

# Customer Journey Maps

REPORTAGE Irina van Aalst, Danielle Arets & Jelle Brands

**Herkenbaar? Als je 's avonds door een slecht verlichte steeg fietst, staat er een groepje jongeren op de hoek van de straat. Plots bekruipt je een unheimisch gevoel. Uit voorzorg pak je vast je telefoon en gaat quasi nonchalant iemand bellen. Snel ben je de groep voorbij en eenmaal in de verlichte binnenstad verbaas je jezelf over je plotselinge angstaanval.**

Voor veel steden is veiligheid in de openbare ruimte een factor van groot belang. In toenemende mate worden bewakingscamera's en andere vormen van toezicht ingezet om het veiligheidsgevoel te beïnvloeden. Hoe effectief zijn al deze maatregelen? Gevoelens van veiligheid en onveiligheid zijn lastig te objectiveren. Waar de een zich onprettig voelt in een slecht verlichte bushalte, is de ander zich zelden bewust van potentieel gevaar.

De afgelopen vier jaar hebben stadsgeografen van de Universiteit Utrecht en wetenschaps-technologen uit Twente een grootschalig onderzoeksproject gedaan onder de titel 'Toezicht in de Stedelijke Nacht' ([www.stadsnachtwacht.nl](http://www.stadsnachtwacht.nl)). Ze onderzochten de sociaalruimtelijke effecten van toezicht in Rotterdam en Utrecht. De keuze voor deze steden is onder andere gebaseerd op variatie in bevolkingssamenstelling, etnische diversiteit van het uitgaanspubliek, ruimtelijke structuur van de uitgaansvoorzieningen en verschillende manieren van toezicht-houding in de straten, pleinen en stegen rondom de cafés, clubs en restaurants.

In de centrale, binnenstedelijke, uitgaansgebieden werden de ervaringen van het uitgaanspubliek, ondernemers en clubeigenaren evenals die van toezichthouders zoals politie, uitsmijters en operators in kaart gebracht met behulp van kwantitatieve (survey) en kwalitatieve onderzoeksmethoden (observaties, interviews, focusgroepen). Om ervaringen van ongemak of onveiligheid als onderdeel van 'een avond uit' beter te begrijpen is gebruik gemaakt van 'Customer Journey Map' (CJM) onder jongeren die met zekere regelmaat uitgaan.

## Veiligheid in de nachtelijke stad

CJM is een veel gebruikt onderzoeksinstrument binnen het ontwerpend onderzoek. Het kenmerkt zich door een adequate identificatie van problemen en vervolgens het zoeken naar oplossingen. CJM wordt vooral gebruikt in het specifieke veld van 'Service Design'. Hoewel het veld lastig is te definiëren, betekent het letterlijk het 'ontwerpen van diensten', zowel commerciële (banken) als publieke (veiligheid, zorg). Op zich niets nieuws. Maar wat deze benadering anders maakt dan andere instrumenten is een nieuwe invalshoek die is gericht op de ervaringen van individuele gebruikers. Door middel van een CJM wordt een gestructureerde visualisatie gemaakt van de 'reis' die bezoekers (uitgaanspubliek) afleggen door – in dit geval – de nachtelijke binnenstad tijdens een avond uit. Op basis van deze ervaringen wordt een verhaal verteld waarin zogenaamde 'touchpoints' een belangrijke rol spelen. Dit zijn de momenten waarop een gebruiker in contact treedt met de dienstverlening, in dit onderzoek de specifieke beveiligingsmaatregelen. De daarmee gepaard gaande reacties en emoties worden vervolgens helder en toegankelijk in kaart gebracht, waarbij de gebruikers direct en actief betrokken zijn bij het proces en de constructie van een CJM.

## *Vanaf 22 uur blijven jongeren de hele avond op dezelfde plek.*

### Workshops met jongeren

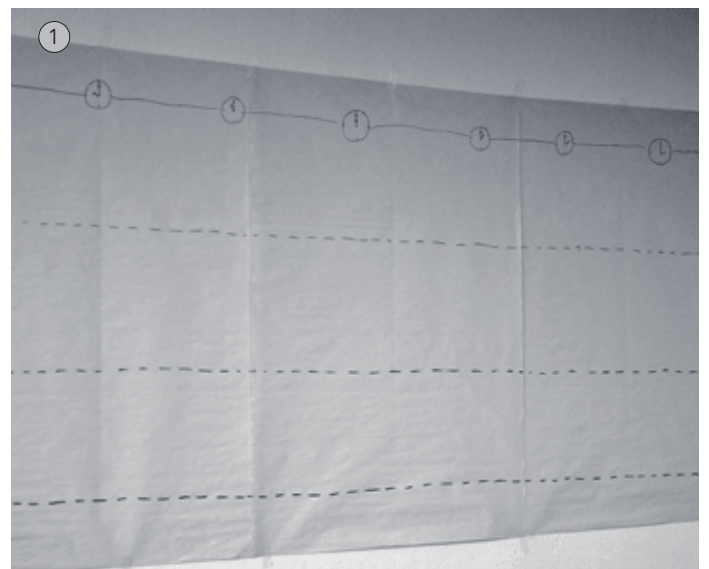
In januari 2013 komen jongeren die regelmatig uitgaan in Rotterdam bij elkaar voor één van de drie workshops, georganiseerd op drie verschillende momenten. De leeftijd van de deelnemers varieert tussen de 16 en 26 jaar. Voorafgaand aan deze bijeenkomsten wordt een leeg sjabloon gemaakt met op de verticale as een aantal concrete begrip-

4



pen: uitgaanslocaties, veiligheid, toezicht, overig. Op de horizontale as is een tijdbalk weergegeven: van 21 uur tot 6 uur in de vroege ochtend (foto 1). Het doel is om samen met de participerende jongeren het nu nog lege blad te vullen met aantekeningen en gebeurtenissen op gekleurde post-its (foto 2). Om dieper inzicht te krijgen in hun emoties en ervaringen tijdens het uitgaan, hanteren we ook een narratieve benadering waarbij alle jongeren over zichzelf vertellen en hun ervaringen met de anderen delen.

Tijdens de workshops gaan de deelnemers aan de slag (foto's 3 en 4). Allereerst brengen ze met behulp van post-its hun feitelijke uitgaanspatroon in kaart. Dat wil zeggen dat ze zich baseren op een gemiddelde avond uit. We krijgen onder andere antwoord op de vragen: op welk tijdstip vertrekken ze richting uitgaansgebied; welke uitgaanslocaties bezoeken ze, met wie zijn ze op stap, wanneer gaan ze weer naar een volgende bestemming en wanneer vertrekt men huiswaarts? De



jongeren vullen de gekleurde briefjes in, lopen vervolgens naar het schema en plakken de post-its op (foto 5 en 6).

Nadat de uitgaanspatronen in kaart zijn gebracht, verkennen we welke factoren een rol spelen bij de veiligheidsbeleving (foto's 7 t/m 10). Wanneer voelen uitgaanders zich prettig, op welke momenten komt daar verandering in en hoe komt dat? Daarbij komen zowel temporele aspecten, als de inrichting van de openbare ruimte, de aanwezige uitgaansgelegenheden en de publiekssamenstelling aan de orde. Tot slot wordt de deelnemers gevraagd te reflecteren op aanwezige vormen van toezicht tijdens een avond uit, en de effecten van deze maatregelen op hun individuele veiligheidsbeleving.

### Grafische weergave resultaten

Op basis van alle informatie uit de workshops ontwikkelen we een zogenaamde 'infographic' (zie achterflap van deze AGORA). In één oogopslag blijken in deze grafische weergave duidelijke patronen herkenbaar in het tijdsruimteverloop van een uitgaansavond voor zowel meisjes als jongens. De meeste jongeren zijn rond 22 uur op de plek van bestemming en blijven doorgaans de hele avond op dezelfde plek. Ze gaan niet, zoals zo vaak wordt verondersteld, op kroegentocht of een rondje langs verschillende clubs. Wel wordt tussen drie en vier uur 's nachts de binnenruimte van het café of de club verlaten en de

publieke ruimte bezocht voor een snelle snack. Vanaf vier uur 's nachts keert het merendeel weer huiswaarts. Het spitsuur voor diverse vormen van agressiviteit is tussen 4 uur en 7 uur in de vroege ochtend (zie ook interview met Rotterdamse stadsmarinier in deze AGORA).

## Naarmate de avond vordert neemt het onveiligheidsgevoel toe.

Niet alleen het uitgaan laat algemene patronen zien. Tijdens de drie workshops worden ook duidelijke parallellen gevonden in de factoren die het veiligheidsgevoel versterken. Zo noemen alle jongeren helder verlichte ruimtes, overzichtelijke pleinen – en ook overzichtelijke binnenruimten in cafés en clubs – als factoren die van groot belang zijn voor een veilig gevoel. Het liefst verblijven ze in ruimtes met hoogteverschillen in binnen- en buitenruimten die het overzicht vergemakkelijken en een groter gevoel van controle geven. De meest bepalende factor voor het veiligheidsgevoel blijkt de aanwezigheid van vrienden of 'gelijkgestemden'. Naarmate de avond vordert neemt het onveiligheidsgevoel toe. Vooral het wachten op openbaar vervoer na een





avond uit wordt als vervelend ervaren. Een goede en veilige 'afvoer' uit de centrale uitgaansgebieden lijkt belangrijk. Daarnaast ervaren zowel jongens als meisjes het toegenomen aantal dronken personen in de openbare ruimte als minder prettig.

Over toezicht wordt zeer verschillend gedacht. Waar de een het prettig vindt dat uitsmijters in een kroeg of club aanwezig zijn, is voor de ander toezicht in de vorm van politie te paard op de pleinen een doorn in het oog. In alle drie de groepen wordt cameratoezicht onbelangrijk gevonden, omdat dit slechts 'achteraf' effect kan hebben op het bestraffen van mogelijke misstanden. Camera's hebben volgens onze respondenten geen invloed op de veiligheidsbeleving op het moment zelf. Jongeren hechten aan de aanwezigheid van toezichthouders, menselijke surveillance, maar niet te veel in het oog springend. Dat verpest de 'sfeer' in het uitgaansgebied.

### Tot slot

De CJM geeft ons op een heldere en toegankelijke manier inzicht in de gebruikerservaringen die worden samengebracht in een overzichtelijke visuele presentatie. Hierdoor is het ook mogelijk vergelijkingen te maken tussen diverse doelgroepen, zoals de verschillende ervaringen van meisjes en jongens. Het betrekken van het uitgaanspubliek zelf (als 'knowledgeable agents') lijkt een belangrijke opgave bij het ontwerpen

van een gewenste inrichting van de openbare ruimte in centrale uitgaansgebieden en het aanbrengen en/ of verbeteren van aanwezige veiligheidsmaatregelen.

**Irina van Aalst** ([i.vanaalst@uu.nl](mailto:i.vanaalst@uu.nl)) is **Universitair Docent Stadsgeografie en projectleider van het onderzoeksproject 'Surveillance in Urban Nightscapes'** ([www.stadsnachtwacht.nl](http://www.stadsnachtwacht.nl)).

**Danielle Arets** ([info@capada.nl](mailto:info@capada.nl)) is **associate lector Strategische Creativiteit aan Design Academy Eindhoven**. **Jelle Brands** ([j.brands@uu.nl](mailto:j.brands@uu.nl)) is **promovendus aan de Universiteit van Utrecht en werkzaam binnen het onderzoeksproject 'Surveillance in Urban Nightscapes'**.

### Literatuurselectie

Brands, J. (2013) Vermaak en vertier onder toezicht. *AGORA*, 29(3), pp. 40-43.

Enninga, T. et al. (2013) *Service Design; inzichten uit 9 praktijkvoorbeelden*. Utrecht, HU - Kenniscentrum Technologie & Innovatie.

Stickdorn, M. & J. Scheider (eds) (2010) *This is Service Design Thinking; Basics-Tools-Cases*. Rotterdam, BIS publishers.

