiair, Sem, hier mee geholpen.

Martijn van der Blom

Andere kunstenaars
in het atelier

Ninke van
Leeuwen

Melina
Vormer

In welke branche valt het Grafisch Atelier?

De branche waar het Grafisch Atelier in valt is dienstverlening voor uitvoerende kunst. Het Grafisch Atelier brengt namelijk een groep kunstenaars samen en geven hun de kans om hun werk te kunnen maken door, tegen een bepaald bedrag, de materialen en machines aan te bieden die deze kunstenaars nodig hebben. Ook organiseert het Grafisch Atelier "evenementen" zoals het geven van workshops en cursussen, maar ook kleine tentoonstellingen zoals bijvoorbeeld de zines.

Welke harde werkers zijn er aan de slag hier?

In het Grafisch Atelier werken voornamelijk kunstenaars, creatievelingen en hobbyisten. Deze mensen hebben dan de behoefte aan een werkplek met materialen en machines die beschikbaar zijn voor het werk dat zij willen maken. In het atelier hebben ze deze materialen en machines en kunnen ze ook kennis delen met anderen die dezelfde behoefte hadden.

Hieronder kan je twee gezellige interviews met collega's van mij lezen

Ik heb aan Melanie van der Linde gevraagd hoe zij bij het atelier terecht is gekomen.

Melanie heeft voor haar opleiding 'vormgeving' aan het HKU tien weken stage gelopen bij het Grafisch Atelier. Melanie werd helaas nergens anders aangenomen maar kon bij het Grafisch Atelier meteen binnenlopen en werd hartelijk ontvangen.

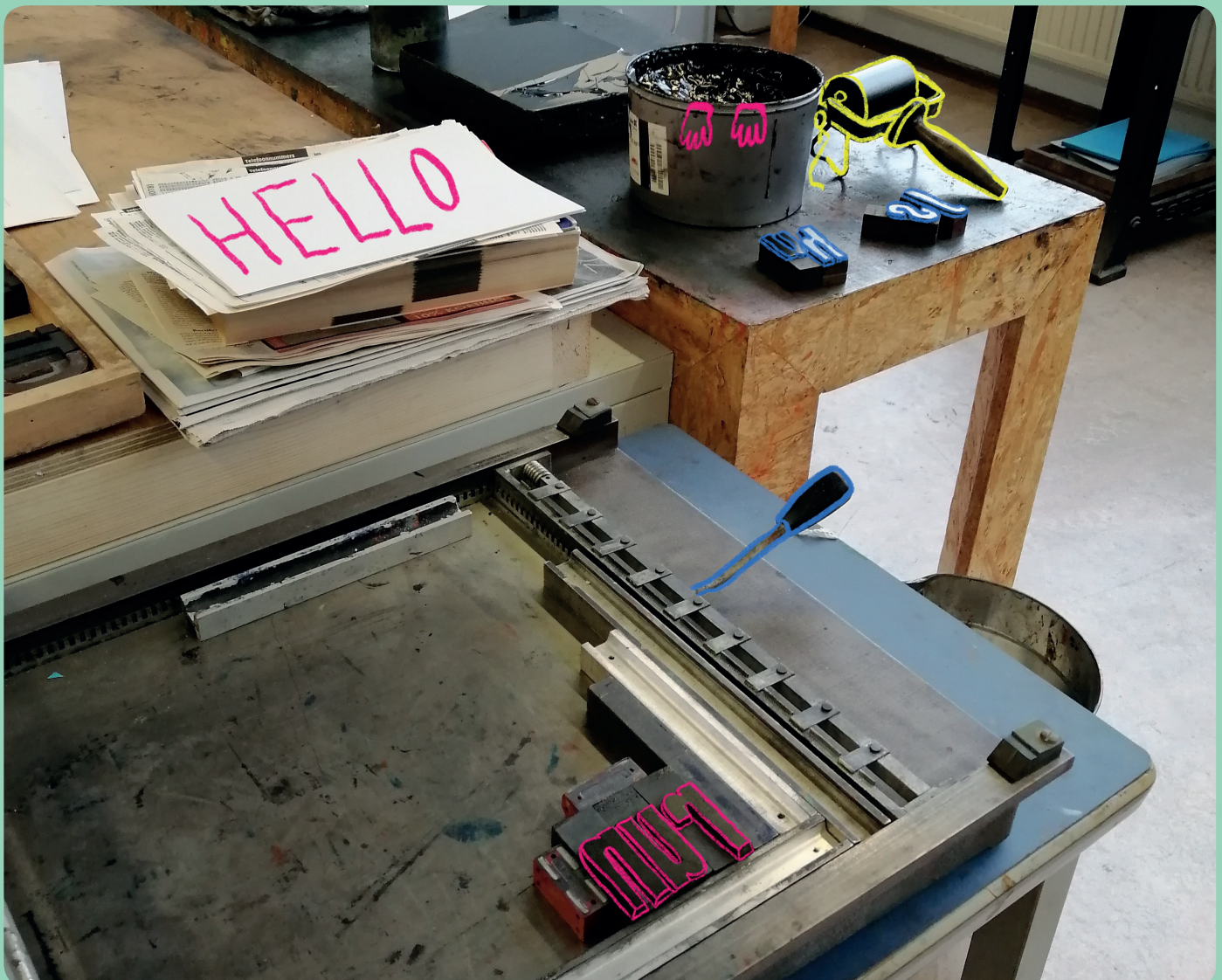
Ondertussen begon het HKU aan verbouwingen. Door deze verbouwingen was er zo'n kleine hoeveelheid werkplek over voor Melanie om haar werk uit te voeren dat ze besloot een jaarkaarthouder te worden bij het Grafisch Atelier. Met zo'n jaarkaart heb je voor vierhonderdvijftig euro per jaar onbeperkt toegang tot het atelier en alle machines en materialen die er aanwezig zijn. En omdat Melanie toen nog student was kreeg zij hier ook nog studentenkorting bovenop. In het atelier heeft Melanie toen haar projecten voor haar opleiding af kunnen ronden, en heeft niet alleen die periode maar ook haar stage als zo prettig ervaren dat ze is gebleven. Melanie heeft nu haar eigen online webshop en maakt haar producten in het Grafisch Atelier. Ook volgt ze hier een boek restauratie cursus waar ze hard mee aan de slag is en veel van leert.

Martijn van der Blom is mijn praktijkopleider. Ik wilde hem graag wat vragen stellen over hoe hij hier terecht is gekomen omdat hij een heel ander verhaal heeft dan Melanie, wat een interessant contrast is. Ik was vooral benieuwd hoe het komt dat Martijn in zo'n leidende rol terecht is gekomen.

Martijn is vanuit zijn studie bij het Grafisch Atelier terecht gekomen, wat nu zo'n twintig jaar geleden is. Op dat moment zat het Grafisch Atelier nog op een andere locatie. Op deze locatie waren er meer ruimtes waar de kunstenaars hun eigen atelier konden huren, maar dan moest je wel lid zijn van het Grafisch Atelier. Alleen de ruimte zelf huren was niet mogelijk.

Het is niet altijd goed gegaan met het Grafisch Atelier. Tijdens deze minder goede tijden heeft Martijn veel over genomen om het atelier bij elkaar te houden. Hij kreeg een leidende rol waarbij hij zich toegewijd bezig hield met het welzijn van het Grafisch Atelier. Hij heeft veel onder handen genomen om de staat van het Grafisch Atelier te verbeteren, wat nu goed te zien is.

De leidende rol heeft Martijn aangehouden, waardoor hij nog steeds goed let op het welzijn van het atelier. Ook kan iedereen bij hem terecht voor vragen of punten die ze willen



Er zijn veel werksituaties wanneer ik te maken krijg met verschillende vaardigheden voor ondernemend gedrag. Hieronder benoem ik een aantal voorbeelden en welke vaardigheden dan bij deze situaties passen en waarom.

Doorzettingsvermogen, lef hebben, beslissingen maken en knopen doorhakken

Met het maken van analogoog en digitaal werk kom ik vaak op een punt dat een concept er anders uit komt te zien dan ik had gedacht en/of gehoopt. Bijvoorbeeld: ik wilde voor het oefenen met de letterpress graag letters drukken op een zelf gemaakte foto, die ik heb bewerkt in Photoshop. Op het moment dat ik deze foto wilde gaan printen, kwamen de kleuren er niet uit zoals bij mijn testdruk en hoe het eigenlijk de bedoeling was.

Wanneer ik op dit punt kom, moet ik niet stoppen met het werk waar ik mee bezig ben, maar gebruik maken van mijn doorzettingsvermogen om het nog een keer te proberen tot ik het eindresultaat heb wat ik had verwacht, of juist het lef hebben om met een ander resultaat verder te werken. Hierdoor ontstaat een ander beeld wat ik aan het begin had verwacht. Dit experimentele gedeelte van mijn stage bij het Grafisch Atelier is iets waar ik lef voor moet hebben, omdat het plan dat ik van tevoren had gemaakt dan niet meer van toepassing is en mijn eindresultaat van het product zal veranderen. Om dan niet op te geven en juist een nieuwe blik te hebben op mijn werk, is een belangrijk en verrassend aspect waar ik mij graag in verdiep.

Wanneer mijn werk er niet uit komt te zien en ik opnieuw begin met een nieuwe techniek, is hier veel doorzettingsvermogen voor nodig. Het is dan namelijk niet de bedoeling om verder te gaan met het resultaat dat ik dan heb behaald, maar een nieuwe manier van werken bedenken om mij zo toch vast te houden aan het plan dat ik origineel heb uitgestippeld.

In deze situatie heb ik ervoor gekozen om het opnieuw te proberen en te gaan spelen met de verschillende kleurinstellingen wanneer ik het bestand exporteer. Uiteindelijk is dit gelukt en heb ik de afbeelding in de gewenste kleuren kunnen printen.

Ook heb ik in deze situatie de vaardigheden "beslissen en knopen doorhakken" nodig. Op het moment dat mijn afbeelding er anders uitkwam dan ik had verwacht, moest ik namelijk de keuze gaan maken of ik door wilde gaan met het onverwachte resultaat, of aan de slag wilde gaan met een nieuw plan van aanpak.

Bij het maken van een beslissing is het belangrijk om dus te kijken naar het gewenste eindresultaat van een bepaald project, en op wat voor manier je dit eindresultaat zou kunnen bereiken. Is het eindresultaat niet mogelijk om te behalen?, dan moet de knoop worden doorgehakt om het ontwerp aan te passen.

Creatief denken

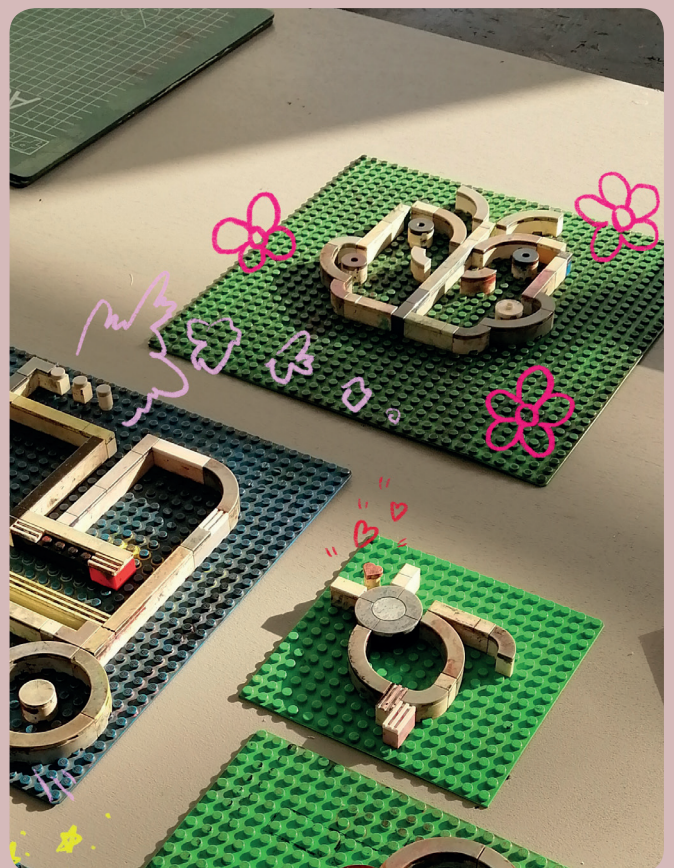
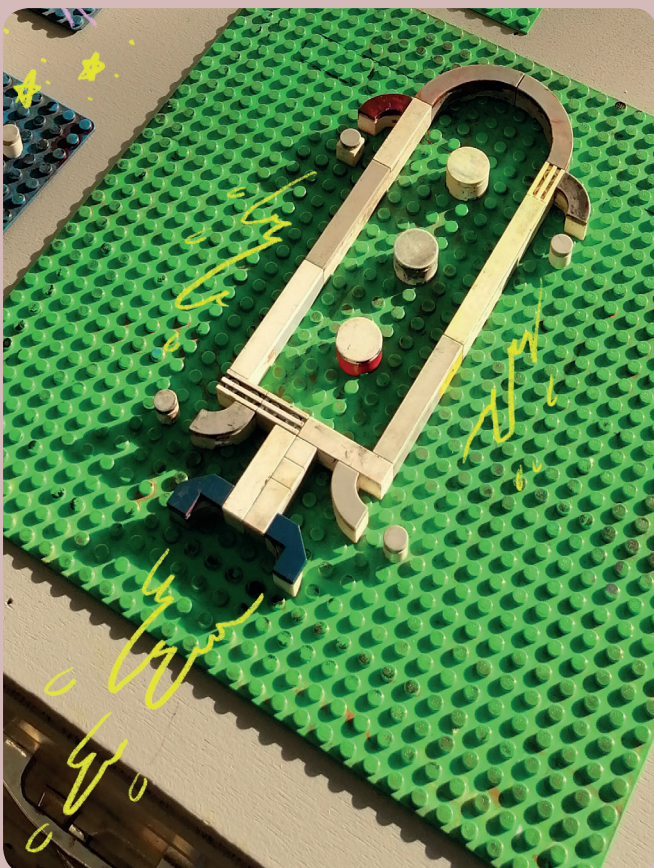
Creatief denken is een vaardigheid waar ik tijdens mijn stage in het Grafisch Atelier bijna non-stop mee bezig ben. Het is namelijk belangrijk om een goede combinatie te hebben van eigen initiatief en creatief denken om zo zelfstandig mogelijk rond te kunnen lopen in een atelier zoals deze in Hilversum.

Voor de voorbereiding van een workshop vroeg Martijn, mijn praktijkopleider, aan mij en Melina of wij voor het drukken met lego een aantal voorbeelden wilden maken die te maken hadden met het thema 'verkeer'.

Bij het uitvoeren van deze taak ben ik niet bezig met digitaal ontwerpen in programma's op mijn laptop, ben ik niet aan het illustreren of zeefdrukken etc. Dit is een opdracht waarbij je een open geest moet hebben om op zo creatief en uniek mogelijke resultaten te komen.

Door mij open te stellen en niet voor de eerste de beste associatie te gaan, zoals het maken van een auto, ben ik op hele unieke ontwerpen gekomen. Bij deze ontwerpen moet je iets verder denken tot je terug komt bij het thema 'verkeer', wat betekent dat ik zo creatief mogelijk heb nagedacht om zo echt eigen ontwerpen te creëren. Ik kwam uiteindelijk op het ontwerp van een raket, een vlinder en een vogel. Een vogel en een vlinder zijn namelijk ook verkeer wanneer zij zich rond bewegen, maar dan in het verkeer van de natuur. En een raket is niet verkeer dat je op dagelijkse basis tegenkomt, maar het moet toch een bepaalde route afleggen in de ruimte en is toch zeker wel een onderdeel van het verkeer dat zich in de ruimte afspeelt zonder dat wij het op de Aarde doorhebben.

Ook stuit, ik net zoals in het eerste voorbeeld, nog vaak op technische problemen wanneer ik aan het werk ben. Door creatief te denken kan je op deze manier toch een juiste en unieke oplossing waardoor het eindresultaat er alleen maar creatiever uit zal komen te zien.



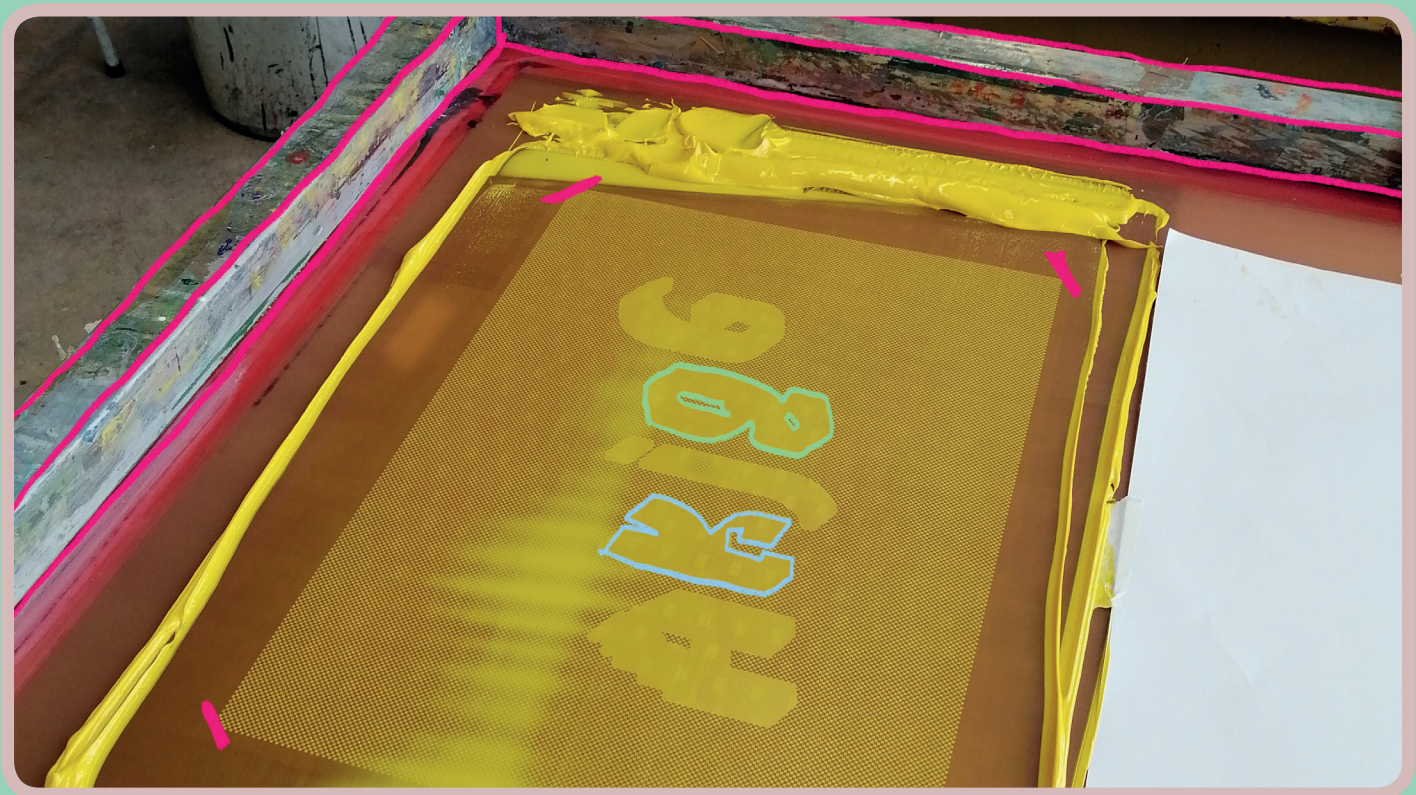
Flexibel zijn, doelgericht zijn, plannen en initiatief nemen

Op het Atelier hebben ik en Melina als stagiaires een goede mix van digitaal en analoog werk. Hierdoor verschuiven onze bezigheden wel eens.

Wanneer Melina en/of ik aan het zeefdrukken zijn, dan moeten wij eerst het zeefraam voorbereiden. Hier beginnen wij dan al in de ochtend mee, zodat wij in de middag aan de slag kunnen met het drukken zelf. Na elke stap bij het voorbereiden van het zeefraam moet het raam drogen. Dit duurt dan een aantal minuten. Wanneer wij wachten tot een zeefraam bijvoorbeeld aan het drogen is, werken wij aan digitaal werk. Voor deze mix van digitaal en analoog werken is veel flexibiliteit nodig.

We moeten namelijk flexibel genoeg zijn om te kunnen switchen van niet alleen het werk zelf, maar ook het type werk waar we mee bezig zijn. Digitaal en analoog werken zijn namelijk twee heel verschillende dingen. Bij het werken met een techniek zoals zeefdrukken en dan ondertussen digitaal werk uitvoeren, moet ik doelgericht kunnen werken en een goede planning hebben. Ik schrijf deze planning vaak op lijstjes die ik aan de binnenkant van mijn laptop plak. Op deze manier zie ik deze 'planning lijstjes' elke keer wanneer ik 's ochtends mijn laptop open. Op deze lijstjes kruis ik dan de dingen aan die ik al heb afgemaakt. Ik maak dag- of weeklijstjes, waardoor ik doelgericht kan werken omdat ik weet wanneer deze doelen af moeten zijn. Doordat ik deze lijstjes regelmatig tegen kom forceer ik mijzelf als het ware om met een strakke planning aan mijn doelen voor die dag of week te werken.

Bij het werken aan, zoals in dit voorbeeld het zeefdrukken, analoog werk, is er veel initiatief nodig bij het Grafisch Atelier. Je moet het initiatief hebben om met een bepaalde techniek aan de slag te gaan en er meer over te willen leren. Dit initiatief is een belangrijke vaardigheid die je ook voor later nodig zal hebben. Op deze manier kan ik bij Martijn aantonen dat hij mij niet altijd een opdracht hoeft te geven om aan de slag te gaan. Door initiatief te nemen bedenk ik nu regelmatig wat ik die dag graag wil leren en wat voor opdracht ik hier aan kan koppelen.



Openstaan voor je omgeving, samenwerken en netwerken

Op het Grafisch Atelier werken zo'n veertig kunstenaars. Ik knoop regelmatig een gesprek met deze kunstenaars aan wanneer ik iets niet begrijp, iets over hun werk wil weten, of om simpelweg belangstelling te tonen in mijn collega's uiteraard. Hierbij sta ik open voor hun tips en suggesties over mijn werk en haal ik inspiratie van hun werk en de technieken die zij hierbij gebruiken. Hierbij komen twee vaardigheden kijken: "openstaan voor je omgeving" en "samenwerken en netwerken". Dit zijn twee ontzettend belangrijke vaardigheden, omdat ik deze na mijn studie nodig zal hebben wanneer ik de werkende wereld in duik. Door nu al te netwerken met verschillende mensen, ontwikkel ik mijn communicatieve vaardigheden en kan ik misschien aan potentiële klanten komen.

Markt- en klantgericht zijn

Het Grafisch Atelier heeft een winkel/werkplek in het centrum van Hilversum. Hier komen kunstenaars workshops geven en mag iedereen even binnenlopen om een kijkje te nemen hoe het er aan toe gaat wanneer mensen aan het werk zijn, of om kleine kunstwerken te kopen.

Melina en ik denken regelmatig mee als het gaat om het "Creative Image Lab". Er moet namelijk nog veel gebeuren om het een knusse, maar productieve werksfeer te geven en om mensen aan te trekken om toch even binnen een kijkje te nemen. Bij het nadenken over het Image Lab moet ik markt- en klantgericht zijn. Ik moet goed nadenken hoe het Image Lab aantrekkelijk is voor mogelijke supporters en hoe mensen zich uitgenodigd voelen in het Image Lab als ze er langs lopen en nieuwsgierig worden. Hierbij denk ik, met name door mijn opleiding, veel na over de sfeer van het pand zelf. Omdat het een plek is waar kunstenaars en creatievelingen samenkomen lijkt het mij ideaal als het Image Lab dan ook deze creatieve en kunstzinnige sfeer uitstraalt. Het moet mensen, wanneer ze langs het pand lopen, inspireren en motiveren om ook kunst te willen maken op zo'n mooie en unieke plek. Hierbij denk ik dan aan kunst die aan de muren kan hangen, kleurgebruik, de 'hangplek' waar mijn begeleider Martijn het over had. Het is interessant om mijn vormgeving toe te passen op een ruimte, in plaats van op papier of digitaal op de laptop.

Onderhandelen en overtuigen

Van de vaardigheid "onderhandelen" is niet veel sprake tijdens deze stage. Dit is iets waar ik meer mee bezig was op mijn vorige stage dit schooljaar. Dit komt doordat je als stagiair op het Grafisch Atelier doelgericht bezig bent met hetgeen waar je zelf nog in moet ontwikkelen. Melina, de ander stagiair, en ik zijn niet veel bezig met werk voor het Grafisch Atelier zelf, omdat het geen productiebedrijf is en andere kunstenaars die hier lid zijn ook voor zichzelf werken.

Wel ben ik veel bezig in het oefenen met het overtuigen van anderen waarom mijn werk goed is en waarom mijn ontwerp tot een bepaald eindresultaat is gekomen. Dit is iets wat belangrijk is voor mij, omdat ik, zoals ook beschreven in mijn P.A.P., meer zelfvertrouwen wil krijgen als het gaat om mijn werk. Dit doel wil ik bereiken door zoveel mogelijk te oefenen met het uiten waarom mijn werk op de juiste manier is ontworpen, en waarom het er creatief en uniek uit ziet.

CHECK JE SKILLS.

D1-K1-W1 ONDERZOEKT ZICHZELF, ZIJN/HAAR (WERK)OMGEVING EN VERBETERMOGELIJKHEDEN

OPDRACHT 2

Mijn ervaring na aanleiding van de persoonlijkheidsscan

Voor mijn verslag over mijn ondernemend gedrag heb ik van school inloggegevens gekregen om een online test mee te maken. Deze persoonlijkheidsscan (E-scan) gaat over mijn gedrag als ondernemer en wat voor persoon ik ben in dat gebied.

Ik heb deze test heel dubbel ervaren. Ik ben direct aan de slag gegaan toen ik de inloggegevens kreeg omdat ik zeer nieuwsgierig en enthousiast was, maar na het maken van de test had ik een ander gevoel. Bij het krijgen van de uitslag was ik namelijk niet helemaal blij over de reactie over mijn marktgerichtheid. Daar werd namelijk gezegd dat ik mij meer moet gaan richten op de trends van tegenwoordig, zodat ik weet waar mensen geïnteresseerd in zijn. Ik snap dat het belangrijk is om te weten waar mensen geïnteresseerd in zijn en wat tegenwoordig populair is en wat niet. Wat mij dwarszit is het feit dat trends mij allesbehalve aanspreken op alle gebieden in het leven. Of het nu gaat over mode, interieur, bezigheden etc. Als ik mijn eigen bedrijf op zou starten, zou ik mij verdiepen in wat er populair is buiten de grootste trends van tegenwoordig, om mijn bedrijf op die manier zo uniek mogelijk te houden. Op deze manier blijft mijn bedrijf bijzonder en origineel bij wat er bij mij past, aangezien het mijn bedrijf is.

Daarnaast heb ik de persoonlijkheidsscan als prettig ervaren. De vragen zijn toepasselijk op het onderzoeken van iemand zijn ondernemende gedrag en ik ben niet tegen problemen aangelopen.

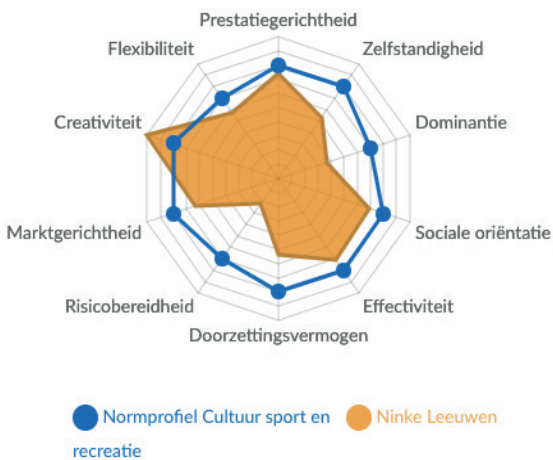
Hieronder zijn mijn resultaten van de test te zien. Uit deze resultaten kan ik concluderen dat, zoals ik had verwacht, mijn creativiteit hoog staat in mijn ondernemersprofiel. Al ben ik het niet eens met de blauwe lijn, die de normprofiel Cultuur sport en recreatie aangeeft, omdat ik mijn creativiteit in mijn ondernemerschap het belangrijkste vind en het meeste energie in steek. De creativiteit die mijn eigen bedrijf uit zou stralen is namelijk ook het belangrijkste voor mij.

Zoals ik ook had verwacht is mijn vakmanschap wel het grootst gekomen uit mijn ondernemers-denkstijlen. Als ik mijn eigen bedrijf zou hebben, is dat namelijk ook hetgeen waar ik mij het meest mee bezig wil houden. Het maken van mijn producten en hierin kunnen groeien.

Tot slot zie ik dat ik mijn ondernemerschap (Entrepreneurial Index) heb overschat, wat volgens deze test zou betekenen dat mijn zelfkennis en mijn indicatie van hoe ondernemend ik ben niet zo hoog is als ik zelf had gedacht. Hoe dit resultaat zich heeft gevormd weet ik niet zeker, ik denk dat het komt omdat ik misschien nog niet weet wat er allemaal bij het ondernemerschap komt kijken.

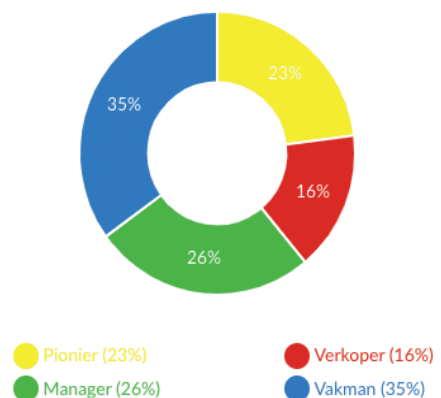
Jouw Ondernemersprofiel

E-Scan voor starters: 07-04-2020 15:49



Jouw Ondernemersdenkstijlen

E-Scan voor starters: 07-04-2020 15:49



Jouw ECHTE Entrepreneurial Index* is 40,1...

E-Scan voor starters: 07-04-2020 15:49



VS

...terwijl jij dacht dat het was: 70,0

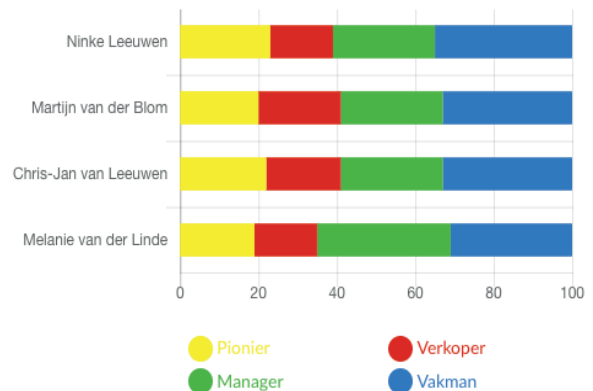
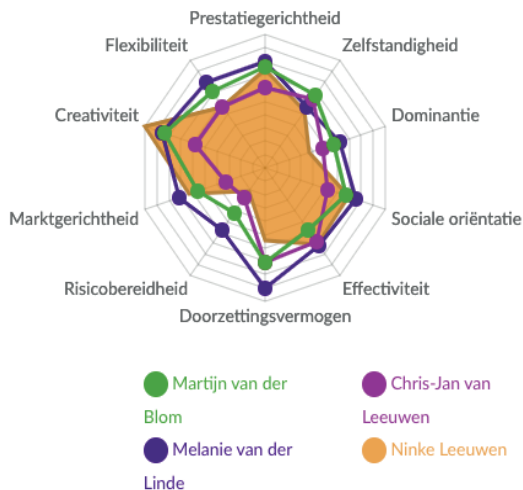


360 graden feedback

Na het maken van de persoonlijkheidsscan was het de bedoeling dat ik aan drie mensen vraag of zij via de website van de scan de 360 graden feedback in willen vullen. Ik heb dit gevraagd aan mijn praktijkopleider, Martijn van der Blom, een collega op het atelier, Melanie van der Linde, en mijn vader, Chris-Jan van Leeuwen. Op deze manier heb ik twee mensen in het bedrijf die iets over mij vertellen als ondernemer en een privé persoon, die mij natuurlijk heel goed kent. Omdat er dus zo'n verschil is in hoe goed deze mensen mij kennen en er verschil is in relatie tot mij tussen de twee mensen op het atelier, was ik heel benieuwd wat de uitslag zou gaan zijn. Hieronder zijn de resultaten van de 360 graden feedback te zien.

De resultaten van de feedback vond ik heel interessant om te zien. Melanie, een collega van mij, kwam namelijk heel hoog uit de resultaten, hoger dan ik en de andere twee personen die de 360 graden feedback hebben ingevuld. Mijn vader, Chris-Jan, kwam juist lager dan anderen uit de resultaten, wat heel interessant is om te vergelijken met mijn eigen resultaten en die van Melanie, omdat mijn vader mij op privé gebied heel goed kent, maar Melanie mij op werk gebied goed kent. Martijn zijn resultaten na het invullen van de feedback ligt tussen die van Melanie en mijn vader in.

Wat mij ook verbaasde is dat uit de feedback van Melanie kwam dat mijn kant als manager heel hoog is. Ik kan wel de leiding nemen in een project en doe dit dan ook goed, maar ik zou als het aankomt op een heel bedrijf niet de leiding over alle onderdelen van dat bedrijf willen hebben. Zoals ik eerder al aangaf wil ik mij voornamelijk bezighouden met het vakmanschap en hier creatief in kunnen ontwikkelen. Wat hier bij past zijn de resultaten van de feedback, waarin mijn kant als vakman bij iedereen wel redelijk hoog uit de test kwam.



Hoe goed is jouw zelfkennis?

Hier zie je jouw Self Awareness Index. Dit geeft de mate van jouw zelfkennis aan. Het wordt mede gebaseerd op de 360 graden feedback die is gedaan en wordt berekend op basis van een geavanceerd algoritme. De index loopt van 0 tot 100.

De Self Awareness Index laat dus zien hoe goed jouw zelfkennis is. Klopt jouw zelfbeeld met dat wat anderen van jou hebben? Hoe meer mensen jou feedback hebben gegeven, hoe beter de Self Awareness Index kan worden berekend.

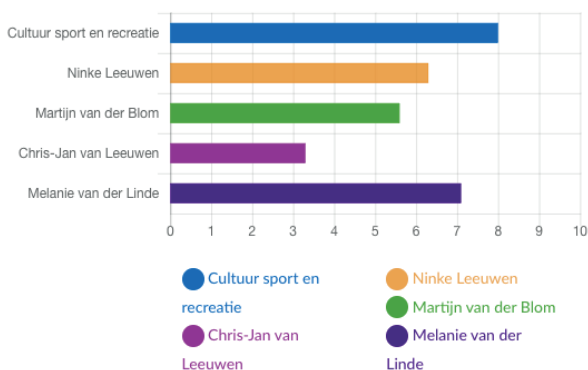
Als alle feedback is gedaan, dan wordt de hoogste Self Awareness Index aangegeven. Achter de streep staat het aantal mensen dat feedback heeft gegeven en waarop de Self Awareness Index is gebaseerd.

Jouw Self Awareness Index

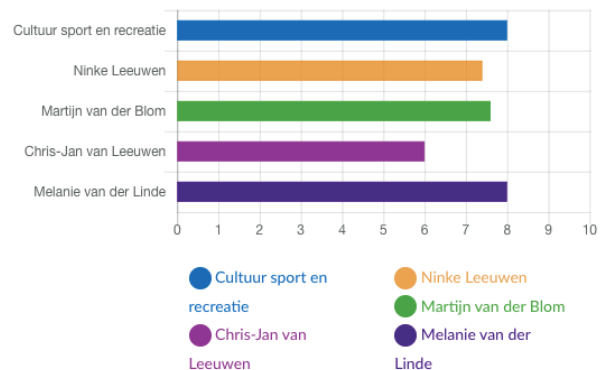


Op basis van alle feedback

Marktgerichtheid



Prestatiegerichtheid



Na het ontvangen van de 360 graden feedback van de gemaakte test, heb ik zelf ook vijf vragen bedacht die ik graag aan mijn praktijkopleider, deze collega en mede-stagiair wilde vragen. Ik heb deze vragen niet aan de privé persoon gevraagd die ook de 360 graden feedback heeft ingevuld, omdat deze vragen alleen beantwoord kunnen worden door mensen die met mij samen werken op het bedrijf. Door de drukte rondom het corona-virus heb ik helaas alleen reactie kunnen krijgen van mijn mede-stagiair.

Mijn mede-stagiair, Melina Vormer, heeft positief gereageerd op de vragen en ik heb veel kunnen leren aan de hand van haar feedback. Hieronder zijn haar antwoorden op de vijf vragen te lezen:

Op wat voor een manier kan ik mijn communicatieve vaardigheden verder verbeteren?

"Ik denk dat je communicatie wel al goed is. Je vraagt zelf ook om duidelijkheid etc. Ook mail en bel je regelmatig om dingen te bespreken."

Wat zijn mijn sterke kanten als het gaat om werken binnen een bedrijf, zoals ik nu doe tijdens mijn stage? Dus hoe functioneer ik als stagiair?

"Je sterke kanten zijn dat je goed communiceert. En ook dat je graag duidelijkheid wil voor wanneer iets bijvoorbeeld af moet zijn etc. Als iets niet duidelijk is toon je zelf het initiatief om contact op te nemen en duidelijkheid te krijgen. Ook toon je zelf initiatief om iets te gaan doen. Bijvoorbeeld voor een nieuwe opdracht zoals die van de huisstijl."

Beheers ik de vaardigheid, of ben ik begonnen aan de ontwikkeling ervan, om mijn eigen creativiteit te behouden, maar ondertussen ook klantgericht te ontwerpen?

"Ik denk dat je wel bent begonnen met het ontwikkelen hier van. Maar dat het soms wel nog moeilijk is om een andere stijl toe te passen."

Werk ik op een goed tempo, of zou dit sneller kunnen? Of zou ik juist meer de tijd mogen nemen?

"Ik denk dat je goed op tempo werkt en goed voor je zelf een planning kunt maken. Bijvoorbeeld met het zeefdrukken dat je eerst de ramen gaat klaar maken en in de tijd dat dit moet drogen gaat werken aan een design."

Hoe kan ik het nog prettiger maken om met mij samen te werken als ontwerper/illustrator?

"Ik denk dat je nog heel erg gekoppeld zit aan je eigen stijl. Het is natuurlijk ook iets goeds dat je een eigen stijl hebt maar zit bast niet altijd bij een bedrijf/opdracht gever. Dus wat het nog prettiger zou maken is denk ik verdiepen in de stijl van de opdrachtgever."

Ik heb veel kunnen leren dankzij Melina haar antwoorden. Het is fijn om antwoord op deze vragen te krijgen van een mede-stagiair, die vanuit dezelfde positie werkt als ik. Hierdoor begrijpt zij volledig dat je nog veel kan groeien als het gaat om werken in een bedrijf, waardoor zij haar feedback hierop kan aanpassen. Het advies dat Melina gaf om mij meer te verdiepen in de stijl van de opdrachtgever kan ik goed begrijpen. Ik wil graag een kenmerkende stijl ontwikkelen als vormgever, waar mensen mij aan zullen herkennen. Omdat ik daar ontzettend op gefocust ben is het moeilijk om dan veel energie te stoppen in het verplaatsen naar een andere stijl. Ook ben ik heel kritisch en vind ik het moeilijk om plezier te stoppen in het werken aan een andere stijl dan die van mijzelf. Dit is iets waarin ik mij nog kan ontwikkelen.

Hieronder volgen een aantal punten met dingen die ik zou veranderen/toevoegen aan het Grafisch Atelier:

De sfeer van het interieur in het Grafisch Atelier

De keuken is een plek waar veel kunstenaars samen komen om te lunchen, wat bij te kletsen of om simpelweg een kop koffie te drinken. Ik zou deze plek zo aanpassen dat het nog aantrekkelijker is om te gaan zitten en zo een gesprek te beginnen met andere kunstenaars. Ik denk dat deze ruimte nog veel aanpassingen zou kunnen ondergaan om de sfeer zo gezellig en ontspannend mogelijk te maken. Daarbij heb ik het puur over de sfeer van het interieur.

Ik zou hierbij de rest van deze sfeer doortrekken naar de gang van het atelier, waar de werkplaatsen aan verbonden zijn. In deze gang wordt ook werk van meerdere kunstenaars tentoongesteld. Ik denk dat het interieur van deze gang ook nog kan worden verbeterd, om zo het werk dat hier ligt op een zo creatief mogelijke manier aan bezoekers te laten zien.

Hoe zou ik dit kunnen aanpakken?

Er zijn verschillende aspecten van het interieur die je onder handen zou kunnen nemen. Zou ik de sfeer van deze ruimtes willen verbeteren door anders te decoreren, ander kleurgebruik door middel van het verven van de muren en meubels, zou er compleet nieuw meubilair moeten komen of een combinatie van deze verschillende aandachtspunten?

Ik zou als eerste voorbeeld van een plan van aanpak aan mensen die in het atelier werken vragen welke veranderingen zij het liefst zouden willen zien in deze ruimtes. Door verschillende meningen te horen kan ik meer inzicht krijgen in de behoeftes van de mensen die in het atelier werken. Deze verschillende blikken kan ik samenvoegen tot één concreet ontwerp voor de ruimtes. Ook kan je aan de mensen vragen wat zij denken dat het atelier uitstraalt. Door dat deze mensen hier regelmatig zijn om te werken hebben zij een duidelijk beeld van wat het atelier uitstraalt als je hier als kunstenaar aan de slag gaat. Op deze manier kan je dit gevoel overbrengen naar het interieur van het atelier.

Een andere manier van aanpak is de sfeer van de ruimtes te baseren op de sfeer van kunstwerken die je in deze ruimtes wil plaatsen of ophangen. Door een aantal kunstwerken uit te kiezen die qua kleurgebruik en vorm goed bij elkaar staan, kan je de kleuren en vormen van de muren, meubels en decoraties goed in contrast brengen met deze kunstwerken. Hierdoor ontstaat één algemene sfeer, wat rust brengt maar ook motiveert tot creativiteit, doordat de sfeer van de ruimtes is gebaseerd op meerdere kunstwerken.

De laatste manier van aanpak is door een interieur ontwerper in te schakelen. Het voordeel van het inschakelen van een interieur ontwerper is dat zij gespecialiseerd zijn in het creëren van een bepaalde sfeer in een ruimte en het in balans brengen van het kleurgebruik en vormen, waardoor de ruimte ook één geheel zal zijn. Dit zorgt ervoor dat er geen chaos ontstaat, maar het toch een inspirerende en ontspannende plek blijft voor creatievelingen en kunstenaars om bij elkaar te komen. Het nadeel van het inhuren van een interieur architect is dat het meer geld kost dan wanneer je zo'n verbouwing zelf onder handen neemt. Je moet er dan wel zeker van zijn dat er niet alleen genoeg budget hiervoor is, maar ook dat de verbouwing effect gaat hebben op de mensen die er werken, en de bezoekers van het atelier. Zo kunnen bezoekers van het atelier die bijvoorbeeld komen kijken naar de tentoonstelling, of een workshop volgen, eerder geneigd zijn om terug te komen omdat ze door de goede sfeer van de ruimtes een prettig gevoel krijgen van het atelier. Hierdoor kunnen ze kennissen, vrienden of familie aansporen om ook een kijkje te gaan nemen in het atelier, wat op den duur een goed resultaat zal bieden.

De social media pagina's en de website

Ik zou de social media pagina's van het Grafisch Atelier en hun website visueel aantrekkelijker maken. Er staan op de Instagram pagina van het Grafisch Atelier mooie en toffe foto's waarop we een kijkje kunnen nemen in het atelier, wat al heel goed is voor bezoekers van de pagina. Maar ik zou deze social media pagina's echt een bepaalde esthetische sfeer geven om de bezoekers van de social media pagina's en website een "aesthetically pleasing" gevoel te geven, waardoor ze deze pagina's wel moeten volgen en blijven bekijken, wat ze dan ook sneller aan zal trekken naar het Grafisch Atelier zelf. Deze punten gelden ook voor de website. De website geeft de bezoekers al een kijkje in het atelier zelf, maar de website zou veel professioneler en aantrekkelijker kunnen ogen.

Hoe zou ik dit kunnen aanpakken?

Het aanpakken van de social media pagina's en de website van het Grafisch Atelier kan op verschillende manieren. Wanneer ik praat over social media wil ik mijn focus voornamelijk leggen op de Instagram pagina van het Grafisch Atelier, omdat Instagram tegenwoordig het meest gebruikt wordt en je door middel van fotografie en video veel kan laten zien over de sfeer van het Grafisch Atelier en wat er hier allemaal gebeurt.

Eén van deze manieren is door te onderzoeken naar wat er in het Grafisch Atelier gebeurt. Welke technieken worden er gebruikt? Wat voor kunst wordt er gemaakt? Wat voor gevoel geeft het atelier mij als ik hier rondloop? Door na te denken over deze vragen kan je een beter beeld krijgen van de sfeer van het atelier.

Wanneer je een beeld hebt van deze sfeer kan je dit om gaan zetten in een mindmap of een moodboard. Op deze manier kan je teruggaan naar die sfeer en deze beter communiceren met anderen.

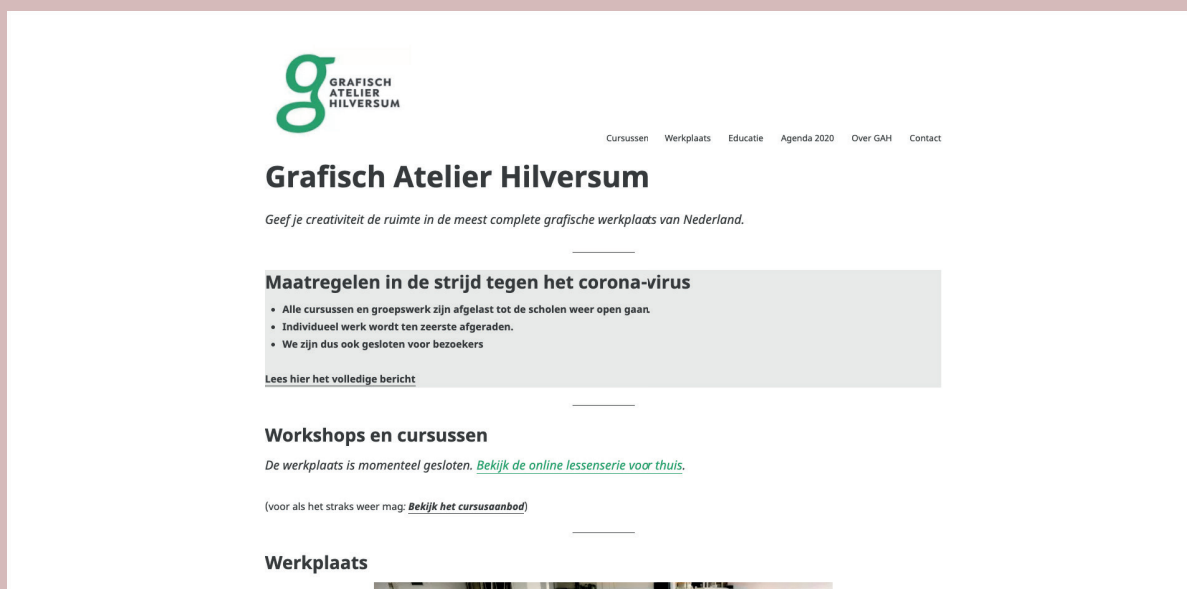
Op basis van deze sfeer begin je met een ontwerp maken voor de website. Denk bij het kijken naar de sfeer aan vormen en kleuren die hier bij passen. Wanneer je een goed ontwerp hebt voor de website, waarmee akkoord is gegaan, kan je aan de slag met de social media pagina's.

De social media pagina's kan je op deze manier laten baseren op het ontwerp en de sfeer van de website. Dit kan gedaan worden door middel van een bepaalde stijl qua fotografie, maar ook door de kleuren in deze foto's en hoe je deze vormgeeft. Door een duidelijke samenhang te hebben tussen de social media pagina's zelf en de website ontstaat er één geheel in stijl en sfeer.

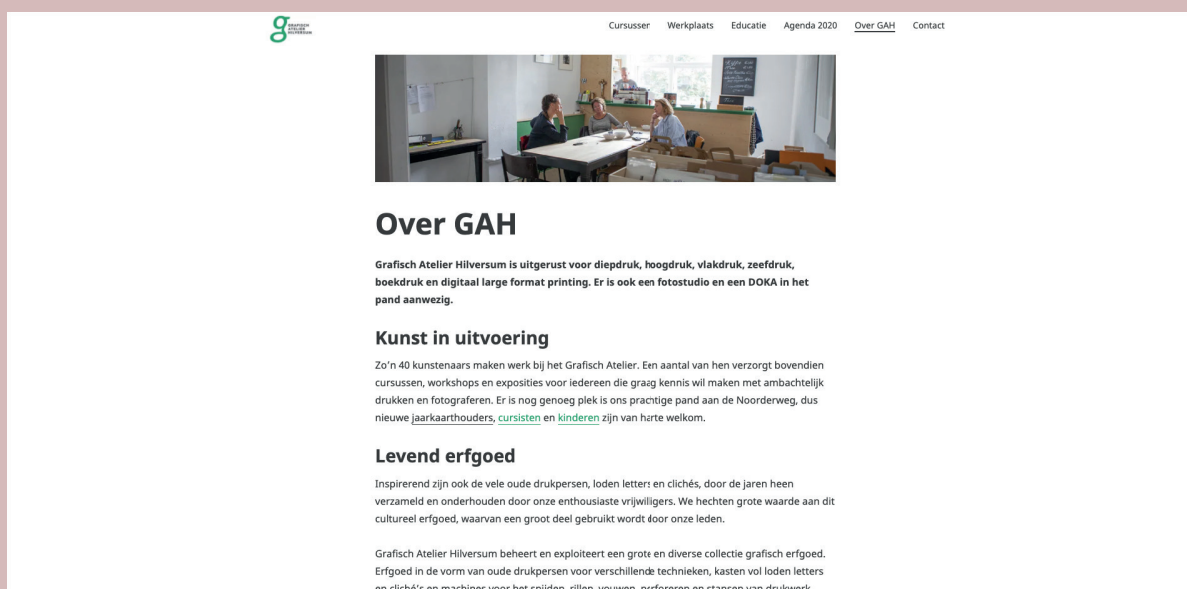
Een andere manier is een tactiek die ook genoemd is bij het vorige voorstel voor het Grafisch Atelier, namelijk door te vragen aan de mensen die in het atelier werken wat zij willen laten zien dat het atelier doet op de website en op de social media pagina's. Hoe willen zij, als gebruikers van het atelier, deze plek overbrengen op bezoekers van de social media pagina's en de website, wat voor sfeer moeten deze uitstralen?

Door dit soort vragen aan de mensen die in het atelier werken te vragen, kom je op een duidelijker beeld van wat zij denken dat het atelier uitstraalt, en hoe dit overgebracht moet worden op mogelijke bezoekers en gebruikers van het Grafisch Atelier.

Hieronder zijn een aantal afbeeldingen te zien van hoe de social media pagina's en de website van het atelier er op dit moment uit zien:



The screenshot shows the homepage of the Grafisch Atelier Hilversum website. At the top left is the logo, a green lowercase 'g' with 'GRAFISCH ATELIER HILVERSUM' to its right. A navigation menu includes 'Cursussen', 'Werkplaats', 'Educatie', 'Agenda 2020', 'Over GAH', and 'Contact'. The main heading is 'Grafisch Atelier Hilversum' with the tagline 'Geef je creativiteit de ruimte in de meest complete grafische werkplaats van Nederland.' Below this is a section titled 'Maatregelen in de strijd tegen het corona-virus' with a list of three bullet points: 'Alle cursussen en groepswerk zijn afgelast tot de scholen weer open gaan.', 'Individueel werk wordt ten zeerste afgeraden.', and 'We zijn dus ook gesloten voor bezoekers.' A link 'Lees hier het volledige bericht' is provided. The next section is 'Workshops en cursussen' with the text 'De werkplaats is momenteel gesloten. Bekijk de online lessenserie voor thuis.' and a link '(voor als het straks weer mag: [Bekijk het cursusaanbod](#))'. The final section is 'Werkplaats'.



The screenshot shows the 'Over GAH' page. It features the same logo and navigation menu as the homepage. A large photograph shows a group of people in a workshop setting. The heading is 'Over GAH'. The text describes the studio's equipment: 'Grafisch Atelier Hilversum is uitgerust voor diepdruk, hoogdruk, vlakdruk, zeefdruk, boekdruk en digitaal large format printing. Er is ook een fotostudio en een DOKA in het pand aanwezig.' The 'Kunst in uitvoering' section states that 40 artists work at the atelier and offers a list of artists: 'jaarkarthouders, cursisten en kinderen'. The 'Levend erfgoed' section mentions the collection of old printing equipment and techniques, including 'kastenvol loden letters en clichés en machines voor het snijden, rillen, vouwen, perforeren en stansen van drukwerk.'

Het logo

Ik ben er van overtuigd dat het logo van het Grafisch Atelier op een heel interessante manier zou kunnen worden geïnnoveerd. Ik vind namelijk dat het logo op dit moment niet de creativiteit uitstraalt die zich afspeelt in het atelier. Het logo moet mensen inspireren om aan de slag te gaan en hun creativiteit te uiten. Ik denk dat het logo nu meer zakelijk is dan uniek en creatief, door de eenvoudigheid achter het ontwerp. Een minimalistisch ontwerp kan nog steeds een heel creatieve sfeer uitstralen, ondanks dat het niet extravagant is. Het doel van het logo van het Grafisch Atelier is voor mij dat het mensen inspireert om langs te gaan bij het Grafisch Atelier, of om meer te willen zien van de website of social media pagina's, zodra ze deze openen en zo'n inspirerend logo zien.

Hoe zou ik dit kunnen aanpakken?

Het plan van aanpak bij het ontwerpen van een logo is eigenlijk hetzelfde als bij het ontwerpen van een nieuwe website, zoals in het vorige voorstel werd genoemd. Dat was namelijk door te onderzoeken naar wat er in het Grafisch Atelier gebeurt. Welke technieken er in dit atelier van sprake zijn en wat voor kunstwerken er door de creatievelingen en kunstenaars worden gemaakt? Wat voor sfeer straalt het atelier uit als ik naar binnen loop en hoe voel ik mij daarbij? Bij het nadenken over de sfeer van een bedrijf waarvoor je een ontwerp maakt is het belangrijk om goed over deze vragen na te denken, om zo een duidelijk beeld te kunnen krijgen van wat voor sfeer de plek en het bedrijf uitstraalt. Wanneer je een duidelijk en voldoende beeld hebt van deze sfeer ga je dit om zetten in bijvoorbeeld een mindmap of een moodboard. Op deze manier kan je teruggaan naar die sfeer en deze beter communiceren met anderen.

Op basis van deze sfeer begin je met een ontwerp maken voor het logo. Wanneer je dit ontwerp maakt is het belangrijk om zo'n moodboard en mindmap erbij te houden en hier af en toe weer een kijkje naar te nemen. Soms raakt je verdoemd als je op zoek gaat naar afbeeldingen en texturen voor een moodboard en kan je terecht komen in een hele andere sfeer dan origineel de bedoeling was. Kijk goed naar kleuren en vormen, deze stralen namelijk een duidelijke sfeer uit. Maar kijk ook, als je een afbeelding kiest, wat zich afspeelt op die afbeelding. Als je een ontwerp maakt voor een bedrijf dat bijvoorbeeld veel elegantie uitstraalt, maar gebruik maakt van veel donkere kleuren, is het niet slim om te kiezen voor een afbeelding van een rock-band, al passen de, vaak donkere, kleuren toch bij het bedrijf.

Bij dit plan van aanpak zou ik dus een goed onderzoek doen naar de sfeer van het atelier en hierop gebaseerd een ontwerp voor het logo maken.

Een ander plan van aanpak is het huidige logo aanpassen, maar nog wel het originele ontwerp behouden. Dit kan gedaan worden door kleuren en lettertypes te veranderen. Zo kan bijvoorbeeld de kleur van de letters in het logo worden aangepast, of door de woorden in het logo "Grafisch Atelier Hilversum" een ander lettertype te geven, of een combinatie van beide.

De kleur zegt veel over een logo, omdat het bijvoorbeeld duidelijk aan kan geven of het een zakelijker of creatiever bedrijf is. Zo wordt er voor de logo's van zakelijke bedrijven en organisaties vaak gebruik gemaakt van de kleuren donkerblauw en zwart. Dat komt doordat deze kleuren niet te veel opvallen, simplistisch maar toch zwaar overkomen, waardoor de zakelijkheid en de formele sfeer van zo'n bedrijf bewaard blijft.

Bij creatieve en artistieke bedrijven en organisaties wordt er vaak gebruik gemaakt van meer opvallende kleuren die mensen een vrolijk en creatief inspirerend gevoel aanbieden. Hetzelfde geldt voor de keuze in lettertype. Zakelijke bedrijven en organisaties gaan vaak voor een simpeler en strakker lettertype, om die rust en duidelijkheid te bewaren, terwijl creatieve bedrijven hier meer in experimenteren, om zo een uniek beeld te creëren van hun bedrijf en deze een specifiek gevoel aan te brengen.

Ook kan je de letters een heel nieuw effect geven door hier mee aan de slag te gaan in bijvoorbeeld illustrator. Je kan texturen aan de letters toevoegen of ze bijvoorbeeld in 3d zetten. Hierdoor kan de vorm van een letter al sterk veranderen.

Door bijvoorbeeld de grote, groene letter G een andere kleur te geven, en misschien zelfs een ander lettertype en voor de tekst daarnaast hetzelfde te doen, kan je dus het originele concept voor het ontwerp bewaren, maar het toch een heel nieuw leven geven en de huidige, meer zakelijke sfeer veranderen voor een creatief inspirerende en aantrekkelijke sfeer.

Hieronder is het huidige logo van het Grafisch Atelier Hilversum te zien:



In gesprek met mijn praktijkopleider over mijn ideeën voor verandering

Ik ben met mijn praktijkopleider, Martijn, in gesprek gegaan over de ideeën die ik had voor het Grafisch Atelier. Dit waren; de sfeer van het atelier aanpassen, de website een nieuwe look geven en het logo oprispen. Mijn gesprek met Martijn over deze ideeën verliep soepel en het was interessant en zelfs leuk om hierover in gesprek te gaan.

Martijn zei dat alle drie de ideeën voor verandering relevant waren en veel kansen en mogelijkheden aanbieden. Over het logo zei hij dat dit het kleinste onderzoek is, maar het lastigst om er iets van te maken. Over de website zei hij dat het innoveren daarvan een grote kans voor verandering biedt, omdat de website een grote bron van informatievoorziening is. Dit geldt natuurlijk voor bestaande en voor nieuwe klanten.

Martijn en ik gaven allebei aan dat het verandering van de sfeer van het atelier zelf een leerzaam project zou zijn voor mij om mee aan de slag te gaan. Ik heb namelijk als project al een nieuwe huisstijl ontworpen voor het Grafisch Atelier, waar het ontwerpen van een nieuw logo en een nieuwe website in valt. Hier heb ik dus al veel uit kunnen halen waar ik van kan leren. Mijn vaardigheden in grafische vormgeving toepassen op een ruimte is iets wat ik nog niet eerder heb gedaan tijdens deze opleiding en waar ik dus de meeste lessen uit zou kunnen halen.

Ook gaf Martijn aan dat het ontwikkelen van de entree van het Grafisch Atelier, waar de gang en de gezamenlijke eetruimte onder valt, veel mensen aan zou kunnen trekken om vaker bij het Atelier langs te willen komen. Het entree van het atelier kan namelijk de sfeer bepalen die je voelt wanneer je deze ruimte binnenloopt. Door mensen door middel van veranderingen in het interieur te motiveren om creatief aan de slag te gaan, zou het atelier meer bezoekers en gebruikers van het atelier aan kunnen trekken.

Ook gaf ik aan dat het wel belangrijk is om de focus te houden op de werken die in de gang te zien zijn. De gang in het Grafisch Atelier dient namelijk ook als expositieruimte. De sfeer moet dan zo aangepast worden dat de ruimte creatief inspirerend is, maar niet de aandacht wegtrekt van de werken zelf. Een druk behang op de muren plakken zou dan bijvoorbeeld niet de beste optie zijn.

Ook hebben Martijn en ik besproken dat het interessant is om het interieur van het atelier past bij de huidige tijd. Het moet wel passen bij de huidige corona-maatregelen die nodig zijn om afstand van elkaar te houden en om het atelier schoon te houden.

Martijn gaf ook aan dat het interessant is om te kijken naar de voorkant van het gebouw, omdat dit natuurlijk net zo belangrijk is. Door middel van een aantrekkelijke sfeer als je langs het atelier loopt/fietst/rijdt, kan je mensen aantrekken om een kijkje te nemen in het gebouw.

In conclusie hebben wij er dus voor gekozen om verder te gaan met het plan om het interieur van het atelier aan te pakken.

Waarom wel en niet?

In de vorige opdracht heb ik drie plannen van aanpak gepresenteerd om het interieur van het Grafisch Atelier aan te pakken. De eerste manier is door te onderzoeken wat gebruikers van het atelier graag terug zouden willen zien in het interieur van het atelier. De tweede manier is door de sfeer van de ruimtes te laten beïnvloeden door het werk dat hier staat en hangt. De laatste manier van aanpak is het inschakelen van een interieur ontwerper.

Ik heb gekozen om aan de slag te gaan met het eerste plan van aanpak. Ik heb hiervoor gekozen omdat ik denk dat de mensen die in het atelier werken het beste kunnen vertellen wat voor wensen er nog zijn om de sfeer van de ruimtes te verbeteren. Ook kennen zij het gevoel dat werken in het atelier uitstraalt het best, door dat zij hier ook daadwerkelijk aan de slag gaan. De sfeer van het Grafisch Atelier terug laten komen in het interieur is een belangrijk punt dat mijn praktijkopleider, Martijn, aangaf toen ik met hem in gesprek ging tijdens opdracht drie.

Ik heb niet gekozen voor de tweede optie, omdat het aanpassen van de sfeer aan de kunstwerken die op dat moment te zien zijn een hele moeilijke taak is. Er zijn namelijk eens in de zoveel tijd weer nieuwe werken te zien. Als je elke keer het interieur dan weer opnieuw daarop aan moet passen kost dat heel veel tijd en geld dat misschien beiden niet beschikbaar is.

Ik heb niet gekozen voor het derde plan van aanpak, omdat het inschakelen van een interieur ontwerper iets is dat heel duur is, terwijl je zelf ook aan de slag kan gaan. Dit scheelt veel geld en misschien zelfs ook tijd omdat het proces van een interieur ontwerpen vinden en het wachten op het ontwerp vaak veel tijd kost. Ook is het mogelijk dat deze interieur ontwerper het atelier misschien helemaal niet kent. Als de mensen die bij het atelier werken met zijn allen aan de slag gaan met het interieur, kan de sfeer van het atelier veel beter terugkomen in het interieur zelf, doordat zij de sfeer en het gevoel van hier werken het beste kennen.

Het plan van aanpak

Voor het eerste plan van aanpak zijn er verschillende stappen die moeten worden gezet om het plan uit te kunnen voeren. Deze stappen heb ik hieronder uitgelegd.

Stap 1

Als eerste stap zou ik een vragenlijst maken voor alle mensen die lid zijn van het Grafisch Atelier. Dit zijn niet de mensen die een workshop hier volgen, maar de mensen die echt in het atelier werken en van de middelen die hier beschikbaar zijn gebruik willen maken. Met deze vragen ontstaat er een duidelijker beeld van wat de sfeer van het atelier voor de gebruikers uitstraalt. Hebben zij allemaal een ander gevoel of ontstaat er als je de antwoorden leest één gevoel? Dit verschil zegt veel over wat het atelier nu uitstraalt en wat het uit zou moeten stralen. De vragen zien er als volgt uit;

De volgende vragen hebben betrekking tot de gezamenlijke eetruimte, de gang waar de expositie plaatsvindt (inclusief entree) en de voorzijde van het gebouw.

- Wat voor verandering zou u het liefst willen zien als het gaat om de sfeer van het atelier? Wat voor gevoel zou de ruimte volgens u uit moeten stralen om te laten zien wat het atelier inhoudt?
- Waar heeft u behoefte aan als u het atelier binnenloopt? Wat voor gevoel zou u persoonlijk willen ontvangen?
- Wat voor sfeer/gevoel vindt u dat het Grafisch Atelier als organisatie uitstraalt?

Deze vragen worden via de mail verstuurd. Dit is slimmer dan het uitdelen van vragenlijsten, omdat de mail gegevens van de leden al bekend zijn omdat ze bij het Grafisch Atelier ingeschreven staan en zo kan je een duidelijk overzicht krijgen wie de vragenlijst heeft ingevuld en wie niet. Als de gevraagde mensen na twee weken de vragenlijst nog niet hebben ingevuld, wordt er een laatste herinnering gemaaild in de hoop zoveel mogelijk antwoorden te krijgen, waardoor er een duidelijker beeld ontstaat van de meningen van de gebruikers van het atelier.

Stap 2

Het wachten tot alle antwoorden binnen zijn zal drie weken duren, op deze manier hebben de mensen die nog een herinnering hebben ontvangen genoeg tijd om de vragenlijst alsnog in te vullen. Wanneer alle antwoorden binnen zijn en doorgenomen zijn, worden er drie moodboards opgebouwd die de sfeer uitstralen waar mensen behoefte aan hebben in het atelier. De moodboards zullen dus de sfeer en het gevoel uitstralen die de gebruikers graag willen ontvangen wanneer ze hier binnenlopen en aan het werk zijn. Deze sfeer wordt gebaseerd op gebruikers van het atelier en niet op de bezoekers, omdat de gebruikers van het atelier het best weten hoe het voelt om hier te werken, en waarin het atelier op dat gebied nog zou kunnen groeien.

De moodboards zullen worden ontworpen door middel van afbeeldingen in Indesign. Dit moodboard moet digitaal beschikbaar zijn om deze weer via de mail met de gebruikers van het atelier te kunnen communiceren. Ze worden als pdf opgeslagen zodat iedereen het bestand zal kunnen openen.

Stap 3

De drie ontworpen moodboards, gebaseerd op de sfeer die de antwoorden uitstraalde, zullen worden doorgemaaild aan de mensen die de vragenlijst hebben ingevuld. Daarbij zal de volgende vraag gesteld worden; "welk moodboard bevat de sfeer die u zou willen dat het atelier als ruimte uit zou stralen?". Ook komt er een optie waarbij je kan aangeven dat geen van alle moodboards deze sfeer uitstraalt. De moodboards en de vraag zal weer worden gecommuniceerd met de gebruikers van het atelier via de mail, waarbij na twee weken weer een herinnering zal worden gestuurd aan de mensen die nog niet hebben beantwoord. Daarna krijgen ze nog een week de tijd om te reageren. De verwachting is dat de meeste mensen een reactie zullen geven, omdat zij al betrokken waren bij het proces.

Stap 4

Wanneer alle antwoorden binnen zijn, is het tijd om aan de slag te gaan met het interieur zelf. Als er geen duidelijk antwoord is gekomen uit de vraag welk moodboard de juiste sfeer uitstraalt, zullen er nieuwe moodboards moeten worden ontworpen.

Als er één moodboard uit de antwoorden is gekomen, zal er verder gewerkt worden met de sfeer die het moodboard uitstraalt.

Dit zal gedaan worden door eerst, als extra steuntje, een mindmap te maken van dit moodboard. Hierdoor kan ook in woorden worden gelezen wat voor gevoel het atelier uit zal moeten stralen.

Daarna zullen er inspiratie foto's voor het atelier verzamelt worden. Zelf maak ik voor inspiratie foto's veel gebruik van Pinterest en Tumblr, maar doordat er een mindmap is gemaakt kunnen die woorden ook gebruikt worden door simpelweg te zoeken op Google.

Nadat een aantal interieur foto's zijn verzamelt als inspiratie, moet hier een kleuren palet uit komen. Door maximaal drie kleuren te kiezen, zal er een duidelijke sfeer ontstaan in het atelier als deze kleuren samen gebruikt zullen worden. Meer dan drie kleuren is niet slim, omdat de ruimte anders te druk wordt, wat de aandacht weg kan trekken van het werk dan tentoongesteld wordt in de gang en de gezamenlijke eetruimte.

Ook moeten er keuzes worden gemaakt met betrekking tot wat er precies vernieuwd moet worden. Moeten de muren geverfd worden? Moeten er nieuwe meubels komen of kunnen de huidige meubels een nieuw leven krijgen door ze bijvoorbeeld een andere kleur te verven? En moeten de meubels anders komen te staan? Hoe kan er daarin rekening worden gehouden met de huidige corona-maatregelen, waarbij er ook genoeg afstand van elkaar moet worden gehouden?

Ook moet de gezamenlijke eetruimte kunnen dienen als extra werkruimte, omdat in deze tijd maar een beperkt aantal mensen in het atelier mag. Hoe kan deze switch tussen eetruimte en werkplek makkelijk gemaakt worden zonder de hele ruimte weer te moeten verbouwen?

Aan de hand van deze gemaakte keuzes en de kleuren en inspiratiefoto's die bij elkaar komen te liggen, kan er een duidelijk overzicht gemaakt worden wat er gekocht en gedaan moet worden om de gewenste sfeer te creëren.

Deze stap kan binnen één werkweek worden uitgevoerd.

Stap 5

Er zal moeten worden gekeken of er genoeg budget is om de gewenste materialen te kunnen kopen. Als er bijvoorbeeld niet genoeg budget is voor hele nieuwe meubels, kan dit worden opgelost door oude meubels te verkopen, of door de oude meubels op te frissen en een nieuwe look te geven.

Alle materialen die nodig zijn zullen moeten worden genoteerd, samen met de prijs. Dit kan gedaan worden in Excel, om zo een duidelijk overzicht te krijgen of er genoeg budget beschikbaar is. Uiteraard zal geld steken in een goed interieur ook weer resultaten leveren, doordat bezoekers graag terug willen komen of misschien zelfs lid zouden willen worden van het Grafisch Atelier.

Aan de hand van zo'n overzicht in Excel kan er als het ware een "boodschappenlijstje" kunnen worden gemaakt en zullen er mensen gevraagd moeten worden of zij mogelijk willen helpen met het verbouwen van de ruimte. Door dit zelf te doen en niet iemand in te huren houdt het Grafisch Atelier niet alleen geld over, maar zal er ook een gevoel van samenwerking ontstaan dat belangrijk is voor de sfeer van het atelier.

Deze stap kan binnen één werkweek worden uitgevoerd.

Stap 6

De nodige boodschappen zullen moeten worden gedaan, en er zal moeten worden gewerkt aan de ruimtes. Hierin wordt er rekening gehouden met de minstens anderhalve meter afstand van elkaar houden. Mogelijk kunnen er nog minder mensen naar binnen, zodat er makkelijk doorgewerkt kan worden zonder al te veel moeite met de beperkte ruimte die er is, terwijl je toch bij elkaar uit de buurt moet blijven.

Deze stap zal zo'n vier werkweken nodig hebben, mits er geen problemen ontstaan tijdens de verbouwing, in dat geval zal er uiteraard meer tijd worden vrijgesteld om het project op een juiste en veilige manier kunnen worden afgerond.

Stap 7

Het is belangrijk om na een succesvolle verbouwing de vernieuwde ruimte te tonen op de website en social media. Wanneer mensen zien dat er een ontzettend leuke sfeer is ontstaan, die bij een creatieve organisatie zoals het Grafisch Atelier past, zullen zij zich aangetrokken voelen om een keer een kijkje te gaan nemen. Ook moet het voor de bezoekers duidelijk zijn dat ook bij deze verbouwing rekening is gehouden met de veiligheid van de bezoekers en mogelijke nieuwe leden van het Grafisch Atelier, in verband met het Corona-virus. Het garanderen van deze veiligheid is belangrijk om mensen een positief en veilig gevoel te bieden als zij geïnteresseerd zijn om een kijkje te gaan nemen.

Dit kan gedaan worden door professionele foto's te maken en deze te plaatsen op de social media accounts van het Grafisch Atelier en op de website, met een enthousiaste, maar korte tekst over de vernieuwde sfeer van het interieur van het atelier. Ook moet er informatie zijn hoe het atelier de veiligheid van de bezoekers en gebruikers van het atelier waarborgt.

Deze stap kan binnen één werkweek worden uitgevoerd.

Hierbij is het proces van de verandering in het atelier van het Grafisch Atelier afgerond en zal er een verbeterde sfeer zijn ontstaan, die de sfeer van het Grafisch Atelier als organisatie en werkplek uitstraalt en mensen op creatief gebied motiveert en inspireert om op deze werkplek aan de slag te gaan.

Is dit stappenplan haalbaar?

Ik heb aan mijn praktijkopleider, mijn mede-stagiair en een collega gevraagd of zij dit plan haalbaar vinden. Hierop kreeg ik positieve reacties, waar ik zeer tevreden over ben.

Mijn praktijkopleider, Martijn, had geen commentaar op de haalbaarheid van het stappenplan zelf, wat een positief teken is. Als extra tip gaf hij wel mee dat bij het presenteren van het stappenplan het handig is om te beginnen met een korte samenvatting, om zo alvast een overzicht van alle stappen te krijgen die daarna te lezen zijn. Op deze manier ontstaat er meer duidelijkheid en overzichtelijkheid.

Ook mijn collega, Melanie, gaf een positieve reactie op het stappenplan, maar had net zoals Martijn een reactie op de manier waarop je het stappenplan presenteert; "goed stappenplan. Ik denk dat je plan ook haalbaar is. Ik mis alleen nog een soort introductietekstje met het 'waarom' ik dit als klant wil of zou moeten doen. Als ik er zo inval zonder te weten waar dit over gaat is het lastig zonder motivatie vooraf."

Mijn mede-stagiair, Melina, was ook zeer positief over het stappenplan maar had wel een opmerking over het meewerken van andere collega's aan de vragen die rond gemaald zouden worden; "ik denk dat je plan zeer haalbaar is met alle stappen die je verteld. Wel vraag ik me af of veel mensen graag mee zouden willen werken met de enquête en moodboard. Meestal vinden mensen het best vervelend om meerdere dingen in te moeten vullen. Wel zijn de meeste mensen bij het Grafisch Atelier heel gepassioneerd over wat ze doen en de werkplek dus misschien dat ze hier wel voor open staan."

Mijn conclusie over dit verslag

Ik heb van dit verslag ontzettend veel kunnen leren over hoe belangrijk het is om een goed plan te hebben voor je begint aan veranderingen binnen een bedrijf. Het wordt duidelijker voor mij hoe belangrijk het is om veel, al bestaande, informatie over een bedrijf op te zoeken en om werknemers te interviewen. Zo krijg je een duidelijker beeld van de behoeftes binnen het bedrijf en waarin het bedrijf zich meer zou kunnen ontwikkelen.

