



Welkom bij mijn presentatie over trends en trendonderzoek.

Mijn naam is Floor van de Ven en ik heb in de periode februari - mei stage gelopen bij Garage2020

Hoezo eigenlijk?



Ik studeer de Engelse studie Trend Research and Concept Creation in Lifestyle (TCL) aan de Fontys in Tilburg

Garage2020 was erg goede match wat betreft Concept Creation, voor het Trend Research gedeelte moest ik zelf een manier vinden om het te implementeren in mijn stage. Dus bij deze wil ik mijn kennis over trends en hoe je trends onderzoekt met jullie delen, in deze presentatie deel ik ook voorbeelden van mijn eigen onderzoek.




Als eerst wil ik het hebben over de definitie van een trend

Vervolgens wil ik de drie fases van trendonderzoek uitleggen; scannen, analyseren en toepassen



Wat zijn trends?




A trend is a direction of change in values and needs which is driven by forces and manifests itself already in various ways within certain groups in society

Dit is de definitie van een trend zoals ik hem ken, in het Engels.
Omdat deze definitie vrij lang en ingewikkeld is wilde deze eerst ontleden voordat ik de diepte in ga.



Wat zijn trends?



Een trend is een richting van een verandering in waarden en behoeften gedreven door krachten en het manifesteert zichzelf al op verschillende manieren binnen bepaalde groepen in een samenleving

Dit is de definitie van een trend vertaald naar het Nederlands, deze is nog steeds vrij ingewikkeld...

Wat betekent dit?



Richting van
Verandering



Waarden en
Behoeften



Krachten



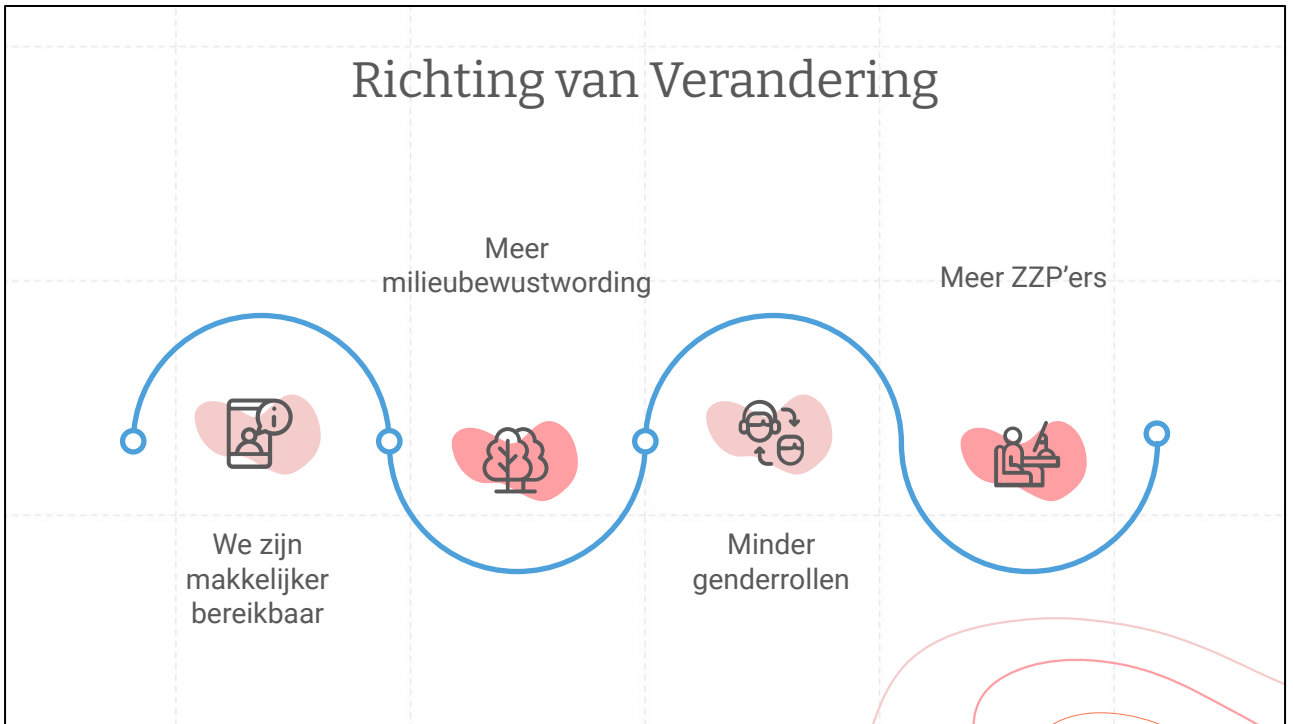
Manifestaties



Bepaalde
groepen

...Daarom wilde ik de vijf termen die belangrijk zijn bij de definitie van een trend, doornemen met jullie

Richting van Verandering



Als je het over trends hebt, heb je het over de specifieke richting waarin een verandering die je hebt opgemerkt, gaat.

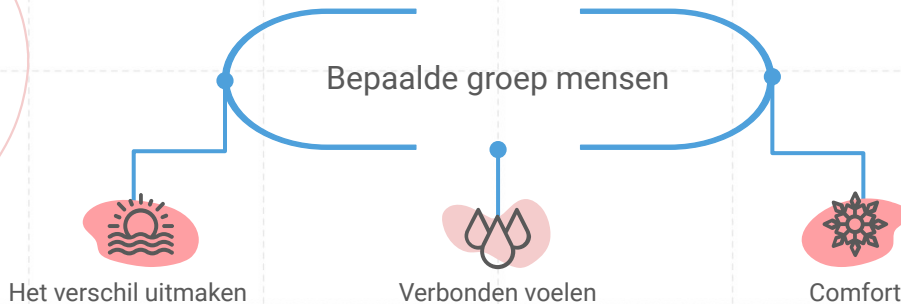
Op welke manier verschuift het weg van de mainstream en het geaccepteerde? wordt er iets groter, kleiner, gaat het omhoog of omlaag?

Een trend researcher herkent verandering op een landelijke of globale schaal. Om verandering te onderzoeken moet je up to date blijven met wat er gaande is in de wereld, op een locale schaal zowel als een globale schaal.

Een voorbeeld van andere richting van verandering kan zijn

- We zijn makkelijker bereikbaar → werk / privé balans wordt soepeler
- Meer milieubewustwording
- Minder genderrollen of meer tegengas tegen traditionele genderrollen
- Meer zzp'ers

Waarden en Behoeften



“De onvervulde behoeften van mensen vormen de kern van een trend, omdat mensen altijd manieren zullen zoeken om dat gat op te vullen”

De richting van verandering kan worden bepaald door de specifieke verschuiving in waarden en behoeften te beschrijven.

Waarden en behoeften bepalen de houding die mensen hebben tegenover een verandering

Waarden

Een waarde is een opinie of over wat wenselijk, en belangrijk is voor een individu OF voor een samenleving. Bijvoorbeeld het verschil uitmaken of verbonden voelen.

Behoeften

Een behoefte wordt beschouwd als een essentieel item dat nodig is voor het leven

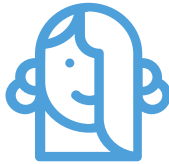
- Er zijn niet alleen materiële, fysieke behoeften zoals voedsel en onderdak, maar ook immateriële, psychologische behoeften zoals een behoefte aan zelfrespect of comfort
- ‘de onvervulde behoeften van mensen vormen de kern van een trend, omdat mensen altijd manieren zullen zoeken om dat gat op te vullen’

Bepaalde Groepen

Jongeren in
Spanje



Leraren in Azië



Restaurants in
Londen



Milieuvriendelijke
consumenten



Een trend begint binnen een bepaalde groep mensen in de samenleving voordat deze zich verder verspreidt, en het misschien op een dag wordt geaccepteerd en overgenomen door een meerderheid in de samenleving

Deze groepen kunnen van alles zijn, zoals de voorbeelden op deze slide

Krachten (zoals:)



Verstedelijking



Globalisering



Digitalisering



Duurzaamheid



Gezondheidsbewustzijn

Een trend wordt gedreven door krachten die voornamelijk buiten de controle van het individu liggen en die al enkele jaren, zelfs decennia aan de gang zijn.

Met deze krachten en drijfveren moet rekening worden gehouden bij het onderzoeken van trends, omdat ze deel uitmaken van de opkomst van een trend

Om deze 'krachten' te herkennen kan je kijken naar ontwikkelingen op 5 niveaus;
STEEP

- Wereldwijde ontwikkelingen op Sociaal, Technisch, Economisch, Ecologisch en Politiek niveau die liggen buiten de controle van individuen in de samenleving hebben hier invloed op.



Een verandering kan worden gesignaleerd doordat trends zich op een waarneembare manier manifesteren (verschijnen) op verschillende manieren en over verschillende sectoren heen.

→ Bijvoorbeeld door middel van taal, stijl, gedrag, producten, diensten, evenementen en films

Deze tekenen van verandering kunnen worden gedetecteerd door de omgeving te scannen.

Een manifestatie is een *sign of change*, een teken van verandering, en dus noemen wij ze *signals* of signalen

Trend levels

Krachten ↑ ↓	Digitalisering
Waarden en Behoeften ↑ ↓	Zelfproductie, Creatieve onafhankelijkheid
Manifestaties	3D printers

Er zijn dus verschillende niveaus van een trend.

De niveaus zijn met elkaar verbonden en er is geen lineaire manier waarop deze elkaar beïnvloeden.


Een manifestatie als een 3D-printer is een technologische product innovatie.

→ Het toont ook een behoefte aan zelfproductie en wordt aangedreven door krachten als digitalisering en globalisering.

Terwijl je trendonderzoek doet, zoom je in en uit van het ene niveau naar het andere en probeer je een overzicht te krijgen van de relaties tussen de niveaus.



Wat zijn trends?



Een trend is een richting van een verandering in waarden en behoeften gedreven door krachten en het manifesteert zichzelf al op verschillende manieren binnen bepaalde groepen in een samenleving

Nu is de definitie van een trend duidelijker.

Trend Onderzoek



Om trendonderzoek te doen moet je dus bewust zijn van het verleden, het heden en de mogelijke toekomst. Er zijn drie onderzoeksfases die je helpen met het herkennen van veranderingen; Scannen, Analyseren en Toepassen

- De scan fase focust op het vinden van tekenen van verandering
- De analysefase heeft te maken met het begrijpen van de tekenen van verandering
- De toepassingsfase gaat over het implementeren van trend inzichten om verandering te creëren

Het proces is niet heel concreet, het is dynamisch en iteratief. Elke trend researcher heeft dus ook hun eigen manieren en maakt gebruik van hun eigen intuïtie.



Scannen

Spot → Select → Document

'Hoe herken je deze manifestaties?'

Dat is waar de eerste fase, Scannen, over gaat.

Een manifestatie is een *sign of change*, een teken van verandering, en dus noemen wij ze *signals* of signalen

In deze fase ben je bezig met het zoeken naar deze signalen, dit doe je door bewust te worden van je omgeving; waar zie ik tekenen van verandering? je moet eigenlijk altijd aan staan.

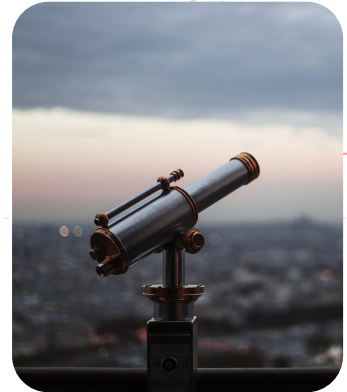
1. De eerste stap is het herkennen van signalen, met behulp van desk en field research.
2. Vervolgens ga je oefenen met het maken van een eerste selectie van je trendspots, oftewel signalen, op basis van een lijst met criteria.
3. En tot slot vind je een passende manier om deze geselecteerde plekken te beschrijven en te archiveren.

Spot → Select → Document

Scannen

Observeren

- Signalen kan je in je eigen omgeving scannen
- Heb een holistisch beeld én heb oog voor detail!
- Verschuivingen kunnen ontstaan vanuit onverwachte plaatsen, dus het is essentieel dat je observeert in verschillende domeinen, culturen en levensstijlen.
- Waar moet je nou beginnen?
 - Spot → Select → Document



Je begint met het bewust worden van je omgeving; actief observeren. Om een uitstekende trend scanner te worden moet je holistisch beeld én heb oog voor detail hebben.

Verschuivingen kunnen ontstaan vanuit onverwachte plaatsen, dus het is essentieel dat je observeert in verschillende domeinen, culturen en levensstijlen.

Spot → Select → Document

Scannen - SPOT

Desk research

- Websites
- Blogs
- Ted Talks
- Documentaires
- Het nieuws
- Social Media

Field Research

- Posters, flyers, stickers
- Exhibities
- Evenementen
- Festivals
- Lezingen

Kwantiteit > Kwaliteit



Signalen kan je vinden door middel van deskresearch en fieldresearch

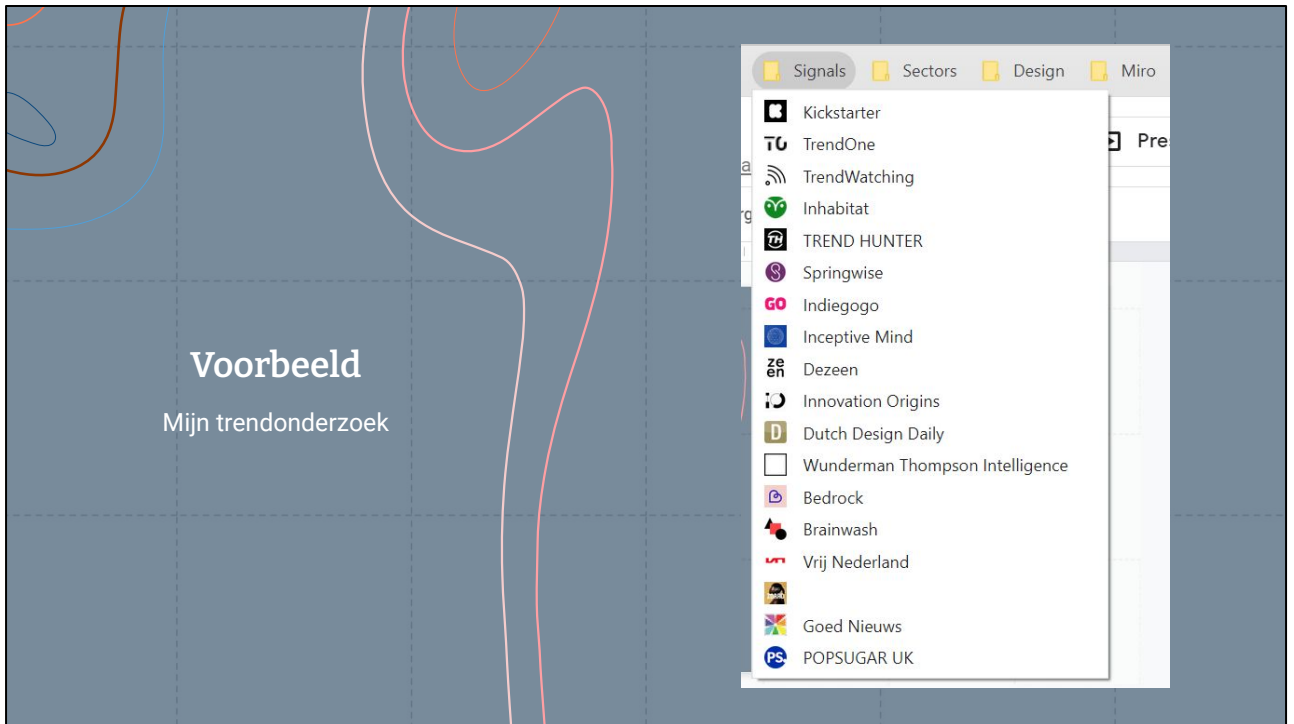
Kwantiteit is belangrijker dan kwaliteit in deze fase, het filteren van je vindingen komt later.



Dit zijn voorbeelden van waar ik mijn signalen vaak spot.

Met 'TCL Facebook groep' bedoel ik de facebook groepen die vanuit mijn studie is aangemaakt waar veel studenten en leraren hun vindingen delen. Het inspiratie kanaal op Slack (dit is waar Garage2020 collega's communiceren) heeft dezelfde functie!

Het zou naar mijn mening gaaf zijn als BOKS ook vaker gebruikt gaat worden om innovatieve producten, diensten of ontwikkelingen op te delen!



Dit is hoe ik mijn deskresearch bronnen bijhoudt; in mijn chrome bookmark
Dit zijn niet de enige sites die ik gebruik, soms kom ik nieuwe tegen!

Scannen - SPOT

Maak gebruik van je netwerk

- Als trend researcher ben je niet perse expert in een bepaalde sector
 - Experts kunnen je veel vertellen over de ontwikkelingen uit hun vakgebied

Relevante veranderingen kun je in verschillende sectoren tegen komen dus maak gebruik van je netwerk.

Als je hier de mogelijkheid tot hebt kan dit je veel inzichten brengen;
→ Vraag naar nieuwe producten of diensten of andere veranderingen die zij herkennen in hun vakgebied!

Scannen - SELECT

Criteria

- Is het innovatief
- Is het inspirerend
- Heeft het een impact
- Heeft het invloed op 'kwaliteit van leven'

- Daagt het onze normen uit?
- Breekt het taboes?

- **Is het duidelijk en betrouwbaar**
- **Zijn er meerdere bronnen**



Net zelden we quantiteit is belangrijker dan kwaliteit, omdat je daar in deze tweede fase pas tijd voor neemt.

Als je aan het 'spotten' bent moet daar niet je focus liggen

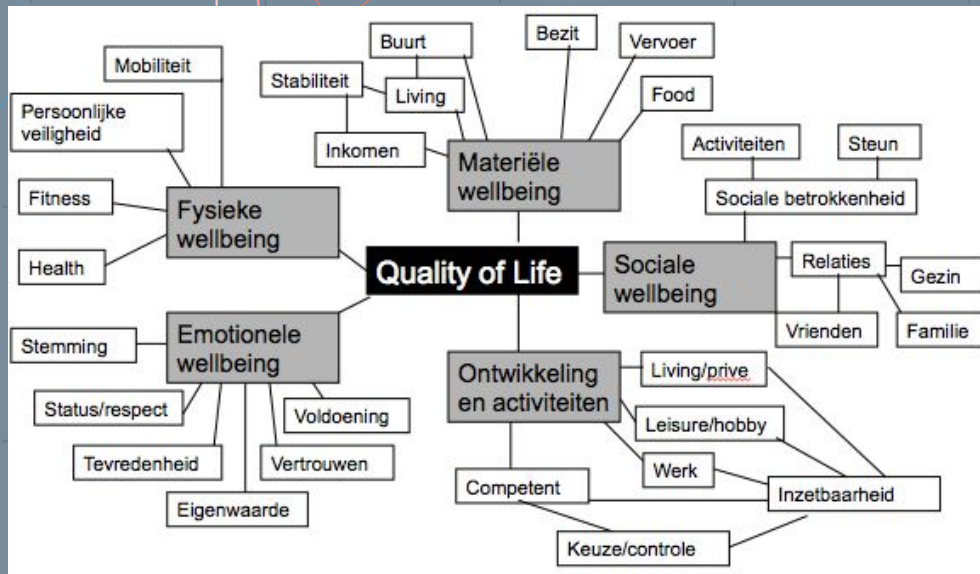
Nu is juist de bedoeling om je goede signalen te filteren

Dit zijn wat voorbeelden van dingen die je als criteria kan gebruiken

Vragen zoals 'Is het inspirerend' of 'Daagt het onze normen uit' kunnen persoonlijk zijn, niet iedereen zal hier hetzelfde antwoord op geven. Het is dan aan jou als trend researcher de taak om dit te bepalen.

Belangrijk: duidelijk en betrouwbaar, zijn er meerdere bronnen.

→ begrijp je goed waar het signaal over gaat, is het geen fake news, zijn er meerdere platformen die iets zeggen over je gevonden signaal



- *Heeft het invloed op 'kwaliteit van leven'*
 - Draagt een innovatie bij aan een specifiek aspect van welzijn?
 - Door dit te vragen, kan je je signalen op een zinvolle manier analyseren.

Dit model van Felce & Perry kan je gebruiken als je jezelf wilt afvragen of een signaal invloed heeft op de kwaliteit van leven van een bepaalde groep mensen

Voorbeeld

Mijn trendonderzoek



Netflix-show voor gezinnen

In Michelle Obama's show zie je Waffles en Mochi op internationale avonturen gaan waarin koken, wereldwijde ingrediënten en culturele ervaringen rond eten centraal staan.

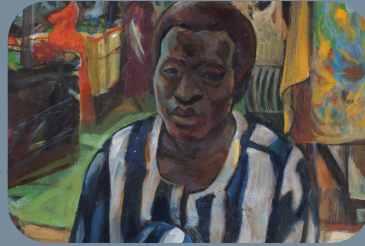
Wafeltje en Mochi - Netflix 2021

- Is het innovatief
 - Ik ben op zoek gegaan er is een studio 100 programma wat er op lijkt maar het heeft geen culturele focus, deze kwam overigens wel uit 2020! (hoe recenter een signaal, hoe beter)
- Is het inspirerend
 - Vind ik wel, ik vind het belangrijk dat kinderen kennis opdoen van dingen buiten hun eigen cultuur
- Heeft het een impact
 - Ja op ons beeld van culturele verschillen m.b.t. eten. Kinderen die dit kijken leren veel.
- Heeft het invloed op 'kwaliteit van leven'
 - Ja 'ontwikkeling en activiteiten'
- Daagt het onze normen uit?
 - Niet in extreme mate, het laat wel kinderen in contact komen met content dat normaalgesproken voor volwassenen is.
- Breekt het taboes?
 - Nee

- Is het duidelijk en betrouwbaar → ja
- Zijn er meerdere bronnen → ja

Voorbeeld

Mijn trendonderzoek



Tentoonstelling over de slavernij

Tien waargebeurde verhalen in het Rijksmuseum. Niet als abstract begrip, maar in de vorm van persoonlijke en waargebeurde verhalen.

- Is het innovatief
 - Het is niet perse een nieuwe uitvinding maar het is wel een nieuwe beweging; transparantie over ons donkere verleden
- Is het inspirerend
 - Ja want het is educatief en eye-opening
- Heeft het een impact
 - Ja mensen leren hiervan, hier vind je meer beelden over de slavernij dan in je geschiedenis boeken
- Heeft het invloed op 'kwaliteit van leven'
 - Sociale wellbeing - sociale betrokkenheid
- Daagt het onze normen uit?
 - Ja want de norm is dat we niet daar naar de negatieve dingen uit onze *eigen* geschiedenis kijken in detail
- Breekt het taboes?
 - ja / dezelfde reden /
- Is het duidelijk en betrouwbaar → ja
- Zijn er meerdere bronnen → ja

Spot → Select → Document

Scannen - DOCUMENT

Voorbeelden

- Groot schrift
- Online database

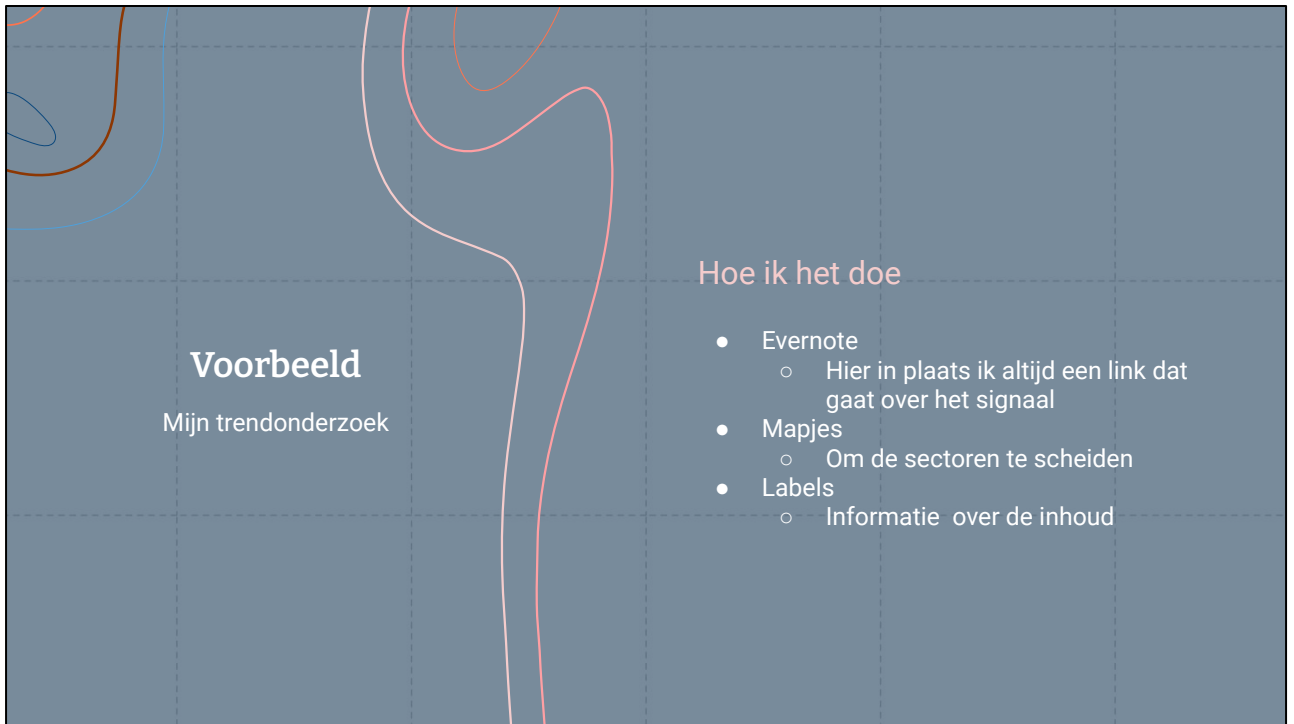
Beschrijf je signalen

- Wat, Hoe, Wanneer, Wie, Waar
- Sector
- Kwaliteit van het leven / waarden en behoeften
- Bron



Uiteindelijk zal je veel signalen hebben gevonden, wat moet je hier dan mee?

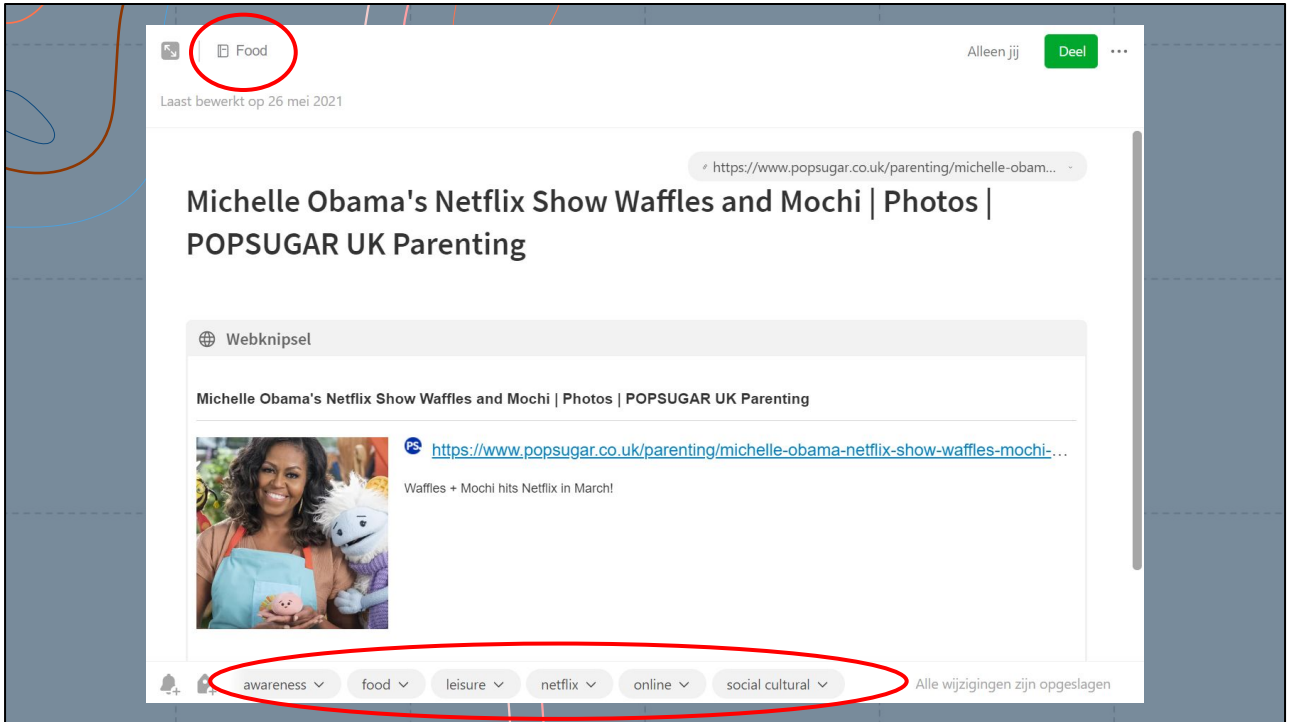
Het is belangrijk om een manier van documenteren te vinden die voor jou werkt.



ik verzamel mijn signalen in een app; Evernote

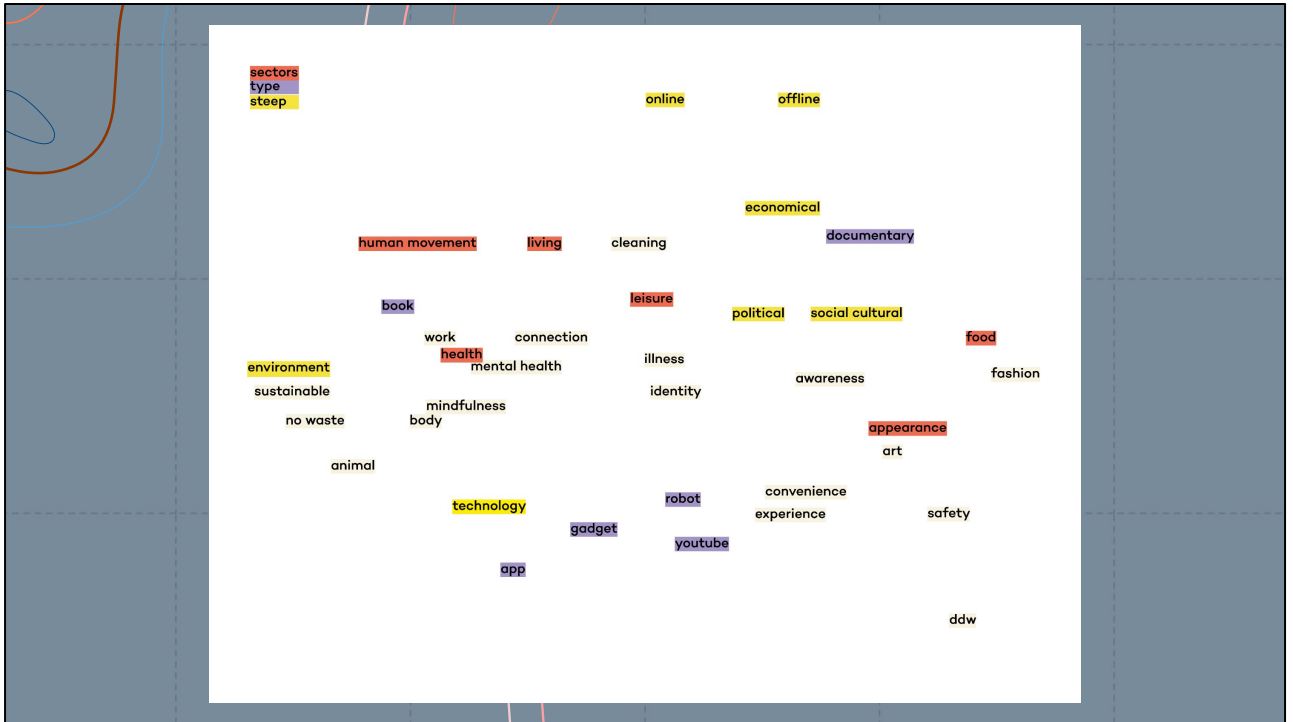
Ik deel mijn signalen op in verschillende mapjes die gaan over verschillende sectoren

Ik voeg labels toe die gaan over de inhoud om makkelijk te herkennen wat voor waarde het signaal heeft



Bovenaan zie je dat dit signaal in het mapje 'food'

Onderaan zie je de labels die ik er aan heb toegevoegd



Ik heb voor mezelf een overzicht gemaakt met de labels die ik vaak gebruik, zodat ik hier naar kan kijken als ik een signaal wil labelen



Analyseren

Cluster → Validate → Label

Losse signalen zijn nog geen trend;
in de tweede fase, analyseren, ligt de focus op het vinden van connecties tussen je gevonden signalen.

Dit zijn belangrijke vragen die je jezelf dan kan stellen
'kan ik een overeenkomsten herkennen?'
'wat voor verandering zie ik?'

Cluster → Validate → Label

Analyseren - Cluster

“Het is als het werk van een archeoloog. Je vindt een klein stukje, zoals een bot, en dan moet je je voorstellen hoe de hele dinosaurus eruit zou hebben gezien. Hetzelfde geldt voor trendanalyse”



Ik vond dit een leuke quote om met jullie te delen
Een klein stukje is dan een metafoor voor een signaal

Analyseren - CLUSTER

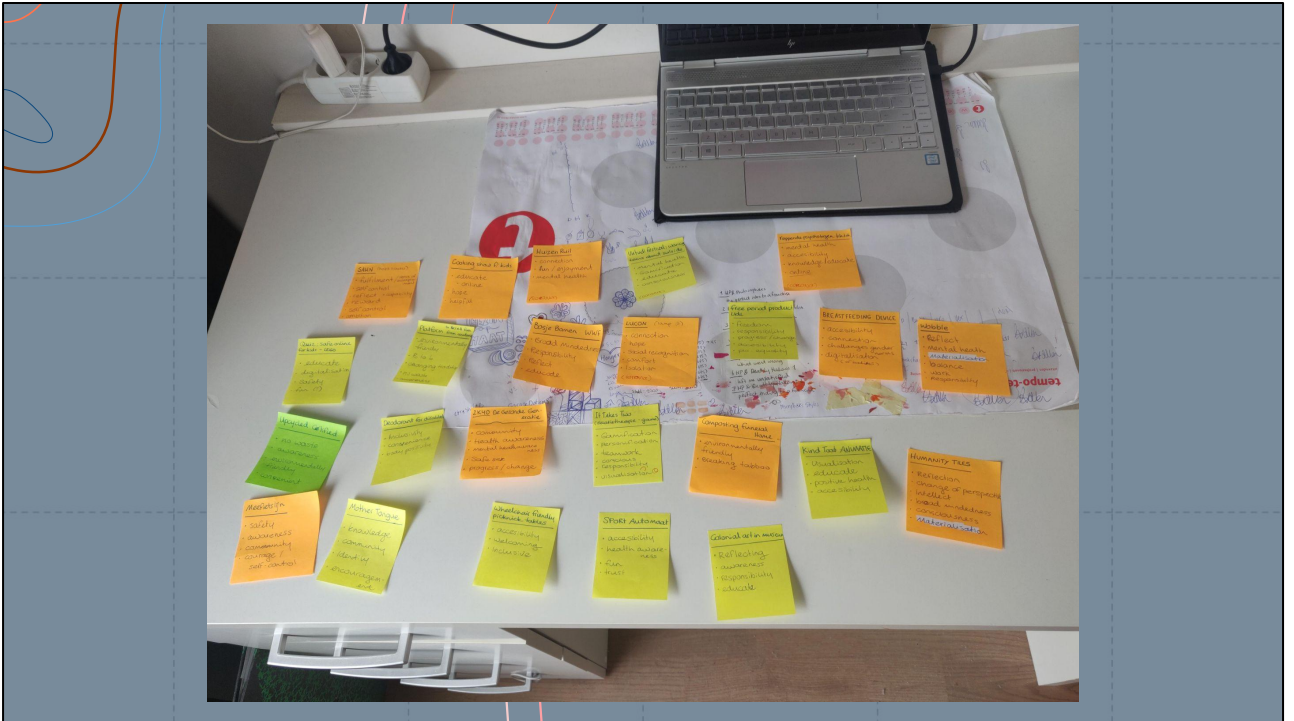
Criteria voor een cluster sessie

- Bereid de sessie voor
 - Print de signalen of maak ze online overzichtelijk
voeg keywords toe
- Deel de signalen (indien toepasselijk)
- Bespreek en combineer
- Voeg de de onderliggende waarde toe per cluster
 - Beschrijf de cluster
- Reflecteer en pas aan

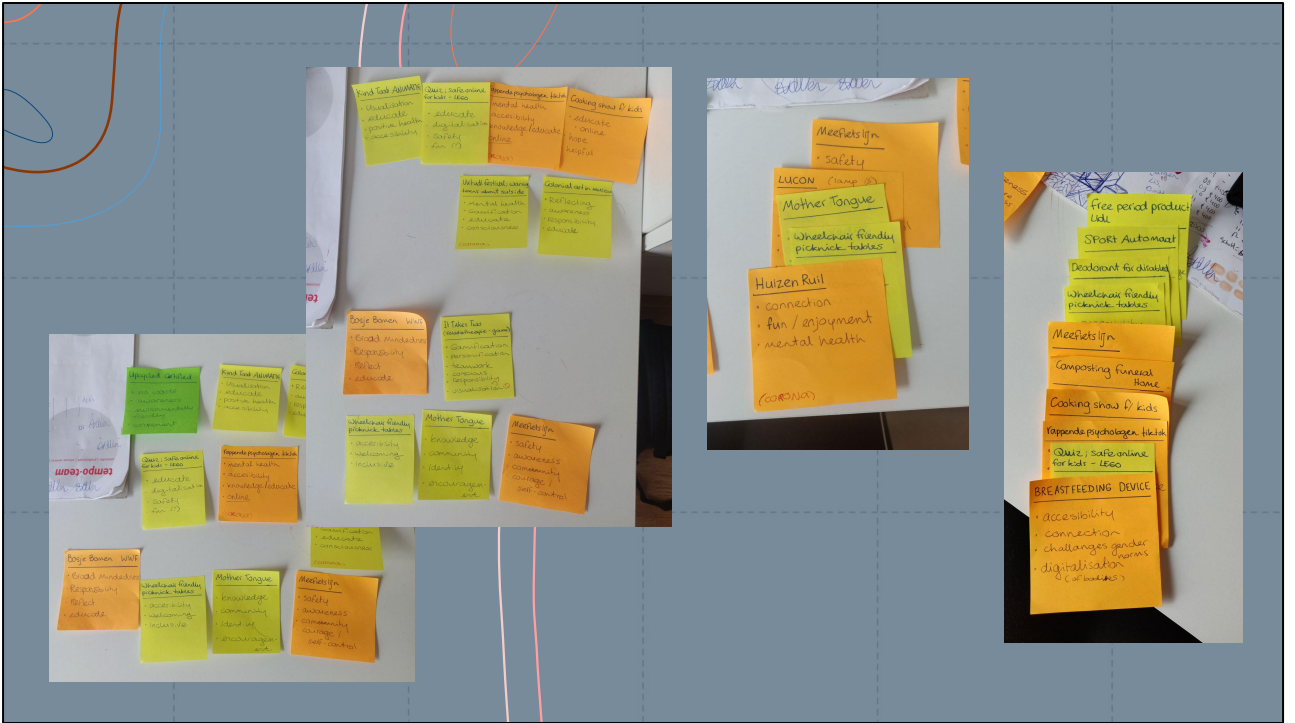
Om je signalen te gaan clusteren moet je een sessie voorbereiden waar je veel concentratie en ruimte voor creativiteit hebt

Als je deze sessie met meerdere mensen doet; begin dan met het bespreken van wat voor vindingen je hebt 'meegenomen'

- Bespreek en combineer
 - Wat zijn de overeenkomsten, wat zijn de verschillen.
 - Cluster de signalen ruwweg op basis van wat ze u vertellen buiten hun oppervlakte.
 - Kan je gemeenschappelijke noemers vinden?
 - Zag je dezelfde plek in verschillende sectoren gebeuren?
- Voeg de onderliggende waarde toe per cluster
 - Wat waarde en behoefte brengen deze signalen naar boven



Dit is een foto van hoe ik het heb gedaan toen een cluster sessie met mezelf had voorbereid



Een leuk AVAARD
- interactieve
- digitale
- sociale
- online

Winkelvriendelijke picknick-tafels
- compact
- lichtgewicht
- gemakkelijk te vervoeren
- duurzaam

Moeder Tongue
- interactieve
- digitale
- sociale
- online

Meepets IJN
- veiligheid
- duurzaamheid
- interactiviteit
- sociale media

Meepets IJN
- veiligheid
- duurzaamheid
- interactiviteit
- sociale media

LUCON (lamp 20)
- duurzaamheid
- interactiviteit
- sociale media

Mother Tongue
- interactieve
- digitale
- sociale
- online

Huizen Ruit
- connection
- fun / enjoyment
- mental health
(COOP)

Free period product lid

SPORT Automaat

Development for disabled

Winkelvriendelijke picknick-tafels

Meepets IJN

Composting for small Home

Cooking show D kids

Papende psychologie, kind

Sleut, safe online for kids - LISA

BREASTFEEDING DEVICE
- accessibility
- connection
- challenges gender
- digitalization
- (COOP)

Winkelvriendelijke picknick-tafels
- compact
- lichtgewicht
- gemakkelijk te vervoeren
- duurzaam

Moeder Tongue
- interactieve
- digitale
- sociale
- online

Meepets IJN
- veiligheid
- duurzaamheid
- interactiviteit
- sociale media

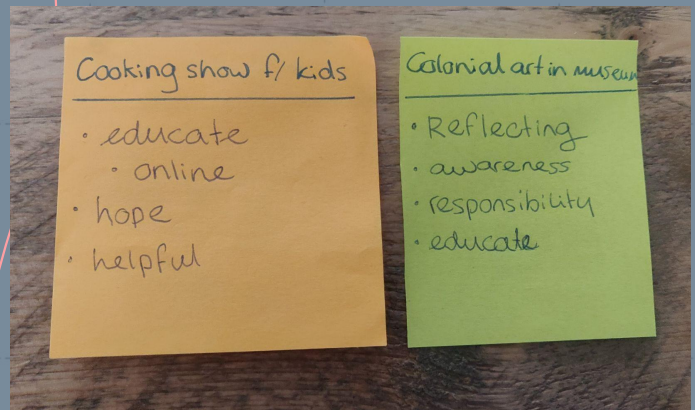
Winkelvriendelijke picknick-tafels
- compact
- lichtgewicht
- gemakkelijk te vervoeren
- duurzaam

Moeder Tongue
- interactieve
- digitale
- sociale
- online

Meepets IJN
- veiligheid
- duurzaamheid
- interactiviteit
- sociale media

Voorbeeld

Mijn trendonderzoek



Dit is een voorbeeld van hoe de post-its er dan uitzagen, dit is hoe ik de signalen heb beschreven
(dit is heel persoonlijk, iedereen heeft een eigen voorkeur qua methodiek)

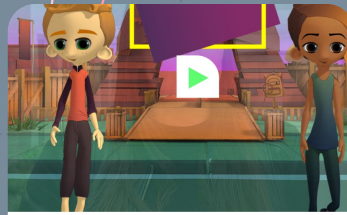
“Leuk onbewust leren in belang van de (jonge) gebruiker”

**TIKTOK AND
EDUCATION:
HOW TIKTOK IS
PUSHING
EDUCATIONAL
CONTENT FOR
GEN Z**



Interactive quiz by LEGO teaches kids how to be kind and safe online

Nieuwe animatie over de Kindtool van Positieve
Gezondheid



Naar een virtueel festival:
videogame wil jongeren
waarschuwen voor zelfdoding



Dit zijn zes signalen die naar mijn visie een gedeelde achterliggende waarde hebben.

Al deze signalen zijn educatief op een niet-traditionele manier.

“Leuk onbewust leren in belang van de (jonge) gebruiker”

Analyseren - VALIDATE

Criteria - is het een valide trend?

- Waarom gebeurt deze trend nu
- Wat is de specifieke verandering in waarden en behoeften
- Voor wie is de trend
- In welke fase zit de trend
 - wild en nieuw of bekend en gesetteld
- Waar kan je deze trend al herkennen
- Wat voor gevolgen heeft deze trend op onze kwaliteit van leven



Het is belangrijk om te kunnen herkennen of jouw cluster valide is.

Stel jezelf deze vragen

Voorbeeld
Mijn trendonderzoek

“Leuk onbewust leren in belang van de (jonge) gebruiker”

- Door de crisis hebben we veel tijd en leren we graag
- We willen leren over dingen die school ons niet leert
 - Er is al jarenlang een groei in toegankelijkheid van informatie
- Voor; Jeugd
- Fase; Gesetteld
- Te herkennen in educatieve youtubers
- Heeft impact op de algemene kennis van de jeugd

- **Waarom gebeurt deze trend nu**
 - Door de corona crisis hebben mensen veel vrije tijd dus willen ze ook leren
 - Kinderen leren veel online dus ze staan open voor educatie in een andere vorm dan een klaslokaal
- **Wat is de specifieke verandering in waarden en behoeften**
 - We willen dat mensen meer leren dan alleen taal en rekenen; informatie over mentale gezondheid, veiligheid, interculturele kennis moet ook toegankelijk zijn.
- **Voor wie is de trend**
 - jeugdigen / jongeren, ze hebben behoefte aan kennis buiten wat school biedt.
- **In welke fase zit de trend → dit komt al veel voor maar de vraag is er nog zeker!**
 - wild en nieuw of bekend en gesetteld
- **Waar kan je deze trend al herkennen**
 - Youtubers bieden al heel lang educatieve content op een speelse

- manier, de voorbeelden uit deze cluster zijn nog speelser
- Wat voor gevolgen heeft deze trend op onze kwaliteit van leven
 - Verbreding van onze algemene kennis

Analyseren - LABEL

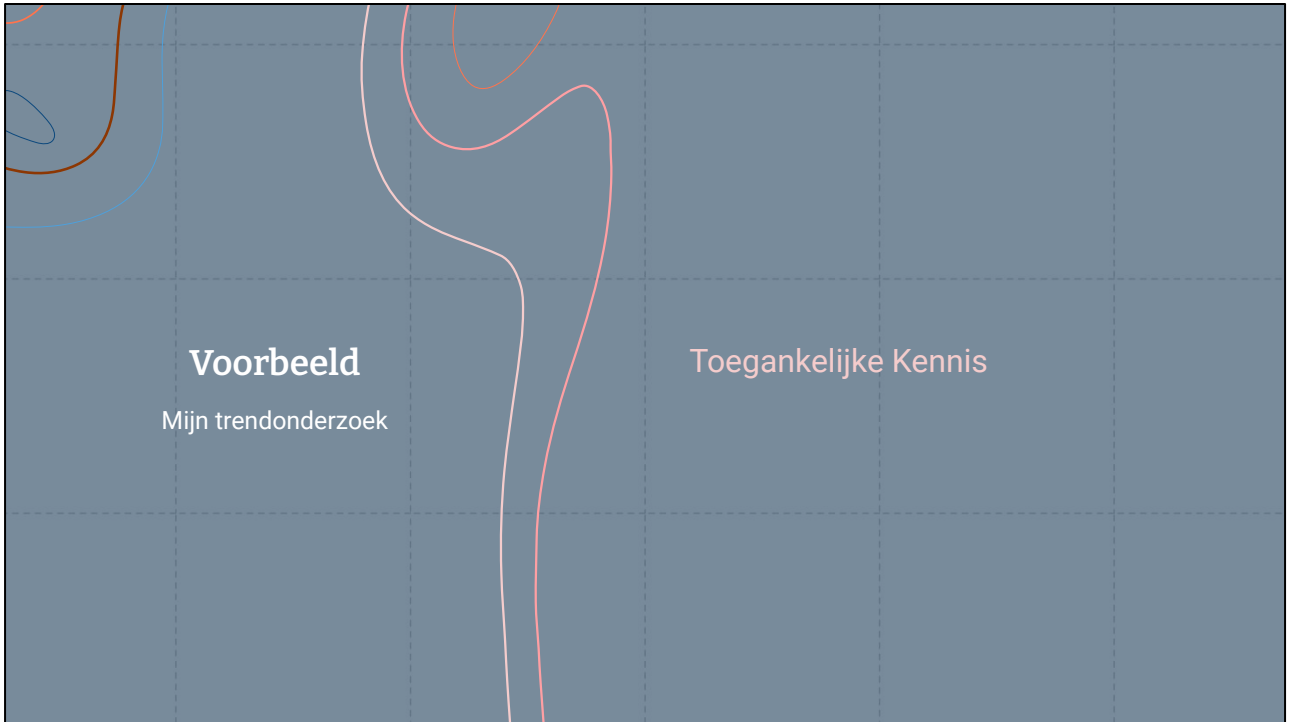
Name it!

- *Wat voor soort naam wil je je trend geven*
 - *Wat voor stijl heb je*
- *Wat voor visuals passen bij je trend*
 - *metaphorisch of duidelijk*

Door je trend te labelen met een iconische naam en visual breng je de trend tot leven voor anderen!



Omdat de Garage trendonderzoek kan gebruiken als inspiratiebron tijdens een concepting fase, is het uitwerken van een trend niet mega relevant.



Dit is een voorbeeld

Als je geen trend researcher bent en je neemt trends mee in je project dan is vooral de achterliggende waarde die je hebt gevonden belangrijk. De uitwerking moet dan alleen voor jou begrijpelijk zijn.



Toepassen

Scope → Communicate → Translate



De toepas fase gaat echt over de vertaling van een trend naar je cliënt,
→ Bij garage2020 is een trend verslag nooit het eindproduct van een opdracht en er wordt niet gevraagd naar een trendanalyse vanuit de opdrachtgever.

Dus wat er vooral belangrijk is; Hoe kan ik deze kennis meenemen in mijn project.
Ik zal deze fase kort samenvatten op een manier dat het relevant is voor Garage2020

Toepassen

In een project

- Kijk naar de inzichten van de trend, de onderliggende waarde
 - 'Hoe kunnen we deze gebruiken'
 - 'Hoe kan onze cliënt hier iets mee'
 - 'Hoe kan de doelgroep hier iets mee'
- Wanneer kan je trends het beste gebruiken
 - Bij projecten en onderzoek met een open einde
- Vermijd oplossingsgericht denken
 - Trendonderzoek is niet een oplossing voor een probleem het is een middel om mee te inspireren
- Door de waarde van een trend mee te nemen in jouw concepting process, kan je iets *waardevols* creëren voor de eindgebruiker

Neem je trend inzichten mee in de ontwerpfase met 'hoe kunnen we' vragen

Trend onderzoek en het toepassen hiervan is vooral relevant en handig bij projecten met een open einde

Vermijd oplossingsgericht denken

- Trendonderzoek is niet een oplossing voor een probleem het is een middel om mee te inspireren

Door de waarde van een trend mee te nemen in jouw concepting process, kan je iets *waardevols* creëren voor de eindgebruiker



Afsluiting

Vragen?

Bedankt!

Ik heb vooral veel steun gehad uit het boek 'How to research trends' van Els Dragt tijdens het maken van deze presentatie. Dus als je meer interesse hebt in trendonderzoek is dat zeker een aanrader!