

MASTER'S THESIS

Creativiteit van de Interieurontwerper

Een Onderzoek naar de Betekenis van Creativiteit in het Vakgebied van Interieurontwerp en naar de Elementen hiervan die belangrijk zijn voor het formuleren van Leerdoelen en haalbaar zijn om mee te nemen in een Hbo-curriculum voor Interieurontwerper.

Stijf, Dennis

Award date:
2020

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

pure-support@ou.nl

providing details and we will investigate your claim.

Downloaded from <https://research.ou.nl/> on date: 22. May. 2025

Open Universiteit
www.ou.nl



Bijlage 2: Informed Consent

Van harte welkom bij het onderzoek gericht op creativiteit van de interieurontwerper! Deelname aan dit onderzoek is vrijwillig en je kunt op elk moment ervoor kiezen om te stoppen met dit onderzoek.

Er wordt je gevraagd om op verschillende manieren input te geven:

- Het inbrengen van ideeën over creativiteit van de interieurontwerper (deze vragenlijst)
- Het sorteren en waarderen van de ingebrachte ideeën
- Het geven van algemene persoonskenmerken over jezelf (zonder dat je identiteit te achterhalen is)

Je kunt aan het volledige project of in een gedeelte van dit project deelnemen. De input die in dit onderzoek wordt ingebracht wordt vertrouwelijk behandeld.

Bijlage 3: Introductiemail

Beste alumni,

Mijn naam is Dennis Stijf en ik ben werkzaam bij de academie HBS als medewerker Bedrijfsbureau/docent onderzoek. Momenteel ben ik bezig met mijn afstudeerthesis voor de opleiding Onderwijswetenschappen aan de Open Universiteit. Graag zou ik je hulp willen vragen bij dit onderzoek.

Creativiteit van de interieurontwerper

Het onderwerp van het onderzoek is: Creativiteit in het vakgebied van interieurontwerp: Wat is dat eigenlijk? Inzichten uit dit onderzoek worden gebruikt bij de opleiding waar jullie onlangs zijn afgestudeerd: Interior, Design & Styling.

Uit de literatuur blijkt dat creativiteit lastig eenduidig is te formuleren. Creativiteit kan zich namelijk op verschillende perspectieven richten. Denk hierbij aan eigenschappen van de interieurontwerper zelf, eigenschappen van het creatieve proces (combineren van elementen) of een creatief product. Als interieurontwerper wil je creatief voldoen aan de specifieke behoeften van de gebruiker. Wat zijn volgens jou de kenmerken van creativiteit in het vakgebied van de interieurontwerper? Waar is dat aan te zien?

Hoe deelnemen?

Klik voor deelname op de volgende link: <http://conceptsystmsglobal.com/CVDI/brainstorm>. Het deelnemen hieraan duurt *maximaal 5 minuten*. Van de deelnemers wordt verwacht dat je zoveel mogelijk kenmerken aandraagt van creativiteit in het vakgebied van de interieurontwerper. Hiernaast kun je ook nog in een later stadium verder deelnemen aan dit onderzoek. Dit zal verder toegelicht worden in de vragenlijst.

Privacy

Je gegeven antwoorden worden opgeslagen via het online softwareprogramma Concept Systems® Global Max™. Deze informatie wordt niet aan derden gedeeld en is enkel toegankelijk voor de onderzoeker. Binnen het programma wordt anonieme deelname gegarandeerd, zodat antwoorden niet persoonlijk herleid kunnen worden. Hiernaast worden de IP-adressen niet gedetecteerd. Na afronding van het onderzoek worden de gegevens verwijderd uit Concept Systems® Global Max™. De anonieme data worden elders veilig opgeslagen, aangezien deze voor de OU nog 10 jaar na het onderzoek opgevraagd kunnen worden.

Disclaimer

Deelname aan dit onderzoek is vrijwillig en je kunt je op elk moment zonder opgave van reden terugtrekken. Wanneer je doorgaat naar de vragenlijst, geef je automatisch toestemming voor deelname aan het onderzoek. Dit houdt in dat de gegevens die je invult gebruikt mogen worden. Deze gegevens zullen vertrouwelijk worden behandeld.

Begeleiding OU

De eerste begeleider in dit onderzoek is dr. O. Firssova, universitair docent bij het Welten-Instituut voor leren, doceren en technologie bij de Faculteit Psychologie en Onderwijswetenschappen aan de Open Universiteit. Haar contactgegevens zijn Olga.Firssova@ou.nl en ze is telefonisch bereikbaar via 046-6763944.

Heb je vragen over het onderzoek of mocht je de gegevens verwijderd willen hebben, dan kun je op elk moment mij een bericht sturen via d.stijf@saxion.nl. Alvast hartelijk dank voor je deelname!

Met vriendelijke groet,
Dennis Stijf

Bijlage 4: Overzicht statements

1	Het oplossen van vraagstukken door eigen ideeën
2	Het generen van eigen ideeën door kunstbeoefening/-opleiding
3	Het hebben van een kunstopleiding als achtergrond
4	Het aandragen van oorspronkelijke ideeën voor vraagstukken op interieurgebied
5	Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers
6	Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper
7	Het aansluiten met het idee bij diverse partijen
8	Vrij associëren
9	Onderzoeken en experimenteren
10	Het stellen van de vraag achter de vraag
11	Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt
12	De kunst om van niets iets te kunnen maken
13	Essentieel om te komen tot zorgvuldige, beeldrijke, prijsbewuste, technisch haalbare en vernieuwende interieurontwerpen
14	Het realiseren van een maximaal (innovatief) resultaat binnen de ruimtelijke en economische restricties, waarbij innovatief tussen haakjes staat omdat het geen doel op zich mag zijn
15	Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen
16	Diversiteit en veelzijdigheid: voor iedere oplossing zijn er 100 ideeën mogelijk
17	Het hebben van veel kennis over de juiste toepassing voor een specifieke vraagstelling
18	Lef: Iets durven neerzetten wat een stukje van jezelf is en een mening weergeeft
19	Niet bang zijn om te falen
20	Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband
21	Leren kijken en analyseren
22	Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie
23	Het ontwerpen waarbij rekening gehouden wordt met zowel het macroniveau (het geheel) als het microniveau (ontwerpen in details)
24	Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte
25	Het vinden van een ultieme mix tussen functionaliteit en esthetiek
26	De ontwerp oplossing niet alleen afhankelijk laten zijn van de ontwerper, maar juist van de context
27	Het hebben van een open houding
28	Bevlogen zijn als interieurontwerper
29	Een combinatie van materialen, kennis en de juiste flow
30	Dingen welke niet mogelijk zijn onderzoeken tot het realiseerbaar wordt

31	De gebruiker een prikkel of iets extra's geven
32	Het bieden van inspiratie aan anderen
33	Het geven van de juiste draad aan gewone alledaagse dingen
34	Dingen zo doen dat ze onderscheidend zijn en daar een eigen handtekening aan geven wat jou als ontwerper uniek maakt
35	Het hebben van een onderzoekende houding
36	Het vinden van oplossingen voor de meest uiteenlopende ideeën
37	Het beste uit jezelf halen
38	Al de verschillende tools kunnen gebruiken om een eindproduct te maken
39	Duidelijk een eigen handschrift laten terugkomen
40	Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)
41	Gedienstig zijn zonder verlies van je identiteit
42	Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp
43	Het doorvoeren van gevoel en idee van inrichting en styling van ruimten in concept en ontwerp
44	Het concretiseren van wensen en opvattingen, zodanig dat het in een uitvoerbaar en levensvatbaar ontwerp wordt samengesteld
45	Het creëren van een toegewijd, betrokken, open en vertrouwelijk klimaat
46	Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen
47	Loslaten van wat er al is
48	Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen
49	Het vinden van een niet gebruikelijke en daardoor vernieuwende oplossing
50	Iets vinden wat bij de klant past
51	Het verplaatsen in de wereld van de klant
52	Het meenemen van de klant in de wereld van de interieurontwerper
53	Telkens weer jezelf kunnen vernieuwen.
54	Het kunnen bieden van een persoonlijke benadering in elk project
55	Het bereiken van de essentie van een project/ontwerpvrage
56	Zichtbaar in details
57	Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur
58	Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp
59	Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp
60	Het verbinden van ogenschijnlijk onsamenhangende factoren tot een nieuw inzicht/design/beleving
61	Binnen de gegeven eisen en wensen iets verrassends kiezen

62	Door middel van analyses, een eigen visie en luisteren een perfecte omgeving creëren voor de gebruiker
63	Vanuit een goed begrip van de probleemstelling oplossingen genereren die verrassende antwoorden opleveren
64	Niet vanuit een toolbox met oplossingen opereren, maar helder vanuit de analyse en je eigen visie een opdracht aanvliegen
65	Het kunnen voeren van een dialoog met mens, materiaal en ruimte
66	Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur
67	Gevoel hebben bij esthetiek
68	Het creëren van een nieuwe omgeving in een bestaande omgeving
69	Mijn kijk op interieurontwerp
70	Het kruisen van vakgebieden
71	Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent
72	Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht
73	In welk opzicht dan ook jezelf zijn, maar het toch toegankelijk houden voor de buitenwereld
74	Nodig in mijn vakgebied in oplossingen
75	Anders zijn dan de rest
76	Duurzaamheid in het ontwerp verwerken
77	Het ontwikkelen van een eigen stijl
78	Het bedenken van zoveel mogelijk ideeën
79	Doen wat mensen niet snel verwachten

Bijlage 5: Uitnodiging sorteren en waarderen voor studenten

Onderwerp: Beroepsoriëntatie

Beste studenten,

Zoals jullie afgelopen week hebben gehoord, gaat de scholenvoorlichting Stuvo waarvoor jullie als verplicht onderdeel van Beroepsoriëntatie stonden ingepland niet door. In de mail die jullie daarover hebben ontvangen, is aangegeven dat er gezocht zou worden naar een passende oplossing. We zijn blij dat we jullie kunnen laten weten dat we die hebben gevonden: Ter vervanging wordt er voor Beroepsoriëntatie een workshop georganiseerd waarin jullie een bijdrage gaan leveren aan jullie eigen toekomstig beroep. Deze workshop is verplicht en onderdeel van de Beroepsoriëntatie.

In oktober is Dennis Stijf in de klas geweest om antwoorden te verzamelen op de stelling ‘Creativiteit in interieurontwerp is...’. Inmiddels zijn de 900 ingebrachte stellingen teruggebracht tot ongeveer 75 stellingen. Met behulp van docenten en alumni zijn deze antwoorden gecategoriseerd en beoordeeld op belangrijkheid en haalbaarheid. Aan jullie de taak om deel te nemen aan een beroepsmatige discussie en daarbij je mening weer te geven ten aanzien van de volgende vraag: Wat vind jij belangrijk in jouw toekomstige beroep en is dat wel haalbaar?

De workshops worden gehouden op onderstaande momenten. Je hebt een laptop nodig, dus vergeet deze niet mee te nemen.

DDS1VA+B: Woensdag 23 januari 14.00-15.30 in lokaal D4.43

DDS1VC+D: Woensdag 23 januari 10.30-12.00 in lokaal D4.43

Met vriendelijke groet,
Team Interior, Design & Styling

Bijlage 6: PowerPointpresentaties sorteren en waarderen

Bijlage 6a: PowerPointpresentatie sorteren en waarderen studenten

Dia 1

Kom verder  **Beroepsoriëntatie**

Creativiteit in interieurontwerp

Woensdag 23 januari


saxion.nl

Dia 2

Kom verder  **Beroepsoriëntatie**


- Wat wil je?
 - Motivatie
 - Ambitie
- Wat kan je?
 - Capaciteiten
 - Competenties

Dia 3

Kom verder  **Brainstorm**

- Stelling 'Creativiteit in interieurontwerp is.....'
 - 880 ideeën van studenten
 - 61 ideeën van docenten/werkveldeskundigen
 - 22 ideeën van alumni
- Teruggebracht tot 79 unieke ideeën

Dia 4

Kom verder  **Vandaag**

- Achtergrondkenmerken
- Sorteren
 - *Welke ideeën horen bij elkaar?*
- Waarderen
 - *Welke ideeën zijn voor jou belangrijk en volgens jou haalbaar?*

Dia 5

Kom verder  **Achtergrondkenmerken**


- Ga naar <http://conceptsystemsglobal.com/CVDI/sort/rate>
 - Participate Anonymously
 - Accept privacy
 - Klik op: Algemene vragen (open)
 - Geslacht
 - Werkervaring
 - Hoogst genoten opleiding
 - Connectie met IDS

Dia 6

Kom verder  **Sorteren**

- Klik vervolgens op: Sorting (open)

Dia 7

Kom verder  Sorteren

- Stappen:
 - Lees de 79 ideeën in de linkerkolom 'unsorted statements'
 - Sorteert elk idee in een categorie die je zelf creëert (5–20 categorieën) door middel van slepen
 - Geef elke categorie een naam die volgens jou past bij de inhoud van de categorie (kun je tussendoor aanpassen)
 - Klik tussendoor al op 'save' als ideeën zijn ingedeeld

Het venster Instructions kun je wegklikken

Dia 8

Kom verder  Sorteren


- Regels:
 - Deel de categorieën in op basis van thema (en niet op basis van welke je het belangrijkste vindt)
 - Zorg ervoor dat elk idee in een categorie wordt geplaatst
 - Gebruik geen categorieën zoals 'Diversen' of 'Overige'

Klaar? Vul de vragen in op het formulier

Dia 9

Kom verder  Aan de slag

Dia 10

Kom verder  Nabespreking sorteren

- Hoe heb je het sorteren aangepakt?
- Waar heb je specifiek op gelet bij het sorteren?
- Welk soort ideeën waren moeilijk en welk soort ideeën makkelijk om te sorteren?

Dia 11

Kom verder  Waarderen

- Ga naar onderstaande linkjes (zie linkerkant)
 - Rating: Belangrijkheid (schaal 1 t/m 5)
 - Rating: Haalbaarheid (schaal 1 t/m 5)

Dia 12

Kom verder  Aan de slag

Dia 13

Kom verder  Nabespreking waarden

- Wat is je opgevallen aan het waarden van belangrijkheid?
- En aan het waarden van haalbaarheid?

Dia 14

Kom verder  Tot slot

- Beroepsoriëntatie
 - Wat kan je?
 - Competenties

Wat zijn voor jou de belangrijkste competenties om mee te nemen in de rest van de opleiding?

Dia 15

Kom verder  Hartelijk dank voor je aandacht!

Bijlage 6b: PowerPointpresentatie sorteren en waarderen experts

Dia 1


Kom verder 

Creativiteit in interieurontwerp

Sorteren en waarderen

saxion.nl


Dia 2

Kom verder 

Brainstorm

- Stelling 'Creativiteit in interieurontwerp is.....'
 - 880 ideeën van studenten
 - 61 ideeën van docenten/werkveldeskundigen
 - 22 ideeën van alumni
- Teruggebracht tot 79 unieke ideeën


Dia 3

Kom verder 

Vandaag

- Group Concept Mapping
- Sorteren
 - Indelen van de ideeën in categorieën
 - Titels geven aan de categorieën
- Waarderen
 - Belangrijkheid
 - Haalbaarheid

Dia 4

Kom verder 

Bijlage D

Kwaliteit

Bijlage D1
Overzicht stellingen per cluster, bodging waarde en gemiddelde waarde belangrijkheid en haalbaarheid.

Nummer	Stelling	Waarde		
		Bodging	W.v.a.	W.h.a.
Cluster 1: Stijl/interieur				
1	Stijl/interieur is op het gebied van...	32	5,02	2,21
22	De verscheidenheid van de ideeën...	32	5,26	3,18
48	De ideeën die het meest...	32	4,78	3,11
33	Stijl/interieur die het meest...	34	5,05	3,08
10	Stijl/interieur die het meest...	38	4,75	3,02
22	Stijl/interieur die het meest...	33	4,98	3,09
44	De ideeën die het meest...	32	4,21	4,81
68	De meest...	30	4,89	4,65
Cluster 2: Interieur en stijl/interieur				
21	Stijl/interieur die het meest...	39	5,46	4,97
24	De meest...	33	5,44	3,96
28	Stijl/interieur die het meest...	48	5,17	4,95

Dia 5

Kom verder 

Achtergrondkenmerken

- Ga naar <http://conceptsystmsglobal.com/CVDI/sort/rate>
 - Participate Anonymously
 - Accept privacy
 - Klik op: Algemene vragen (open)
 - Geslacht
 - Werkervaring
 - Hoogst genoten opleiding
 - Connectie met IDS


Dia 6

Kom verder 

Sorteren

- Klik vervolgens op: Sorting (open)


Dia 7

Kom verder  Sorteren

- Stappen:
 - Lees de 79 ideeën in de linkerkolom 'unsorted statements'
 - Sorteert elk idee in een categorie die je zelf creëert (5-20 categorieën) door middel van slepen
 - Geef elke categorie een naam dat de inhoud van de categorie beschrijft (kun je tussendoor aanpassen)
 - Klik tussendoor al op 'save' als ideeën zijn ingedeeld

Het venster Instructions kun je wegklikken

Dia 8

Kom verder  Sorteren

- Regels:
 - De categorieën worden gecreëerd op thema (en dus niet op prioriteit)
 - Gebruik geen categorieën zoals 'Diversen' of 'Overige'.
 - Zorg ervoor dat elk idee in een categorie wordt geplaatst

Klaar? Vul de vragen in op het formulier

Dia 9

Kom verder  Aan de slag

Dia 10

Kom verder  Nabespreking sorteren

- Hoe heb je het sorteren aangepakt?
- Waar heb je specifiek op gelet bij het sorteren?
- Welk soort ideeën waren moeilijk en welk soort ideeën makkelijk om te sorteren?

Dia 11


Kom verder  Waarderen

- Ga naar onderstaande linkjes (zie linkerkant)
 - Rating: Belangrijkheid (schaal 1 t/m 5)
 - Rating: Haalbaarheid (schaal 1 t/m 5)

Dia 12

Kom verder  Pizza+Waarderen

Dia 13

Kom verder  Nabespreking waarden

- Wat is je opgevallen aan het waarden van belangrijkheid?
- En aan het waarden van haalbaarheid?

Dia 14

Kom verder  Vervolg

- Sorteren/waarden
- Analyse
- Interpretatieworkshops
- Implementatie

Dia 15

Kom verder  Hartelijk dank voor je hulp!

Bijlage 7: Vragenlijst sorteren en waarderen

Workshop Creativiteit in interieurontwerp

Sorteren

1. Hoe heb je het sorteren aangepakt?

.....
.....
.....
.....

2. Waar heb je specifiek op gelet?

.....
.....
.....
.....

3. Welk soort ideeën waren moeilijk en welk soort ideeën makkelijk om te sorteren?

.....
.....
.....
.....

Waarderen

1. Wat is je opgevallen aan het waarderen van belangrijkheid?

.....
.....
.....
.....

2. Wat is je opgevallen aan het waarderen van haalbaarheid?

.....
.....
.....
.....

Bijlage 8: Uitwerking vragenlijst en opnames sorteren/waarderen

Bijlage 8a Uitwerking sorteren

	Studenten	Experts
Aanpak	<p>In de aanpak voor het sorteren is een tweedeling zichtbaar. Een aantal studenten ging na het lezen van het statement meteen een cluster aanmaken en bij volgende statements kijken of deze hierbij passen of dat er een nieuw cluster aangemaakt moest worden. Een aantal andere studenten geeft aan eerst alle statements door te hebben gelezen en aan de hand daarvan de clusters te hebben gemaakt. Twee studenten geven aan eerst naar overlap tussen statements gezocht te hebben. Eén student geeft aan de moeilijke statements eerst te hebben overgeslagen en één student geeft aan het aan het einde nog een controle is gedaan.</p>	<p>Drie experts geven aan na het lezen van het statement meteen een cluster aan te maken en een nieuw cluster aan te maken als een volgend statement niet binnen de aangemaakte clusters paste. Hiernaast is een grote verscheidenheid te zien in de aanpak van experts. Voorbeelden hiervan zijn: aanmaken van clusters die representatief lijken voor de praktijk en het onderwijs, focus op de werkclusters student, docent en werkveld en hiernaast algemene ‘eigenschappen’ te gebruiken zoals originaliteit, clusters dekkend maken door ze van abstractie te ontdoen, intuïtief, richten op thematische overlap, uitgaan van het ontwerpproces en dat sepeeraat in een aantal clusters indelen en het aanpassen van de naam van het cluster na het toevoegen van nieuwe statements.</p>
Specifiek gelet op....	<p>Vier studenten geven aan specifiek gelet te hebben op de vaardigheden die ze zelf als interieurontwerper zouden willen hebben, drie studenten geven aan gelet te hebben op vergelijkbare woorden en twee studenten geven aan niet ergens specifiek op te hebben gelet. Overige antwoorden zijn: het formuleren van brede clusters waar veel statements bij kunnen, het letten op signaalwoorden zoals nieuw (=innovatief), eigen (=originaliteit) en overtuigen (=communicatief), het hanteren van de gekregen lesvakken als uitgangspunt, het zelf kunnen verantwoorden waarom een statement onder een bepaald cluster is geplaatst, kernwoorden en doel van het statement.</p> <p>In de nabespreking is naar voren gekomen dat meerdere studenten gelet hebben op de kernwoorden</p>	<p>Twee experts geven aan specifiek gelet te hebben op de overeenkomsten. Overige antwoorden zijn: vakinhoud en houding persoon, het eigen gevoel, waar je met de vraag naar toe wilt, onderscheid tussen student, vaardigheden en proces, op welk moment de statements binnen de carrière het belangrijkste zijn, het ontwerpproces, proces van creativiteit en interpretatie van de tekst.</p>
Moeilijkheid	<p>Vier studenten geven aan dat een aantal statements lastig te begrijpen is of lastige woorden bevatte en drie studenten geven aan dat de vage/zweverige statements lastig te sorteren zijn. In de nabespreking is aangegeven dat hoe creatiever het antwoord was, hoe moeilijker het te sorteren was. Eén student geeft juist aan dat concrete statements lastig te sorteren zijn. Hiernaast vonden de studenten het</p>	<p>Vier experts geven aan dat statements die op meerdere manieren te interpreteren zijn lastig zijn te sorteren en twee experts hadden moeite met de statements gericht op beroepsspecifieke toewijzingen. In de nabespreking is aangegeven dat sommige statements cryptische omschrijvingen zijn en dat taal hierbij een cruciale factor speelt. Eén respondent vraagt zich af als een antwoord bij</p>

volgende lastig: statements met veel details, statements die je gewoon in het cluster 'creativiteit' zou willen plaatsen, statements die erg op elkaar lijken, statements waarvan er maar één is met een vergelijkbare essentie, statements met een brede inhoud en statements op het gebied van kennis/eigenschappen en advies. In de nabespreking is naar voren gekomen dat verschillende studenten de moeilijke statements hebben overgeslagen en later op gevoel de statements hebben geplaatst waar deze het beste bij zouden passen.

Wat betreft de makkelijkere statements benoemden verschillende studenten de statements over concrete dingen zoals communicatie en klantgerichtheid en twee studenten open statements (omdat je daar alle kanten mee op kan). Hiernaast vonden de studenten het volgende makkelijk: statements met een vergelijkbare essentie, statements op het gebied van meningen en statements die vaak terugkwamen (zoals klantgerichtheid, inspiratie, durven en experimenteren).

meerdere clusters past wat het sorteren dan voor zin heeft. Hiernaast geven de experts aan het volgende lastig te vinden: statements die in de ogen van de respondent niet op de vraag sloegen, abstracte statements, onduidelijk of slecht geformuleerde statements en statements over houding en onderzoeksaspecten. Eén respondent geeft aan het geheel lastig te vinden, zeker als je het sepeeraat wilt houden (lef en eigenheid lijken bijvoorbeeld op elkaar) en één expert geeft aan een prullenbak nodig te hebben voor een aantal zaken.

Wat betreft de makkelijkere statements benoemden twee experts statements die ze herkenden vanuit zichzelf en twee experts benoemden enkelvoudige statements. Hiernaast vonden de experts de volgende statements makkelijk: statements die continu gevraagd worden van de interieurontwerper, korte en heldere statements en vaardigheden en voorwaarden. In de nabespreking geeft een respondent aan dat er geen kleuring is van de eigen vooringenomenheid. Dit wordt als positief ervaren, want daardoor kun je naar een discussie over de essentie van de punten aangezien statements en clusters soms dicht bij elkaar liggen.

Bijlage 8b Uitwerking waarden

	Studenten	Experts
Belangrijkheid	<p>Vier studenten geven aan meer dingen belangrijk te vinden dan ze van tevoren hadden verwacht, vier studenten geven aan dat er veel vaardigheden belangrijk zijn om een goede ontwerper te worden en twee studenten geven aan dat bijna alles wel redelijk belangrijk is. Overige opmerkingen van studenten zijn: het onderscheid maken tussen statements is lastig, de statements waarbij het over jezelf als interieurontwerper gaat zijn het meest belangrijk en statements die zich richten op details zijn het minst belangrijk. In de nabespreking is toegelicht dat met name statements gericht op de praktijk, zoals technische aspecten belangrijk is gevonden. Eén student geeft aan dat je wel een mooi interieur kunt bedenken, maar als de uitvoering niet kan omdat bijvoorbeeld een muur niet verplaatst kan worden, het ook weinig zin heeft. Hiernaast komt in de nabespreking naar voren dat ‘het hebben van een kunstopleiding als achtergrond’ niet belangrijk is, aangezien je zonder kunstopleiding ook creatief kunt zijn.</p>	<p>Zes experts geven aan dat bijna alles wel belangrijk lijkt te zijn en er weinig onzinstatements te vinden zijn. In de nabespreking is toegelicht dat dit komt doordat het belang van een statement wel duidelijk af te bakenen is. Twee experts geven aan dat statements waar je blij van wordt als daar creativiteit uit voortkomt belangrijk zijn. Overige opmerkingen van de experts zijn: de waarde van de statements kan variëren binnen de verschillende rollen die je als interieurontwerper hebt, het belang dat aan een statement wordt gehecht is cultuurgebonden, het belang van de statements is meer relevant dan de haalbaarheid en het waarden is makkelijker dan het sorteren.</p>
Haalbaarheid	<p>Zeven studenten geven aan dat alles (tot op zekere hoogte) haalbaar is als je daar zelf voor open staat en drie studenten geven aan dat haalbaarheid afhankelijk is van aanleg, aard van de persoon of het gevoel dat je ervoor hebt (karakter en motivatie spelen hierbij een belangrijke rol). In de nabespreking is hieraan toegevoegd dat dit ook afhankelijk is van werkervaring; ‘Je kunt niet alles in vier leerjaren leren’. Hiernaast geven studenten aan dat een aantal statements niet haalbaar is, aangezien docenten hiervoor niet de ruimte geven. ‘Het is lastig om te falen, want je wilt ook studiepunten halen. Als je de ruimte krijgt om te falen, dan durf je ook meer te experimenteren met de opdrachten’, ‘Ik durf meer te experimenteren bij opdrachten waar geen studiepunten van afhangen’, ‘Je moet het eerste jaar echt halen en daardoor zit er veel druk achter. De kosten van de opleiding spelen hier ook een rol in’, ‘Je moet je echt verplaatsen in de docent om te bepalen wat diegene nou precies wil. Je werkt uiteindelijk toch naar de smaak van de beoordelaar toe. Als een docent veel met</p>	<p>Twee experts geven aan dat het afhankelijk van de student als persoon is of de statements haalbaar zijn. In de nabespreking is aangegeven dat sommige statements niet aan te leren zijn, maar dat je daar alleen beter in kunt worden. Twee experts geven juist aan dat alle statements tot op zekere hoogte haalbaar zijn. Overige opmerkingen van de experts zijn: sommige statements zijn niet per se aan te leren, het is lastig om haalbaarheid te beoordelen, de haalbaarheid is afhankelijk van de invloed van de opdrachtgever, de hoofdvraag is niet of de statements haalbaar zijn, het beoordelen van haalbaarheid geeft de neiging tot het interpreteren van urgentie, hoe creatiever het statement; hoe lastiger haalbaar en statements die niet belangrijk zijn in creativiteit kunnen wel heel erg haalbaar zijn.</p>

	<p>pure materialen doet, ga ik niet schilderen'. 'Ik kan over artistieke docenten niet goed met de docent discussieren, want we komen er niet uit omdat we een andere smaak hebben' en 'De keuzes uitleggen is lastig, omdat je een eigen referentiekader hebt. Het zal fijn zijn als je keuzes uit kunt leggen, want dan kun je je denkwijze beter laten zien'.</p> <p>Overige opmerkingen van studenten zijn: statements gericht op het ontwikkelen van jezelf zijn meer haalbaar dan statements gericht op de klant, er zijn veel punten om te leren voordat je een goede interieurontwerper wordt, statements waar training en ervaring voor nodig is zijn het moeilijkst haalbaar, de inschatting of statements haalbaar zijn is lastig om te maken en het is niet haalbaar om alles terug te laten komen in het onderwijs.</p>	
--	--	--

Bijlage 9: Bepaling aantal clusters

Bijlage 9a Vragenlijst controle analyse resultaten

1. Laat Pointmap zien
2. Clusterreplaymap: Welke keuzes maken?

De docente is bij de 10 clusters begonnen. De clusters 1 en 2 kunnen volgens haar worden samengevoegd, aangezien beide onderdelen gaan over originaliteit. De clusters 9 en 10 kunnen worden samengevoegd, aangezien het bij beide gaat over klantgerichtheid. De clusters 5 en 6 kunnen worden samengevoegd, aangezien het bij beide gaat over het leggen van verbanden. De clusters 3 en 4 kunnen volgens de docente niet worden samengevoegd. Cluster 3 gaat namelijk over het kunnen realiseren van het ontwerp, terwijl cluster 4 gaat over het kunnen ontwerpen. Cluster 3 is daarbij gericht op de houding van de interieurontwerper, terwijl cluster 4 gaat over de capaciteiten van de interieurontwerper. De docente komt hiermee uit op zeven verschillende clusters.

3. Welke titels zou je aan deze clusters geven?

Aan de hand van de ideeën in het cluster, heeft de docente titels gegeven aan de clusters. Vervolgens zijn deze titels vergeleken met de titels die de onderzoeker aan de clusters had gegeven. Het eerste cluster met de naam 'Het ontwerpen van een interieur in eigen stijl' legt volgens de docente te veel de nadruk op het ontwerpen. Originaliteit of authenticiteit acht ze daarom beter. Over de naam van het tweede cluster zitten er geen verschillen tussen de docente en de onderzoeker. Het gaat in dit cluster over het realiseren of resultaatgericht zijn. Het derde cluster met de naam 'Vaardigheden interieurontwerper' is voor de docente te breed. Het gaat specifiek om het ontwerpen, maken of creëren. Over het vierde cluster zijn de docente en de onderzoeker het onafhankelijk van elkaar eens. De docente voegt hieraan toe dat het specifiek gaat over associëren en verbanden leggen. Het vijfde cluster met de naam 'Houding en gedrag' is voor de docente onjuist, aangezien iedereen houding en gedrag heeft (ook niet creatievelingen). Het zesde cluster met de naam 'Verdieping van kennis' is voor de docente onjuist, aangezien de creatieve ontwerper zich niet wil verdiepen. Een beter passende naam hierbij is nieuwsgierigheid. Het zevende cluster 'Klantgerichtheid' is voor de docente te beperkt. Ze vindt gebruikersgerichtheid beter, aangezien hierin ook het businessaspect verwerkt zit. In de opleiding noemt men dit onderwerp 'weconomy'. Hier zit gerichtheid op de ander, maar bijvoorbeeld ook duurzaamheid in verwerkt. Het resultaat zijn de volgende zeven clusters:

1=Authentiek zijn

2=Realiseren

3=Ontwerpen

- 4=Onderzoeken en experimenteren
- 5=Durven en doen
- 6=Nieuwsgierig zijn
- 7=Gebruikersgericht zijn
- 4. Vul aantal clusters in bij ‘cluster map’
- 5. Go-zone
- 6. Pattern match
- 7. Doe hetzelfde bij experts en studenten
 - a. Aantal clusters invoeren
 - b. Cluster map bekijken
 - c. Titels aan clusters geven

Experts:

Studenten:

Tot slot zijn de clusternamen per respondentgroep door de docente voorzien van namen:

1=Oorspronkelijkheid

2=Onderzoeken en experimenteren

3=Creëren

4=Ontwerpen

5=Durven en doen

6=Samenwerken

7=Gebruikersgericht zijn

1=Vernieuwend zijn

2=Onderzoekend vermogen

3=Ontwerpen

4=Nieuwsgierig zijn

5=Uitstralen

6=Authentiek zijn

7=Gebruikersgericht zijn

Bijlage 9b Toelichting clustering

De clusterreplaymap geeft met een uitdraai van tien clusters aan dat bij negen clusters cluster 1 en 2, bij acht clusters 9 en 10, bij zeven clusters 5 en 6 en bij zes clusters 3 en 4 samengevoegd worden. De onderzoeker en de docente gaven beiden onafhankelijk van elkaar aan dat de clusters 1 en 2, 9 en 10 en 5 en 6 bij elkaar passen. De clusters 1 en 2 kunnen samengevoegd worden, aangezien beide onderdelen gaan over originaliteit. De clusters 9 en 10 kunnen worden samengevoegd, aangezien beide clusters gaan over klantgerichtheid. De clusters 5 en 6 kunnen worden samengevoegd, aangezien het beide clusters gaan over onderzoek. De clusters 3 en 4 zijn niet samengevoegd, aangezien cluster 3 gericht is op het realiseren van het ontwerp en cluster 4 over het kunnen ontwerpen. Cluster 3 is daarbij gericht op de houding van de interieurontwerper ten aanzien van het realiseren van het ontwerp, terwijl cluster 4 gaat over de capaciteiten van de interieurontwerper om het ontwerp te kunnen realiseren.

Bijlage 9c Inhoud clusters

Het eerste cluster is 'Eigenheid'. De statements zijn hierbij gericht op het ontwikkelen (van een veelzijdigheid) van eigen ideeën en het je als interieurontwerper kunnen onderscheiden op basis van uniciteit. Het tweede cluster is 'Ontwerpresultaat' en hierin staat het uiteindelijke interieurontwerp centraal. Vanwege het onderscheid tussen product en proces hebben de respondenten gekozen voor deze titel. De statements binnen dit cluster zijn gericht op het combineren van de beschikbare middelen binnen de restricties die er zijn en hiermee het beoogde doel kunnen bereiken. Het derde cluster heeft als titel 'creëren'. Onder dit cluster staat een aantal voorwaarden om te kunnen komen tot een creatief ontwerp, zoals het hebben van gevoel voor ontwerp, het kunnen bieden van een persoonlijke benadering en verbindingen kunnen maken tussen onsamenhangende factoren. Het vierde cluster is 'Onderzoek en experiment'. De statements in dit cluster zijn gericht op waarnemen. Hiertoe behoort het kunnen opdoen van vernieuwende ideeën door middel van onderzoek naar en experimenteren met de mogelijkheden en beperkingen die er zijn. Het vijfde cluster heeft als titel 'Doen'. Voorwaarden hiervoor zijn een onderzoekende houding, durf en lef. Het zesde cluster is 'Nieuwsgierigheid'. Creativiteit in interieurontwerp kenmerkt zich door een interieurontwerper die de beschikbare kennis wil uitdiepen totdat het gewenste resultaat is bereikt. Het laatste cluster is 'Klantgerichtheid'. Dit cluster bevat statements gericht op het kunnen vertalen van de wensen en behoeften van de klant naar een passend ontwerp en het kunnen vermarkten van dit ontwerp. Het kunnen samenwerken met verschillende partijen en communicatie zijn hierbij belangrijke vaardigheden. In de interpretatieworkshop geven de experts aan dat de clusters een behoorlijk compleet beeld weergeven van wat creativiteit in interieurontwerp is. Een aantal experts geeft echter aan dat er te veel clusters zijn en er gekeken moet worden of er nog meer clusters samengevoegd kunnen worden.

Bijlage 10: Overzicht statements per cluster

Bijlage 10a: Overzicht statements per cluster (alle respondenten)

Nr.	Statement	Bridging Value	Waarde belangrijkheid	Waarde haalbaarheid
<u>Cluster 1: Eigenheid</u>		0,18	3,85	3,72
1.	Het oplossen van vraagstukken door eigen ideeën	0,10	3,84	3,75
4.	Het aandragen van oorspronkelijke ideeën voor vraagstukken op interieurgebied	0,10	3,50	3,78
12.	De kunst om van niets iets te kunnen maken	0,13	3,72	3,72
16.	Diversiteit en veelzijdigheid: voor iedere oplossing zijn er 100 ideeën mogelijk	0,05	3,81	3,66
18.	Lef: Iets durven neerzetten wat een stukje van jezelf is en een mening weergeeft	0,22	3,81	3,66
33.	Het geven van de juiste draai aan gewone alledaagse dingen	0,16	3,56	3,59
34.	Dingen zo doen dat ze onderscheidend zijn en daar een eigen handtekening aan geven wat jou als ontwerper uniek maakt	0,23	4,06	3,72
36.	Het vinden van oplossingen voor de meest uiteenlopende ideeën	0,03	3,91	3,75
37.	Het beste uit jezelf halen	0,33	4,03	4,00
39.	Duidelijk een eigen handschrift laten terugkomen	0,36	4,13	3,69
49.	Het vinden van een niet gebruikelijke en daardoor vernieuwende oplossing	0,05	3,63	3,59
63.	Vanuit een goed begrip van de probleemstelling oplossingen genereren die verrassende antwoorden opleveren	0,07	3,88	3,69
67.	Gevoel hebben bij esthetiek	0,22	3,91	3,81
69.	Een eigen kijk op interieurontwerp	0,22	3,97	3,97
75.	Anders zijn dan de rest	0,25	3,84	3,41
77.	Het ontwikkelen van een eigen stijl	0,30	4,19	3,84
79.	Doen wat mensen niet snel verwachten	0,20	3,63	3,59
<u>Cluster 2: Ontwerpresultaat</u>		0,24	3,72	3,77
13.	Essentieel om te komen tot zorgvuldige, beeldrijke, prijsbewuste, technisch haalbare en vernieuwende interieurontwerpen	0,31	3,56	3,69
14.	Het realiseren van een maximaal (innovatief) resultaat binnen de ruimtelijke en economische restricties, waarbij innovatief tussen haakjes staat omdat het geen doel op zich mag zijn	0,32	3,75	3,69

22.	Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie	0,17	3,94	4,03
23.	Het ontwerpen waarbij rekening gehouden wordt met zowel het macroniveau (het geheel) als het microniveau (ontwerpen in details)	0,20	3,84	3,72
26.	De ontwerpoplossing niet alleen afhankelijk laten zijn van de ontwerper, maar juist van de context	0,20	3,53	3,66
31.	De gebruiker een prikkel of iets extra's geven	0,34	3,72	3,66
46.	Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen	0,34	3,94	3,88
55.	Het bereiken van de essentie van een project/ontwerpvrage	0,09	3,81	3,78
76.	Duurzaamheid in het ontwerp verwerken	0,15	3,34	3,81
Cluster 3: Creëren		0,34	3,84	3,82
25.	Het vinden van een ultieme mix tussen functionaliteit en esthetiek	0,29	3,88	3,56
40.	Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)	0,29	4,25	3,94
43.	Het doorvoeren van gevoel en idee van inrichting en styling van ruimten in concept en ontwerp	0,29	3,72	3,88
54.	Het kunnen bieden van een persoonlijke benadering in elk project	0,47	3,88	3,78
56.	Zichtbaar in details	0,43	3,50	3,72
59.	Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp	0,29	4,00	4,13
60.	Het verbinden van ogenschijnlijk onsamenhangende factoren tot een nieuw inzicht/design/beleving	0,21	3,66	3,81
61.	Binnen de gegeven eisen en wensen iets verrassends kiezen	0,42	3,90	3,66
68.	Het creëren van een nieuwe omgeving in een bestaande omgeving	0,34	3,81	3,94
Cluster 4: Onderzoek en experiment		0,21	3,79	3,86
2.	Het generen van eigen ideeën door kunstbeoefening/-opleiding	0,40	3,28	3,81
8.	Vrij associëren	0,24	3,91	3,84
9.	Onderzoeken en experimenteren	0,04	4,44	4,47
11.	Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt	0,00	3,91	4,00
15.	Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen	0,20	4,00	4,53
28.	Bevlogen zijn als interieurontwerper	0,26	4,06	3,84

29.	Een combinatie van materialen gebruiken/toepassen, kennis en de juiste flow hebben/creëren	0,19	4,06	3,78
32.	Het bieden van inspiratie aan anderen	0,27	3,50	3,78
47.	Loslaten van wat er al is	0,24	3,25	3,34
48.	Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen	0,21	3,97	4,19
53.	Telkens weer jezelf kunnen vernieuwen	0,47	4,09	3,38
64.	Niet vanuit een toolbox met oplossingen opereren, maar helder vanuit de analyse en je eigen visie een opdracht aanvliegen	0,05	3,53	3,56
78.	Het bedenken van zoveel mogelijk ideeën	0,18	3,31	3,69
<u>Cluster 5: Doen</u>		0,55	3,93	3,88
3.	Het hebben van een kunstopleiding als achtergrond	1,00	2,63	3,41
19.	Niet bang zijn om te falen	0,62	4,22	3,69
35.	Het hebben van een onderzoekende houding	0,35	4,34	4,09
57.	Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur	0,64	3,84	4,19
66.	Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur	0,31	4,34	4,13
71.	Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent	0,28	4,16	3,91
73.	In welk opzicht dan ook jezelf zijn, maar het toch toegankelijk houden voor de buitenwereld	0,64	3,97	3,75
<u>Cluster 6: Nieuwsgierigheid</u>		0,53	3,89	3,89
10.	Het stellen van de vraag achter de vraag	0,30	4,03	4,16
17.	Het hebben van veel kennis over de juiste toepassing voor een specifieke vraagstelling	0,84	3,53	3,81
21.	Leren kijken en analyseren	0,39	4,13	4,31
27.	Het hebben van een open houding	0,64	4,25	3,88
30.	Dingen die niet mogelijk zijn onderzoeken tot ze realiseerbaar worden	0,26	3,72	3,50
38.	Al de verschillende tools kunnen gebruiken om een eindproduct te maken	0,63	3,78	3,72
42.	Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp	0,49	4,00	4,13
70.	Het kruisen van vakgebieden	0,59	3,69	3,66
72.	Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht	0,68	3,91	3,88
<u>Cluster 7: Klantgerichtheid</u>		0,25	3,86	3,88

5.	Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers	0,21	4,50	4,22
6.	Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper	0,32	4,03	4,06
7.	Het aansluiten met het idee bij diverse partijen	0,16	3,53	3,63
20.	Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband	0,40	3,97	4,06
24.	Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte	0,38	3,94	4,16
41.	Gedienstig zijn zonder verlies van je identiteit	0,32	3,81	3,34
44.	Het concretiseren van wensen en opvattingen, zodanig dat het in een uitvoerbaar en levensvatbaar ontwerp wordt samengesteld	0,20	3,66	3,84
45.	Het creëren van een toegewijd, betrokken, open en vertrouwelijk klimaat	0,28	3,56	3,47
50.	Iets vinden wat bij de klant past	0,19	3,97	4,16
51.	Het verplaatsen in de wereld van de klant	0,16	4,00	4,03
52.	Het meenemen van de klant in de wereld van de interieurontwerper	0,20	3,66	3,66
58.	Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp	0,13	3,97	4,13
62.	Door middel van analyses, een eigen visie en luisteren een perfecte omgeving creëren voor de gebruiker	0,23	3,97	3,69
65.	Het kunnen voeren van een dialoog met mens, materiaal en ruimte	0,32	3,72	3,78
74.	Noodzakelijk in het vakgebied om tot oplossingen te komen	0,22	3,59	3,94

Bijlage 10b: Overzicht statements per cluster (studenten)

Nr.	Statement	Bridging Value	Waarde belangrijkheid	Waarde haalbaarheid
Cluster 1: Vernieuwend zijn		0,33	3,99	3,91
1.	Het oplossen van vraagstukken door eigen ideeën	0,32	3,94	3,83
2.	Het generen van eigen ideeën door kunstbeoefening/-opleiding	0,35	3,44	3,94
12.	De kunst om van niets iets te kunnen maken	0,35	3,94	3,89
33.	Het geven van de juiste draai aan gewone alledaagse dingen	0,29	3,83	3,83
34.	Dingen zo doen dat ze onderscheidend zijn en daar een eigen handtekening aan geven wat jou als ontwerper uniek maakt	0,21	4,56	4,00
43.	Het doorvoeren van gevoel en idee van inrichting en styling van ruimten in concept en ontwerp	0,60	3,83	4,00
53.	Telkens weer jezelf kunnen vernieuwen	0,34	4,33	3,67
56.	Zichtbaar in details	0,30	3,56	3,94
61.	Binnen de gegeven eisen en wensen iets verrassends kiezen	0,23	4,17	3,72
71.	Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent	0,31	4,28	4,22
Cluster 2: Onderzoekend vermogen		0,31	3,82	3,90
4.	Het aandragen van oorspronkelijke ideeën voor vraagstukken op interieurgebied	0,43	3,39	3,72
16.	Diversiteit en veelzijdigheid: voor iedere oplossing zijn er 100 ideeën mogelijk	0,31	4,11	3,72
26.	De ontwerp oplossing niet alleen afhankelijk laten zijn van de ontwerper, maar juist van de context	0,26	3,61	3,67
35.	Het hebben van een onderzoekende houding	0,44	4,33	4,17
36.	Het vinden van oplossingen voor de meest uiteenlopende ideeën	0,19	4,06	3,94
48.	Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen	0,29	4,00	4,39
49.	Het vinden van een niet gebruikelijke en daardoor vernieuwende oplossing	0,29	3,72	3,83
55.	Het bereiken van de essentie van een project/ontwerp vraag	0,21	3,67	3,89
60.	Het verbinden van ogenschijnlijk onsamenvangende factoren tot een nieuw inzicht/design/beleving	0,27	3,61	3,83

63.	Vanuit een goed begrip van de probleemstelling oplossingen genereren die verrassende antwoorden opleveren	0,36	3,89	3,78
64.	Niet vanuit een toolbox met oplossingen opereren, maar helder vanuit de analyse en je eigen visie een opdracht aanvliegen	0,19	3,78	3,72
68.	Het creëren van een nieuwe omgeving in een bestaande omgeving	0,39	4,00	4,11
78.	Het bedenken van zoveel mogelijk ideeën	0,41	3,44	3,89
Cluster 3: Ontwerpen		0,39	4,02	4,20
9.	Onderzoeken en experimenteren	0,24	4,44	4,78
10.	Het stellen van de vraag achter de vraag	0,55	3,67	4,28
11.	Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt	0,18	3,94	4,17
15.	Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen	0,28	4,11	4,72
25.	Het vinden van een ultieme mix tussen functionaliteit en esthetiek	0,16	4,00	3,78
30.	Dingen die niet mogelijk zijn onderzoeken tot ze realiseerbaar worden	0,08	3,89	3,61
38.	Al de verschillende tools kunnen gebruiken om een eindproduct te maken	0,38	4,06	3,94
57.	Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur	1,00	3,67	4,33
66.	Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur	0,62	4,44	4,17
Cluster 4: Nieuwsgierig zijn		0,22	3,84	3,93
13.	Essentieel om te komen tot zorgvuldige, beeldrijke, prijsbewuste, technisch haalbare en vernieuwende interieurontwerpen	0,11	3,72	3,78
14.	Het realiseren van een maximaal (innovatief) resultaat binnen de ruimtelijke en economische restricties, waarbij innovatief tussen haakjes staat omdat het geen doel op zich mag zijn	0,18	3,72	3,67
22.	Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie	0,11	3,67	4,11
23.	Het ontwerpen waarbij rekening gehouden wordt met zowel het macroniveau (het geheel) als het microniveau (ontwerpen in details)	0,17	3,78	3,78
29.	Een combinatie van materialen gebruiken/toepassen, kennis en de juiste flow hebben/creëren	0,42	4,33	3,89
46.	Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen	0,20	4,22	4,28
59.	Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp	0,22	4,06	4,28
70.	Het kruisen van vakgebieden	0,35	3,61	3,44

74.	Noodzakelijk in het vakgebied om tot oplossingen te komen	0,20	3,89	4,11
76.	Duurzaamheid in het ontwerp verwerken	0,24	3,44	4,00
Cluster 5: Uitstralen		0,46	3,91	3,95
3.	Het hebben van een kunstopleiding als achtergrond	0,57	2,56	3,78
17.	Het hebben van veel kennis over de juiste toepassing voor een specifieke vraagstelling	0,69	3,94	4,06
19.	Niet bang zijn om te falen	0,36	4,33	3,83
27.	Het hebben van een open houding	0,34	4,44	4,00
28.	Bevlogen zijn als interieurontwerper	0,20	4,11	3,94
32.	Het bieden van inspiratie aan anderen	0,50	3,67	3,89
72.	Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht	0,59	4,33	4,17
Cluster 6: Authentiek zijn		0,13	4,09	3,92
8.	Vrij associëren	0,28	3,61	3,89
18.	Lef: Iets durven neerzetten wat een stukje van jezelf is en een mening weergeeft	0,09	4,06	3,72
37.	Het beste uit jezelf halen	0,14	4,44	4,39
39.	Duidelijk een eigen handschrift laten terugkomen	0,08	4,67	3,89
40.	Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)	0,08	4,44	4,11
41.	Gedienstig zijn zonder verlies van je identiteit	0,16	3,94	3,56
47.	Loslaten van wat er al is	0,29	3,17	3,61
54.	Het kunnen bieden van een persoonlijke benadering in elk project	0,08	3,89	3,94
67.	Gevoel hebben bij esthetiek	0,13	3,78	3,89
69.	Een eigen kijk op interieurontwerp	0,07	4,28	4,11
73.	In welk opzicht dan ook jezelf zijn, maar het toch toegankelijk houden voor de buitenwereld	0,11	4,22	4,00
75.	Anders zijn dan de rest	0,00	4,22	3,72
77.	Het ontwikkelen van een eigen stijl	0,01	4,61	4,17
79.	Doen wat mensen niet snel verwachten	0,25	3,89	3,83
Cluster 7: Gebruikersgericht zijn		0,44	4,07	4,07
5.	Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers	0,34	4,61	4,17
6.	Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper	0,60	4,56	4,33
7.	Het aansluiten met het idee bij diverse partijen	0,32	3,50	3,61

20.	Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband	0,59	3,89	4,28
21.	Leren kijken en analyseren	0,63	4,06	4,33
24.	Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte	0,56	4,06	4,44
31.	De gebruiker een prikkel of iets extra's geven	0,41	4,00	3,78
42.	Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp	0,58	4,17	4,39
44.	Het concretiseren van wensen en opvattingen, zodanig dat het in een uitvoerbaar en levensvatbaar ontwerp wordt samengesteld	0,50	3,78	4,00
45.	Het creëren van een toegewijd, betrokken, open en vertrouwelijk klimaat	0,46	3,72	3,61
50.	Iets vinden wat bij de klant past	0,38	4,28	4,22
51.	Het verplaatsen in de wereld van de klant	0,23	4,33	4,11
52.	Het meenemen van de klant in de wereld van de interieurontwerper	0,25	4,06	3,67
58.	Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp	0,21	4,11	4,22
62.	Door middel van analyses, een eigen visie en luisteren een perfecte omgeving creëren voor de gebruiker	0,57	4,28	4,00
65.	Het kunnen voeren van een dialoog met mens, materiaal en ruimte	0,37	3,78	3,94

Bijlage 10c: Overzicht statements per cluster (experts)

Nr.	Statement	Bridging Value	Waarde belangrijkheid	Waarde haalbaarheid
Cluster 1: Oorspronkelijkheid		0,13	3,49	3,35
1.	Het oplossen van vraagstukken door eigen ideeën	0,00	3,67	3,60
2.	Het generen van eigen ideeën door kunstbeoefening/-opleiding	0,21	3,07	3,67
8.	Vrij associëren	0,00	4,27	3,73
12.	De kunst om van niets iets te kunnen maken	0,13	3,47	3,40
18.	Lef: Iets durven neerzetten wat een stukje van jezelf is en een mening weergeeft	0,18	3,53	3,47
33.	Het geven van de juiste draai aan gewone alledaagse dingen	0,09	3,27	3,20
47.	Loslaten van wat er al is	0,08	3,27	3,00
49.	Het vinden van een niet gebruikelijke en daardoor vernieuwende oplossing	0,05	3,53	3,27
75.	Anders zijn dan de rest	0,28	3,40	2,93
77.	Het ontwikkelen van een eigen stijl	0,30	3,67	3,33
79.	Doen wat mensen niet snel verwachten	0,12	3,27	3,20
Cluster 2: Onderzoeken en experimenteren		0,12	3,82	3,74
9.	Onderzoeken en experimenteren	0,00	4,47	4,13
10	Het stellen van de vraag achter de vraag	0,07	4,40	4,00
11.	Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt	0,05	3,80	3,80
15.	Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen	0,01	3,87	4,27
16.	Diversiteit en veelzijdigheid: voor iedere oplossing zijn er 100 ideeën mogelijk	0,24	3,47	3,53
21.	Leren kijken en analyseren	0,10	4,27	4,27
30.	Dingen die niet mogelijk zijn onderzoeken tot ze realiseerbaar worden	0,09	3,47	3,40
32.	Het bieden van inspiratie aan anderen	0,15	3,33	3,53
36.	Het vinden van oplossingen voor de meest uiteenlopende ideeën	0,20	3,67	3,47
48.	Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen	0,08	3,87	3,87
63.	Vanuit een goed begrip van de probleemstelling oplossingen genereren die verrassende antwoorden opleveren	0,06	3,87	3,47

67.	Gevoel hebben bij esthetiek	0,33	4,00	3,60
78.	Het bedenken van zoveel mogelijk ideeën	0,13	3,13	3,33
Cluster 3: Creëren		0,16	3,67	3,59
4.	Het aandragen van oorspronkelijke ideeën voor vraagstukken op interieurgebied	0,17	3,60	3,87
14	Het realiseren van een maximaal (innovatief) resultaat binnen de ruimtelijke en economische restricties, waarbij innovatief tussen haakjes staat omdat het geen doel op zich mag zijn	0,17	3,80	3,67
23.	Het ontwerpen waarbij rekening gehouden wordt met zowel het macroniveau (het geheel) als het microniveau (ontwerpen in details)	0,16	3,93	3,67
31.	De gebruiker een prikkel of iets extra's geven	0,16	3,33	3,47
40.	Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)	0,16	4,07	3,67
43.	Het doorvoeren van gevoel en idee van inrichting en styling van ruimten in concept en ontwerp	0,14	3,60	3,73
46.	Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen	0,20	3,60	3,40
55.	Het bereiken van de essentie van een project/ontwerpvrage	0,08	4,00	3,60
62.	Door middel van analyses, een eigen visie en luisteren een perfecte omgeving creëren voor de gebruiker	0,22	3,60	3,20
76.	Duurzaamheid in het ontwerp verwerken	0,09	3,20	3,60
Cluster 4: Ontwerpen		0,21	3,66	3,58
22.	Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie	0,17	4,27	3,93
25.	Het vinden van een ultieme mix tussen functionaliteit en esthetiek	0,08	3,67	3,33
29.	Een combinatie van materialen gebruiken/toepassen, kennis en de juiste flow hebben/creëren	0,17	3,67	3,60
34.	Dingen zo doen dat ze onderscheidend zijn en daar een eigen handtekening aan geven wat jou als ontwerper uniek maakt	0,28	3,47	3,27
39.	Duidelijk een eigen handschrift laten terugkomen	0,37	3,47	3,33
56.	Zichtbaar in details	0,22	3,40	3,40
59.	Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp	0,21	3,93	3,87

60.	Het verbinden van ogenschijnlijk onsamenhangende factoren tot een nieuw inzicht/design/beleving	0,19	3,67	3,73
61.	Binnen de gegeven eisen en wensen iets verrassends kiezen	0,19	3,57	3,47
68.	Het creëren van een nieuwe omgeving in een bestaande omgeving	0,17	3,53	3,73
69.	Een eigen kijk op interieurontwerp	0,28	3,57	3,67
<u>Cluster 5: Durven en doen</u>		0,36	3,73	3,54
3.	Het hebben van een kunstopleiding als achtergrond	1,00	2,67	3,00
19.	Niet bang zijn om te falen	0,41	4,07	3,40
27.	Het hebben van een open houding	0,18	4,00	3,67
35.	Het hebben van een onderzoekende houding	0,27	4,40	4,00
37.	Het beste uit jezelf halen	0,19	3,60	3,47
38.	Al de verschillende tools kunnen gebruiken om een eindproduct te maken	0,42	3,40	3,40
42.	Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp	0,44	3,80	3,80
53.	Telkens weer jezelf kunnen vernieuwen	0,33	3,80	2,93
57.	Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur	0,34	4,00	4,00
64.	Niet vanuit een toolbox met oplossingen opereren, maar helder vanuit de analyse en je eigen visie een opdracht aanvliegen	0,19	3,20	3,27
65.	Het kunnen voeren van een dialoog met mens, materiaal en ruimte	0,33	3,60	3,53
66.	Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur	0,17	4,13	3,93
70.	Het kruisen van vakgebieden	0,50	3,73	3,87
71.	Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent	0,26	4,00	3,47
73.	In welk opzicht dan ook jezelf zijn, maar het toch toegankelijk houden voor de buitenwereld	0,34	3,60	3,40
<u>Cluster 6: Samenwerken</u>		0,22	3,65	3,64
5.	Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers	0,08	4,40	4,20
17.	Het hebben van veel kennis over de juiste toepassing voor een specifieke vraagstelling	0,53	3,00	3,53
20.	Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband	0,28	4,07	3,73
24.	Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte	0,26	3,80	3,80
28.	Bevlogen zijn als interieurontwerper	0,17	4,00	3,67

41.	Gedienstig zijn zonder verlies van je identiteit	0,13	3,67	3,00
51.	Het verplaatsen in de wereld van de klant	0,11	3,67	3,80
52.	Het meenemen van de klant in de wereld van de interieurontwerper	0,07	3,13	3,60
54.	Het kunnen bieden van een persoonlijke benadering in elk project	0,18	3,87	3,53
72.	Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht	0,24	3,40	3,47
74.	Noodzakelijk in het vakgebied om tot oplossingen te komen	0,35	3,20	3,73
<u>Cluster 7: Gebruikersgericht zijn</u>		0,13	3,48	3,68
6.	Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper	0,14	3,40	3,67
7.	Het aansluiten met het idee bij diverse partijen	0,09	3,53	3,60
13.	Essentieel om te komen tot zorgvuldige, beeldrijke, prijsbewuste, technisch haalbare en vernieuwende interieurontwerpen	0,24	3,40	3,47
26.	De ontwerp oplossing niet alleen afhankelijk laten zijn van de ontwerper, maar juist van de context	0,20	3,40	3,67
44.	Het concretiseren van wensen en opvattingen, zodanig dat het in een uitvoerbaar en levensvatbaar ontwerp wordt samengesteld	0,09	3,47	3,67
45.	Het creëren van een toegewijd, betrokken, open en vertrouwelijk klimaat	0,13	3,33	3,27
50.	Iets vinden wat bij de klant past	0,09	3,53	4,07
58.	Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp	0,03	3,73	4,00

Bijlage 11: Vragenlijst interpretatieworkshop

Creativiteit in interieurontwerp

Interpreteren

4. Wat zijn geschikte namen voor de clusters?

- 1=.....
- 2=.....
- 3=.....
- 4=.....
- 5=.....
- 6=.....
- 7=.....

5. Passen alle ideeën binnen de clusters?

Ja

Nee, de volgende ideeën moeten worden verwijderd:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Nee, de volgende ideeën passen beter bij een ander cluster:

- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....
- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....
- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....
- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....
- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....
- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....
- Idee nummer.....moet worden verplaatst van cluster.....naar cluster.....

6. In hoeverre herkennen jullie de indeling van de zeven clusters als 'creativiteit in interieurontwerp'? (geeft het een compleet beeld weer, of mis je aspecten?)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bijlage 12: Uitwerkingen interpretatieworkshop

Bijlage 12a Uitwerking titels clusters

	Definitieve titel	Toelichting
Cluster 1	Eigenheid	De experts noemden het vaak originaliteit, authenticiteit en eigenheid als titel. Er kwam snel eenduidigheid in de groep dat 'eigenheid' de 'spijker op zijn kop slaat'.
Cluster 2	Ontwerpresultaat	Realisatie en resultaatgerichtheid worden het vaakst genoemd als titel voor dit cluster. In de discussie is ingegaan op de verschillende begrippen en over de grens tussen iets ontwerpen en realiseren. Vanwege het onderscheid tussen product en proces heeft de groep gekozen voor de titel 'ontwerpresultaat'.
Cluster 3	Creëren	De experts noemen als mogelijke titel het vaakst ontwerpen, creëren en maken. Aan de hand van de discussie bij cluster 2, is geopperd om te kiezen voor de titel 'ontwerpproces'. Aangegeven wordt dat 'proces' nog niets zegt. 'Ontwerpen' wordt ook aangedragen als titel, maar doordat ontwerpen het maken is en 'creëren' het bedenken is aangegeven dat 'creëren' de lading van het cluster beter dekt.
Cluster 4	Onderzoek en experiment	Als mogelijke titels benoemen de respondenten het vaakst onderzoeken en experimenteren of een combinatie hiervan. Er is discussie over het gebruik van werkwoorden of zelfstandig naamwoorden in de titels en aangegeven wordt om eenduidig woordgebruik te hanteren en de titels zo kort mogelijk te houden. Dit is echter niet altijd mogelijk. Hiernaast is er discussie of cluster 4 en cluster 6 bij elkaar horen. De uitkomst van deze discussie is dat cluster 4 zich richt op waarnemen en cluster 6 op houding. Aangezien onderzoek en experiment beide bij waarnemen horen is gekozen voor een combinatie hiervan als titel.
Cluster 5	Doen	Titels die het vaakst zijn benoemd zijn lef, durven en doen. In de discussie is aangegeven dat lef en durven voorwaarden zijn voor doen, waardoor 'doen' de meest geschikte titel is voor dit cluster. Hierbij is aangegeven dat 'het echt kunnen toepassen' is waarvoor de studenten bij IDS worden opgeleid.
Cluster 6	Nieuwsgierigheid	De meeste experts geven aan dat 'nieuwsgierigheid' de meest passende titel is voor dit cluster. In de discussie wordt nog 'leren kijken' geopperd, maar deze titel wordt niet holistisch genoeg bevonden voor dit cluster.
Cluster 7	Klantgerichtheid	De aangedragen titels voor dit cluster zijn Weconomy, klantgerichtheid en ondernemerschap en samenwerking. Ondernemerschap voldoet niet als titel aangezien deze niet de woorden empathie en samenwerking dekt. Inhoudelijk gezien vindt men Weconomy het beste de lading dekken van dit cluster, maar de voorkeur gaat vanwege de eenduidigheid in alle clustertitels uit naar een concrete Nederlandstalige titel.

Bijlage 12b Uitwerking inhoud clusters (statements)

Nr.	Statement	Experts
	<u>Cluster 1: Eigenheid</u>	<p>Er is twijfel over de plek van de statements 18 (lef: iets durven neerzetten wat een stukje van jezelf is en een mening weergeeft), 37 (het beste uit jezelf halen), 67 (gevoel hebben bij esthetiek) en 75 (anders zijn dan de rest). Een grote meerderheid van de experts is er over eens dat statement 18 beter passend is bij cluster 5. Eén expert geeft aan dat het ‘durven’ en ‘mening’ uit elkaar gehaald moet worden, aangezien het statement nu bij zowel cluster 1 als cluster 5 past. Statement 37 vindt men beter passen bij cluster 5. Eén respondent geeft aan dat dit statement wel een andere lading zou kunnen krijgen in cluster 1, aangezien het beste uit jezelf halen een randvoorwaarde is om ook de eigenheid vorm te geven. De meerderheid is het hier echter niet mee eens, aangezien heel cluster 5 als randvoorwaarde wordt gezien om ook eigenheid te kunnen vormgeven. Er is discussie of statement 67 beter zou passen bij cluster 3. Doordat je voor het creëren gevoel moet hebben bij esthetiek, vindt de meerderheid dit statement beter passen bij cluster 3. Tot slot geeft één respondent aan dat statement 7 beter zou passen bij cluster 5. De rest van de respondenten is het niet eens met deze verplaatsing, aangezien het bij anders zijn dan de rest juist gaat over eigenheid. Als het statement ‘anders durven zijn dan de rest’ was geweest, had men dit statement wel graag willen verplaatsen.</p>
	<u>Cluster 2: Ontwerpresultaat</u>	<p>Er is twijfel over statements 22 (het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie) en 31 (de gebruiker een prikkel of iets extra’s geven). De groep is het direct eens met de verplaatsing van statement 22 naar cluster 4, aangezien je moet experimenteren met verschillende facetten om creatief te kunnen zijn. Over de verplaatsing van statement 31 ontstaat geen eenduidigheid. Men geeft aan dat het afhankelijk is van of de gebruiker ook de klant is of dit statement past bij ontwerpresultaat. Gekozen is om dit statement in dit cluster te laten.</p>
	<u>Cluster 3: Creëren</u>	<p>Er is twijfel over de plek van de statements 54 (het kunnen bieden van een persoonlijke benadering in elk project), 59 (een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp) en 61 (binnen de gegeven eisen en wensen iets verrassends kiezen). Statement 54 vindt de groep beter passen bij cluster 7, aangezien de persoonlijke benadering slaat op de klant waarvoor een ontwerp wordt gemaakt. Statement 59 vindt de groep ook passen bij cluster 2 aangezien het hier zowel om het ontwerpproces als ontwerpresultaat gaat. Statement 61 vindt de groep beter passen bij cluster 1 vanwege het woord ‘verrassend’: daarvoor wordt eigenheid gevraagd.</p>

<p><u>Cluster 4: Onderzoek en experiment</u></p>	<p>Er is twijfel over de statements 28 (bevlogen zijn als interieurontwerper), 32 (het bieden van inspiratie aan anderen), 47 (het loslaten van wat er al is) en 64 (niet vanuit een toolbox met oplossingen opereren, maar helder vanuit de analyse en je eigen visie een opdracht aanvliegen). Statement 28 vindt de groep beter passen bij cluster 5, aangezien bevlogenheid te maken heeft met doen. Er komt in de discussie geen eenduidigheid of statement 32 verplaatst zou moeten worden naar cluster 1 of cluster 7. Voor het bieden van inspiratie aan anderen kan onderzoek nodig zijn, maar ook eigenheid en het kunnen overtuigen van de klant. De groep is het met elkaar eens dat dit statement beter zou passen in cluster 5 of cluster 6, maar er komt geen eenduidigheid waar deze het beste bij zou passen. De oorzaak hiervan wordt gezocht dat dit statement op meerdere manieren te interpreteren is. Tot slot is de groep het met elkaar eens dat statement 64 beter zou passen in cluster 1, vanwege de ‘eigen visie’ dat in dit statement is weergegeven.</p>
<p><u>Cluster 5: Doen</u></p>	<p>Er is twijfel over de statements 3 (het hebben van een kunstopleiding als achtergrond) en 66 (nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur). De groep is het met elkaar eens dat statement 3 verwijderd moet worden, hoewel één respondent aangeeft dat het volgen van een kunstopleiding wel nieuwsgierigheid aangeeft en daardoor bij cluster 6 zou passen. De groep is het unaniem met elkaar eens dat statement 66 het beste bij cluster 6 past.</p>
<p><u>Cluster 6: Nieuwsgierigheid</u></p>	<p>Er is twijfel over de statements 27 (het hebben van een open houding), 42 (kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp) en 70 (het kruisen van vakgebieden). Aangegeven wordt dat statement 27 beter zou passen in cluster 4, aangezien het hebben van een open houding een voorwaarde is voor onderzoek. De meerderheid in de groep is het echter met elkaar eens dat het hebben van een open houding past bij nieuwsgierigheid en daardoor het beste past in cluster 6. Statement 47 vindt een respondent beter passen bij cluster 4. Vanwege de meerdere facetten die in het statement verscholen zitten, ontstaat hierover geen eenduidigheid in de groep. Tot slot is aangegeven dat statement 70 niet zou passen in dit cluster. Hiervoor krijgt zij geen bijval, aangezien nieuwsgierigheid als voorwaarde wordt gezien voor het kruisen van vakgebieden.</p>
<p><u>Cluster 7: Klantgerichtheid</u></p>	<p>Er is geen discussie over de statements binnen cluster 7. Statement 74 (noodzakelijk in het vakgebied om tot oplossingen te komen) wordt door één respondent als niet concreet genoeg ervaren. Vanwege het oplossingsgerichte in het statement is men het met elkaar eens dat dit statement wel in cluster 7 hoort.</p>

Bijlage 12c Uitwerking herkenning clusters

In hoeverre herkennen jullie de indeling van zeven clusters als 'creativiteit in interieurontwerp'?	
Expert 1	Er zijn te veel clusters. De termen zijn niet onderscheidend genoeg voor zeven clusters.
Expert 2	De clusters geven een behoorlijk compleet beeld. Vormstudie, beeldgrammatica en vormleer worden te beperkt genoemd, evenals de soft skills zoals poëzie. Er zijn te veel clusters. De clusters 5 en 6 kunnen worden samengevoegd.
Experts 3	Vanuit het idee 'keep it simple' lijkt me dit best ok, ondanks dat het vak veel meer items zal omhelzen.
Expert 4	Ik mis nog de soft skills, zoals 'gevoeligheid' en 'sensitiviteit', ruimte voor falen en luisteren.
Expert 5	Ik mis: Wat is de waarde van creativiteit/kunst overbrengen van inspiratie naar anderen? Less is more. Het is nu te breed voor IDS.
Expert 6	Fast Track Dutch Design Thinking: De vraag achter de vraag om zo op innovatieve ideeën te komen en tot meerdere oplossingen te komen (wicked problems). Zo kom je tot nieuwe oplossingen. Crossovers: erfgevoel-toekomst.
Expert 7	Het zou beter zijn als je drie clusters moet overbrengen in plaats van zeven clusters. 1 en 2 en 3 t/m 5 zouden ook samengevoegd kunnen worden.
Expert 8	Ik vind de indeling generiek voor alle creatieve toegepaste beroepen

Bijlage 13: Vragenlijst implementatieworkshop

Idee	Cluster	Wordt al aangeboden	Wordt nog niet aangeboden, maar momenteel wel ontwikkeld	Wordt niet aangeboden
5. Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers	7			
6. Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper	7			
8. Vrij associëren	4			
9. Onderzoeken en experimenteren	4			
10. Het stellen van de vraag achter de vraag	6			
11. Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt	4			
15. Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen	4			
20. Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband	7			
21. Leren kijken en analyseren	6			
22. Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie	2			
24. Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte	7			
27. Het hebben van een open houding	6			
28. Bevlogen zijn als interieurontwerper	4			
35. Het hebben van een onderzoekende houding	5			
37. Het beste uit jezelf halen	1			
40. Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)	3			
42. Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp	6			

46. Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen	2			
48. Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen	4			
50. Iets vinden wat bij de klant past	7			
51. Het verplaatsen in de wereld van de klant	7			
57. Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur	5			
58. Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp	7			
59. Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp	3			
66. Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur	5			
69. Een eigen kijk op interieurontwerp	1			
71. Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent	5			
72. Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht	6			
77. Het ontwikkelen van een eigen stijl	1			
Idee	Cluster	Moet worden aangeboden	Moet misschien worden aangeboden	Moet niet worden aangeboden
5. Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers	7			
6. Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper	7			
8. Vrij associëren	4			

9. Onderzoeken en experimenteren	4			
10. Het stellen van de vraag achter de vraag	6			
11. Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt	4			
15. Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen	4			
20. Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband	7			
21. Leren kijken en analyseren	6			
22. Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie	2			
24. Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte	7			
27. Het hebben van een open houding	6			
28. Bevlogen zijn als interieurontwerper	4			
35. Het hebben van een onderzoekende houding	5			
37. Het beste uit jezelf halen	1			
40. Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)	3			
42. Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp	6			
46. Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen	2			
48. Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen	4			
50. Iets vinden wat bij de klant past	7			
51. Het verplaatsen in de wereld van de klant	7			
57. Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur	5			

58. Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp	7			
59. Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp	3			
66. Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur	5			
69. Een eigen kijk op interieurontwerp	1			
71. Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent	5			
72. Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht	6			
77. Het ontwikkelen van een eigen stijl	1			

Wat betekent het verschil tussen studenten en experts wat betreft de belangrijkheid en haalbaarheid voor het curriculum van IDS?

Bijlage 14: Uitwerking implementatieworkshop

Bijlage 14a Uitwerking belangrijke en haalbare statements

Statement	Toelichting
5. Het kunnen luisteren naar/aanvoelen/onderzoeken van de wensen en behoeften van de eindgebruikers en/of opdrachtgevers	Dit wordt in diverse modules aangeboden, met name in de vakken Marketing en Communicatie, Ondernemen en Mens, Gedrag en Advies. De leerplancommissie (LPC) geeft aan dat hierdoor de aansluiting met het werkveld zo goed is. Dit moet ook aangeboden worden, zeker bij een toegepaste interieuropleiding.
6. Het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper	Dit wordt in diverse modules aangeboden (zie ook vorige statement). Wat beperkt in de opleiding terugkomt is het acquireren. De LPC geeft aan dat ongeveer 25% na de opleiding voor zichzelf wil beginnen.
8. Vrij associëren	Dit wordt aangeboden en moet volgens de LPC ook aangeboden worden. De LPC ziet hierbij ‘een soort resultaatgerichte valkuil’, aangezien studenten heel resultaatgericht zijn.
9. Onderzoeken en experimenteren	De LPC geeft aan dat onderzoeken en experimenteren in de opleiding terugkomt en als belangrijk wordt ervaren. Studenten vinden dit niet altijd belangrijk en dit komt mede door het toegepaste karakter van het beroep waarvoor zij worden opgeleid. Ook hier ziet de LPC een resultaatgerichte valkuil onder studenten.
10. Het stellen van de vraag achter de vraag	Dit zit in de module Marketing en Communicatie en in de ontwerpmodules. Voorbeelden van vaardigheden die hiervoor worden aangeleerd zijn het stellen van de juiste vragen, doorvragen en luisteren.
11. Graven, verdiepen en doorpuzzelen totdat alles logisch is en in zijn totaliteit klopt	De LPC ziet dit statement als het afstuderen. Dit wordt aangeboden en moet ook worden aangeboden, hoewel de LPC wel struikelt over het begrip ‘totaliteit’. Bij de opleiding IDS zijn weinig studenten die cum laude slagen en ‘in zijn totaliteit’ is een beetje losgetrokken van het begrip creativiteit.
15. Door schets en onderzoek tot nieuwe ideeën komen	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 9.
20. Samenwerken, ideeën tot je nemen en overtreffen in samenwerkingsverband	De LPC geeft aan dat dit moet worden aangeboden en dat dit in verschillende modules terugkomt.
21. Leren kijken en analyseren	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 9.

22. Het combineren van verschillende facetten, zoals mens, ruimte en (ontwerp)visie	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 9.
24. Het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte	De LPC geeft aan dat dit terugkomt in de opleiding bij Marketing en Communicatie en dat zij dit belangrijk vinden. Aangegeven wordt dat hiermee wellicht wel meer moet worden gedaan, bijvoorbeeld door studenten vaker te laten werken in peer groups.
27. Het hebben van een open houding	De LPC geeft aan dat dit terugkomt in de opleiding bij studieloopbaanbegeleiding en Kunst en Cultuur en dat zij dit belangrijk vinden. De LPC vindt het lastig om aan te geven waar dit precies in zit, maar geeft aan dat het in het DNA van de opleiding zit. Het ontwikkelen van een open houding wordt wel als een grote uitdaging gezien. Doordat studenten zichzelf als hun werk zien, komt feedback binnen alsof er iets over de student zelf wordt gezegd. Feedback moet zich daardoor richten op gedrag. De LPC geeft aan dat maximaal 10% van de afstudeerders geen open houding heeft en op basis daarvan concludeert zij dat de opleiding het goed doet. Hiernaast geeft de LPC aan dat het zonder een open houding ook lastig wordt om de opleiding af te ronden en dat studenten zich daarom tijdens de opleiding ontwikkelen tot gezonde open creatieve mensen die over het algemeen weten wat ze willen en bereid zijn om samen te werken.
28. Bevlogen zijn als interieurontwerper	Dit statement wordt door de LPC belangrijk gevonden en zij geven aan dat hierop sterk de nadruk wordt gelegd, met name bij studieloopbaanbegeleiding. De kerngedachte hierbij is dat de vaardigheden voor interieurontwerper tijdens de opleiding wel ontwikkeld kunnen worden, maar dat je wel de wil moet hebben om hier daadwerkelijk iets mee te gaan doen.
35. Het hebben van een onderzoekende houding	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 9.
37. Het beste uit jezelf halen	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 28.
40. Het hebben van gevoel voor het ontwerp (bijv. vorm, tijd, licht, orde, kleur, kleurperceptie en compositie)	De LPC geeft aan dat het hebben van gevoel voor het ontwerp beperkt aan te leren is. Het hebben van een evidencebased design en gevoel voor het ontwerp wordt gezien als contradictie. De LPC ziet het als taak van de docent om de studenten ‘wakker te kussen’, waarbij gekeken wordt ‘welke kus op welke plek op de wang nodig is’. De LPC geeft aan dat vanaf daar de taak van de docent ophoudt en de student het voor de rest zelf moet doen. Hierbij geeft de LPC

	aan dat er in het onderwijs wel het streven moet zijn om studenten tot sublimiteit te brengen en niet tot perfectie. Het verrassen van de opdrachtgever is beter dan 100% voldoen aan de vraag, aangezien hij daardoor krijgt wat gevraagd wordt en meer.
42. Kijken, analyseren en overbrengen van je ontwerp	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 9.
46. Het mooier, interessanter, spannender, harmonieuzer maken en transformeren van een ruimte, waardoor mensen zich er anders gaan voelen en gedragen	De LPC geeft aan dat dit terugkomt in een module en dat dit als belangrijk wordt gevonden.
48. Het halen van inspiratie uit zeer veel verschillende onderwerpen, zoals de natuur, culturen, details, andere creatieve vakgebieden of maatschappelijke probleemstellingen	De LPC vindt dit statement belangrijk. Dit statement komt terug in studieloopbaanbegeleiding, verschillende overige modules en in de module Weconomy die momenteel wordt ontwikkeld. Onderwerpen die hierbij aan bod komen zijn onder andere omgevingsgerichtheid, maatschappelijk belang en duurzaamheid. De uitdaging hierbij zit in het uitdagend maken van het onderwijs. Om het onderwerp duurzaamheid te behandelen wordt bijvoorbeeld niet de circulaire economie bestudeerd, maar eerder gevraagd aan studenten wie wel eens biologische producten koopt. Op deze wijze wil men dichter bij de studenten komen.
50. Iets vinden wat bij de klant past	De LPC geeft aan dat dit statement belangrijk is en wordt aangeboden.
51. Het verplaatsen in de wereld van de klant	De LPC geeft aan dat dit statement samenhangt met statement 51 en hierdoor ook belangrijk is en wordt aangeboden.
57. Je laten inspireren door andere gebieden dan interieur	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 57.
58. Het adviseren van de opdrachtgever en vervolgens functioneel en creatief vertalen naar een ontwerp	De LPC geeft aan dat hiervoor hetzelfde geldt als statement 50.
59. Een conceptueel idee maken en deze kunnen vertalen naar een functioneel en realistisch ontwerp	De LPC geeft aan dat dit statement belangrijk is en dat er een module is waarin dit volledig terugkomt.
66. Nieuwsgierig zijn naar bijv. materiaal, vorm en kleur	De LPC geeft aan dat zij heel graag nieuwsgierigheid wil ontwikkelen bij studenten en dat dit in het DNA van de opleiding zit. Dit wordt van alle kanten geprobeerd, onder andere bij de module Improviseren en Innoveren. De LPC ziet een groot verschil in nieuwsgierigheid tussen eerstejaars en derdejaars studenten,

	<p>waardoor zij concludeert dat de nieuwsgierigheid ergens binnen de opleiding wordt opgewerkt. Hiernaast geeft de LPC aan dat dit statement samenhang met statement 48, aangezien je alleen inspiratie kunt halen uit verschillende onderwerpen als je nieuwsgierig bent.</p> <p>Het ontwikkelen van nieuwsgierigheid wordt momenteel nog verder ontwikkeld. De LPC maakt zich zorgen over de huidige werkvormen die in de lessen worden gebruikt, aangezien deze wellicht onvoldoende uitdagen tot nieuwsgierigheid. In de klas zitten studenten achter de laptop en zijn ze dingen aan het uitwerken, terwijl er geen studenten zijn die iets met een groot vel papier doen. In navolging op statement 48 geeft de LPC aan studenten een week lang duurzaam laten leven om na te denken over het ontwerpen van een pand met een duurzame invulling meer nieuwsgierigheid opwekt dan de huidige onderwijsmiddelen (lessen over circulaire economie, lezen van blogs en het bekijken van filmpjes). Het streven van de LPC is om in nieuwe modules werkvormen te ontwikkelen die dichterbij de studenten staan en er voor te zorgen dat de onderwerpen terugkomen (in hotspots tijdens een semester), zodat deze voldoende herhaald worden.</p>
69. Een eigen kijk op interieurontwerp	De LPC vindt het belangrijk dat studenten een eigen kijk op interieurontwerp ontwikkelen. Dit is het DNA van de opleiding en wordt volop gestimuleerd. Een gevaar hierbij is dat studenten een eigen stijl in plaats van een eigen kijk willen ontwikkelen. De LPC geeft aan dat je pas achteraf kunt stellen wat je stijl is geweest.
71. Het onderzoeken van je eigen creativiteit, zodat je je sterktes en zwaktes kent	De LPC vindt dit belangrijk en geeft aan dat dit overal in de opleiding terugkomt door middel van toetsing: het constant ophalen van de sterktes en zwaktes van studenten. Hierdoor wordt er ook veel formatief getoetst.
72. Het anderen kunnen overtuigen van je eigen kracht	De LPC vindt dit belangrijk en dit komt terug in de opleiding. Het is belangrijk in het vak van interieurontwerper om te overtuigen en achter het eigen ontwerp te staan. Aandachtspunt hierbij is om mensen wel mee te nemen in je verhaal, maar je ideeën als interieurontwerper niet door te drukken. Aan de andere kant geeft de LPC wel aan dat het vakgebied van interieurontwerp gaat over

	<p>competitie met meerdere bureaus waarbij je de klant zult moeten overtuigen van je eigen kracht.</p>
<p>77. Het ontwikkelen van een eigen stijl</p>	<p>Het enige statement dat de LPC niet belangrijk vindt en dat niet wordt aangeboden is statement 77. De LPC geeft aan dat dit anders was geweest als het statement was 'het ontwikkelen van een eigen visie'. Daaruit vloeit een stijl uit voort, maar dan is het een bijproduct. Studenten willen echter juist wel een eigen stijl ontwikkelen. De LPC geeft hierbij aan dat zij bij het beoordelen van tien afstudeerders die zij kennen, niet zonder naam op het eindproduct kunnen achterhalen wie welk product heeft gemaakt. Hierbij kan het wel zijn dat de juiste oplossing is gevonden, maar dat dit dan meer met visie te maken heeft. De stijl gaat over uiterlijkheid en visie over de binnenkant van het ontwerp. Aandachtspunt voor de LPC is om al bij de werving van studenten goed uit te leggen dat het ontwikkelen van een eigen stijl niet iets is wat studenten van de opleiding IDS kunnen verwachten.</p>

Bijlage 14b Uitwerking verschillen studenten en experts

Cluster	Toelichting
Eigenheid	<p>Studenten vinden ‘eigenheid’ het meest belangrijke cluster, terwijl de experts deze juist als minst belangrijke hebben beoordeeld. Zowel de studenten als de experts beoordelen de haalbaarheid van dit cluster (bijna) als laagste. De hoge beoordeling op belangrijkheid door studenten is volgens de LPC te verklaren doordat de studenten de opleiding starten met het idee dat zij de nieuwe Jan des Bouvrie gaan worden. De LPC geeft echter aan dat zij juist geen eigen stijl wil bevorderen tijdens de opleiding, omdat daarmee geïmpliceerd wordt dat er geen ontwikkeling meer mogelijk is. Daarentegen is het ontwikkelen van een eigen visie juist het grootste leerdoel. De LPC geeft aan dat een student visie moet aanleren en dat daar de eigen stijl uit voort vloeit. De LPC gaat de uitdaging aan om dit taalkundig om te buigen en te communiceren naar (potentiële) studenten. De reden dat de experts dit cluster een stuk lager waarderen, komt volgens de LPC door hun praktijkervaring. Van daaruit hebben de experts het besef dat je achteraf pas kunt zeggen of je een eigen stijl hebt ontwikkeld. De LPC vindt het niet opvallend dat de haalbaarheid door beide respondentgroepen (bijna) als laagst worden beoordeeld, aangezien eigenheid lastig aan te leren is.</p>
Ontwerpresultaat	<p>Studenten beoordelen ‘ontwerpresultaat’ als minst belangrijk en minst haalbaar. De experts beoordelen de belangrijkheid en haalbaarheid van dit cluster als gemiddeld. De LPC vraagt zich af of hoe het kan dat het ontwerpresultaat door studenten als minst belangrijk en minst haalbaar wordt beoordeeld, aangezien ze juist opgeleid worden tot interieurontwerper. De LPC geeft aan dat een mogelijke verklaring hiervoor is dat het sorteren en waarderen alleen door eerstejaars studenten zijn uitgevoerd. Deze studenten hebben in de opleiding namelijk nog geen kennisgemaakt met de echte ontwerpvakken. De verwachting van de LPC is dat het sorteren en waarderen onder derdejaars studenten tot andere beoordelingen zullen leiden. Een andere mogelijke verklaring door de LPC is dat studenten het ontwerpresultaat meer als een middel zien voor eigenheid, terwijl de experts eigenheid juist zien als middel voor het ontwerpresultaat. De LPC heeft graag nader onderzoek naar of dit een taalkundig probleem is, of dat hier meer achter zit verscholen.</p>
Creëren	<p>De studenten en experts beoordelen de belangrijkheid en haalbaarheid op het gebied van ‘creëren’ vrijwel gelijk.</p>
Onderzoek en experiment	<p>De studenten en experts beoordelen de belangrijkheid en haalbaarheid op het gebied van ‘onderzoek en experiment’ vrijwel gelijk.</p>
Doen	<p>De studenten beoordelen ‘doen’ als gemiddeld, terwijl de experts dit cluster als meest belangrijk beoordelen. De studenten beoordelen ‘doen’ als meest haalbaar, terwijl dit bij de experts als gemiddeld haalbaar wordt gezien. De hoge beoordeling van belangrijkheid door de experts komt volgens de LPC doordat docenten er altijd op hameren dat als je niets doet er</p>

	<p>ook niets gebeurt. Voor studenten is er vaak nog veel voorwaardelijk voordat ze aan de slag gaan, terwijl docenten juist zeggen dat ze gewoon aan de slag moeten gaan. De hoge beoordeling van de studenten op het gebied van haalbaarheid is volgens de LPC een onderschatting.</p>
Nieuwsgierigheid	<p>De studenten en experts beoordelen de haalbaarheid van 'nieuwsgierigheid' vrijwel gelijk.</p>
Klantgerichtheid	<p>Studenten vinden 'klantgerichtheid' het op één na belangrijkste cluster, terwijl de experts dit cluster als één na minst belangrijk hebben beoordeeld. Voor wat betreft de haalbaarheid beoordelen de studenten en experts dit cluster vrijwel gelijk. De LPC geeft echter aan het raar te vinden dat de experts dit als minst belangrijk zien, aangezien het kunnen vermarkten van je ideeën als interieurontwerper en het door communicatie verbeteren van een (ontwerp)gedachte de basis vormen voor de opleiding. De LPC is wel blij dat de studenten hieraan een hoge waardering toekennen, aangezien dit betekent dat studenten worden uitgenodigd om samen te werken.</p>

Bijlage 14c Uitwerking betekenis verschillen respondentgroepen

De LPC geeft aan dat de verschillen tussen de studenten en de experts betekent dat er een spanning is tussen het geven van de studenten wat zij willen en het geven van studenten van wat de LPC vindt dat zij nodig hebben. Een belangrijk aandachtspunt hierbij voor de LPC is communicatie. De LPC is ervan overtuigd dat zij studenten 100% geven wat zij willen, maar dat de studenten dit niet altijd zien. In de communicatie moet (vooraf al) helder gemaakt worden dat het ontwikkelen van een eigen stijl geen doel op zich is, maar enkel begint met een opleiding zoals de opleiding IDS. Tijdens de opleiding leren studenten steeds kritischer te worden en daardoor is de LPC benieuwd naar de resultaten van dit onderzoek onder ouderejaars studenten. De verwachting is dat er dan grote verschillen in resultaten zullen zijn en als deze resultaten er niet zijn, dat deze uitkomst dan net zo interessant is. De meerwaarde van dit onderzoek voor de LPC zit hem in een bredere scope. Het ophalen van de statements is ervaren als een mooi meetinstrument, aangezien het veel heeft opgeleverd. De LPC stelt voor om dit na de implementatie van het nieuwe onderwijs nog eens te doen.