



Samen op (onder)zoek

Participatieve methodieken voor geëngageerde
onderzoekers en praktijkwerkers

Liesbeth De Donder - Lieselot Degraeve
Bas Dikmans - Silke Marynissen



COLOFON

Samen op (onder)zoek: participatieve methodieken voor geëngageerde onderzoekers en praktijkwerkers

Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen (redactie)

Vrije Universiteit Brussel, Vakgroep Educatiewetenschappen

Brussel

ISBN 9789077130162

Eerste versie

@ 2025 Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder duidelijke bronvermelding. Overname van tekst is toegestaan mits de oorspronkelijke auteur(s) en titel expliciet worden vermeld, zowel van het boek als van het betreffende hoofdstuk. Het is niet toegestaan de inhoud te wijzigen of voor commerciële doeleinden te gebruiken zonder schriftelijke toestemming van de auteur(s).

Vormgeving: Lieselot Degraeve

Illustraties: Zoë Claessens

www.samenoponderzoek.be

Licentie

Samen op (onder)zoek: participatieve methodieken voor geëngageerde onderzoekers en praktijkwerkers © 2025 by Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen is licensed under CC BY-NC-ND 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

PERSONA'S GEVEN DIVERSITEIT EEN GEZICHT

AN-SOFIE SMETCOREN, LIESBETH DE DONDER

SAMENVATTING

Persona's zijn geen droge schema's of abstracte cijfers, maar levende verhalen die de eindgebruiker een gezicht geven. Dit hoofdstuk toont hoe een methode die ooit begon in de softwarewereld nu breed inzetbaar is, van zorg over architectuur tot beleid. Je leest hoe fictieve personages, stevig verankerd in echte ervaringen, onderzoekers en ontwerpers helpen om voorbij stereotypen te kijken en écht in de leefwereld van mensen te stappen. Met een inspirerende casus over ouderen en hun woonvoorkeuren ontdek je stap voor stap hoe je persona's kan ontwikkelen, verrijken met verhalen, en toepassen in de praktijk. Het resultaat: een methodiek die diversiteit zichtbaar maakt en samenwerking tussen stakeholders vergemakkelijkt.

- 1 INLEIDING
- 2 DE OORSPRONG VAN PERSONA'S EN DE MEERWAARDE VAN DE METHODIEK
- 3 ENKELE VOORBEELDEN VAN PERSONA'S IN DE PRAKTIJK
- 4 PERSONA'S ONTWIKKELEN
- 5 TOT SLOT

1. INLEIDING

Wie diensten of producten ontwerpt, denkt tijdens het ontwerpproces aan de potentiële gebruiker. Wie zijn de gebruikers, wat zijn hun noden, en waarom zou de dienst of het product voor hen interessant zijn? Die vragen liggen aan de basis van persona's.

Persona's zijn fictieve personages die de eindgebruiker(s) van een dienst of product weerspiegelen. Hoewel persona's zelf dus fictieve mensen zijn, zijn ze wel gebaseerd op de realiteit, bijvoorbeeld op interviews, bevestigingen of observaties. Door tijdens het ontwerpproces met persona's te werken, kunnen ontwerpkeuzes beter afgestemd worden op de noden en wensen van de eindgebruikers.

Persona's kunnen op heel uiteenlopende manieren vorm krijgen. Soms gaat het enkel om een naam en een korte omschrijving, maar vaak bevatten ze nog andere informatie, zoals een foto of illustratie, demografische gegevens, vaardigheden, karaktertrekken, wensen en behoeften, of zelfs een levensverhaal. Zo'n beschrijving hangt af van het doel waarvoor de persona gebruikt zal worden. Een persona voor commerciële doeleinden zal er anders uitzien dan een persona voor de ontwikkeling van diensten in de sociale sector. Alleszins bevat een persona de nodige informatie om een fictieve eindgebruiker ten volle te begrijpen.

2. DE OORSPRONG VAN PERSONA'S EN DE MEERWAARDE VAN DE METHODIEK

De persona-methodiek vindt zijn oorsprong in de wereld van software- en productontwikkeling. Alan Cooper (1999) introduceerde het concept om de eindgebruiker centraal te stellen bij het ontwerpen van software. Met deze methodiek wilde hij ontwikkelaars ondersteunen om te focussen op een kleine groep van potentiële gebruikers in plaats van op een abstracte, generieke gebruiker.

Persona's worden meestal opgesteld aan het begin van het ontwerpproces en zijn gebaseerd op verschillende data zoals veldonderzoek, interviews, enquêtes, observaties of combinaties daarvan. Ze vormen de schakel tussen eindgebruikers, ontwerpers en andere betrokken stakeholders. Ze maken belangrijke informatie zichtbaar, zoals de noden en behoeften van eindgebruikers, mogelijke manieren waarop ze het product of de dienst kunnen gebruiken, subjectieve wensen, gedrag of houdingen. Dat helpt ontwerpers om empathischer en gericht te ontwerpen, zodat hun keuzes beter aansluiten bij de behoeften, voorkeuren en leefwereld van gebruikers.

Onderzoekers benadrukken ook de meerwaarde van persona's. Volgens An et al. (2018) zijn persona's intuïtief en gemakkelijk te begrijpen. Het menselijke karakter wekt empathie en inlevingsvermogen op. De methode helpt om de details en complexiteit van de leefwereld van eindgebruikers in beeld te brengen, iets wat met cijfers moeilijker te bereiken is. Friess (2012) stelt dan weer dat persona's de communicatie kunnen faciliteren tussen stakeholders en ontwerpers. Persona's helpen stakeholders om de focus te houden op relevante kwesties en ze voorkomen discussies over randzaken. Ze creëren een gedeelde taal om over de eindgebruikers te spreken en bevorderen daardoor samenwerking en afstemming.

Vandaag worden persona's niet alleen meer gebruikt als praktische tool voor productontwikkeling. Ze vinden steeds vaker hun ingang in de gezondheids- en sociale sector en blijken ook een waardevol instrument om samen met burgers vorm te geven aan beleidsontwikkeling (Movisie, 2012) of om beleidsinitiatieven gericht in te zetten (van Cauwenberghe, et al., 2021).

3. ENKELE VOORBEELDEN VAN PERSONA'S IN DE PRAKTIJK

3.1 Ontwikkeling van ouderenbeleid: Wereld van Nestor

De werkset van 'Wereld van Nestor' was de eerste waarmee wij kennismaakten en die ons inspireerde om met de persona-methodiek aan de slag te gaan. Hoewel de set intussen al wat ouder is, blijft het een krachtig voorbeeld dat we hier graag toelichten.

'Wereld van Nestor' is een online en offline werkset, ontwikkeld door OCMW Gent en ontwerpbureau Pars Pro Toto. Het instrument werd opgezet met de klantgerichte methode van service design als uitgangspunt en dient als alternatief voor het eerder aanbodgerichte denken rond ouderenbeleid. De kern van de werkset is het gebruik van persona's en storytelling, die lokale besturen helpen een duidelijker beeld te krijgen van de leefwereld van verschillende ouderen.

De ontwikkelaars stelden een set samen van tien persona's die tien types ouderen symboliseren. Op de website wereldvannestor.be/personas vind je de volledige reeks. Elke persona is uitgewerkt met verhalen over huisvesting, mobiliteit, publieke ruimte, sociale participatie, respect en sociale betrokkenheid, actieve participatie en werkgelegenheid, communicatie en informatie, en openbare en gezondheidsdienstverlening. Er zijn filmpjes, foto's en pdf's beschikbaar. Box 1 geeft een illustratie van twee persona's uit de reeks.

Nestor De Ro, 72 jaar, gelukkige bewoner van een serviceflat, verliefde weduwnaar

"Ja, ik ben dus Nestor en woon in een serviceflat net buiten het centrum van de stad. Ik ben net de 70 voorbij en zit nog vol plannen voor de toekomst. Ik heb sinds een paar jaar een nieuwe hartsvriendin Ella met wie ik zoveel mogelijk samen actief tijd doorbreng. Mijn lichaam piept af en toe wel een beetje, maar ik probeer er elke dag opnieuw het beste van te maken."

"Ik ben vroeger, kort na mijn pensioen een hele tijd vrijwilliger geweest bij de Minder Mobiele Centrale. Dat was leuk en afwisselend. Je leert op die manier veel nieuwe mensen kennen en het geeft me altijd een goed gevoel te kunnen helpen. Sinds mijn laatste rugoperatie is autorijden veel moeilijker en vooral als ik minder mobiele mensen moet helpen met in- en uitstappen werd het gevaarlijk. Ik ben er dus mee gestopt. Ik heb soms nog wel wat contact met klanten van toen. Ik ben ook 7 jaar lang gastgids geweest in het stedelijk museum, vooral voor Franstalige groepen. Nu probeer ik hier op het centrum wat mee te helpen."

"Er zijn hier altijd wel dingen waar we elkaar mee kunnen helpen. Zo doe ik wat kleine klusjes in de tuin en help ik enkele mensen met hun administratie."

Atila en Melek Sunay, 68 en 67 jaar, gepensioneerde ouderen met een migratie-achtergrond

Atila: "Wij zijn Atila en Melek en wij zijn geboren in Emirdag, Turkije. We zijn in 1965 naar België gekomen zodat ik kon gaan werken in een textielfabriek. We hebben 6 kinderen, 21 kleinkinderen en 3 achterkleinkinderen. Nu we oud worden, twijfelen we of we hier nog langer zouden blijven ... We kennen Meneer Nestor van vroeger. Hij was één van de mensen waar mijn vrouw af en toe ging kuisen."

Melek: "We hebben niet veel energie meer, maar willen er nog wel iets mee doen voor anderen. Nu helpen we een beetje elkaar, maar eigenlijk zouden we wel mee wat willen organiseren. Wie doet dat en hoe moet dat, dat is een grote vraag voor ons. Alleen via de moskee kunnen we af en toe iets doen voor anderen buiten onze groep van kennissen."

Box 1. Voorbeeldpersona's uit 'Wereld van Nestor'

3.2 Persona's in de thuiszorg in Brussel

In Brussel werden persona's ingezet bij het project 'Je weet niet wat je mist. Innovatief Wijkzorgmodel op maat van een kwetsbare buurt' (EVA bxl, 2017). Het project speelde in op maatschappelijke uitdagingen zoals vergrijzing, werkloosheid bij inwoners met een migratieachtergrond, moeilijk invulbare zorgvacatures en superdiverse wijken waar ouderen hun zorgnood vaak niet uiten. Persona's maakten de kloof tussen zorgaanbod en zorgvraag zichtbaar en hielpen om pistes te verkennen waarbij cultuursensitieve zorgambassadeurs uit de buurt een rol spelen en het vertrouwen van kwetsbare ouderen in de thuiszorg wordt versterkt.

EVA bxl werkte het idee verder uit in een service design-traject, begeleid door Nahman, een aanpak die vertrekt vanuit de noden van gebruikers om zo de kwaliteit van dienstverlening te verbeteren. De vraag was niet alleen *wat* men wilde doen, maar vooral: *voor wie?*

In de voorbereidingsfase werden een twintigtal diepte-interviews afgenomen met mensen in de zorg: personen in opleiding, werkzoekenden met interesse in de sector en medewerkers die al actief waren in thuiszorg. Daarnaast werden er verschillende werksessies georganiseerd met medewerkers van thuiszorgdiensten, opleidings- en tewerkstellingsorganisaties en beleidsmakers.

Uit dat materiaal werden vier persona's ontwikkeld. Ze gaven een gezicht aan mogelijke toekomstige medewerkers in de thuiszorg, en hielpen om scherp te stellen waar het project zich op zou richten. Omdat niet voor alle persona's een project ontwikkeld kon worden, werden er twee persona's geselecteerd: Latifa en Marijke. Met hen in het achterhoofd ontwikkelde het projectteam twee trajecten.

Latifa, de cultuursensitieve zorgambassadeur

Latifa heeft een migratieachtergrond en jarenlange informele zorgervaring. Via een leerwerktraject ontdekt ze dat ze van die ervaring haar beroep kan maken. Ze groeit uit tot een brugfiguur die kwetsbare ouderen verbindt met zorgvoorzieningen en collega's ondersteunt in cultuursensitieve zorg.

Marijke, de ervaren maar zoekende zorgprofessional

Marijke werkt al jaren met passie in de zorg, maar voelt zich niet altijd comfortabel in nieuwe cultureel diverse contexten. In Latifa vindt ze een buddy: iemand van wie ze kan leren, terwijl zij haar eigen ervaring doorgeeft. Samen vormen ze een sterk duo.

Latifa staat voor mantelzorgers met migratieachtergrond die hun ervaringen kunnen valoriseren; Marijke voor zorgmedewerkers die zich verder ontwikkelen. Hun samenwerking toont hoe ervaringskennis en professionaliteit elkaar kunnen versterken. Figuur 1 en Figuur 2 tonen de persona's van Latifa en Marijke.

PERSONA'S



“ Ik wist echt niet dat je van zorg ook een job kon maken! ”

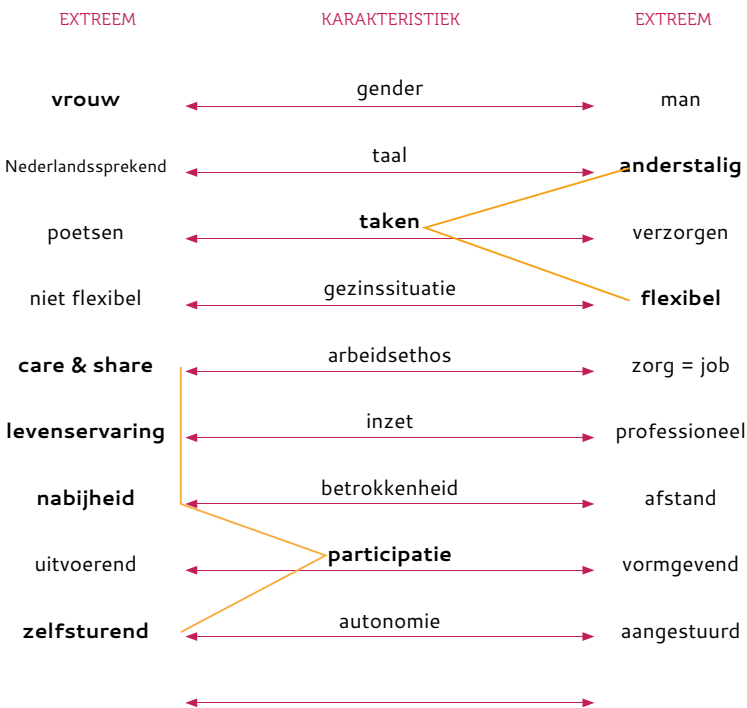
“ Wat zal de familie zeggen als ik op een dag voorstel om de zorg voor vader over te laten aan een professioneel? ”

LATIFA, Allochtone mantelzorgster

Algemene informatie

45 jaar oud. Is van Algerije afkomstig. Franstalig. Heeft al wat oudere kinderen. Draagt al twee jaar zorg voor haar zieke vader. Ze leeft in een eerder gesloten wereldje in Brussel. Is financieel afhankelijk van het vervangingsinkomen van haar man.

Karakteristieken



ERVARING

Doelstellingen

- Ik zou meer willen te weten komen over zorg als beroep
- Ik wil mijn talenten verder blijven inzetten voor anderen

Wat me blij maakt in thuiszorg?

- Erkenning
- Ik vind het prettig om praktische taken te combineren met gezelligheid en contact

Wat ik niet fijn vind

- Vreemde mannen: Als ik ergens zou gaan werken en er komt een onbekende langs: ik zou me bang voelen omdat ik zijn bedoelingen niet ken. En als ik hulp zou moeten zoeken voor mijn schoonmoeder, dan zou ik niet willen dat er een man haar zou komen verzorgen!
- Taalbarrière bij opleiding. Ik spreek geen Nederlands
- Onduidelijke en soms contradictorische informatie bij de werkwinkel enzo
- Onmiddelijk engagement. Ik heb tijd nodig voor exploratie en oriëntatie
- Vermindering of verlies van de vergoeding van mijn man als ik zou gaan werken

NODEN Informatie over en oriëntatie in de zorg-arbeidsmarkt

Figuur 1. Persona van Latifa, (EVA bxl, 2017)

PERSONA'S



“ Ik werk voor een groeiend bedrijf. Maar om in Brussel te overleven moet het gaan differentiëren in het aanbod. ”

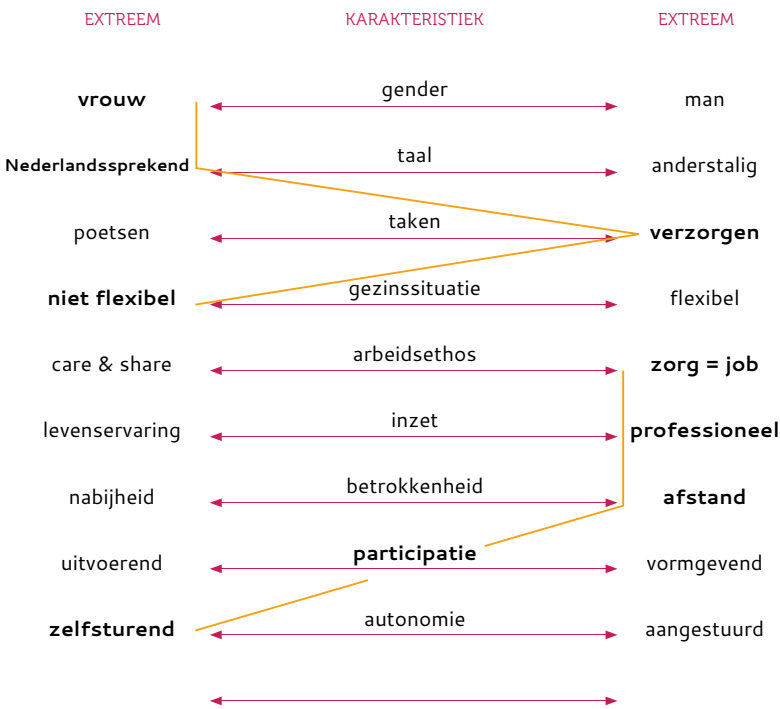
“ Ik begrijp niet veel van vreemde culturen. In zo'n werksituaties voel ik me verdwaald en gedesoriënteerd in mijn werk. ”

MARIJKE, Beroepsverzorgende

Algemene informatie

40 jaar. Nederlandstalige Belg uit de rand van Brussel. Gehuwd. Heeft 3 kinderen. Houdt van haar werk. Vereenzelvigd zich met haar bedrijf. Is een teamspeler.

Karakteristieken



ERVARING

Doelstellingen

- Taken goed afwerken. Collega's helpen waar ze kan
- Zou graag betrokken worden in de uitbouw van multidisciplinair overleg over cliënten, waar alle actoren die met een klant te maken hebben bij betrokken worden

Wat maakt haar blij in thuiszorg

- Ze is fier op haar bedrijf en vereenzelvigd zich er mee
- Ze heeft tijd en ruimte voor haar job
- Ze spreekt wat basiswoordenschat van verschillende talen

Wat vindt ze jammer

- Gebrek aan quality time bij de cliënten
- Gebrek aan overleg over cliënten
- Te veel focus op planning en te weinig op inhoud tijdens team meetings
- Te weinig vorming
- Te weinig kennis en begrip van andere culturen

NODEN

- Meer participatie omdat ze vindt dat ze een goed kennis heeft van de werkvloer die nuttig kan zijn in de uitbouw van de organisatie
- Beter begrip van andere culturen
- Heeft nieuwe uitdagingen nodig

Figuur 2. Persona van Marijke (EVA bxl, 2017)

3.3. Woningontwerp voor ouderen: HOUSE-persona's

In het HOUSE-project (Universiteit Hasselt, Vrije Universiteit Brussel en Hogeschool PXL) onderzochten we hoe wonen kan bijdragen aan het welbevinden van ouderen. Daarbij lag de focus minder op veiligheid of toegankelijkheid, maar meer op de vraag: 'Waar voelen ouderen zich thuis, waar zijn ze gelukkig?'

Om de diversiteit aan woonvoorkeuren beter in beeld te krijgen, ontwikkelden we een set persona's die we testten in de praktijk met studenten architectuur. De bedoeling was om persona's te maken die verschillende woonvoorkeuren bij ouderen weerspiegelden. De studenten gebruikten de persona's als inspiratiebron in hun ontwerpstudio's. Zo leerden ze om voorbij hun eigen aannames te kijken en nieuwe perspectieven te verkennen. Persona's bleken een krachtig hulpmiddel voor hun ontwerp: ze hielpen de diversiteit onder ouderen tastbaar te maken en gaven een gezicht aan uiteenlopende wensen en levensstijlen.

De HOUSE-persona's zijn modulair opgebouwd en bestaan uit drie onderdelen die samen een rijk beeld geven van ouderen en hun woonvoorkeuren:

- Individueel profiel, met aandacht voor de sociale omgeving (bijvoorbeeld of iemand vooral steun vindt in een netwerk van vrienden en familie, of juist vooral op huisgenoten rekt), financiële draagkracht (bandbreedte in inkomen en vermogen, met implicaties voor betaalbaarheid en investeringsruimte) en fitheid & mobiliteit (fysiek functioneren en de gevolgen daarvan voor woonkeuzes).
- Leef- en woonstijl: bijvoorbeeld natuurliefhebber, mensenmens, estheticus, gastheer, hobbyist of pragmatisch.
- Toekomstkompas: houding tegenover verhuizen, aanpassen van de woning en het delen van ruimtes (zoals cohousing).

Elk onderdeel heeft een narratief, een kort samengesteld verhaal dat gebaseerd is op citaten uit interviews. Dat narratief versterkt empathie en herkenning en wordt telkens aangevuld met ontwerpimplicaties, concrete aandachtspunten voor architectuur en woningontwerp. Het modulaire karakter is cruciaal: door de verschillende onderdelen te combineren kunnen honderden varianten ontstaan. Alleen al met de basiscategorieën (sociale omgeving, financiële draagkracht, fitheid, leefstijl en toekomstkompas) zijn er 864 mogelijke combinaties. Het is uiteraard niet nodig om die allemaal afzonderlijk uit te schrijven, maar de bouwstenen bieden vooral de mogelijkheid om flexibel te schakelen tussen uiteenlopende scenario's en contexten.

De persona's zijn uitgewerkt in twee formaten: een kaartenset met losse profielen per thema en een boekje met de volledige verhalen. Door kaarten te stapelen of te combineren kan je telkens nieuwe persona's samenstellen, terwijl het boekje verdieping geeft. Samen maken ze de methodiek bruikbaar in uiteenlopende situaties, van ontwerpatelier tot beleidsdiscussies.

PERSONA'S



Afbeelding 1. Kaartenset met persona's van het HOUSE-project



Afbeelding 2. Boekje met persona's van het HOUSE-project

4. PERSONA'S ONTWIKKELEN

4.1 Methodische aanpak

Er bestaat niet één bepaalde manier om persona's te ontwikkelen. In principe kan je ze intuïtief of op basis van aannames opstellen zonder voorafgaand onderzoek bij de doelgroep waarvoor je ontwerpt. Toch benadrukken onderzoekers het belang van empirische data om persona's te ontwikkelen: interviews, focus-groepen, observaties of andere vormen van gebruikersonderzoek.

Zo'n methodische aanpak biedt twee voordelen. Ten eerste verhoogt ze de geloofwaardigheid en herkenbaarheid van persona's. Ten tweede maakt ze transparantie en kritische reflectie mogelijk: persona's zijn

namelijk geen neutrale instrumenten, maar weerspiegelen altijd keuzes en perspectieven van onderzoekers. Daarom wordt steeds vaker gewezen op het belang van methodologische zorgvuldigheid, en op de vraag hoe persona's niet enkel commerciële, maar ook maatschappelijke en sociale doeleinden kunnen dienen (Guan et al., 2021).

4.2 Een stappenplan voor persona-ontwikkeling

Hoewel er verschillende methoden bestaan, kan de ontwikkeling van persona's meestal in enkele terugkerende stappen worden samengevat (Cooper 1999; Salminen et al. 2021). Om dit concreet te maken, verwijzen we geregeld naar onze ervaringen van het HOUSE-project.

Stap 1. Data verzamelen

De eerste stap is gegevens verzamelen over de eindgebruikers waarvoor je ontwerpt. Vaak gaat het om kwalitatieve methoden zoals diepte-interviews, focusgroepen of observaties. Die methoden zijn geschikt om rijk, genuanceerd materiaal te verzamelen, omdat ze zicht geven op hoe mensen hun situatie ervaren, welke voorkeuren ze hebben en wat hen motiveert.

In het HOUSE-project namen we semigestructureerde interviews af met ouderen. De gesprekken vonden plaats in de thuissituatie van de deelnemers en gingen in op hun levensloop, woonervaringen, toekomstplannen en hun perceptie van de eigen woning. Dat leverde niet alleen feitelijke informatie op, maar ook persoonlijke verhalen, anekdotes en emoties. Zulke details zijn bijzonder bruikbaar bij de latere narratieve uitwerking van persona's, omdat ze herkenbaarheid en empathie versterken.

Daarnaast kunnen ook kwantitatieve gegevens een rol spelen. Denk bijvoorbeeld aan enquêtes die aantonen hoe vaak bepaalde woonvormen voorkomen of hoe attitudes verdeeld zijn in de populatie. Zulke cijfers zijn handig om patronen te toetsen of om de representativiteit van persona's te versterken.

Stap 2. Clusteren en segmenteren

Na de dataverzameling volgt de analyse. De kernvraag daarbij is: 'Welke patronen of gemeenschappelijke elementen zien we terug?' Door uitspraken, gedragingen of kenmerken te clusteren, ontstaan segmenten die de basis vormen voor persona's.

In het HOUSE-project leidde dat tot bijvoorbeeld zes verschillende profielen op het vlak van leefstijl en woonvoorkeuren, zoals de estheticus, de natuurliefhebber of de mensenmens. Die profielen kwamen naar voren door telkens terugkerende thema's te identificeren in de interviews. Het volgende citaat illustreert de cluster van natuurliefhebbers: 'Ik zou nooit in een appartement in de stad kunnen wonen, ik heb mijn tuin nodig'.

Naast leefstijl werden ook andere dimensies geanalyseerd, zoals toekomstvisie, financiële situatie, sociale omgeving en fitheid. Door die verschillende dimensies apart te clusteren, ontstond de mogelijkheid om later persona's modulair samen te stellen.

Stap 3. Persona's opstellen

De volgende stap is de segmenten uitwerken tot concrete persona's: fictieve maar representatieve karakters die de diversiteit van de doelgroep tastbaar maken. Persona's krijgen meestal een naam, gezicht en verhaal.

Het HOUSE-team koos bewust voor een narratieve aanpak. Citaten uit de interviews werden samengevoegd tot korte verhalen die levensechte ervaringen weergaven. Bijvoorbeeld bij het persona 'de gastheer': een oudere die het belangrijk vindt om ruimte te hebben voor familiefeesten en samenzijn. Dat narratief werd ondersteund met letterlijke citaten zoals: 'We zijn met 33 en komen hier samen, dat geeft me echt een gevoel van thuis'. Zo bleven de persona's stevig geworteld in de woorden van de deelnemers.

Tegelijk is er een risico: namen en foto's maken persona's concreet en herkenbaar, maar roepen ook associaties op met leeftijd, gender of migratieachtergrond, waardoor ongewenste stereotypen kunnen ontstaan. Het HOUSE-team gebruikte bewust geen namen of foto's. De focus lag op leefstijl en woonvoorkeuren, aangevuld met citaten en verhalen. Op die manier werden de persona's herkenbaar en empathisch, zonder beperkende labels of vooroordelen.

Daarnaast werd nagedacht over de vorm. Het HOUSE-project koos voor een kaartenset met losse profielen en een boekje met uitgebreide verhalen. Dat format maakte het mogelijk om persona's flexibel samen te stellen en te verdiepen waar nodig.

Stap 4. Toepassen en testen

Persona's zijn pas waardevol als ze ook daadwerkelijk gebruikt worden. Dat betekent ze introduceren in het team en samen kijken hoe ze functioneren in de praktijk.

In het HOUSE-project werden de persona's onder meer ingezet in ontwerpstudio's met studenten architectuur. De studenten gebruikten de persona's om inspiratie op te doen en hun eigen aannames ter discussie te stellen. De studenten vonden de persona's inspirerend omdat ze zo buiten hun eigen opvattingen en stereotypen konden denken. Ze vonden dat de persona's hielpen om de ontwerpen persoonlijker te maken en meer diepgang te geven. Daarnaast werden de persona's besproken met ouderen en lokale beleidsmakers, om na te gaan of de persona's herkenbaar waren en of ze ook buiten de architectuurcontext bruikbaar waren.

Deze testing leverde veel feedback op: studenten waardeerden de persona's als creatieve en empathische houvast, terwijl beleidsmakers aangaven dat werken met persona's nieuw was voor hen en tijdsinvestering vroeg.

Stap 5. Reflecteren en bijsturen

Persona's zijn geen eindpunt, maar een iteratief hulpmiddel. Hun effectiviteit hangt af van de context waarin ze worden ingezet. Daarom is het belangrijk om ze regelmatig te evalueren: 'Functioneren ze zoals bedoeld, of is er bijsturing nodig?'

In het HOUSE-project bleek dat de persona's voldoende breed en modulair waren om hergebruik toe te laten, en dat er geen nieuwe profielen hoefden worden toegevoegd. Wel werd duidelijk dat begeleiding nodig was om stakeholders vertrouwd te maken met de methodiek. Persona's vragen uitleg en oefening voordat ze vanzelfsprekend onderdeel worden van een ontwerp- of besluitvormingsproces. Daarom voorzag het onderzoeksteam workshops en begeleidende documenten, zodat de persona's beter konden landen bij studenten, ouderen en beleidsmakers.

Regelmatige reflectie maakt het ook mogelijk om persona's te actualiseren wanneer de context verandert of wanneer nieuwe inzichten ontstaan. Zo blijft de methodiek relevant en bruikbaar.

5. TOT SLOT

Persona's ontwikkelen is waardevol, maar vraagt om zorgvuldigheid. Het proces kan tijdsintensief zijn, zeker wanneer interviews en observaties als basis dienen. Bovendien speelt de blik van de onderzoeker altijd een rol in de analyse. Dat hoeft geen nadeel te zijn: betekenis in kwalitatieve data ontstaat juist door interpretatie, maar het vraagt wel om transparantie en reflectie. Ook het gevaar van stereotypering ligt op de loer. Persona's reduceren complexe werkelijkheden tot herkenbare types, en dat kan leiden tot een te simplistisch beeld. Daarom is het van belang dat diversiteit en nuance behouden blijven en dat persona's niet worden voorgesteld als dé vertegenwoordiger van een hele groep.

Een andere uitdaging is dat stakeholders niet altijd vertrouwd zijn met de persona-methodiek. Zonder begeleiding of toelichting is het risico groot dat persona's onbenut blijven of verkeerd geïnterpreteerd worden. Daarom is het raadzaam om, naast de persona's zelf, ook in te zetten op workshops, begeleidende documenten of andere vormen van ondersteuning die de methodiek toegankelijk en toepasbaar maken.

Tegelijk is de meerwaarde van persona's groot. In het HOUSE-project konden we door persona's te ontwikkelen de diversiteit in woonvoorkeuren en subjectief welbevinden van ouderen zichtbaar maken. Daarmee werd het mogelijk om verder te kijken dan voor de hand liggende aannames en stereotiepe beelden rond ouderen en wonen, en om nieuwe perspectieven in het ontwerpproces te brengen. Persona's bleken zo een krachtig middel om ontwerpers en professionals te helpen de rijkdom in een groep tastbaar te maken. Dat is essentieel om inclusieve diensten te ontwikkelen en om projecten in de wereld te brengen die recht doen aan de ervaringen en wensen van uiteenlopende gebruikers.

REFERENTIES

An, J., Kwak, H., Jung, S.-g., Salminen, J., Admad, M., & Jansen, B. (2018). Imaginary people representing real numbers: Generating personas from online social media data. *ACM Transactions on the Web (TWEB)*, 12(4), 1-26. <https://doi.org/10.1145/3265986>

Cooper, A. (1999). *The inmates are running the asylum*. Springer.

EVA Bxl, 2017. *Je weet niet wat je mist. Projectinzet, aanpak en aanbevelingen*. https://evabxl.be/wp-content/uploads/2021/05/Deel1_Projectinzet-Aanpak-Aanbevelingen_compressed.pdf

Friess, E. (2012). Personas and decision making in the design process: An ethnographic case study. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1209 - 1218). <https://doi.org/10.1145/2207676.2208572>

Guan, K. W., Salminen, J., Nielsen, L., Jung, S. G., & Jansen, B. J. (2021). Information Design for Personas in Four Professional Domains of User Experience Design, Healthcare, Market Research, and Social Media Strategy. In *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 4446-4455). <https://doi.org/10.1145/3458888.3458918>

doi.org/10.24251/HICSS.2021.540

Kok, S., Lucassen, A., & Walburgh Schmidt, B. (2012). (WMO) Beleid maken met persona's. MOVISIE, kennis en aanpak van sociale vraagstukken. <https://www.movisie.nl/sites/default/files/2018-04/wmo-beleid-maken-met-personas.pdf>

Salminen, J., Guan, K., Jung, S.-G., & Jansen, B. J. (2021). A survey of 15 years of data-driven persona development. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(18), 1685-1708. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.1908670>

Van Cauwenberghe, M., Nackaerts, L., Levrouw, L., Verlinden, G. (2021). *Customer journey van nietparticiperende en participerende burgers aan levenslang leren: Een onderzoek naar de persona's, drempels en hefboomen van burgers met een leernood*. Brussel: Departement Werk en Sociale Economie. <https://www.vlaanderen.be/publicaties/customer-journey-van-niet-participerende-en-participerende-burgers-aan-levenslang-lernen-een-onderzoek-naar-de-personas-drempels-en-hefbomen-van-burgers-met-een-leernood>