

## Het overtuigende verhaal achter de BBA

In Breda vinden we het belangrijk dat iedereen van onze historische binnenstad kan genieten. We willen een groene, grenzeloze en gastvrije stad zijn. De Beter Bereikbaar Applicatie (BBA<sup>1</sup>) is hiervoor ontwikkeld. Met de BBA maken we een bezoek aan en het verblijf in de binnenstad makkelijker, door allerlei databronnen te combineren op een overzichtelijke interactieve kaart. Mensen met een beperking bereiden hun bezoek buiten de deur graag goed voor om te weten of zij met hun beperking wel terecht kunnen. De informatie die ze daarvoor nodig hebben, is vaak lastig te vinden en staat op meerdere plekken. De BBA brengt hier verandering in.

De gemeente is bronhouder van veel relevante data. Zo heeft de gemeente data over waar parkeerplekken zijn, bankjes staan om te rusten en waar tijdelijke wegafsluitingen zijn. Andere informatie is wel openbaar, maar niet via de gemeente. Bijvoorbeeld waar toiletten zijn, watertappunten en wat de weersverwachting is. Bij evenementen komt daar ook de locatie van de EHBO, kassa en in- en uitgang bij. Of de route van een optocht, informatie over de podia, etc. De BBA brengt alle informatie bij elkaar, zodat die gepubliceerd kan worden op de meest logische plek.

De BBA is samen met ervaringsdeskundigen gemaakt. Dankzij hun input zijn waardevolle inzichten verkregen die gebruikt zijn bij de ontwikkeling. Zo is er een prikkelarm kaartje gekomen met alleen de meest essentiële informatie, speciale filterknoppen voor mensen met een lichamelijke beperking. Eenmaal op locatie zijn de faciliteiten ook makkelijker te vinden door de snelste route op te vragen. In de volgende ontwikkelfase wordt de bediening makkelijker, met name voor laag geletterden en visueel beperkten. Door stemgestuurde opdrachten te combineren met een geavanceerde filtermethode (kunstmatige intelligentie) krijgt de gebruiker een beter antwoord.

Naast het eenvoudig vinden van faciliteiten is er nog een specifieke functie van de BBA. Events (zoals evenementen, festivals, musea, restaurants etc.) met een website en/of een app, kunnen namelijk een eigen interactieve kaart op maat maken. In het self service portaal is er een ruime keuze uit databronnen die de gemeente beschikbaar stelt. Events kunnen daar zelf informatie aan toevoegen. Zoals de route van de carnavalsoptocht of voor de deelnemers in een rolstoel aan de Singelloop. Na het selecteren van alle informatie genereert men de code die men eenvoudig op de eigen website of in de app plaatst. De website van het event is de meest logische plaats en zo hoeft de gemeente zelf geen bekendheid te geven aan deze nieuwe dienstverlening.

Tijdens de pilot is de BBA 35.000 keer gebruikt. Zes evenementen, Breda Marketing, Bredaas museum, Chassé theater en Gemeente Breda hebben elk hun eigen kaart op de website geplaatst.

Hoe meer events BBA gebruiken, hoe beter het inzicht wordt van het gebruik van de faciliteiten. De interactieve kaart wordt namelijk steeds opgebouwd met dezelfde databronnen (linked data). Zo krijgt de gemeente waardevolle informatie voor de ruimtelijke ontwikkeling en om het beleid op te baseren. BBA is een van de weinige ICT Lighthouse project binnen de gemeente Breda. De ervaring van BBA is gebruikt om databronnen eenvoudiger aan te kunnen bieden.

BBA is ook een goed voorbeeld hoe een Smart City project dwars door de bestaande organisatie gaat. Zo bleek dat een overkoepelend datainnovatiebudget ontbrak waardoor er 'met de pet' rondgegaan moest worden voor de uitbreiding. Een belangrijke les bij de ontwikkeling is ook een ingrijpende: Smart City projecten vragen om een aanpassing van de huidige gemeentelijke organisatiestructuur, besluitvorming, financiering en aanpak van innovatie. BBA heeft daarbij geholpen.

---

<sup>1</sup> [breda-bba.vercel.app](https://breda-bba.vercel.app)

## Dimensie I: Een schitterende vernieuwing die werkt

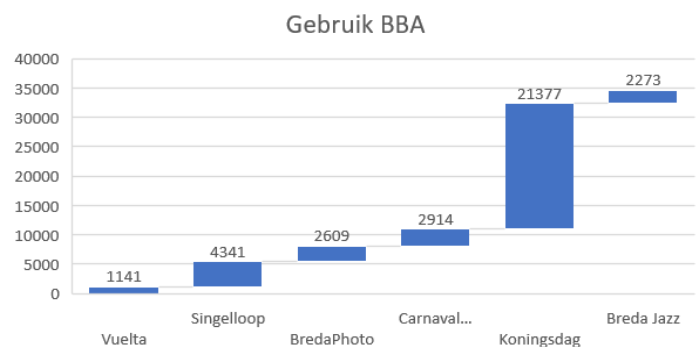
*Onze innovatie als zodanig is zichtbaar, tastbaar, en indrukwekkend. Daarnaast werkt de innovatie en wordt het door anderen (h)erkend. De buitenwereld ervaart de positieve effecten van de innovatie. Het is duidelijk wat de werkzame ingrediënten zijn, die de innovatie ook daadwerkelijk tot een succes maken. Daar is bewijs voor.*

### *Criterion 1: Zichtbaarheid*

#### **Zichtbaar, Tastbaar en Indrukwekkend**

BBA stond voor Breda Bereikbaar Applicatie maar is door samenwerking met Tilburg, Den Bosch en Eindhoven omgedoopt tot Beter Bereikbaar Applicatie. De naam BBA is gekozen met een vette knipoog naar het verleden. De afkorting stamt uit 1924 toen de Brabantse Buurtspoorwegen en Autodiensten werd opgericht. Later overgenomen door Connexion en in 2007 is de merknaam van de markt verdwenen. Omdat Connexion het een sympathiek project vinden dragen zij de domeinnaam over aan de gemeente. Hiermee krijgt de naam BBA een nieuwe invulling.

Om de impact van de oplossing te testen was het een eis in de Europese aanbesteding dat het gebruik van de oplossing in de praktijk bewezen zou worden. In de testperiode bij de evenementen is de interactieve kaart 35.000 keer bekeken (zie afbeelding Gebruik BBA).



### *Criterion 2: (H)erkenning door anderen*

Door de resultaten uit de testen ontstond er steeds meer animo binnen de gemeente.

Bewijs daarvoor is o.a. de gezamenlijke financiering van de doorontwikkeling door de afdelingen Economische Zaken, Sociaal Domein, Evenementen en Bredata. Herkenning en erkenning blijkt ook uit de deelname aan test door het Bredaas Museum, Chasé theater en Breda Marketing om de kaart op hun website te plaatsen. Daarnaast zagen de evenementen uit het plaatje hierboven ook de toegevoegde waarde en hebben meegedaan aan de test.

Een voor ons mooie erkenning is de toegewezen aanvraag vanuit het Innovatie fonds Digitale Overheid voor verdere uitbreiding van de BBA. De aanvraag is samen met de gemeenten Eindhoven, Den Bosch en Tilburg ingediend. De drie gemeenten waren overigens snel overtuigd van de meerwaarde die BBA geeft.

Interesse vanuit het buitenland is gebleken tijdens presentaties op conferenties in Gent en Polen en bij de Vuelta Hollanda door W. Schelvis van Breda-Gelijk die zich als een ware ambassadeur heeft opgeworpen voor de BBA. Een open deur is de erkenning dat BBA is voorgedragen voor OverheidsAwards.

Voor ons is echter de belangrijkste erkenning de positieve feedback van de doelgroep.

### Criterion 3: Bewezen werkzaamheid

De Singelloop was het eerste pilotproject waar de doelgroep bij betrokken kon worden. Dit was de praktijktest van de BBA. Vooraf was er al met de ervaringsdeskundigen overlegd welke functionaliteit zij graag in de BBA wilde hebben en waar we zeker rekening mee moesten houden. Voorafgaande aan de Singelloop heeft het voltallige projectteam met de groep ervaringsdeskundigen een bezoek gebracht aan de binnenstad van Breda en hebben we aan den lijve ondervonden welke obstakels zij moeten overwinnen, hoe lastig het is. Tijdens de eerste test is de werkzaamheid van de kaart bewezen, natuurlijk kwam er feedback die we bij de doorontwikkeling hebben gebruikt.



Figuur 1 Samen de BBA uittesten

Ook de ontwikkelaanpak heeft zich bewezen. In de zomer van 2023 wordt het self service portaal ontwikkeld. Tijdens de test is binnen het project elke interactieve kaart nog zelf samengesteld door intensief overleg met de organisaties. Met die kennis is een clickable demo voor het self portal gemaakt die met de evenementen besproken is. Op basis van die input zijn 5 sprints gedefinieerd. Deze aanpak van intensief contact met de gebruik, in dit geval de organisatie die kaart genereerd, is ons erg goed bevallen en zullen we nu weer toepassen. Ook in de ontwikkelperiode zal er steeds contact zijn met de gebruikers van het portaal om de realisatie tussentijds te toetsen en bij te stellen.

De visie achter de BBA is dat men eenvoudig een eigen kaart moet kunnen genereren en plaatsen op de eigen website. Vanzelf is deze technische opzet in een proefomgeving getest. Waar we achter kwamen is dat de webmaster niet altijd de juiste parameters gebruikte om de beste presentatie van de kaart te krijgen. Hiervoor hebben we een instructie gemaakt waarna het plaatsen van de kaart beter ging. Een ander lesson learned is de vindbaarheid van de kaart op de betreffende website. Die was bij Koningsdag/538 beter dan bij het Jazz Festival. Dit komt ook terug in de cijfers. Wat zich wel heeft bewezen is de aanname dat we als gemeente geen bekendheid hoeven te geven aan het bestaan van de oplossing, elke evenement doet dat namelijk zelf. Daarom is de functionaliteit toegevoegd om de huisstijl van de betreffende website door kleurstelling en lettertype aan te passen. Zo wordt de BBA een 'white label' dat geen concurrentie is voor de toepassing op de website. Echter beperken we de keuze mogelijkheden voor een goede zichtbaarheid en contrast.

## Filosofie achter BBA

- Beperking? Dan *moet* je je bezoek plannen
- Bestaande info op één plek beschikbaar
  
- Geeft inzicht in gebruik faciliteiten
- Meer bezoek en langer verblijf
- Geschikt voor diversiteit binnen en buiten doelgroep
  
- Geen app maar iframe voor elke website/app
  - Informatie staat daar waar men het verwacht
  - Geen extra communicatie vanuit gemeente nodig
  - Overall zelfde info door gebruikt van brondata



## Dimensie II: Publieke meerwaarde

*Onze innovatie genereert maatschappelijke waarde (positieve maatschappelijke outcome) sociaal, technologisch, politiek, financieel-economisch, ecologisch, juridisch, ethisch demografisch. Het draagt direct en indirect bij aan de oplossing van de maatschappelijke opgave Inclusie. Daarnaast versterkt het de uitvoering en de dienstverlening aan burgers en bedrijven en neemt het knellende mechanismen weg, niet alleen bij de gemeente.*

De maatschappelijke opgave voor een gemeente is om inclusie te bevorderen o.a. door de toegankelijkheid van de stad te verbeteren. Dat geldt ook voor evenementen, culturele en commerciële instellingen zodat mensen met een beperking makkelijker aan het maatschappelijk verkeer kunnen deelnemen.

Met het verzamelen, opslaan en beheren van data zijn kosten gemoeid. De uitdaging is om meervoudig gebruik van data mogelijk te maken, rekening houdend met wet- en regelgeving. Daarbij gaan we binnen Bredata uit van wat kan (technisch), wat mag (juridisch) en wat we willen (ethisch). Met die uitgangspunten is BBA ontwikkeld. Zo worden er geen persoonsdata vastgelegd en zijn we afgestapt van het gebruik van Google Maps omdat de routeaanduiding via een server in Amerika loopt.

De publieke meerwaarde zit in het gebruik van de kaart en alle Points of Interest die erop staan. De analyse mogelijkheid tijdens de test wordt in de opschaling uitgebreid zodat het gebruik van de kaart van alle verschillende websites de gemeentelijk informatie geeft die kan helpen bij de ruimtelijke ontwikkeling van de stad.

### *Criterion 4: Oplossingsgericht*

We zijn gestart met een uitvraag die oplossingsgericht was: kom met een oplossing die aantoonbaar de Toegankelijkheid van de stad verbetert. Daarbij hebben we niet aangegeven waaruit die oplossing zou moeten bestaan. Na de keuze voor de oplossing, die later BBA is gaan heten, is de probleemanalyse verder uitgewerkt. De aanpak is vervolgens outside-in opgezet. De aanpak onderscheidt zich door te gebruiken wat er al wel is om het probleem op te lossen. Gemeenten bezitten veel informatie over de openbare ruimte. Die informatie maken we bruikbaar op basis van wat de doelgroep heeft aangegeven.

Gaande weg bleek de oplossing veel meer impact te hebben dan in eerste gedacht. De BBA past bij beleidspunten voor economische vitaliteit (financieel-economisch: meer, langer en vaker bezoek aan de ondernemers en de stad), binnenstadbeleid (ecologisch: witte vlekken ontdekken), Sociaal beleid (politiek en ethisch demografisch: inclusieve samenleving), Toerisme (betere presentatie van de stad) en het beleid op Datagestuurde werken (technologisch: aanpassing van het datalandschap binnen de gemeente).

De hele aanpak van BBA draagt direct bij aan de maatschappelijk opgave om mensen met een beperking makkelijker deel te kunnen laten nemen aan met maatschappelijk verkeer. Indirect heeft dat tot gevolg dat evenementen, horeca, retail en culturele instellingen die worden benaderd voor het gebruik, meer rekening gaan houden met deze doelgroep. Een mooi voorbeeld van het gegroeide bewustzijn is het openstellen van toiletten door horeca en een prikkelarme zone bij de carnavalsoptocht in 2024.

Omdat we zagen dat de online informatie van MKB-ers vaak beter kan, is een webinar gemaakt dat inmiddels door meer dan 20 MKB-ers is gevolgd. Zij hebben hiermee hun on-line aanwezigheid verbeterd en de bezoeker van hun website geholpen door het plaatsen van gerichte informatie (zoals een foto van de ingang, oprijdplaat, toilet of leesbril) voor een bezoek door mensen met een beperking.

De oplossingsgerichte aanpak blijkt ook uit de iteratieve aanpak met steeds een terugkoppeling naar ervaringsdeskundigen en organisaties die de kaart genereren.

### *Criterion 5: Maatschappelijk nut*

De mens is een sociaal wezen en heeft behoefte aan contact. Er zijn meer dan 2 miljoen mensen met een beperking waarvoor BBA het makkelijker kan maken om deel te nemen aan het maatschappelijke verkeer. Ze kunnen zich beter voorbereiden zodat ze zekerder zijn dat ze terecht kunnen op het concert of bij het restaurant.

Het maatschappelijke nut blijkt ook financieel-economisch.

MKB-ondernemers maken het mogelijk dat de aanzienlijke doelgroep vaker en langer kunnen verblijven met de kans op meer omzet. Dit draagt bij aan een vitaler en gevarieerd aanbod van horeca en retail gelegenheden waardoor de stad aantrekkelijker wordt. In het online geweld is het voor MKB-ers vaak lastig om zich ook on-line goed te presenteren. Dankzij het webinar krijgen MKB-ers handvatten om makkelijker invulling te geven aan hun vindbaarheid wat kan leiden tot meer bezoek mede door specifieke faciliteiten voor de doelgroep aan te bieden en met foto's zichtbaar te maken dat men met de beperking hun zaak kan bezoeken. Voor de deelnemers aan het webinar is vooraf de website van enkele deelnemers geanalyseerd en zijn concrete aanbevelingen gekomen. Deze zijn ook bijna allemaal opgevolgd.

In de top van ergernissen staat vaak het ontbreken van toiletten. Tijdens de test zijn de openbare toiletten bekend gemaakt op Google maps. Binnen enkele maanden waren er meer dan 200.000 views. Om de data over toiletten kwalitatief te verbeteren is er een controleslag uitgevoerd op de door ondernemers beschikbaar gestelde toiletten. Deze informatie is naast de openbare toiletten opgenomen in de BBA.

### *Criterion 6: Versterkt de uitvoering en de dienstverlening aan burgers en bedrijven*

De dienstverlening aan de inwoners en bezoekers van de gemeente is evident. Zij krijgen meer informatie over de faciliteiten in de stad waardoor het bezoek prettiger wordt.

Dankzij de bij de gemeente aanwezige databronnen en de beschikbaarheid van de applicatie kunnen bedrijven hun klanten relevante informatie geven. Hierdoor wordt het medegebruik van door de overheid gegenereerde data gestimuleerd. Databronnen van de gemeente worden op een andere manier nuttig ingezet.

De verwachting is dat hoe vaker de kaarten worden gebruikt hoe beter inzicht de gemeente krijgt over het gebruik van de faciliteiten in de openbare ruimte. Hierdoor kan het beleid en de uitvoering daarvan verbeterd worden.

Vanuit EZ worden profit en non-profit organisaties geholpen. BBA is een compleet nieuwe dienstverlening die bijdraagt aan de realisatie van de doelstellingen van die organisaties.

### *Criterion 7: Neemt knellende mechanismen weg*

Een van de knellende mechanisme is het mede gebruik van data bij zogenoemde Smart city projecten. Dit zijn projecten met een data- en digitaliseringscomponent. Bij deze projecten blijkt dat medegebruik van data lastig is doordat kosten moeilijk zijn te verdelen en soms aanvullende eisen worden gesteld voor de verwerking van data die niet passen bij de originele vastlegging. Het medegebruik van data vraagt om een organisatorische aanpassing. Bij de ontwikkeling van de BBA liepen we aan tegen:

- Continuïteit van de data waarborgen vanuit meerdere afdelingen;
- Toegevoegde waarde is per afdeling verschillend, dus de noodzaak om data bij te houden ook;
- Financiering vanuit meerdere afdelingen waarbij een verdeelsleutel nodig is;
- Eigenaarschap niet bij één van de afdelingen onder te brengen;
- Juridische zaken voor her- en meervoudig gebruik van data, denk aan grondslag en AVG.

Dankzij BBA zijn deze knelpunten duidelijk op de agenda gekomen en wordt er gewerkt aan oplossingen. Zo is de technische ontsluiting van databronnen al eenvoudiger geworden door een

geheel nieuwe architectuur in ons Microsoft Azure platform, is er een organisatorische aanpassing voor de afstemming van de innovation funnel en is het Innovation Squad opgezet waarbij de innovatie multidisciplinair wordt behandeld.

Hoewel de gemeente veel moeite doet om data open te maken, valt het gebruik vaak tegen. Door de data aan te bieden binnen een oplossing kan de data makkelijker gebruikt worden. Met het aanbieden van BBA faciliteert de gemeente het hergebruik van data. Hierdoor wordt het voor organisaties buiten de gemeente zeer eenvoudig om met overheidsgelden gegenereerde data functioneel in te zetten om hun eigen doelen te behalen.

### Dimensie III: Inspirerende werking

*Onze innovatie is aansprekend en inspirerend voor anderen en toont lef. De gehele innovatie wordt opgeschaald en wordt op andere plaatsen in het publieke domein worden toegepast.*

#### *Criterion 8: Bredere toepasbaarheid/schaalbaarheid*

De toepassing is gestart met het doel om de binnenstad toegankelijker te maken. Al snel kwamen daar evenementen, festivals, culturele instelling bij die de toegevoegde waarde zagen om specifieke informatie voor mensen met een beperking op hun website te plaatsen. Daarna bleek dat de toepassing ook andere informatie uit de binnenstad in de BBA makkelijk te presenteren is zoals historische objecten, de Blind Walls in Breda, meer uitleg bij foto's in de route van Breda Photo. De schaalbaarheid gaat verder door de kaart ook voor visueel beperkten en laaggeletterden geschikt te maken met stemgestuurde opdrachten.

De informatie blijkt ook prima aan te sluiten bij andere doelgroepen zoals een bezoek met een kinderwagen, een specifiek publiek zoals bij het Jazz Festival en bij Koningsdag/538. Door een selectie uit meerdere databronnen kan een interactieve kaart gemaakt worden die voor hun publiek interessant is.

Elke stad en elk evenement kan de BBA gebruiken om toegankelijker te worden. BBA is daarmee niet alleen schaalbaar in gebruikerstoepassingen maar ook eenvoudig herhaalbaar in andere steden. Elke stad heeft databronnen en kan toevoegen welke beschikbaar zijn, dat kan per stad verschillen net zoals per evenement.

Een toepassing binnen een van de gemeentelijke processen is ook mogelijk. BBA kan geïntegreerd worden in het aanvraagproces van een evenementenvergunning. Evenementen geven in het aanvraagproces faciliteiten op die dan direct verwerkt kunnen worden in de BBA.

#### *Criterion 9: Inspirerend*

Het projectteam was unaniem wat de meest inspirerende ervaringen waren. Dat waren de contacten en gespreken met de ervaringsdeskundigen. De verhalen die zij vertelden over hoe zij hun leven zin geven, wat er achter de beperking zit en hoe ze geholpen kunnen worden. Spontaan ergens naar toegaan kan bijna nooit. Er zit altijd een voorbereiding aan om erachter te komen of ze met hun handicap terecht kunnen. Dat is vaak een hele zoektocht omdat de informatie verspreid is zelfs binnen de gemeente, niet of minder goed toegankelijk of gewoonweg ontbreekt.

Deze gesprekken inspireerden ons om eerst de pilot tot een goed einde te brengen en vervolgens de middelen te vinden om BBA ook daadwerkelijk te ontwikkelen.

Binnen de gemeente Breda werd BBA als een Lighthouse project bestempeld en gebruikt om vorm te geven aan de ICT ontwikkeling om databronnen eenvoudiger aan te kunnen bieden. Daarnaast is er een sandbox<sup>2</sup> gemaakt binnen de Microsoft Azure omgeving om ICT innovaties makkelijker uit te testen zonder de productie omgeving in gevaar te brengen.

---

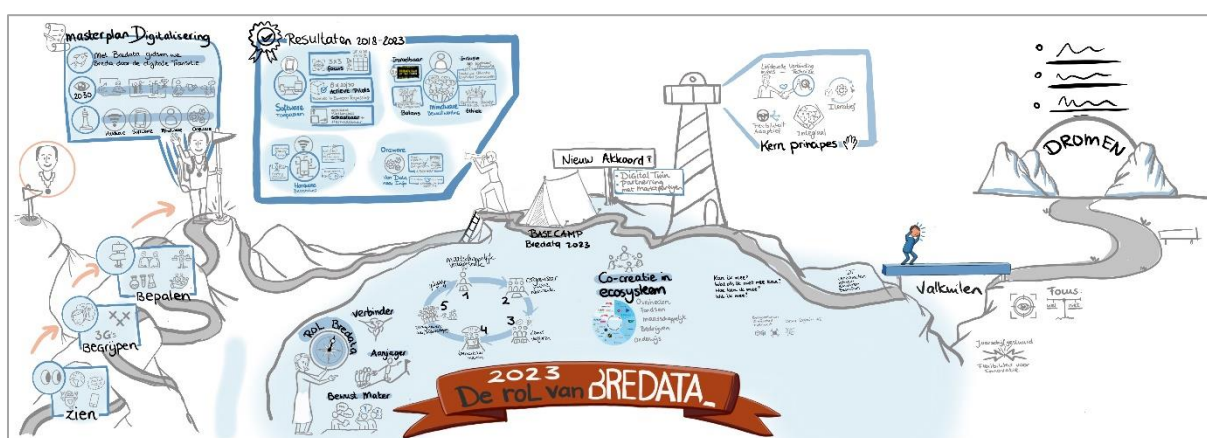
<sup>2</sup> [Azure Sandbox - Azure Architecture Center | Microsoft Learn](#)

Bij een subsidieaanvraag voor het Innovatiefonds Digitale Overheid was het de eis dat minimaal twee gemeenten de aanvraag moesten doen. Om er zeker van te zijn dat er een gemeente mee zou doen zijn er drie gemeenten aangeschreven. Het kostte weinig moeite om de gemeenten Tilburg, Den Bosch en Eindhoven te overtuigen om deel te nemen aan de aanvraag en zo waren er vier gemeenten voor de aanvraag. Zij zagen vrij snel de toegevoegde waarde in van BBA. Inmiddels is de subsidieaanvraag van ongeveer 200.000 euro toegekend.

BBA heeft de carnavalsvereniging geïnspireerd om in de optocht van 2024 in Breda een prikkelarme zone op te nemen.

### Criterion 10: Toont lef

De gemeente Breda toont lef met een structurele aanpak van digitale innovatie door het opzetten van Bredata en zowel FTE's als budget langjarig beschikbaar te maken. Dankzij die aanpak is BBA mogelijk geworden.



Figuur 2 Ontwikkeling van Bredata, de innovatie afdeling voor digitalisering binnen de gemeente Breda

De start van het project voor Toegankelijkheid was een Europese aanbesteding in 2019. Dat was al een innovatief project op zich omdat niet alleen de pilot maar ook de opschaling werd aanbesteed. De reden hiervoor is dat veel innovaties blijven hangen in de pilot fase (onderzoek van Cap Gemini namens de G40 toonde aan dat er in 2019 meer dan 400 Smart City pilots liepen binnen de G40). De eigen ervaring is dat als een pilot is geslaagd er vaak veel tijd overheen gaat om op te schalen doordat er dan een nieuw aanbestedingstraject start. Voor de inschrijver op de pilot is er minder animo om te investeren omdat zij niet weten of ze ook de volgende aanbesteding winnen, nog daar gelaten of alle aanwezige kennis uit de pilot ook weer beschikbaar komt. De gemeente heeft het lef getoond om deze manier van aanbesteden uit te testen.

Is de kwaliteit van elke databron 100%? Nee dat is maar zelden het geval. En dat wordt ook niet verwacht door de gebruikers. Daarover zijn behoorlijk wat gesprekken gevoerd. Kan de gemeente die verantwoordelijkheid wel nemen, wat als het niet klopt, hoe gaan inwoners reageren, hoe komt dat over bij de raad? Maar ook hoe financieren we BBA, wat heeft mijn afdeling aan BBA, wie gaat er wat bijleggen, wat is het economische nut? Voor alles is een oplossing als er mensen zijn die de visie hebben en door willen pakken. De community aanpak is bijvoorbeeld een oplossing voor het verbeteren van de datakwaliteit. Laat de gebruiker aangeven hoe de kaart verbeterd kan worden.

Een belangrijke rol heeft de leverancier gespeeld. Zij hebben lef getoond door tijdens de pilot meer te doen dan gevraagd is, door zelf te investeren in de oplossing en door geduldig mee te bewegen met alle processtappen die binnen de gemeentelijke organisatie nodig bleken te zijn. Ook zij hebben

de moet niet opgegeven in het toch wel taaie proces om te komen tot een innovatie binnen de overheid.

Maar uiteindelijk zijn het de mensen met een beperking die het lef tonen om deel te nemen aan het maatschappelijke verkeer. Het is de inspiratie voor het projectteam om daar een bijdrage aan te leveren.



*Figuur 3 Samen op pad: "Kijk dat mis ik"*