

Wat wil ik vertellen?

Ontwikkelingen in het bedrijfsleven (RFID als vervanger barcode) zorgen ervoor dat in de toekomst elk object een RFID-chip bevat.



Door tracking/tracing bedrijven dragen objecten hun geschiedenis mee.



Het bedrijfsleven bepaalt de inhoud van die geschiedenis



Mensen hebben een band met een object.



Laat mensen die geschiedenis die objecten bij zich dragen zelf creeren:
zelf verhalen hangen aan objecten.

Beyond the design of an object, there is a personal component as well, one that no designer or manufacturer can provide. The objects in our lives are more than mere material possessions. We take pride in them, not necessarily because we are showing off our wealth or status, but because of the meanings they bring to our lives. A person's most beloved objects may well be inexpensive trinkets, frayed furniture, or photographs and books, often torn, dirty, or faded. A favorite objects is a symbol, setting up a positive frame of mind, a reminder of pleasant memories, or sometimes an expression of one's self. And this object always has a story, a remembrance, and something that ties us personally to this particular object, this particular thing.

Donald Norman - Emotional Design

Wanneer wordt dit interessant?

Er moet een contrast zijn tussen de belangen van het bedrijfsleven en de interesses van de eindgebruikers.

Belangen bedrijfsleven ↔ Interesses eindgebruikers

- Waar is een object geweest?
- Wie heeft het product gebruikt?
- Hoeveel gebruikt?
- Wat nog meer?
- Wat heeft iemand ermee gedaan?
- Met welke personen ga je om?

- Roken/vet/alcohol ongezonde dingen
- Prive zaken
- Schaamte

- Herinneringen / meegemaakt met
- Reflectie in object (zichzelf of eigenschappen terugzien)
- Plaatsgebonden band met object
- Rijkdom / status
- Cadeau / gekregen

controle/privacy ↔ emotie