

BACHELORPROEF

break *away*

Grafisch en Digitale Media
Cross Media Ontwerp

Stijn Stevens • 2021

BACHELORPROEF

Geschreven en ontworpen door Stijn Stevens
als bachelorproef
voor de Arteveldehogeschool,
Grafische en Digitale Media,
Cross Media Ontwerp.

2020 - 2021

break
away

Inhoudstafel

| | |
|-----------------------------------|----------|
| Onderzoek | 6 |
| Keuze van onderwerp----- | 10 |
| Het probleem----- | 10 |
| Bepalen van doelgroep ----- | 12 |
| De enquête ----- | 12 |
| Pauze in kleur en vorm----- | 16 |
| Kleur----- | 16 |
| Lettertype----- | 20 |
| Met wat we pauze associëren.----- | 23 |
| De kernwaarden van pauze ----- | 25 |
| De ideale pauze ----- | 26 |
| Conclusie----- | 30 |
| Doelgroep ----- | 30 |
| Kernwaarden ----- | 30 |
| Doel----- | 30 |
| Het concept----- | 33 |

De visuele uitwerking van BreakAway ----- 32

| | |
|-------------------|----|
| Logo----- | 34 |
| Illustratie----- | 38 |
| Iconen----- | 42 |
| Lettertype----- | 45 |
| Kleurenpalet----- | 48 |
| Typografie----- | 49 |
| Mascottes----- | 52 |
| Kaarten----- | 52 |
| Spelregels----- | 54 |
| Verpakking----- | 56 |

Voorstudies

| | |
|---------------------------|----|
| Logo----- | 68 |
| Schetsen ----- | 69 |
| Digitale uitwerking ----- | 75 |
| Illustratie----- | 76 |
| Kaarten----- | 80 |
| Lettertype----- | 82 |
| Schetsen ----- | 83 |
| Digitale uitwerking ----- | 93 |
| Verpakking----- | 94 |
| Schetsen ----- | 95 |

| | |
|--------------------------------------|------------|
| Schetsen concept 1(grote doos)----- | 95 |
| Schetsen concept 2(kleine doos)----- | 99 |
| Digitale uitwerking ----- | 103 |
| Mascottes ----- | 106 |

Prijsberekening **108**

Offerte kaarten en spelregels ----- 110

Contact met interne mentor **114**

Tijdsbesteding **118**

Bronnen **126**

Onderzoek

Keuze van onderwerp

het probleem

Tijdens de ondertussen welbekende lockdowns heb ik ontdekt dat ik slecht ben in het nemen van pauze. Zowel op het vlak van mijn pauze afbakenen als het daadwerkelijke nemen ervan.

Als je achter een scherm zit zonder mensen rond in de buurt ga je al snel wat zitten scrollen op sociale media. Het resultaat: mijn pauzes lopen uit, zijn niet productief en geven mij niet weer die "zin" om aan het werk te gaan.

Dus met enkele concepten en mogelijke oplossingen in het achterhoofd ging ik op onderzoek uit. Ten eerste wou ik ontdekken of andere mensen dit ook zo ervaren. Vervolgens wou ik zien of dit fenomeen in bepaalde doelgroepen sterker terug komt dan bij andere.

Ten laatste wou ik aan de hand van gerichte interviews ontdekken wat het nu juist is dat mensen mensen tegenhoudt van een productieve of ontspannende pauze te nemen.

Bepalen van doelgroep

Om mijn doelpubliek te bepalen zette ik een enquête op poten. Hier vroeg ik mensen onder andere naar hun leeftijd, occupatie, pauze gedrag en vroeg ik hen aan te duiden welke kleuren en lettertypen zij als "productief" en "ontspannen" ervaarden.

de enquête

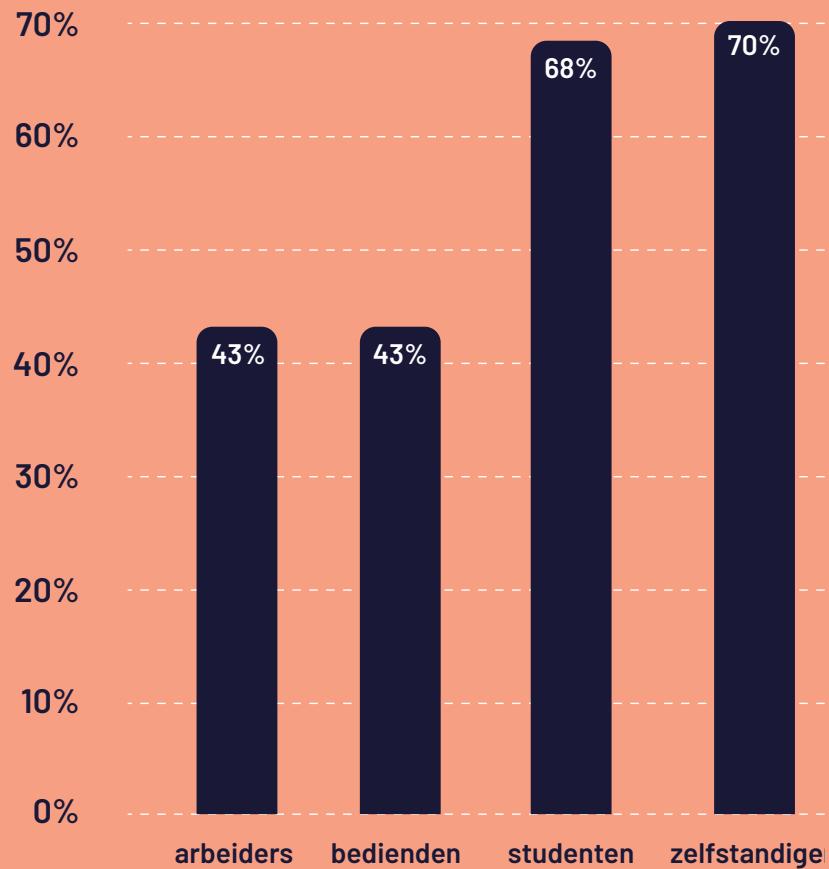
Ik vergaarde in totaal 73 responses met volgende demografieën:

- 40% is tussen 18 en 24 jaar
- 10.8% is tussen 25 en 30 jaar
- 10.8% is tussen 31 en 35 jaar
- 18.5% is tussen 36 en 45 jaar
- 13.8% is tussen 46 en 55 jaar
- 6.2% is tussen 56 en 65 jaar

Een nuance: vanaf 36 jaar groepeerde ik leeftijds-goten in groepen van 10 jaar terwijl ik jongere mensen samen zette in groepen van steeds 5 jaar. Ik ging er hier van uit dat in de jongere groepen veranderingen veel sneller gebeuren en zij hierdoor hun pauze anders zouden ervaren, terwijl de oudere groepen vaak al een langere tijd in een stabiele toestand leven.

Het gros van mijn respondenten was ofwel bediende bij een bedrijf of student aan een hogeschool of universiteit. Concreet maakten meer dan 65%^[1] deel uit van één van deze 2 groepen. Mooi meegenomen, dit waren de twee occupaties waarin ik het meest geïnteresseerd was. Hier was één van mijn redeneringen dat mensen met een bureau "job" pauze nemen lastiger zouden vinden.

Bij het scherpstellen van mijn doelpubliek heeft één belangrijk datapunt mij geholpen: ik vroeg mensen hoe nuttig zij hun pauze vonden. Concreet gaf ik ze de optie om aan te geven hoe vaak zij zich meer ontspannen of productiever voelden na hun pauze.



Percentage bevraagden per occupatie die hun pauze "af en toe", "vaak niet" of "zelden" als ontspannen of productief ervaren

Over het algemeen genomen gaf ongeveer **60%** van de bevraagden aan dat hun pauze hen "**Af en toe, vaak niet of zelden**" productiever of meer ontspannen maakte.^[1]

Vervolgens ging ik kijken hoe de cijfers eruit zagen per occupatie. Hier tekent er zich een ander beeld: maar liefst **68% van de studenten**^[1] haalt weinig nut uit hun pauze. Ook bij zelfstandigen (voor wie onbenutte tijd inkostenverlies betekent) zien we een hoog percentage met 70%. Arbeiders en bedienden lijken dan iets meer nut te vinden in hun pauze, met 2 keer 57% van de bevraagden die zich tussendoor wel kunnen ontspannen^[1].

Pauze in kleur en vorm

Voor deze proef moest ik als het ware een huisstijl ontwikkelen voor een “pauze”. Aan de hand van een enquête en interviews zocht ik uit wat voor soort vormen, kleuren, lettertypen en waarden mensen aan pauze hechten.

kleur

Als eerste focuspunt besloot ik te bepalen welk soort kleuren mensen als ontspannend aanvaren, ik presenteerde ze in een enquête met volgende 7 kleurpalen.

1.



2.



3.



4.



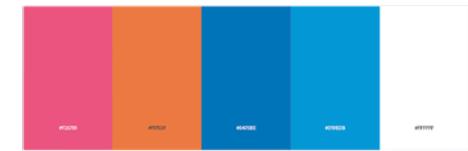
5.



6.



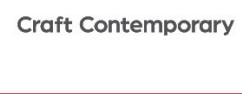
7.



Respondenten wijzen **pallet 1 en 2** het vaakst aan als **“ontspannend”** met respectievelijk 39 en 40 stemmen (van in totaal 73 stemmen)^[1]

Tijdens de interviews ging ik heel gericht bij mijn doelgroep vragen gaan stellen. Bij de vraag "welk logo zou u uw pauze geven als het een product was" werd er ook heel consequent gekozen voor warmere kleuren. Meer gedetailleerde informatie hierover vindt u in data van mijn onderzoek [2]

Specieel, rond, informeel.
Caps komt formeler
over.



lettertype

Om inzicht te krijgen in welk soort lettertype mensen associëren met pauze vroeg ik ze om een “productief” en een “ontspannend” lettertype aan te duiden. Lettertype 1(Didot) werd het vaakst gelabeled als “productief”, terwijl het script lettertype 7 het vaakst als “ontspannen” werd aangeduid. [1]

1. U bent een held

2. U bent een held

3. U bent een held

4. U bent een held

5. U bent een held

6. U bent een held

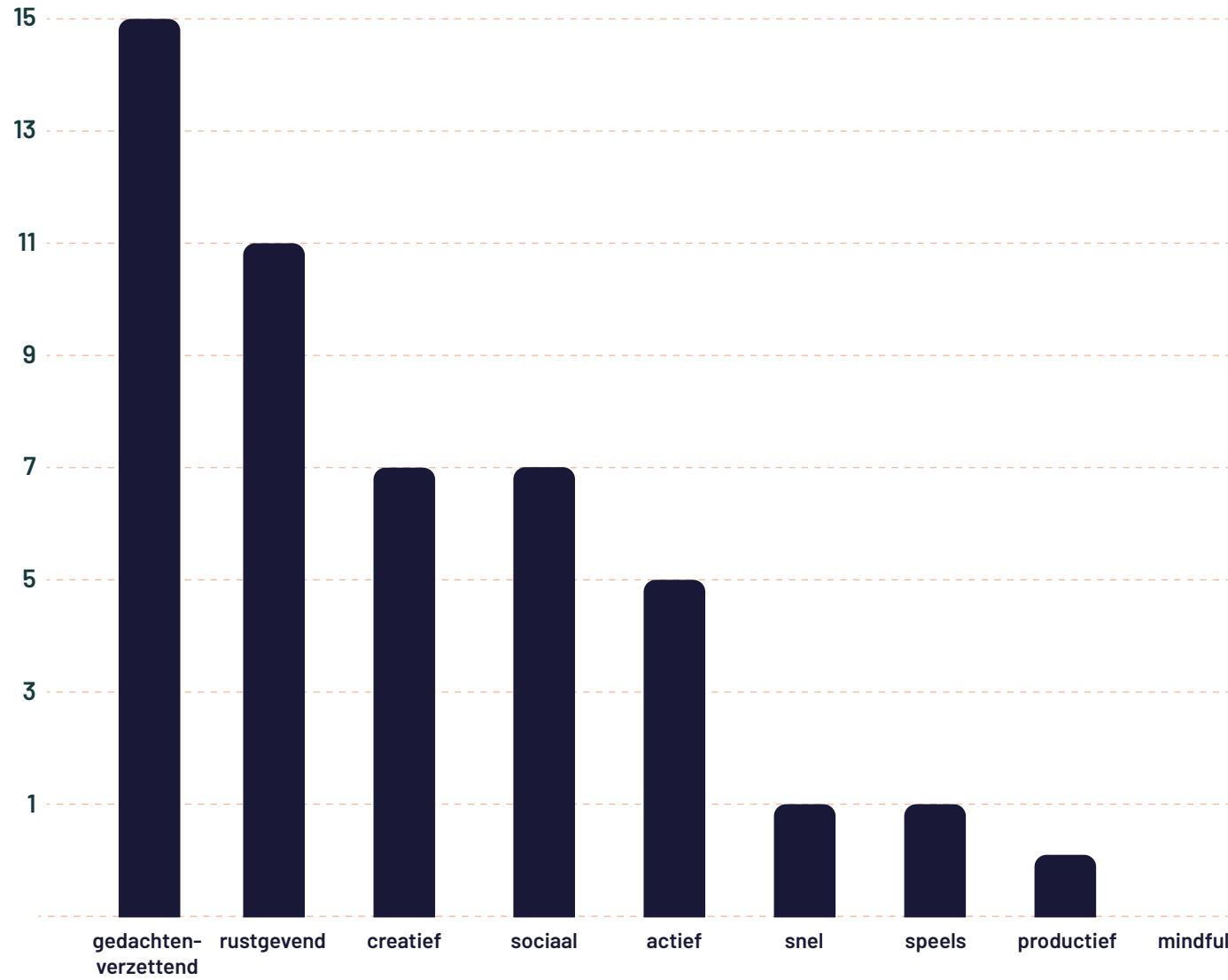
7. *U bent een held*



Met wat we pauze associëren.

Net als bij bedrijven of organisaties heeft een pauze bepaalde kernwaarden. Aan de hand van enkele gerichte vragen en interviews bepaalde ik deze.

In mijn enquête vroeg ik mensen het woord op te geven dat het eerst bij hen op kwam als zij dachten aan "pauze". Links een wordcloud van de zeer uiteenlopende antwoorden [1]



de kernwaarden van pauze

Om tot de kernwaarden van een pauze te komen presenteerde ik mijn geïnterviewden met een lijst van termen. Zij mochten 4 termen uitkiezen waarvan zij vonden dat die een **belangrijk deel van hun break** waren. Zij gaven elke term vervolgens een score van 1 tot 4 waarbij 4 het meest belangrijk is, en 1 minder belangrijk. [2]

Deze methode herleid een vrij subjectief en breed onderwerp als "pauze" tot objectieve data.

Grafiek: de samengetelde scores bij elke term

de ideale pauze

Als laatste wou ik mij compleet **onder dompel-en in de fantasiewereld** van andere mensen hun pauze. Geen idee is te gek. Daarom vroeg ik mijn geïnterviewden om de ideale pauze voor hen te beschrijven, een pauze die los staat van tijd, geld of andere zulke praktische struikelblokken. De antwoorden waren bont en uiteenlopend, maar ze hielpen mij om in de juiste **denksfeer** te komen.

Op de volgende pagina een selectie van uitspraken die bovenkwamen tijdens de interviews.

"Gewoon **iets anders** dan **waar je mee bezig bent**"

"Een babbel bevordert de **creativiteit**"

Even de **gedachten verzetten**"

"**Rolschaatsen op de dijk, 's avonds** tijdens de zomer. Alle mensen zijn dan al weg."

"**Geen sociale media**"

"Ik moet mijn **energie ergens in kwijt**"

"Ik wil even **niet met mijn werk bezig** zijn"

"Ik wil eens **alles geven**, gaan veldrijden, buiten zijn, in de wind en in de frisse lucht"

"Ik wil gewoon **even in de zon liggen**, niets doen. Genieten."

"Ik wil gewoon **even rondlopen**"

"Ik wil gewoon **in de natuur zijn**"

"Ik wil **onder een sakura boom** in Japan zitten"

"Ik zou vaker **creatief** zijn tijdens mijn pauze als dat kon"

"**Niet zitten** en scrollen"

"Ik zou sneller buiten gaan als ik bij **natuur** woonde"

Conclusie

Het concept

doelgroep

Studenten eerst en vooral maar ook andere bureauwerkers

kernwaarden

- gedachtenverzettend
- rustgevend
- creatief/sociaal (gedeelde plek)

doel

Tijdens mijn enquête en interviews kwam ik tot 2 conclusies:

1. Mensen willen wel gezonde dingen doen tijdens hun pauze, maar ze hebben aanmoediging nodig. Een zetje in de juiste richting. Het internet maakt onproductief pauzeren te gemakkelijk. Voor dit product schuwde ik dus weg van alles dat met het digitale te maken heeft.
2. Een pauze moet vooral gedachtenverzettend zijn. Mensen willen even niet bezig zijn met hun werk. De één wil even alles geven, de ander wil gewoon even in stilte zitten. Ik hield met beide groepen mensen rekening in de ontwikkeling van Breakaway.

breakaway

Breakaway is een kaartspel dat wordt gespeeld tijdens een pauze. Het bevat een reeks kaarten met kleine opdrachtjes die in 5 tot 15 minuten kunnen worden voltooid. Dit concept voldoet aan de nood voor een "gedachtenverzettende" activiteit tijdens een pauze. Daarnaast bestaan de opdrachten uit 3 verschillende categoriën, elke categorie gebaseerd op één van de pijlers en met het idee goede nieuwe gewoontes aan te sporen. De categoriën van Breakaway zijn de volgende:

- **gezondheid:** spoort de speler aan even weg te gaan van zijn of haar bureau voor een gezonde activiteit
- **zelfreflectie:** helpt te zelfreflecteren met de hoop stress te verminderen en mentale rust te stimuleren
- **creatief/sociaal**(gedeelde plek): moedigt een vlotte babbeltje aan met een creatieve twist

De visuele uitwerking van BreakAway

Logo

Het duale karakter van het logo met de dikke geschreefde letters en het zwierige script lettertype illustreren de overgang van werk naar ontspanning.

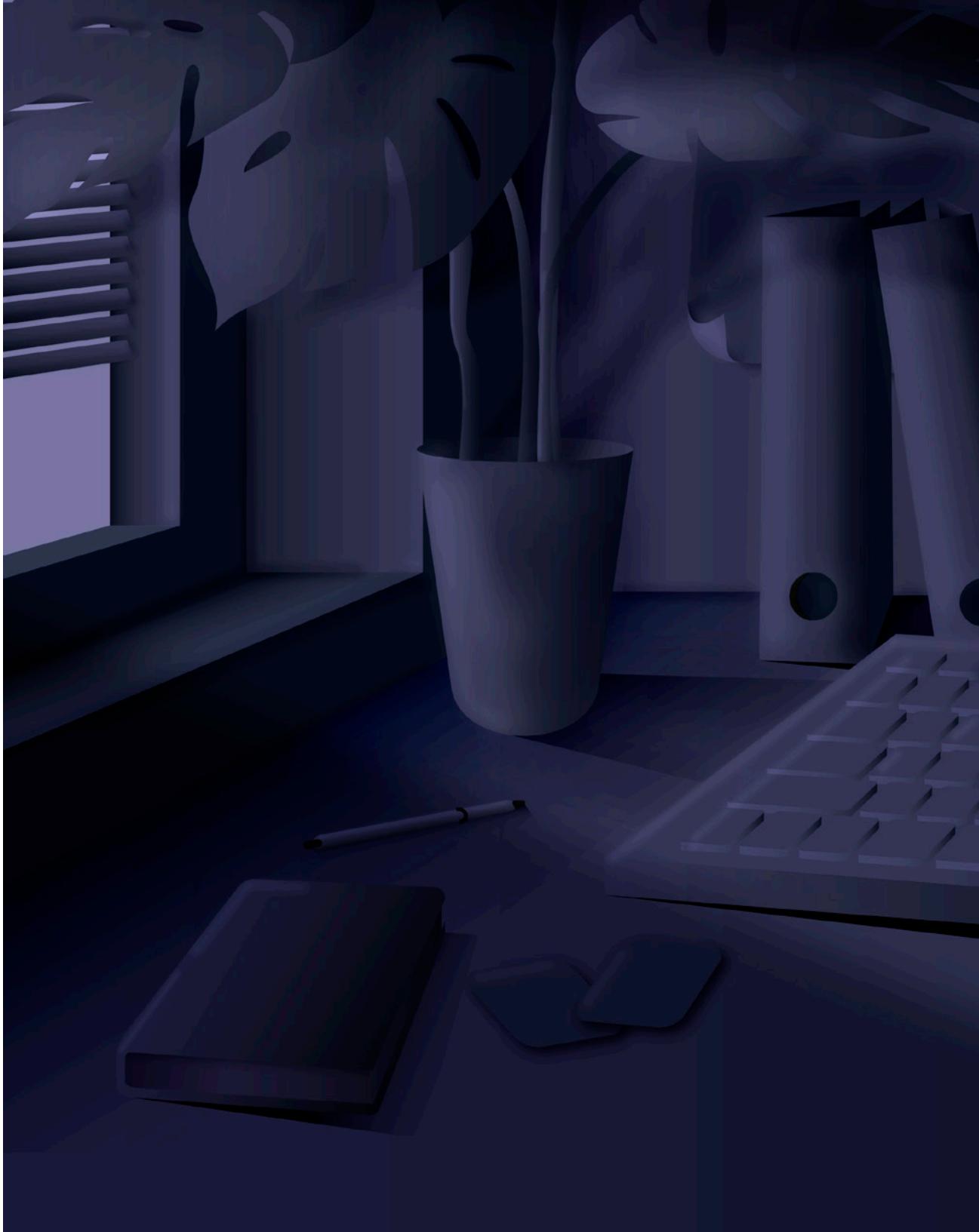


Versies met secundaire kleuren worden
gebruikt op de achterkant van de
speelkaarten.



Illustratie

De illustratie wordt voornamelijk gebruikt als ondersteunend beeld. In combinatie met de fellere secundaire kleur visualiseert dit weer de de tegengestelden van pauze en werk.

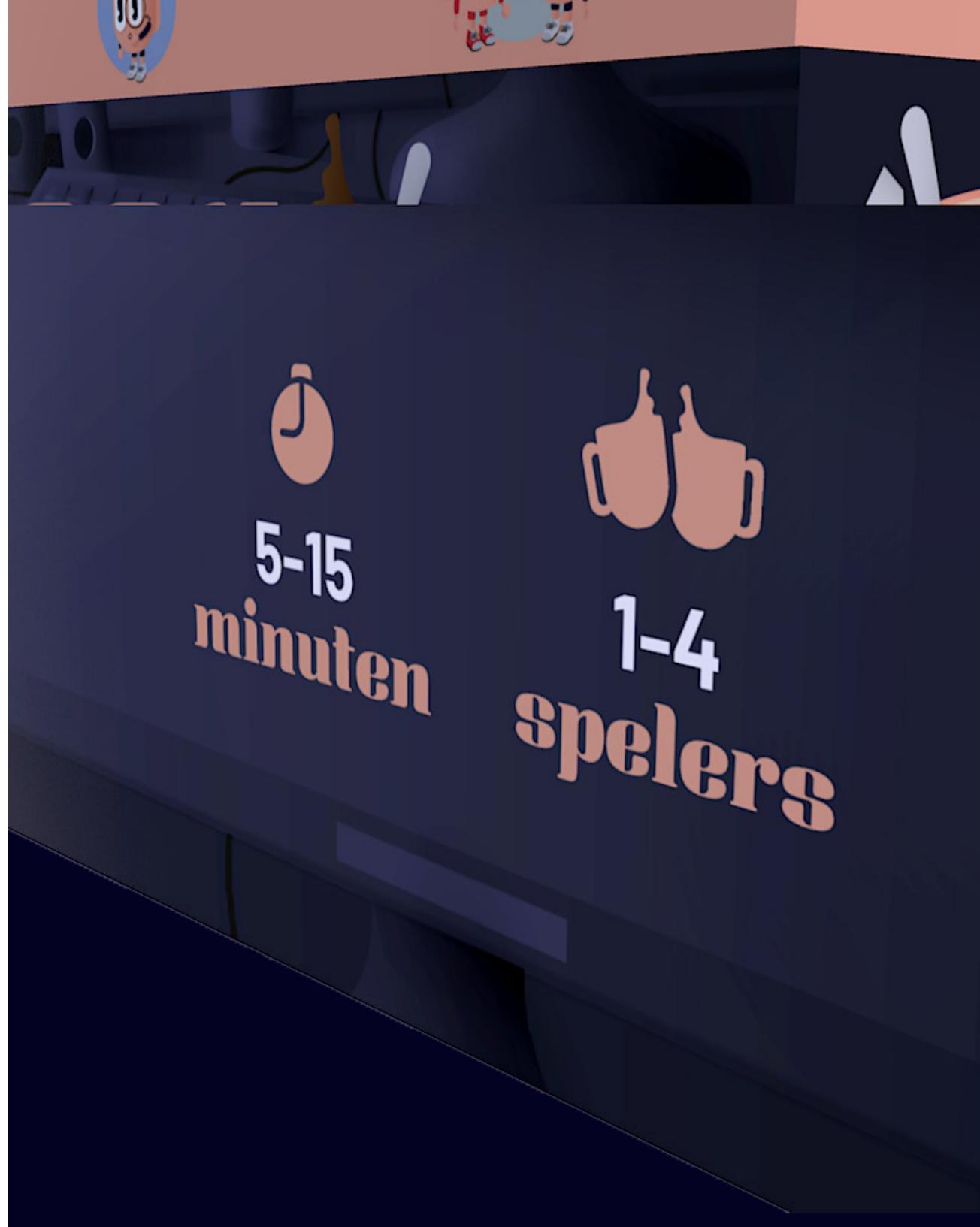




Iconen



De iconen zijn ontwikkeld om speelduur en aantal spelers op de verpakking te verduidelijking. Ze behouden het ronde, vriendelijke karakter van het logo en lettertype.



**What time could it
be in Zimbabwe?**

**Wir gehen früh in
die straße kämpfen.**

**A Ä B C D E Ë F G H I J K L M
N O Ö P Q R S T U Ü V W X Y Z**
**a ä b c d e ë f g h i j k l m
n o ö p q r s ß t u ü v w x y z**
ff ffi ffi ft
0123456789
.?!,-'..

Lettertype

Kantine is een lettertype speciaal ontwikkeld voor Breakaway. Het vormt de typografische leidraad die wordt gebruikt voor titels, koppen en prominente blokjes tekst.

Het lettertype is bruikbaar voor Nederlandse, Engelse en Duitse teksten en is te vinden in de digitale deliverables.

**break
away**

Kleuren-pallet

C90 M85 Y50 K70 • HEX 1b1928

C0 M45 Y45 K0 • HEX f5a488

C30 M50 Y30 K10 • HEX b0848f

C40 M20 Y30 K0 • HEX a8b9b4

C55 M30 Y10 K0 • HEX 80a1c7

Typografie

Titels

Kantine

Barlow SemiBold met
dashed onderlijnt

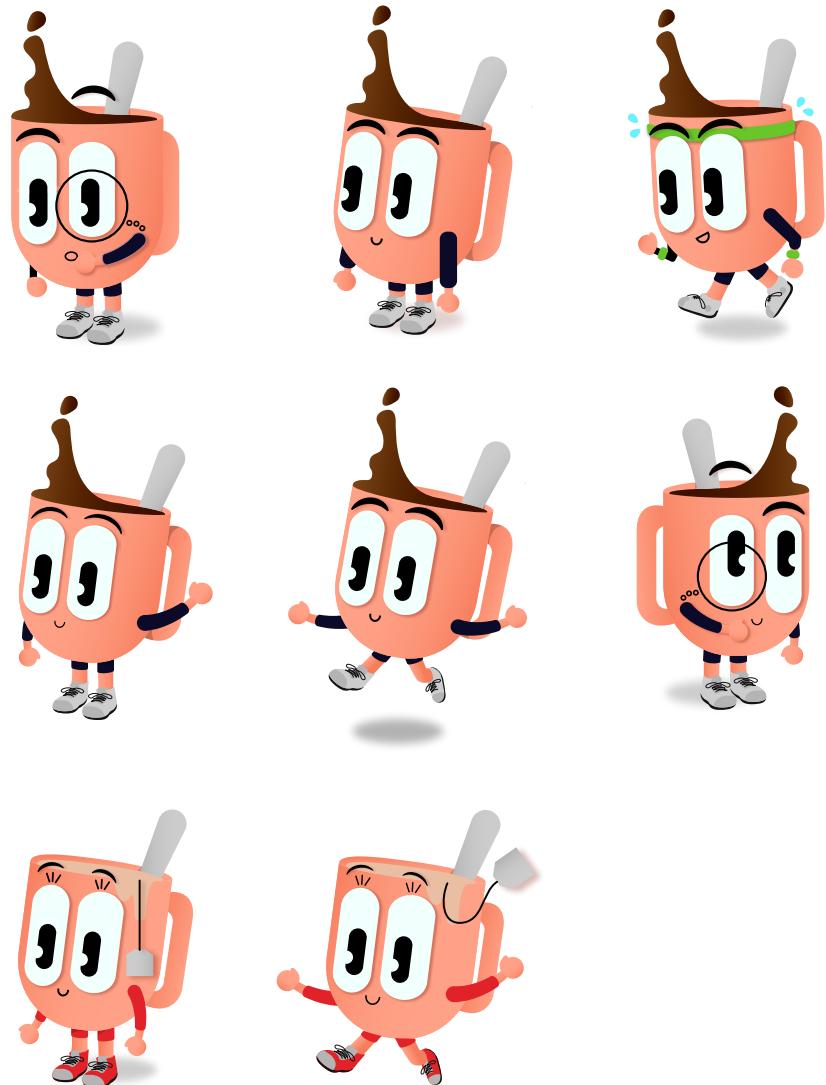
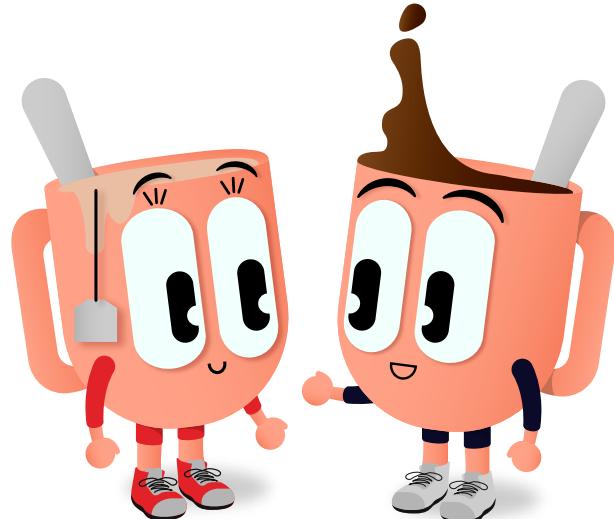
**Intro's en andere teksten die
opvallend zijn of eruit moeten
springen.**

Barlow Light

Bodyteksten en andere leesteksten Pa sim
alique voluptatus seditatur maio. Perspelenis
ilistionsed moloraes modit facculparia delestia
corro oditaer sperio blabore sum endit, quam
quam qui tectotate dolor as et aspellitati dolut
licient quas id expelli quatur, alias ipidel ea

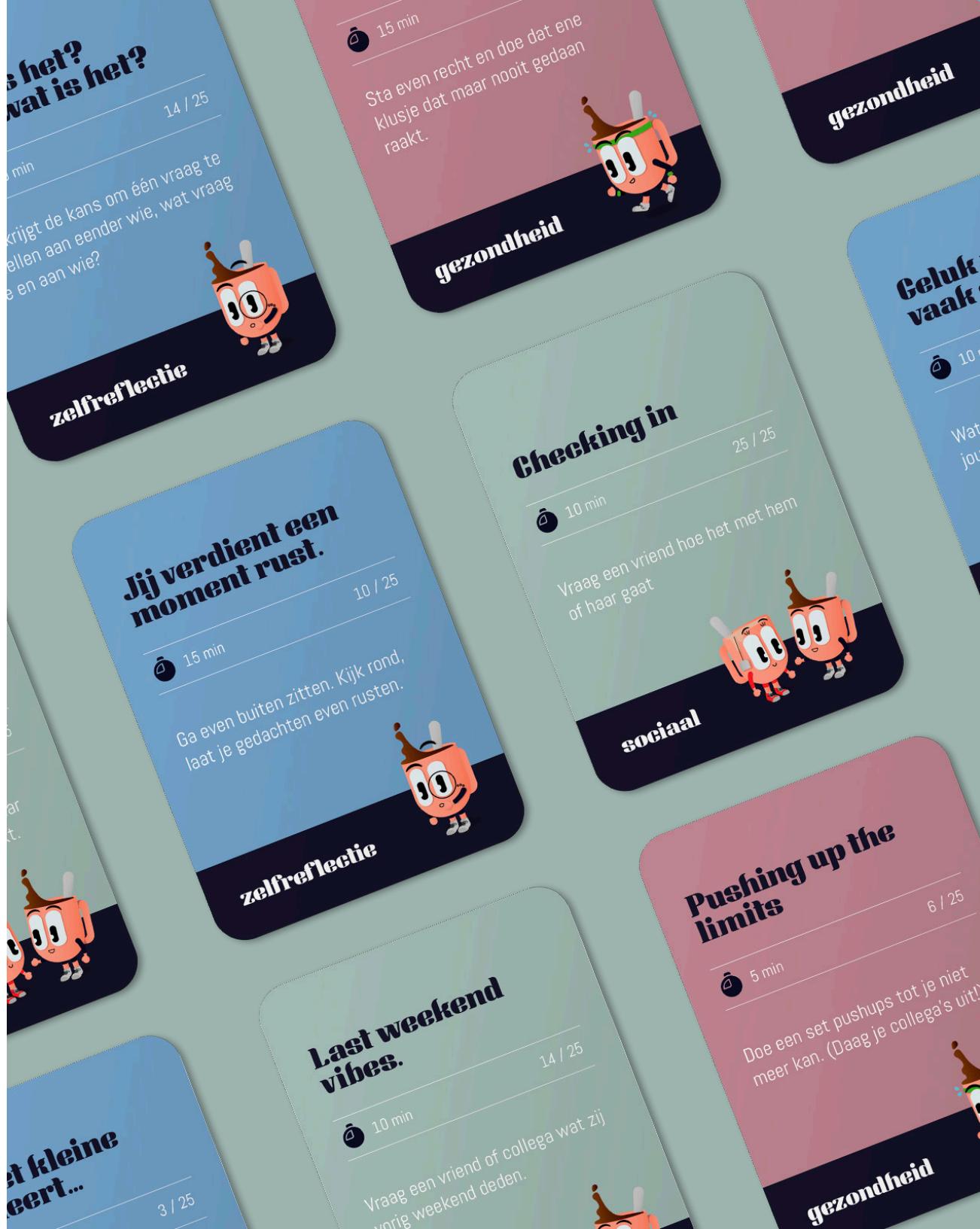
Mascottes

Kaufi en Thea vormen de vriendelijke façade van Breakaway. Ze zijn de visuele begeleiders van het spel.

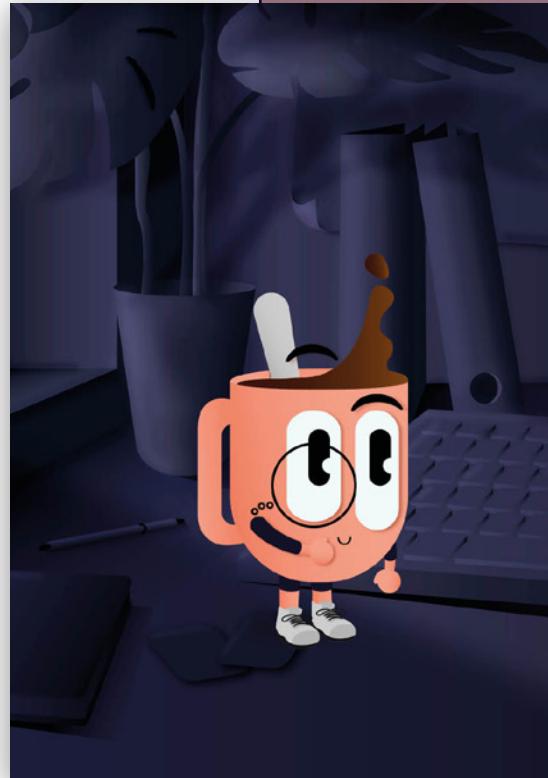


Kaarten

De kaarten is waar het allemaal om draait. 75 kaarten (met ruimte voor uitbreiding) geven de speler korte opdrachten in een kleurrijk en vrolijk jasje. (voor alle kaarten, zie de digitale deliverables)



Spelregels



Elk spel heeft een korte toelichting nodig om je wegwijs te maken. Bij Breakaway is dat niet anders. Ik gebruikte de spelregels als basis van het bepalen van body lettertypes en algemene typografie

In een notendop

Breakaway is een kaartspel dat jou helpt gezond en leuk pauze te nemen. Vergeet even jouw werk en laat jouw computer of smartphone links liggen. Pauze is voor Breakaway!

Het is gezond om minstens 3 keer per dag een korte pauze te nemen. Daarom bevat Breakaway 3 categoriën: gezondheid, zelfreflectie en sociaal. Tijdens elke pauze neem je een kaart en vervul je een korte maar leuke opdracht die jou helpt even jouw gedachten te verzetten.

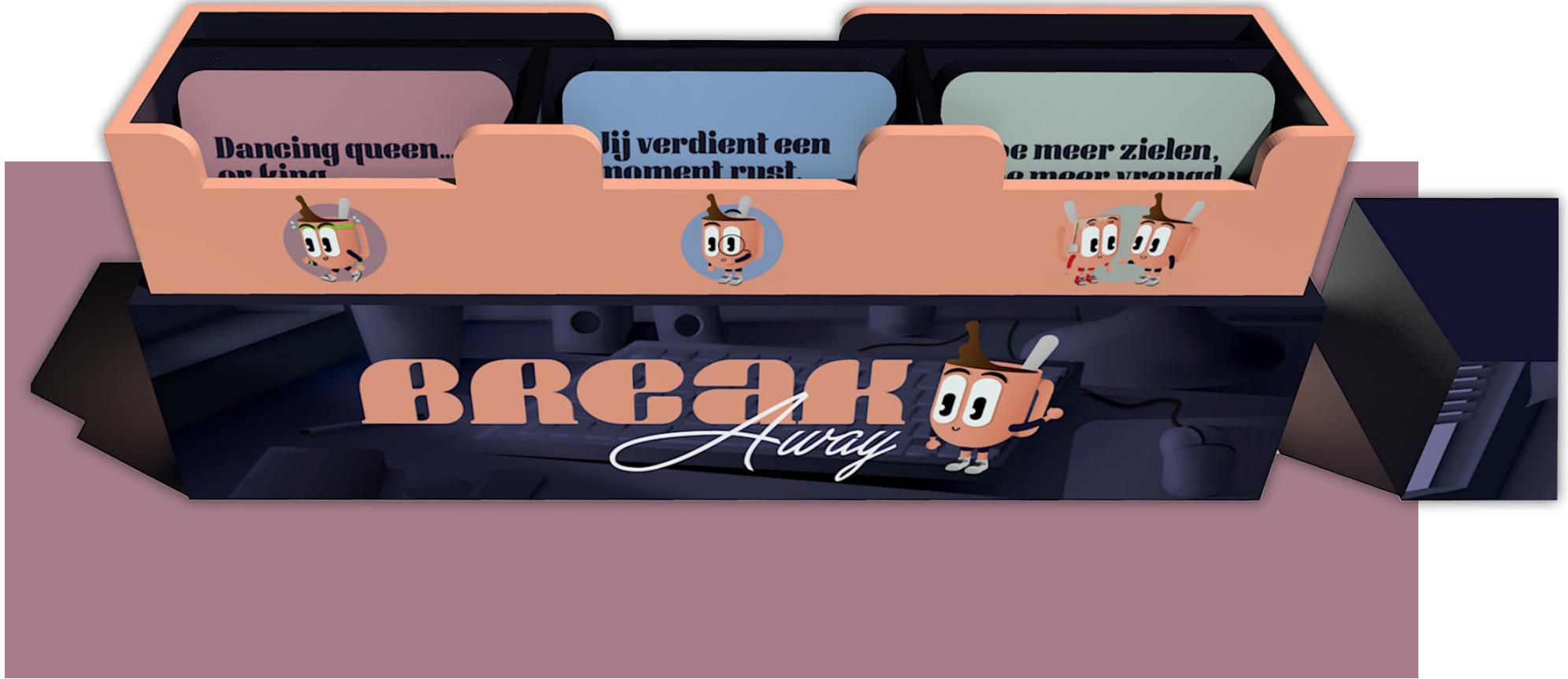
Verpakking

De verpakking bevat 4 compartimenten: 1 voor elk categorie en een extra breed compartiment om de spelregels in op te slaan. Het heeft een kleine voetafdruk zodat het gemakkelijk achteraan een bureau kan worden geplaatst zonder al te veel ruimte in te nemen.

Het complete design en stansvorm zijn te vinden in de digitale deliverables











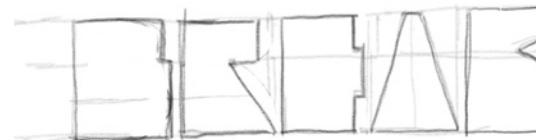
Voorstudies

Het denkproces en de evolutie
van het spel.

Logo

schetsen

Het lettertype is gebaseerd op de letters van het Breakaway logo. Hieronder ging ik op zoek naar een grid dat kon gebruikt worden voor elke letter. Op volgende pagina's de geschatste letters op basis van dit grid.



Tijdens de interviews stelde ik mensen de vraag "Als jouw pauze een logo had, hoe zou het er dan uit zien?" Vervolgens presenteerde ik ze met een handvol logo's. Hieruit werden het vaakst de wordmarks met dikke, afgeronde letters gekozen. Deze lijn ben ik dan ook gevolgd voor de ontwikkeling van mijn lettertype.

Break away

Break
away

BREAK

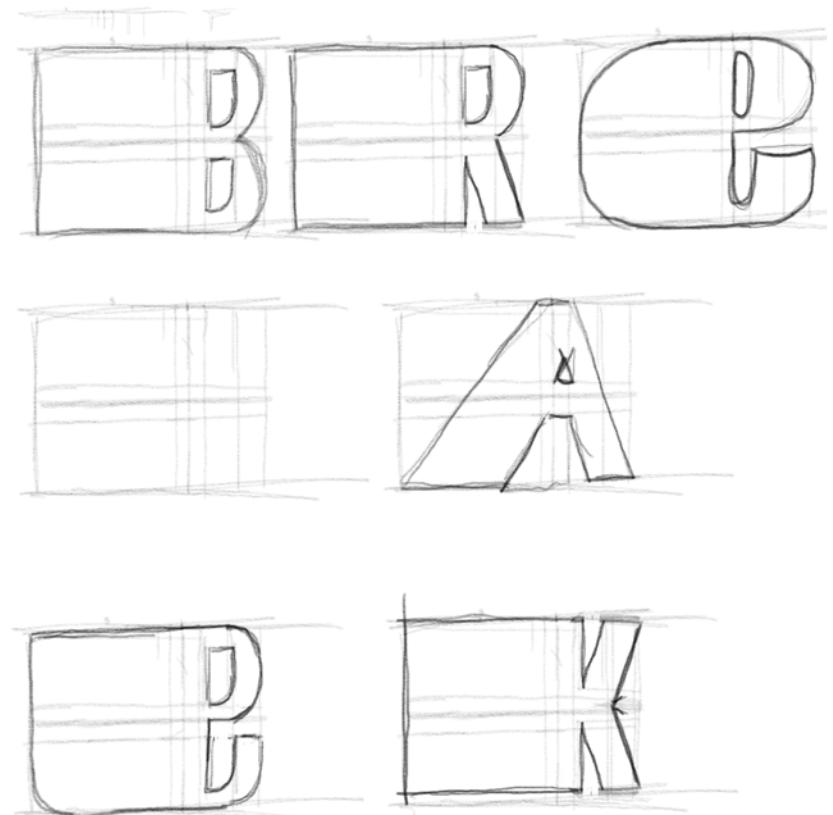
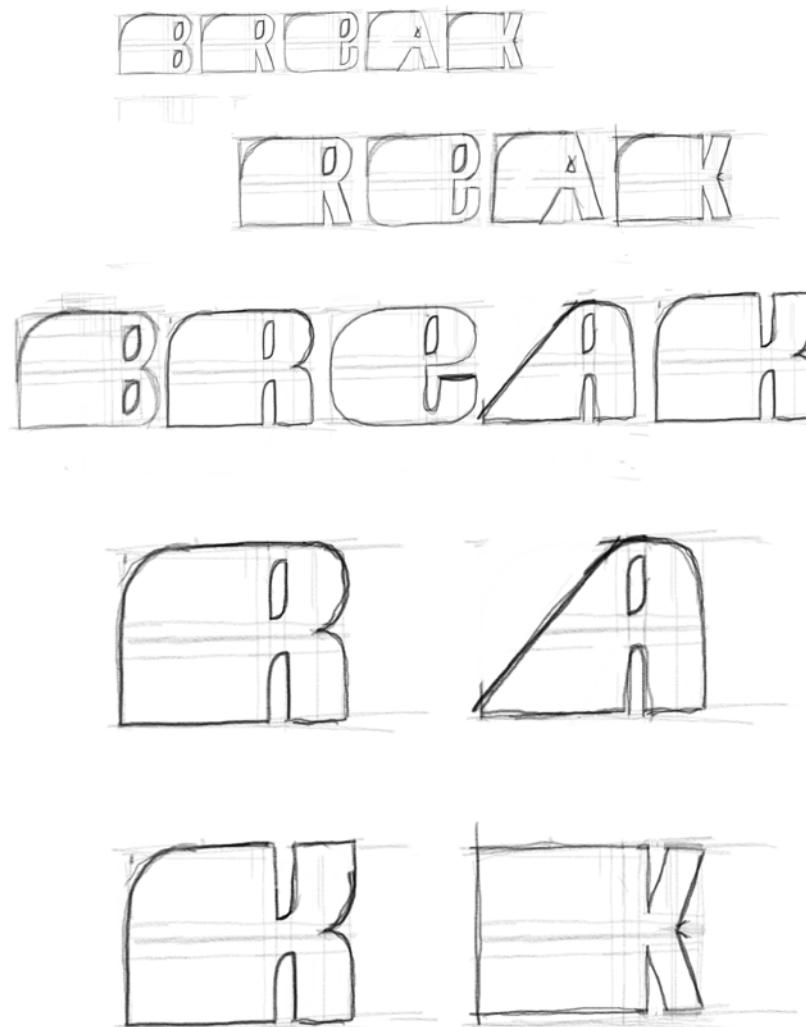
BREAK

BREAK

BREAK

BREAK

BREAK





digitale uitwerking

Het in Illustrator uitgewerkte logo. De 3e versie hier heeft nog de kleinere letterogen dan het finale resultaat.



BREAK
away

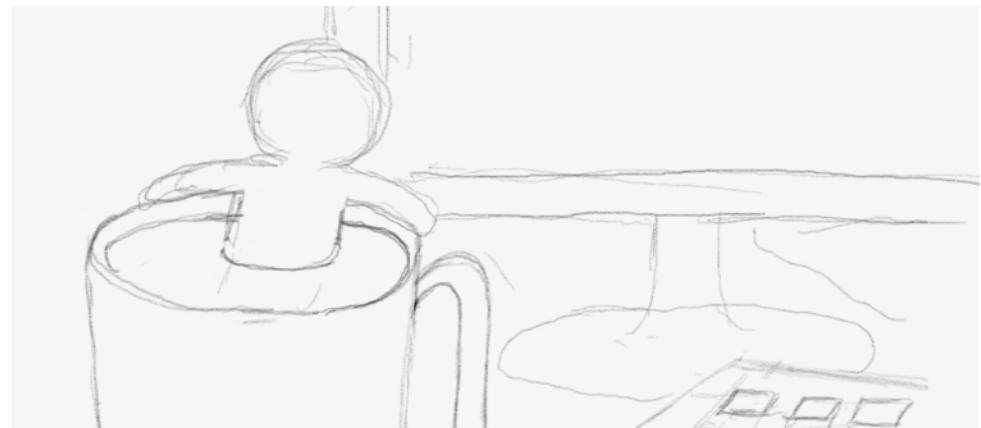


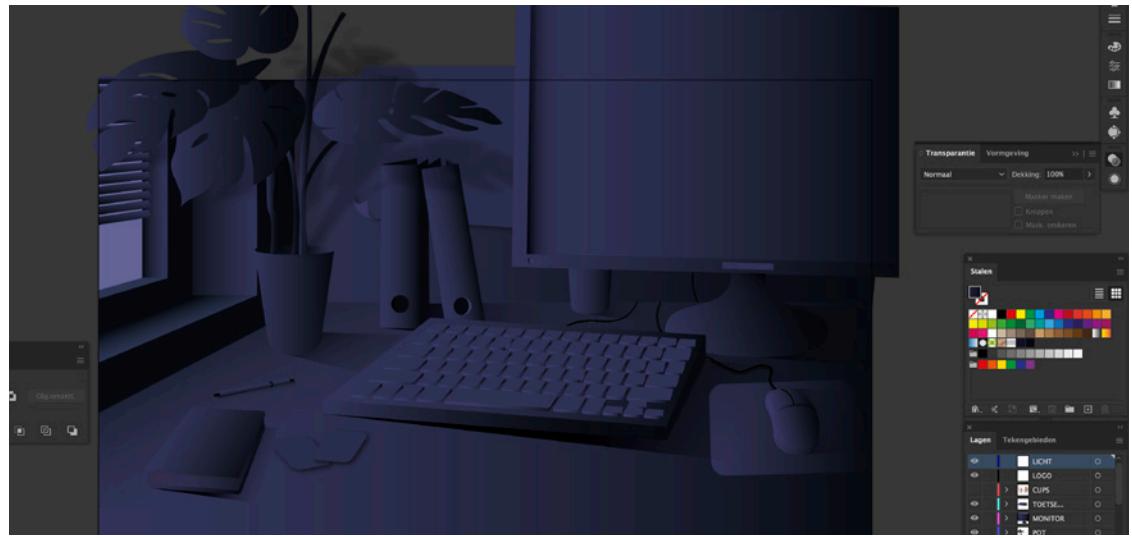
Illustratie

De illustratie die de stijl ondersteunt startte met het idee dat ik deze zou gebruiken in combinatie met fellere visuals zoals de mascotte, iconen en tekst. Ik maakte de illustratie dus donker genoeg zodat deze met gemak als achtergrond kan worden gebruikt, maar nog steeds op zichzelf kan staan.

schetsen

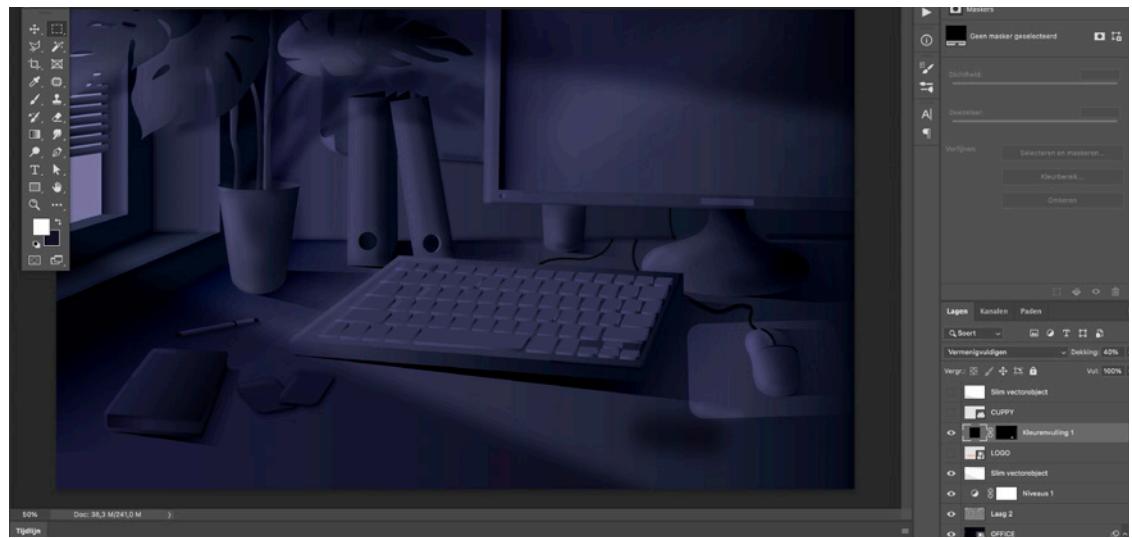
Het proces startte met enkele ruwe ideeschetsen.





digitale uitwerking

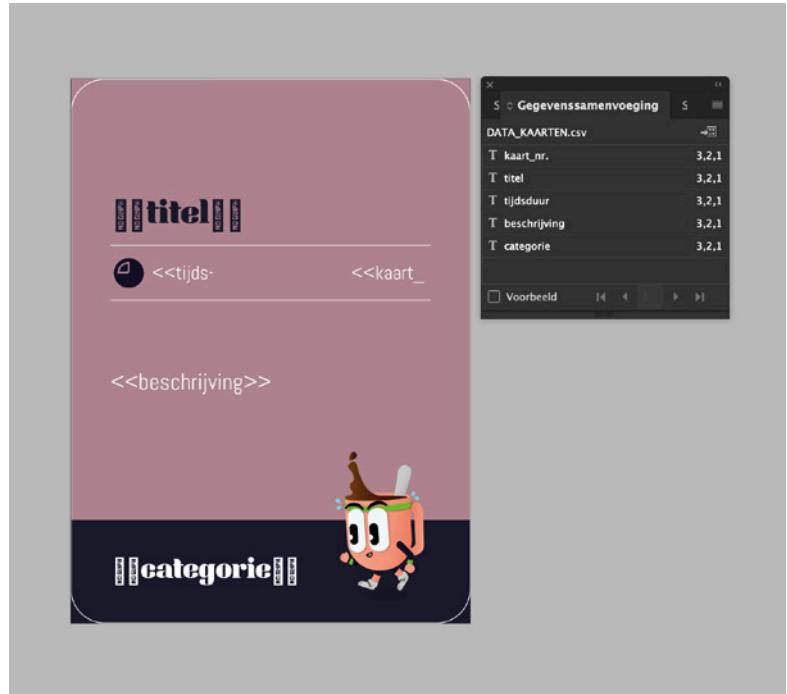
Met enkele ideeën trok ik naar Illustrator en legde ik de vormen en kleuren uit. Vervolgens importeerde ik dit resultaat in Photoshop om verdere schaduw en diepte toe te voegen.



Kaarten

Voor het design van de kaarten moest ik variabele data printing toe-passen. Het basisspel bevat 75 kaarten met ruimte voor uitbreiding in de toekomst. Daarom was het belangrijk dat ik eerst een solide maar flexibele template aanmaakte waarin dan dynamisch gegevens kunnen worden geladen. De gegevens staan in de vorm van een CSV bestand gegenereerd in Pages.

Rechts een screenshot van de template en 2 vroegere versies van het uiteindelijk ontwerp.



Lettertype

Uit het onderzoek was gebleken dat mensen een schrift lettertype eerder zien als ontspannen, en een geschreven lettertype als productief.

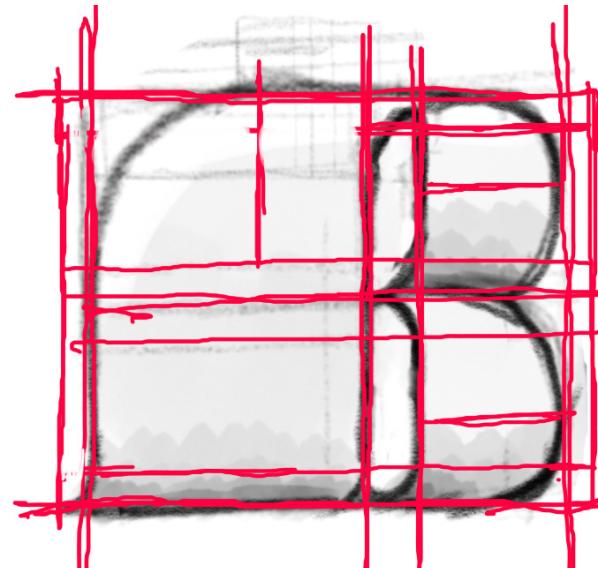
[1] Aangezien Breakaway een spel is dat wordt gespeeld in een anders vrij serieuze omgeving moest het beide eigenschappen bevatten. Ik liet me inspireren door Didone-achtige fonts en op technisch vlak liet ik me begeleiden door het boek "Letterforms" van Timothy Samara

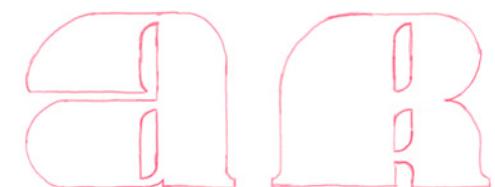
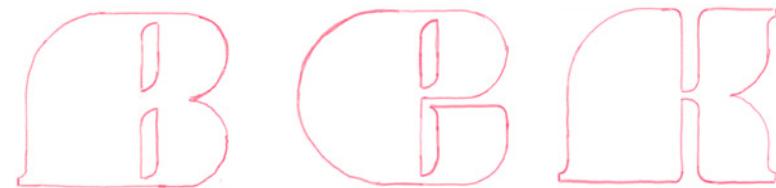
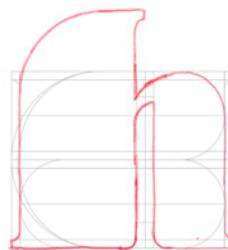
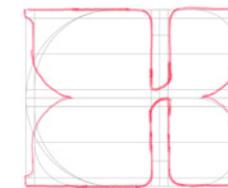
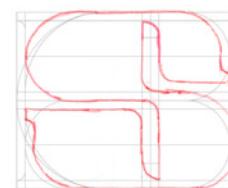
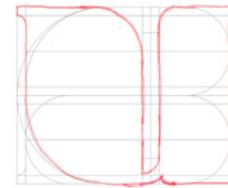
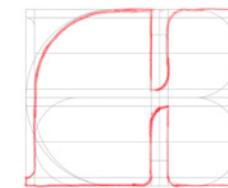
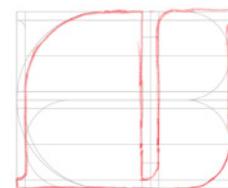
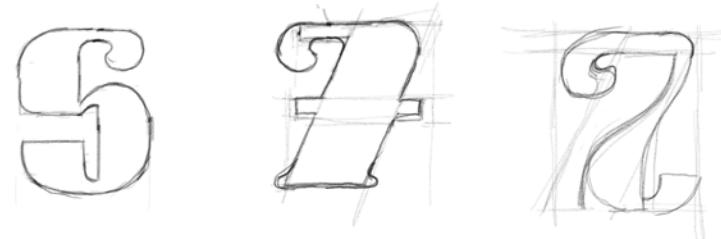
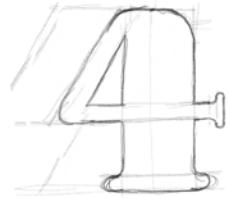
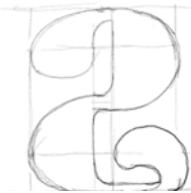
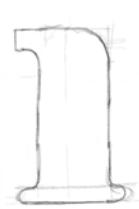
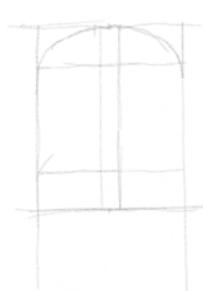
De grondslag van "Kantine" zijn de letters die ik schetste en ontwikkelde voor het logo. Deze stijl wou ik doordragen naar een bruikbaar lettertype. Ik ontwikkelde een grid waarop de meeste letters vlot konden worden ontworpen, hoewel ik snel door had dat niet elke letter mooi binnen mijn vooraf bepaalde parameters zou vallen. Ik leerde dat het grid breken soms betere resultaten geeft dan er koppig aan vast te blijven houden.

Elke letter is eerst geschetst, vervolgens in Illustrator getekend en als laatste geïmporteerd in het lettertype ontwerp programma "Glyphs".

schetsen

Het lettertype is gebaseerd op de letters van het Breakaway logo. Hieronder ging ik op zoek naar een grid dat kon gebruikt worden voor elke letter. Op volgende pagina's de geschetste letters op basis van dit grid.





Red line drawings of lowercase letters 'd', 'b', and 'u' on a grid.

Red line drawings of uppercase letters 'D', 'V', and 'N' on a grid.

Red line drawings of lowercase letters 'c', 'G', and 'P' on a grid.

Red line drawings of lowercase letters 'm' and 'w' on a grid.

Red line drawings of lowercase letters 'z', 'v', and 'n' on a grid.

Red line drawings of lowercase letters 'r', 'q', and 'b' on a grid.

Red line drawing of lowercase letter 'u' on a grid.

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

O

P

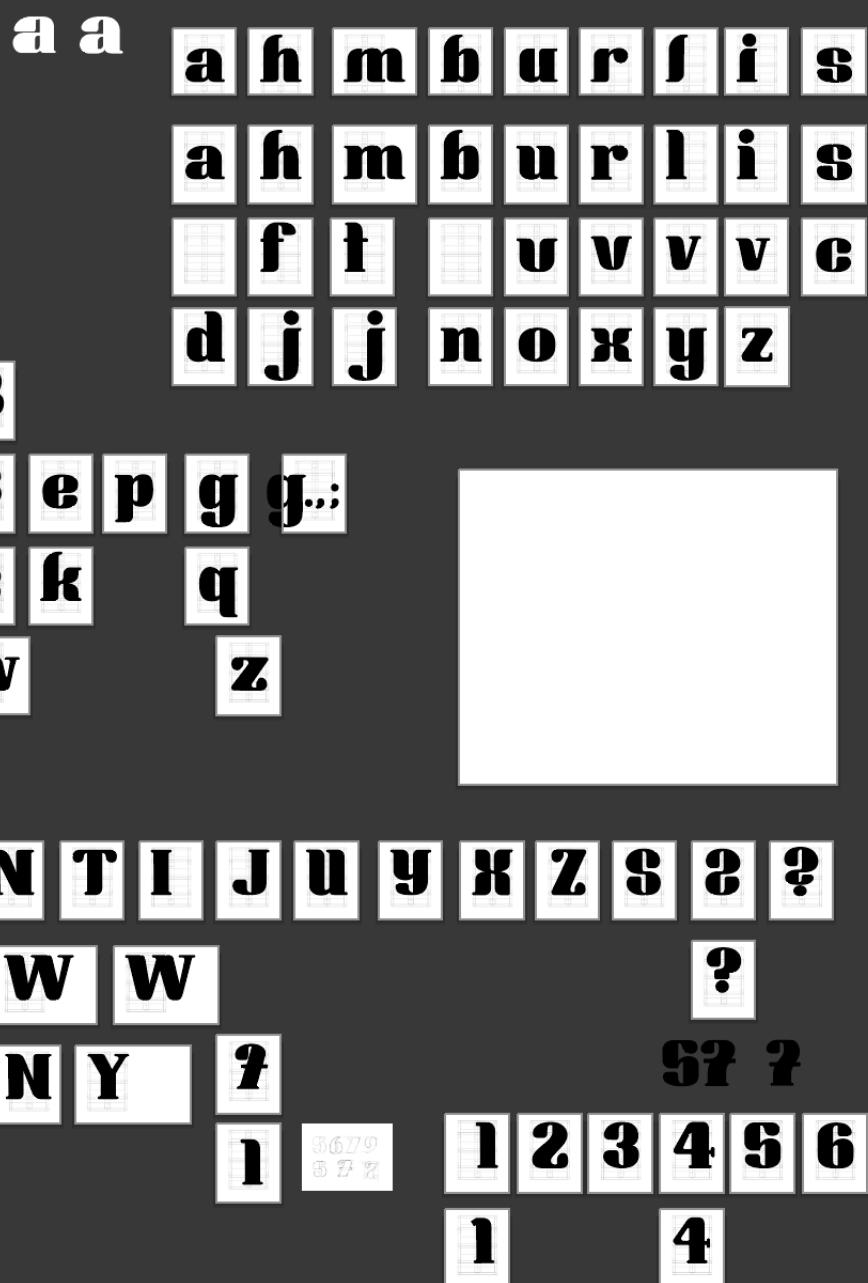
Q

R

S

T

T T T

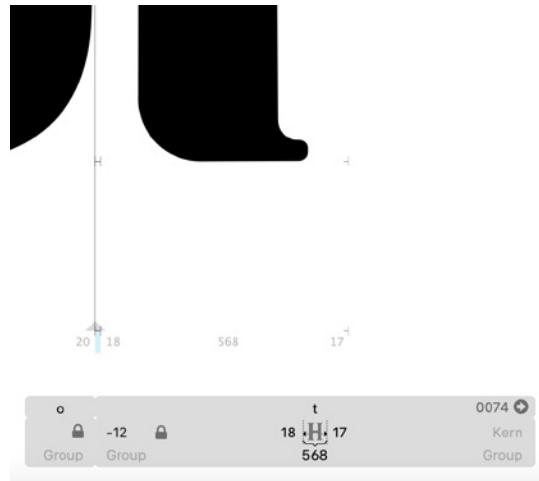


digitale uitwerking

De in Illustrator uitgewerkte letters. Ook hier was nog ruimte voor experiment en aanpassing.



Screenshots uit "Glyphs. Bovenaan het overzichtscherm. Rechts een screenshot van de interface voor het aanpassen van sidebearings en kerning tussen letterparen.



aaaaaa

digitale uitwerking

De digitale evolutie van Kantine. De eerste versie was een exacte kopie van mijn schetsen. Ik ondervond echter snel dat letters in deze stijl niet werken in langere teksten, ze voelen onevenwichtig aan omdat de rechtste helft niet even dik is als de linkse. Ook de leesbaarheid was – ondanks dat het een displaylettertype is – niet optimaal. De grootste uitdaging was het behouden van het karakter dat ik had gecreëerd maar deze ook leesbaar te maken.

Glyphs is een vector bewerkingsprogramma met focus op lettertype ontwikkeling. Het heeft de mogelijkheid letters te ontwerpen, letterparen te kernen, het invoegen van ligaturen en het exporteren van OTF of TTF bestanden.

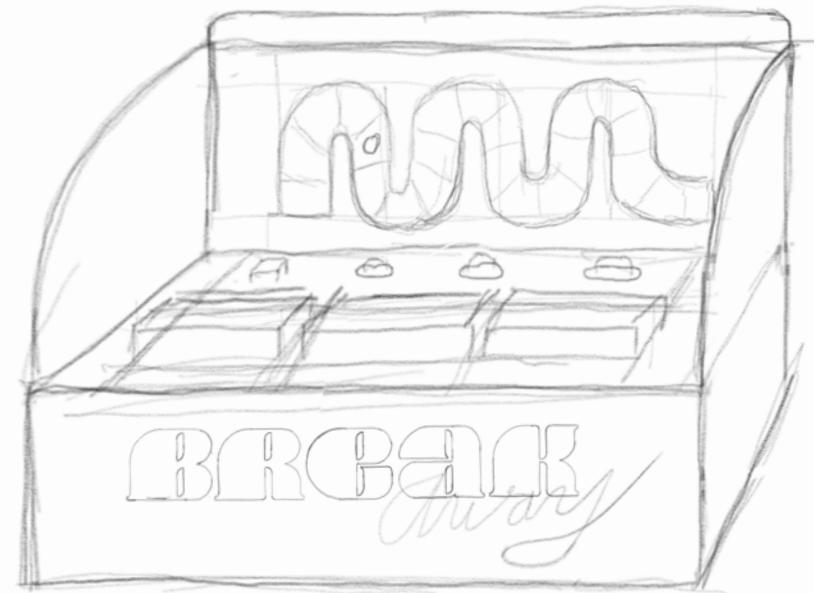
Het eindproduct – Kantine – bevat 83 glyphs en 538 (manuele) kerning paren.

Verpakking

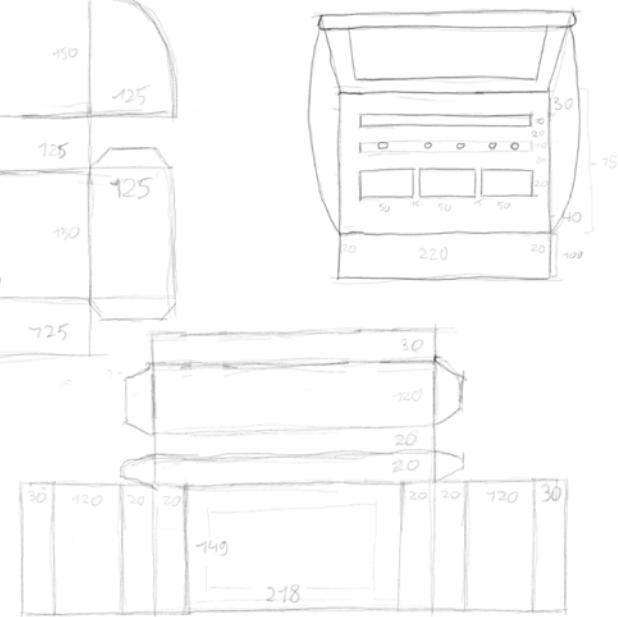
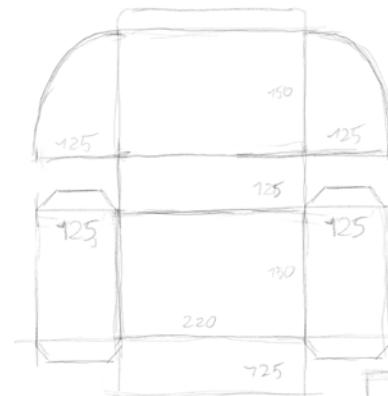
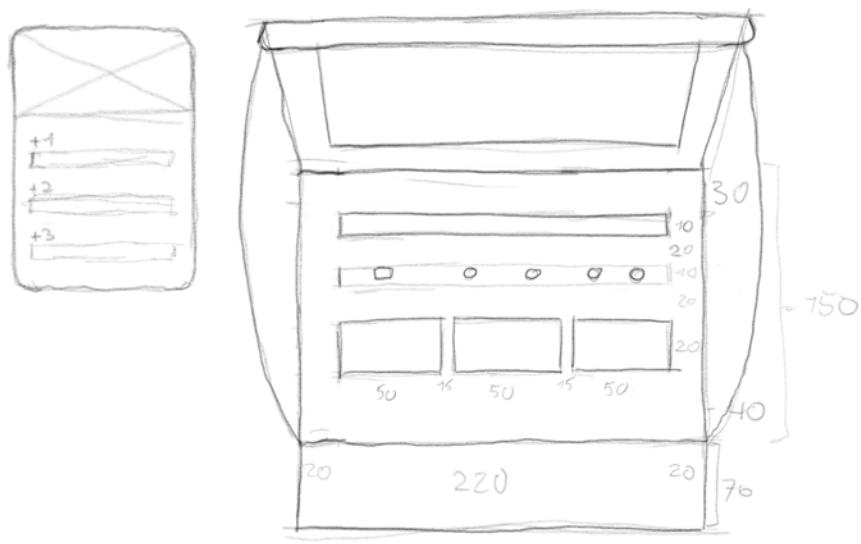
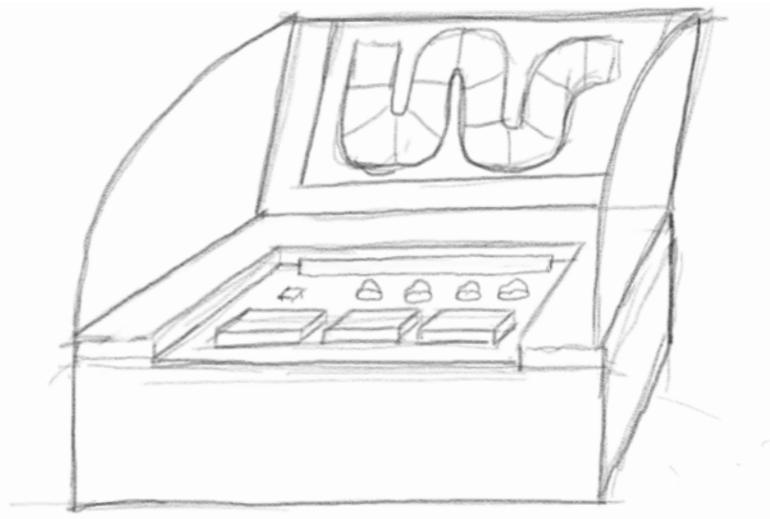
schetsen

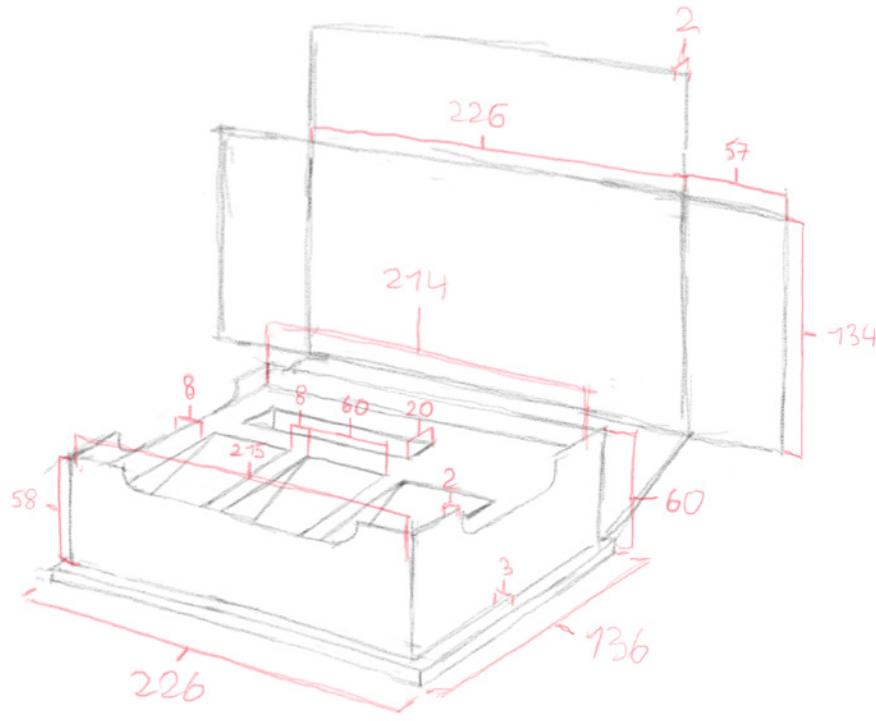
Bij de schetsen switchte ik voordurend tussen het getekende en Sketchup. Wanneer ik een verpakking had bracht ik deze tot leven in Sketchup, daar was gemakkelijk te zien of mijn concept haalbaar was en geen fouten bevatte.

schetsen concept 1(grote doos)



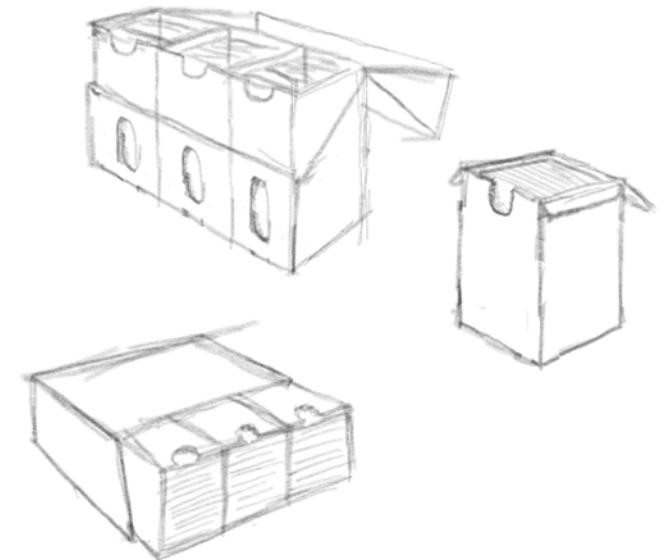
De verpakking is door verschillende fases gegaan naargelang de scope van het project veranderde. Eerst was Breakaway simpelweg een kaartspel, daar breidde ik later op uit zodat het een spel was met pionnen en een bord, uiteindelijk (na feedback van iemand die geïnteresseerd was in het Breakaway concept) ging ik terug naar een kaartspel aangezien dit eenvoudiger te spelen is in een kortere tijd.

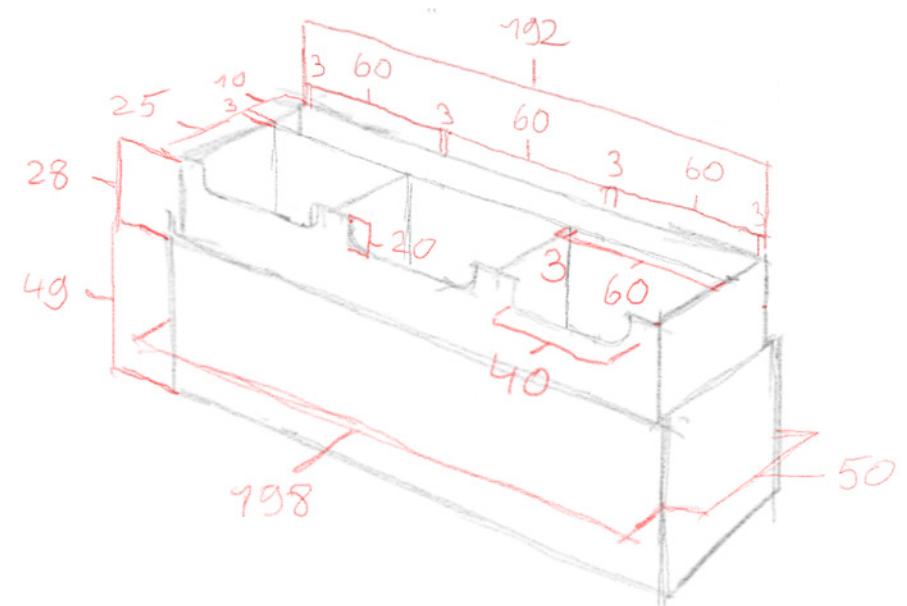
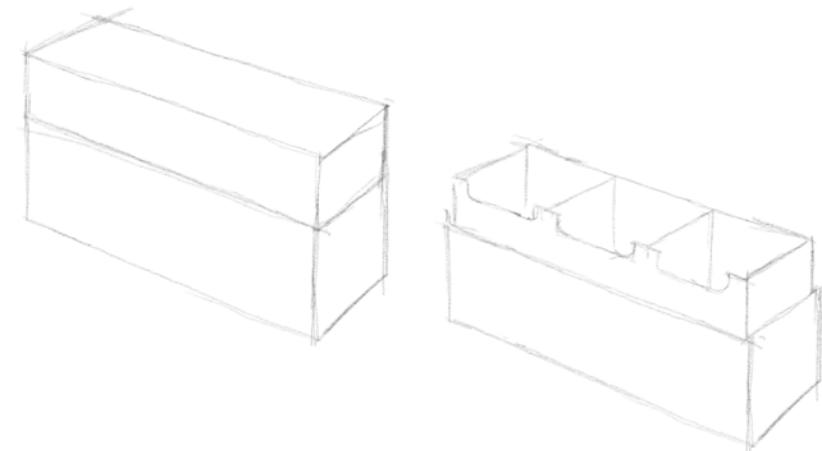


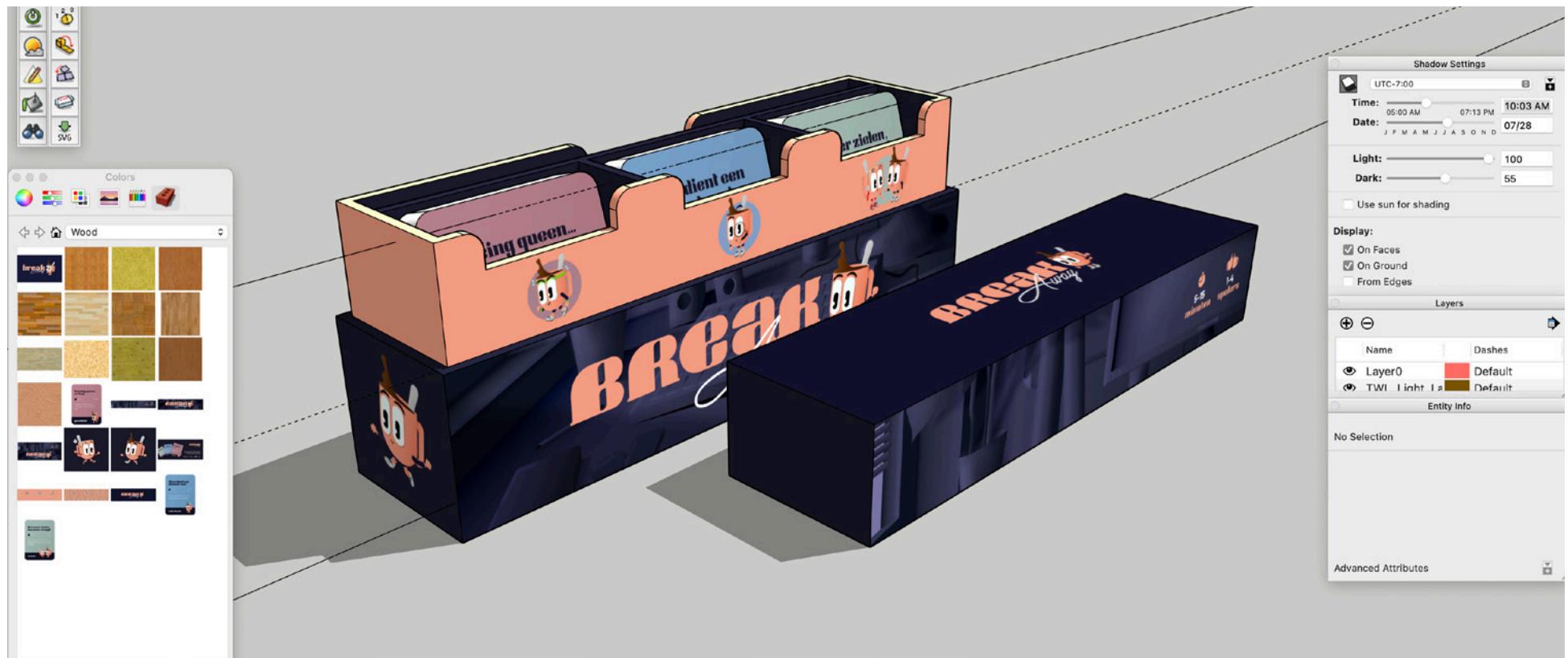


schetsen concept 2 (kleine doos)

Concept 2 is een veel kleinere doos. Deze versie van het spel bevat enkel de speelkaarten en een kaart met spelregels. Niet alleen maakt dit Breakaway spelen sneller en eenvoudiger, het verkleint ook de voetafdruk van de doos op een bureau. Ik heb er bewust voor gekozen de kaarten rechtopstaand in de doos te steken.

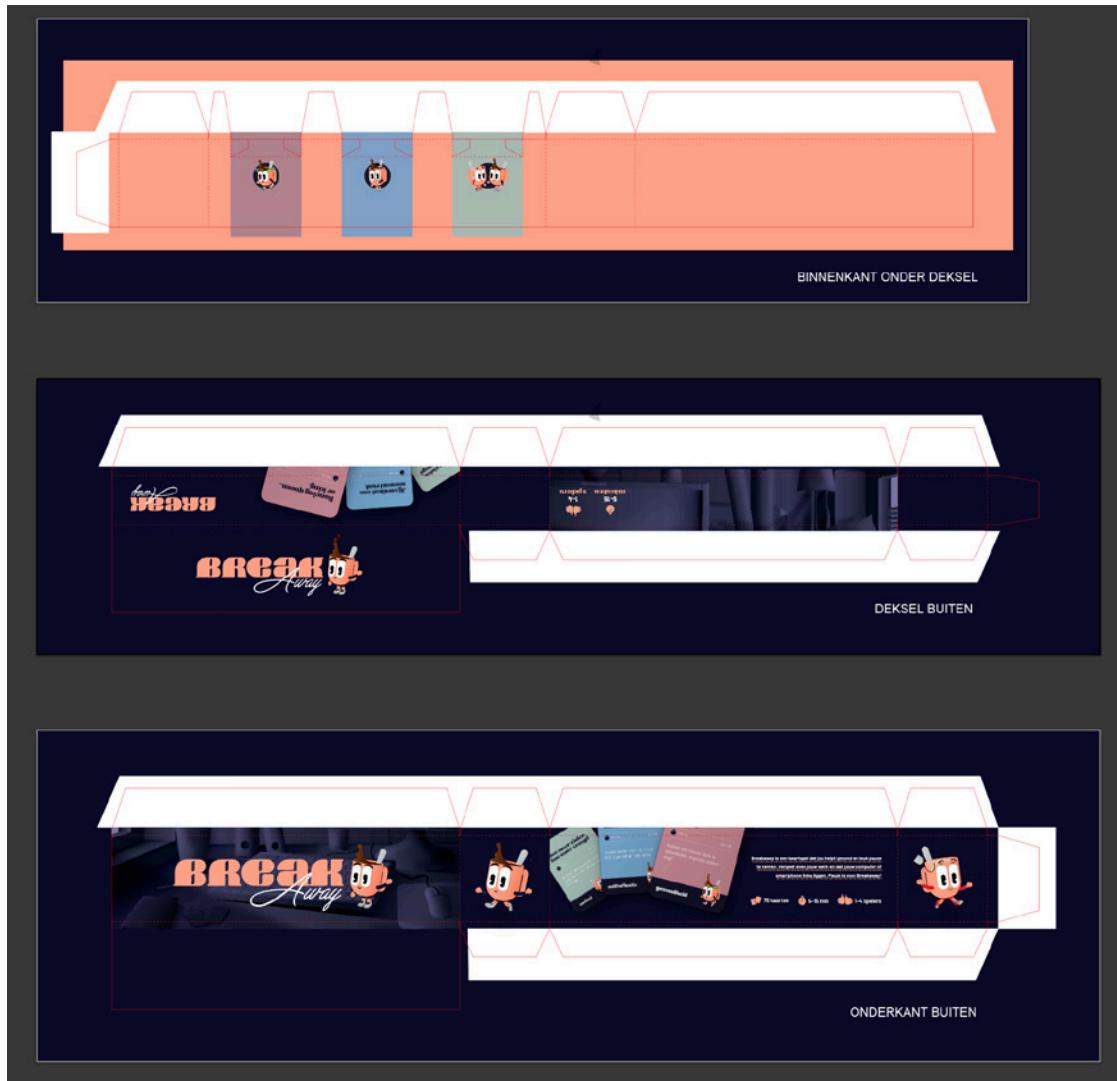






digitale uitwerking

'Sketchup sloeg de brug tussen de schetsen en het digitaal ontwerp. Nieuwe afmetingen werden altijd eerst uitgeprobeerd in Sketchup, als deze klopten tekende ik een 2D uitvouwing om dan in Illustrator het design erop toe te passen.

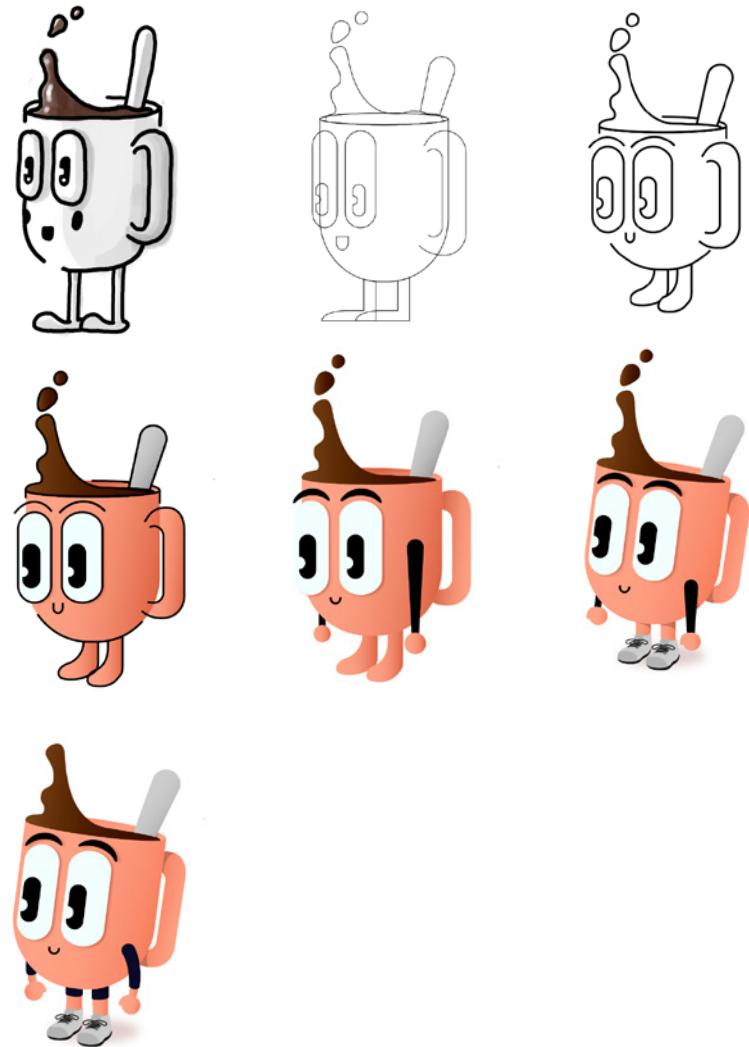


De uitgevouwde versie in Illustrator. Dit design zal gewrapt worden rond een karton van 2mm dik. Hier is rekening mee gehouden bij de afmetingen. Het bestand bevat het design, een stansvorm in steunkleur en overdruk en witte stroken om problemen bij het lijmen te voorkomen.

Mascottes

Elk bordspel heeft een leuke en herkenbare mascotte nodig. Voor Breakaway werden dit Kaifi en Thea.

Aangezien koffie vaak werd vermeld tijdens de enquête vond ik het een goed idee om het centrale karakter van het spel hier rond te laten draaien. Kaifi begon als een heel eenvoudige schets waar ik in Illustrator verder op uitwerkte. Op basis van het design van Kaifi kwam ook Thea tot leven. Een gelijkaardig personage, maar dan thee!



Prijs- berekening

kostprijs voor de spelregels en
kaarten.

Offerte kaarten en spelregels

Voor het drukken van de kaarten en de spelregels contacteerde ik Drukkerij Alfabet in Gent. Ik koos voor een kleine oplage van 500 exemplaren. Dit komt neer op **37,500 kaarten** (75 kaarten per spel) en **500 sets van de spelregels**.

Opvallend is dat ik persoonlijk koos voor het drukken van de spelregels op 300g maco papier. De drukker besloot echter dit op 90g papier te drukken. Ik volg zijn suggestie. In totaal zouden 500 exemplaren van Breakaway mij **606,20 euro** kosten bij deze drukkerij. Dit is veel minder dan ik had verwacht. Ik ga ervan uit dat dit ook de reden is dat van de 5 gecontacteerde drukkerijen slechts 2 hebben geantwoord op mijn aanvraag. Hiernaast mijn aanvraag aan de drukkerij en op de volgende pagina het antwoord van Drukkerij Alfabet.

Van: "Stijn" <stijn@stijnstevens.be>
Aan: "info" <info@alfabet.eu>
Verzonden: 22/04/2021 9:20:00
Onderwerp: Offerte speelkaarten + spelregels

Beste Heer/Mevrouw,

Naar aanleiding van de Coronacrisis en thuiswerk ontwikkelde ik een kaartspel dat mensen helpt om thuis een gezonde en ontspannende pauze te nemen.
Dit spel bevat 75 speelkaarten en 1 blad met spelregels.

Ik had graag een offerte gewenst voor volgend werk:

- 37.500 exemplaren van de speelkaarten. Deze hebben een formaat van 55x75mm, zijn quadri en mogen op 300g maco papier worden gedrukt.
- 500 exemplaren van de spelregels met formaat 165x75mm. Deze mogen ook quadri worden gedrukt op .

Qua afwerking zat ik te denken aan afgeronde hoeken voor de speelkaarten, maar mocht dat een grote meerkost zijn is recht snijden voldoende.

Alvast bedankt.
Met vriendelijke groeten,
Stijn Stevens



Stijn Stevens – Stevens Design
Nokerstraat 34,
9042 Desteldonk
stijn@stijnstevens.be

Dag Stijn,

Hierbij de gevraagde offerte:

speelkaarten

papier: witte offset 300 gr. Plano superior (= steviger dan maco)

druk: recto/verso quadri

formaat: 55 x 75 mm

afwerking: snijden

aantal: 500 sets x 75 kaarten = 37.500 ex.

prijs = 437,20 euro

optie hoekjes afronden = 562,60 euro

spelregels

papier: witte offset 90 gr. Plano superior

druk: recto quadri

formaat: 75 x 165 mm

afwerking: snijden

aantal: 500 ex.

prijs = 42,60 euro

De prijs is exclusief BTW, transport en blijft drie maand geldig en u zorgt voor een drukklare file, zie link <http://www.alfabet.eu/aanleveren/>
Indien wij de opmaak verzorgen of dienen aan te passen gebeurt dit aan 50 euro per uur.
Pas na uw bevestiging plannen we dit werk in.

Blijven er vragen aarzel dan niet om ons te contacteren.

Met vriendelijk groeten,

Dirk Matthys

Alfabet drukkerij

Sint-Denijslaan 317

9000 Gent

tel 09 226 90 13

info@alfabet.eu

www.alfabet.eu

**Contact met
interne
mentor**

Ik had in totaal 3 keer contact met Mvr. Vermeulen. De eerste keer in September, de tweede keer in Februari en een laatste keer per mail in maart.

- **22/09/2020:** Eerste gesprek na keuze onderwerp
- **11/02/2021:** Feedback gesprek na pitch
- **16/03/2021:** Mail omtrent fysiek indienen van BaP

Tijds- besteding

| UREN | BESCHRIJVING | UREN | BESCHRIJVING |
|------|--------------------------------------|------|---|
| 2 | Opstellen enquête | 0.5 | Interview Florent |
| 1 | Opstellen enquête | 3,5 | Interview Arne + neerschrijven conclusies |
| 1 | Uitlezen resultaten enquête | 1 | Opstellen Pitch |
| 4 | Schrijven code analyseren resultaten | 3 | Stijlonderzoek / inspiratie |
| 1,5 | Schrijven code analyseren resultaten | 2 | Maken grafieken |
| 2 | Neerschrijven conclusies | 5,5 | Opstellen pitch |
| 0,5 | Neerschrijven conclusies | 4 | Schetsen logo |
| 1 | Plannen interviews | 3 | Schetsen logo |
| 2 | Opstellen bord voor interviews | 4,5 | Schetsen logo + Digitaal logo |
| 1 | interview Kay + Ira | 3,5 | Digitaal logo |
| 1 | Aanpassen interview bord | 1,5 | Vormen kleurpalette |
| 0,5 | Interview Jan | 5 | Schetsen lettertype |
| 1 | Interview Maxime | 4,5 | Schetsen lettertype |
| 1,5 | Interview Nathan | 5,5 | Schetsen lettertype + Digitaal lettertype |

| UREN | BESCHRIJVING |
|------|---|
| 1 | Schetsen mascotte |
| 5 | Lettertype digitaal |
| 5 | Digitaal mascotte |
| 8 | Lettertype digitaal |
| 4 | Lettertype digitaal |
| 1,5 | Schetsen verpakking |
| 2 | Schetsen verpakking |
| 3 | Sketchup verpakking |
| 1 | Schetsen verpakking |
| 1,5 | Sketchup verpakking |
| 2 | Schetsen illustratie verpakking |
| 5 | Digitaal illustratie verpakking (Illustrator) |
| 2 | Digitaal illustratie verpakking (Photoshop) |
| 2 | Digitaal mascotte |

| UREN | BESCHRIJVING |
|------|------------------------------------|
| 4 | Verpakking Illustrator |
| 2 | Mockups verpakking Sketchup |
| 5 | Digitaal kaarten variabele data |
| 5,5 | Lettertype digitaal |
| 6 | Digitaal kaarten + BAP Boek |
| 1,5 | Digitaal mascotte |
| 3,5 | Digitaal kaarten |
| 5,5 | Digitaal lettertype + BAP Boek |
| 3 | Maken website |
| 3 | Maken website |
| 4 | BAP Boek |
| 8 | BAP Boek |
| 3 | Maken mockups kaarten + verpakking |
| 2 | Finetunen verpakking |

| UREN | BESCHRIJVING |
|-------|--------------------------|
| 1,5 | Fintetunen mascotte |
| 1 | Lettertype exporteren |
| 4 | BAP Boek |
| 2 | Mockup fotoshoot |
| 9 | BAP Boek |
| 4 | Website download knoppen |
| 1 | Logo in final bestand |
| 1 | Verzamelen data |
| 9 | Bap boek afwerken |
| 199,5 | TOTAAL |
| | |

Bronnen

gebruikte bronnen en toelichting

bronnen

[1] Stevens Stijn, SS. (2020). *Een kwantitatief onderzoek naar pauzegedrag en de subjectieve gevoelswaarde van pauze.*

locatie: "DATA/ENQUÊTE_DATA"

[2] Stevens Stijn, SS. (2021). *Een kwalitatief onderzoek naar pauzegedrag en de subjectieve gevoelswaarde van pauze bij studenten*

locatie: "DATA/BOARDS"

Deze bachelorproef is gebaseerd op persoonlijk onderzoek. Alle data, inzichten en conclusies zijn door mij vergaard of gegenereerd.

enquête

In oktober 2020 deed ik een onderzoek naar pauzegedrag en de algemene gevoelswaarde van pauze. Dit eerste onderzoek gebeurde in de vorm van een enquête en vergaarde 73 respondenten. De data van deze enquête is te bekijken bij de digitale deliverables onder het mapje "DATA" en vervolgens "ENQUÊTE_DATA". Hiervoor is Numbers of Excel vereist.

interviews

In januari 2021 heb ik met mensen (voornamelijk) uit mijn doelgroep persoonlijke interviews gevoerd (6 studenten/recent afgestudeeren en één middelbare school leerkracht). Wegens de Coronacrisis zijn deze interviews via videochat afgelegd. Samen met hen vulde ik een digitaal inspiratiebord in. Deze borden zijn opgeslagen als PDF en zijn te vinden onder het mapje "DATA" en vervolgens het mapje "BOARDS".

code

Om bepaalde percentages te berekenen en om mogelijke relaties tussen leeftijd, occupatie en gevoelens te vinden schreef ik een script dat de gegevens uit mijn enquête automatisch doorloopt.

Deze code is te vinden onder het mapje “DATA” en vervolgens “CODE”. Om het script uit te voeren dubbelklikt u op “index.html”. Alternatief kan de code bekijken worden door het mapje “CODE” te openen met een tekstverwerker, bij voorkeur Visual Studio Code of gelijkaardig.

Bedankt aan Maxime Cannoodt, Nathan Trypsteen en Kay Coole voor continue feedback. Ook bedankt aan Jan, Ira, Florent, Arne en Michiel om geduldig mijn vragen te beantwoorden tijdens hun interviews.

Geschreven en ontworpen door Stijn Stevens als bachelorproef voor de Arteveldehogeschool, Grafische en Digitale Media, Cross Media Ontwerp.

2020 - 2021

