

Hverdagsreisen

ComteBureau

SUNNE
KOMMUNER
WHO'S NORSKE NETTVERK

D O A
D G



Hverdagsreise- metodikken



“Vi i kommunen kan fort glemme å være nysgjerrig, at man ikke alltid må ha en ferdig plan.”

- prosjektdeltaker
pilotkommune

**Skape flere sosiale
møter og mer fysisk
aktivitet i nærmiljøene
våre**







”

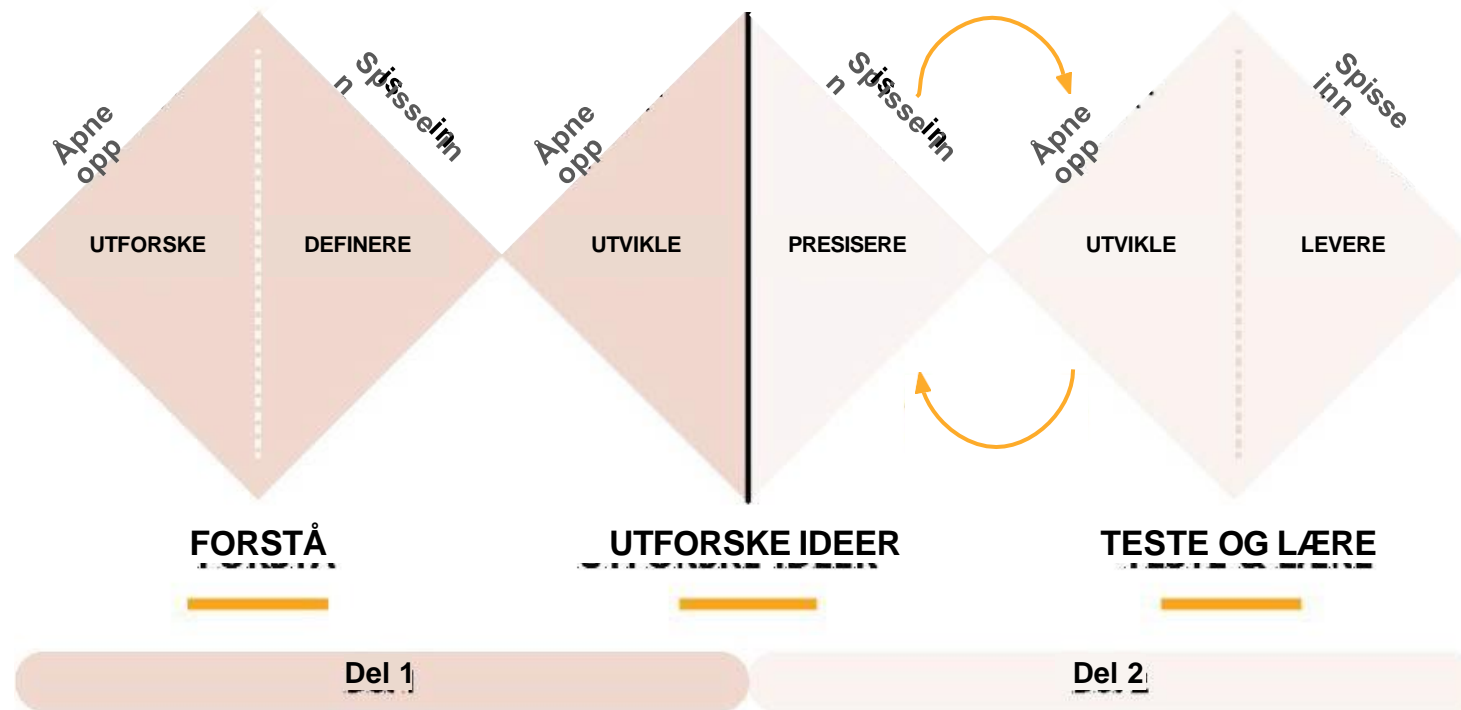
Når folk er ute og går, beveger de seg på tvers av eiendomsgrenser og ansvarsområder, de er på en «hverdagsreise» som følger sin egen logikk, avhengig av hva folk holder på med og hvor de skal.

- utdrag fra utlysningen



Hverdagsreisen DIY - del 1 og 2





Gir nye og andre innsikter

Lar deg avdekke tema du ikke visste var relevante for prosjektet

Avdekker sammenhenger andre fremgangsmåter ikke avdekker.

Gir økt forståelse for innbyggernes perspektiv.



OVERRASKELSER I HVERDAGEN





Innsikter fra felt Tofte, Asker kommune

**SUNNE
KOMMUNER**
WHO's NORSCHE NETTVERK

D O A
G Design
og arkitektur
Norge

ComteBureau



Vi så at Hverdagsreisen ...påvirkes av rykter og hvordan du opplever å bli tatt i mot

- **Koronarestriksjoner (kohorter etter trinn)** ble tolket som at 10.klassinger ikke var ønsket på klubben.
- **De “eldre ungdommene”** opplevdes som skumle av de yngre ungdommene. Enkelte steder (eks. rundt skolene) ble unngått.
- **Gamle rykter kan henger igjen i** veggene lenge. Klubben tiltrakk seg trøbbel tidligere, og da tenker enkelte at det er slik enda.
- **Låste dører og manglende tillit frustrerte**
 - Du er ikke velkommen på butikken (henger skilt på døra)
 - Du vet det er gode høyttalere innelåst på klubben, men du får ikke spille musikk og lage musikk selv.

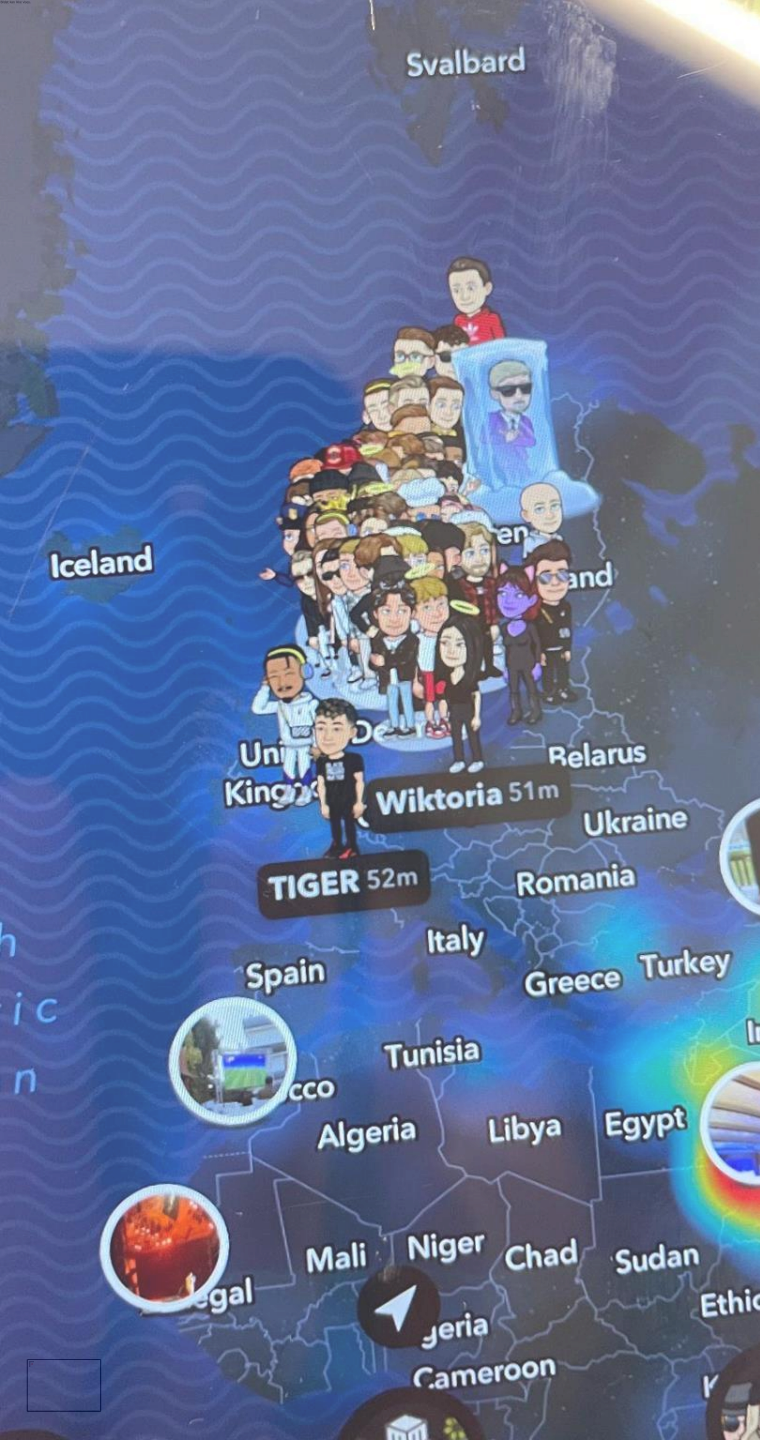


Innsikter fra felt Hunndalen, Gjøvik kommune

**SUNNE
KOMMUNER**
WHO's NORSKE NETTVERK

D O A
G
Design
og arkitektur
Norge

ComteBureau



Vi så at Hverdagsreisene ...har et digitalt spor

- **TikTokTur** fra skjermen på rommet og ut på for å gjøre siste trendene.
- **SnapMap:** Bruker Snapchat aktivt for å finne ut hvem de vil møte og hvor. Kan ta en snarvei om en av de kjekke gutta er på Burgerking.
- **SnapMap:** Brukes også av foreldre for å kontrollere/ha oversikt over hvor ungdommen er
- **Discord:** Planlegging av transport mellom aktiviteter

Målgruppeobservasjoner



Aktivitet etter skolen planlagt over
digitalklokke



Sosialt på bussen - noen ganger dårlig
stemning



Få som leker på
veien



Sosialisering på tvers av
klassetrinn



Gutta går, snakker og deler
youtube filmer



Henging utenfor
Spær



Persona 3

Theodor følger med og er der det skjer. Hele friminuttet har han lekt røver og politi i skolens akebakke, men nå er skolen slutt så da leker man ikke, man henger. Han og kameratene viser hverandre youtube filmer, som de ler av og tuller med, mens de subber hjemover.

Uttrykk for: Å være i et stadiet mellom barn og ungdom

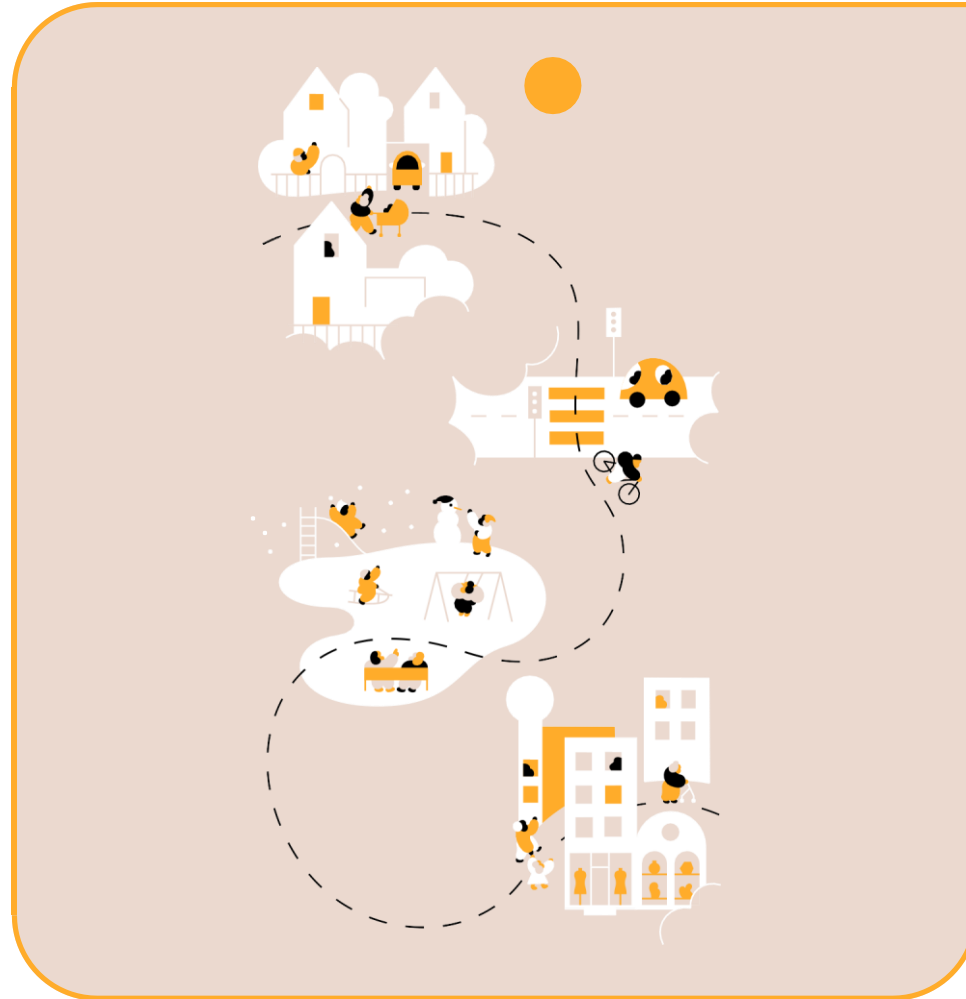
Behov: Leke, men også å være voksen- ungdom

Driveren: Selvstendighetsfølelse + bestemme mer selv



Hverdagsreisen

Nye Vevelstad stasjon i Nordre Follo



Vi har lært at hverdagsreisene på Vevelstad....

... styres av hvor selvstendig og selvhjulpen du er

Selvstendighet

Helse og hvor mobil du er på egenhånd påvirker hverdagsreisen din. Bilen blir i dag eneste løsning vinterstid om du er avhengig av rullestol for å komme deg ut og rundt på egenhånd. Uten bil blir hverdagsreisen din veldig væravhengig dersom du bor i Vevelstad/Langhus. *Livet kan da bli veldig lite for enkelte, særlig i vinterhalvåret.*

Økonomi

Når det er langt til tilbud og aktiviteter er man avhengig av transport. Transport koster penger. Økonomi påvirker dermed flere gruppers hverdagsreiser. For de gruppene som ikke kan velge kollektive løsninger som buss og tog grunnet manglende tilgjengelighet (må bestilles 3 dager i forveien ved rullestol, manglende ramper, nivåforskjeller etc.) kan taxi bli eneste løsning. Og da blir en Oslo-tur fort 7-800kr med taxi t/r Ski stasjon.

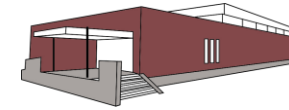
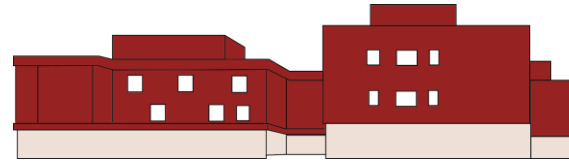


“

Går tur hver dag. Tre ganger om dagen. Uansett. Med mindre det er for mye snø og is. Da ringer jeg sønnen min som tar bikkja de dagene jeg ikke kommer meg ut.

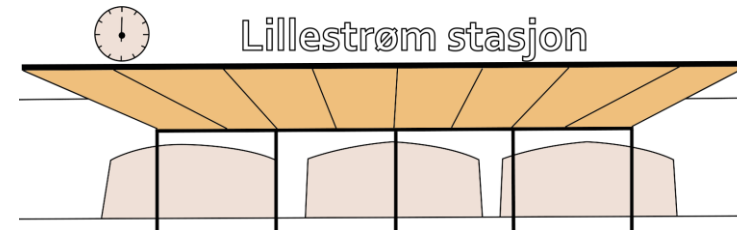
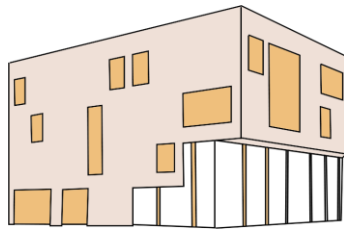
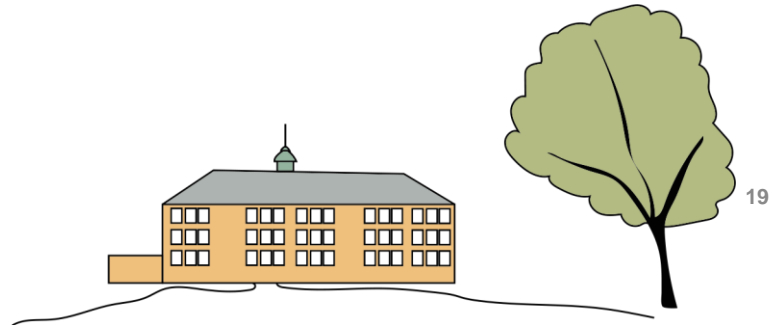
- Ufør innbygger med hund

Arkitektur og folkehelse



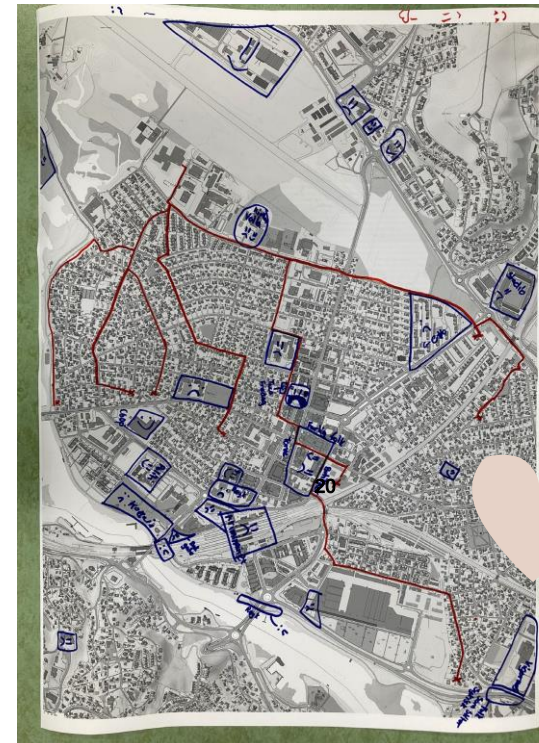
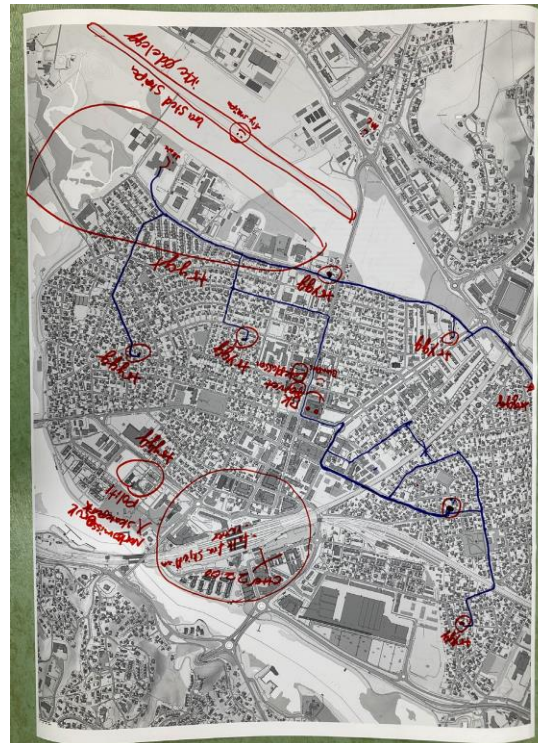
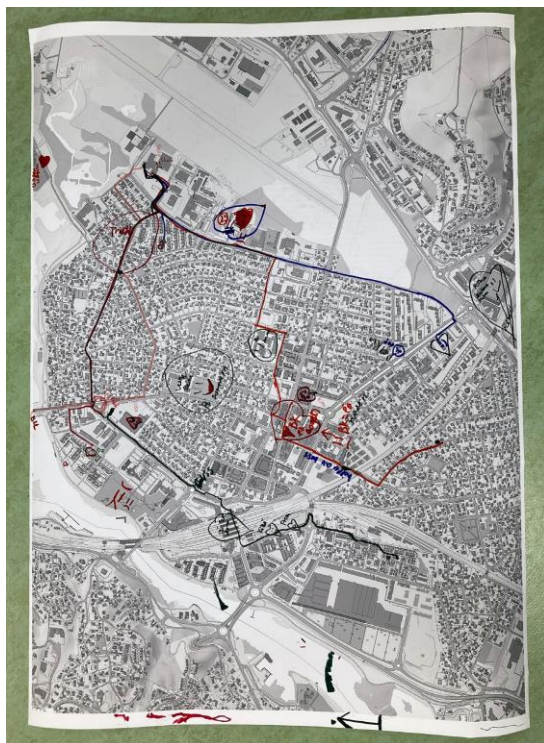
HVERDAGSREISEN I NNSIKT

Lillestrøm



KART :D :((10 MINUTTER)

Tegn hverdagsreisene inn på det store, grå kartet, markere kjipe/utrygge steder dere unngår, og marker bra steder dere oppsøker eller liker å henge (kommenter gjerne) :D , :(



"-Sørumparken er et dårlig sted å være om vinteren når gjørme, vann og is samles opp men det er fint her om sommeren."



ANALYSE - KART

Bra steder og kjipe steder

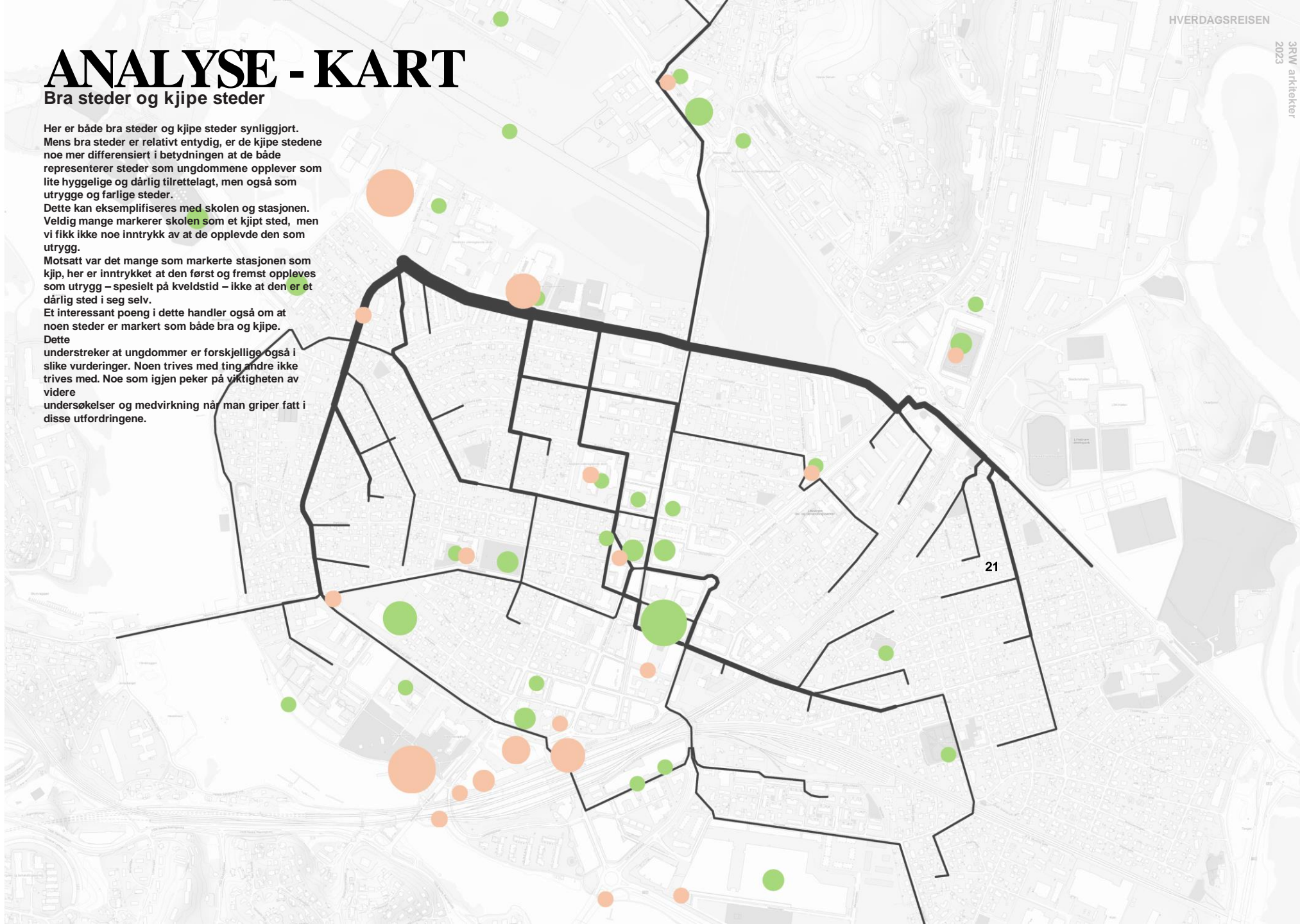
Her er både bra steder og kjipe steder synliggjort. Mens bra steder er relativt entydig, er de kjipe stedene noe mer differensiert i betydningen at de både representerer steder som ungdommene opplever som lite hyggelige og dårlig tilrettelagt, men også som utrygge og farlige steder.

Dette kan eksemplifiseres med skolen og stasjonen. Veldig mange markerer skolen som et kjipt sted, men vi fikk ikke noe inntrykk av at de opplevde den som utrygg.

Motsatt var det mange som markerte stasjonen som kjip, her er inntrykket at den først og fremst oppleves som utrygg – spesielt på kveldstid – ikke at den er et dårlig sted i seg selv.

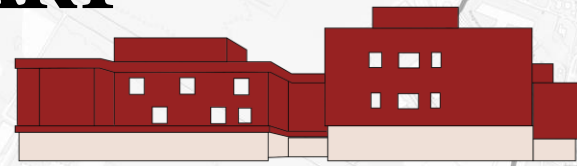
Et interessant poeng i dette handler også om at noen steder er markert som både bra og kjipe.

Dette understreker at ungdommer er forskjellige også i slike vurderinger. Noen trives med ting andre ikke trives med. Noe som igjen peker på viktigheten av videre undersøkelser og medvirkning når man griper fatt i disse utfordringene.



ANALYSE - KART

Julie sin
vei



Sophie Radich
skole

"skulle ønske det var
mindre gutter som
prøver å være kule"

"Det kan være skummelt på Volla
om kvelden på grunn av gutter fra
niende og tiende som loker rundt"



"Her bor
jeg"



svømmehall
, Volla skole

Vollaparken

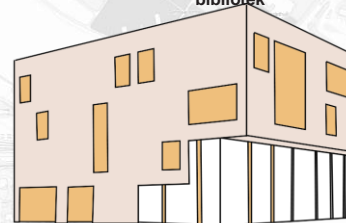


"Vi liker å være i Vollaparken
om sommeren"

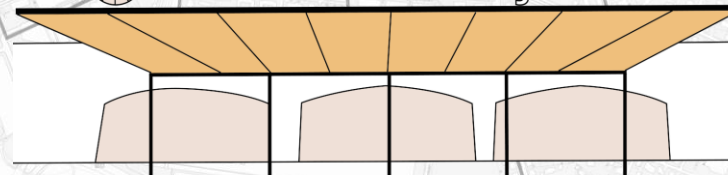
"Biblioteket åpner ikke før kl 12. Det er
populært å være her men det er lite
plass og få stikkontakter. Vi liker ikke å gå her
alene"

Lillestrøm
bibliotek

Lillestrøm
stasjon



Lillestrøm stasjon

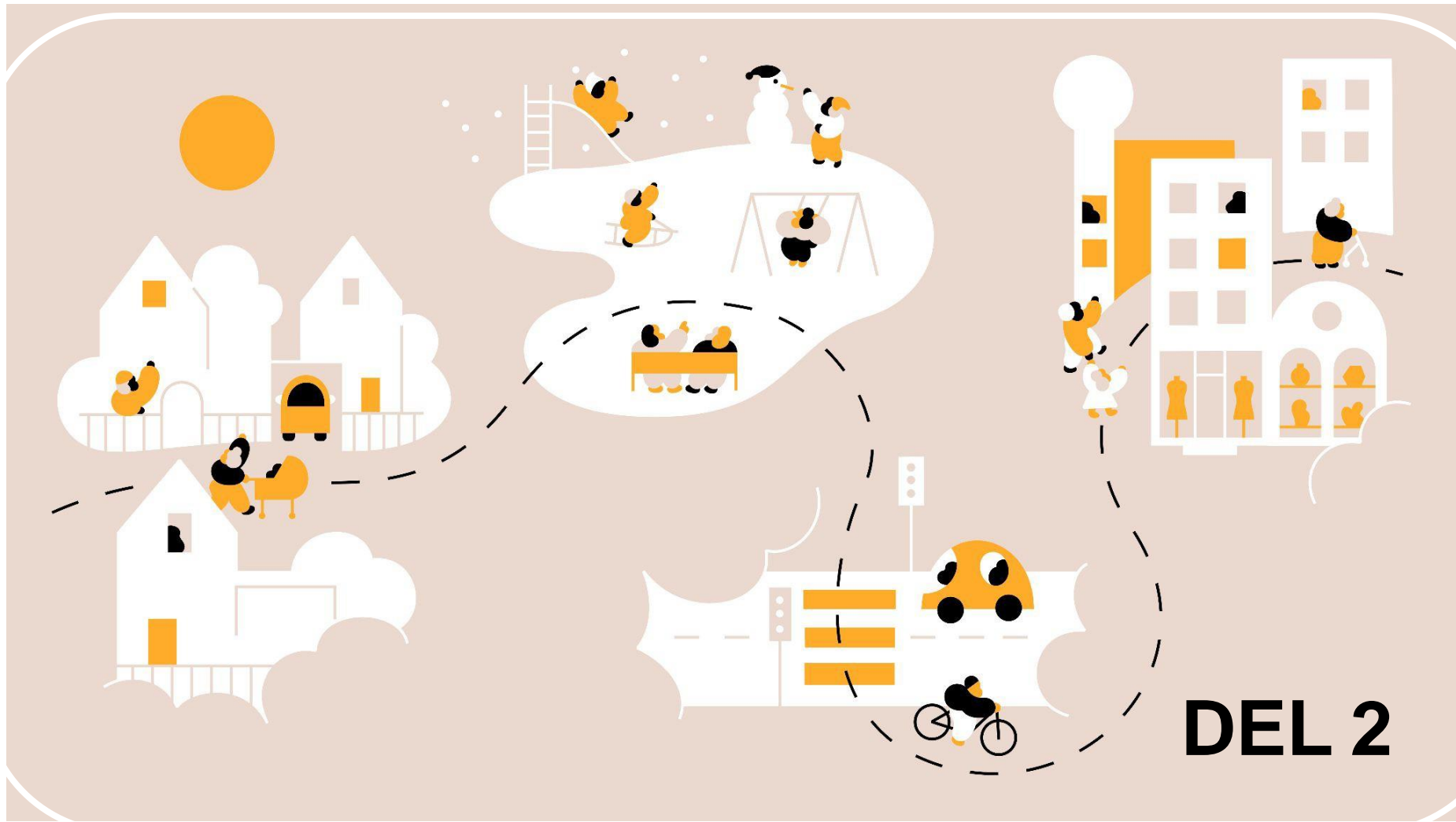


"det føles utrygt i
sentrum om kvelden,
spesielt ved stasjonen"

Skedsmohallen
(håndball)

22





Hverdagsreisen

ComteBureau

SUNNE
KOMMUNER
WHO'S NORSKE NETTVERK

D O A
D G



PROBLEMSTILLING

AUSTEVOLL

Austevolls kommunesenter Storebø er et sentralt møtested for hele kommunen. Det er et ønske om å få mer aktivitet ned mot sjøen hele året, men etablering av handelsnæringen trekker aktiviteten opp mot fylkesveien. Kommunen ønsker mer liv og flere gode møteplasser for sin lokale befolkning, spesielt i vinterhalvåret.

Hvordan kan mer kunnskap om befolkningens hverdagsreiser bidra til å finne gode tiltak som kan fremme fysisk aktivitet og sosiale møter i Storebø sentrum hele året?



Scop

Hvilken adferd skal vi påvirke

Innsikter fra del 1

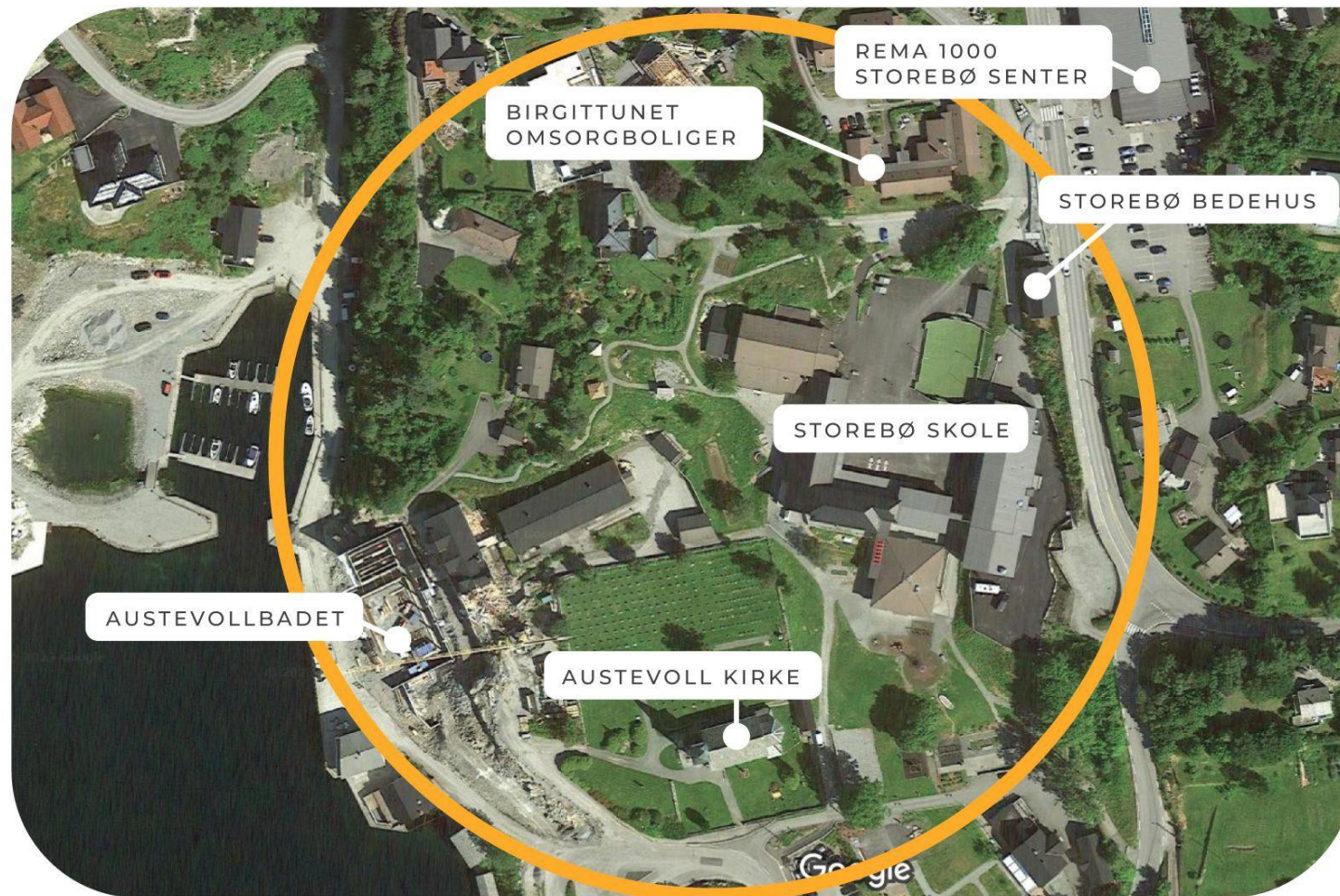
Bilen er en selvfølge
(også når det er like kort å gå!)

- De som går, sykler eller tar buss gjør det fordi de må.
- Du vil gjerne, men det er minste motstands vei som gjelder i en travel hverdag. Det er bare sånn det er.



Scope

Geografisk



”

Hvis det går **KJEMPEDÅRLIG**
så er det **FANTASTISK!** Det
er ikke et nederlag, du har
jo lært masse og unngått
en feilinvestering.

-
prosjektdeltaker



Selve prototypen er ikke et mål i seg selv

Prototypen er et verktøy i beslutningsprosesser. Når testen er gjennomført, forlater man prototypen, og teamet skal sitte igjen med innsikt og kunnskap som gjør det lettere å ta gode beslutninger og veivalg videre.

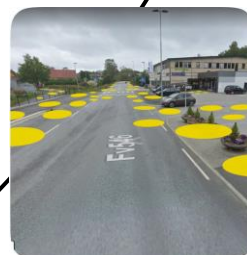
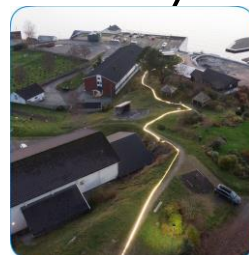
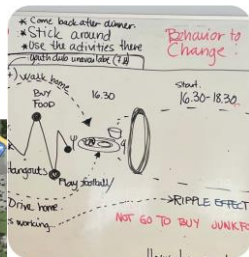
Ja, prototypen kan være så god at man vil videreutvikle den, men målet med å teste er ikke at prototypen skal bli et fullverdig produkt. Målet er å lære av testen med prototypen for å komme nærmere en god løsning som svarer til brukernes behov.

**- Comtes
tilbud**



Hverdagsreisen 2

Prosjektreisen i Austevoll



Hverdagsreisen 2

Prosjektreisen i Austevoll

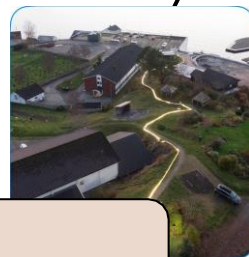
Come back after dinner
Stick around
Use the activities there
gaiter into unmarked (1.8)
Behavior to change!
Week home
Dinner Food
Start 16:30-18:30

Scope: Hvilken adferd skal vi påvirke?



Hverda

Innsikt fra Hverdagsreisen del 1



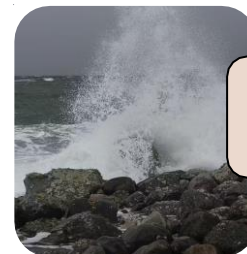
Ekspertiment 1: Lyststien



Vente på tillatelse til å gjøre ekspertiment på fylkesveien



Ekspertiment 2: Den oransje linjen...



...regna bort på 4 dager



Måling: Megadata fantes ikke likevel



Prosjektreisen

Prosjektreisen i Austevoll

Å utforme et effektivt “dult” krever en systematisk tilnærming i både planleggingen og gjennomføringen av det. Samtidig må man skape rom for å tilpasse og justere alle sider av prosjektet etterhvert som man lærer eller møter nye forutsetninger.

Prosjektgruppen benyttet et rammeverk som gjorde det mulig å utvikle, implementere og iterere flere eksperimenter over en periode på totalt fem måneder. Vi fikk verdifull innsikt om målgruppen og adferden vi ønsket å påvirke.



0 Hverdagsreisen del 1

Man starter med å lære om hverdagsreisene til innbyggerne som er tilknyttet prosjektområdet.

Høst 2021 og vinter 2022

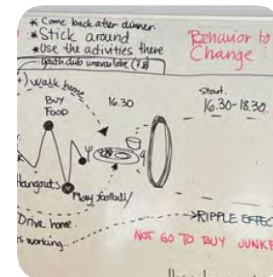


1 Scoping

Prosjektgruppen definerte atferden som skulle påvirkes på følgende vis:

“Å ta bilen i stedet for å gå til aktiviteter etter jobb”

Basert på vår kartlegging bestemte vi at målgruppen vår ville være foreldre som kjører barna sine til svømmebassenget etter middag, mellom kl. 18.00 og 20.00.



2 Designe dultet

Prosjektgruppen gjennomførte en grundig analyse av Storebø sammen med oppdragsgiver for å identifisere stedet der atferden forekommer.

Tre relevante steder for dultene ble identifisert:

- Fylkesveien ved senteret
- Parkeringsplassen ved skolen
- Austevollbadet

Valget falt tilslutt på å designe dultet på en sti (250m) som forbandt parkeringsplassen med svømmebassenget.



○

Opprigg: 1.-3.nov. 2022

3

Eksperiment 1

Vi laget en 250 meter lang opplyst sti ved å installere én lang LED-linje direkte på stien. Ved å implementere denne dulte-strategien, håpte vi å påvirke målgruppens atferd positivt for å få flere til å velge å gå til svømmebassenget istedenfor å ta bilen.

**Iterasjon:**

Vi la til et psykologisk dytt kalt FOMO i eksperimentet vårt ved å gjøre den opplyste stien mer synlig på sosiale medier. Dette utløste interesse og diskusjon om stiens potensielle innvirkning på det lokale samfunnet.

Å velge en strategi for "dultet":

Forkastede eksperimenter

Skisse 1 dult

Målet med dette "dultet" var å utnytte et lett gjenkjennelig visuelt element for å utvide offentlig plass som tidligere var reservert for biler og forvandle det til et fotgjengerorientert område.

Grunnet fylkeskommunal vei var det ikke mulig for kommunen å teste dette alternativet uten samtykke fra fylket.



Skisse 2 dult

Målet var å redusere hastigheten på trafikken gjennom sentrum, og oppmuntre til økt fotgjengeraktivitet. Til tross for at denne gaten er betegnet som en "miljøgate", er ingen konkrete tiltak iverksatt.

Grunnet fylkeskommunal vei var det ikke mulig for kommunen å teste dette alternativet uten samtykke fra fylket.



○

Opprigg: 2.-3.nov. 2023

4

Eksperiment 2

Dette var en iterasjon av Eksperiment 1, kalt "Lysstien"; en sti som omsluttet den opplyste stien med en malt linje som forlenget fortauet.

Formålet var å skape en klar grense mellom biler og fotgjengere, og vurdere om denne intervensjonen kunne skape en følelse av trygghet som oppmuntrer flere til å gå.



○

5

Oppsummer og evaluer

Eksperiment 1

Lysstien



Eksperiment 1

Lysstien

Formål:

Å dulte brukere av svømmebassenget til å gå til Austevollbadet i stedet for å kjøre. Øke antall personer som valgte å gå til bassenget ved å synliggjøre korteste rute til fots.

Hvordan og hvorfor:

- Den lite brukte stien på ca. 250 m mellom parkeringsplassen ved Rema 1000 og svømmebassenget ble valgt som sted for eksperimentet. Dette er den korteste ruten mellom vei og Austevollbadet, men brukes lite i dag.
- For å synliggjøre den snarveien stien i realiteten er, ble stien opplyst med en 250 m lang LED-lysstripe langs bakken.
- Valgt tidsrom å nå målgruppen ble satt mellom kl. 18.00 og 20.00 i hverdagene.
- Forskjellige metoder som telling, intervjuer og observasjon ble brukt for å samle kvantitative og kvalitative data i løpet av en tidsperiode på to uker.

“

Mulighet for å møte folk på en ny og annen måte. Særlig viktig når jeg har vært ny i kommunen. Man snakke med folk på øyehøyde.

- Prosjektdeltaker

“

Jammen, det er jo ikke HER stien går! Hvorfor har dere lagt lyslenka her? Dere burde heller lagt lys ved vår sti.

- Innbygger om lyssettingen av eksisterende sti

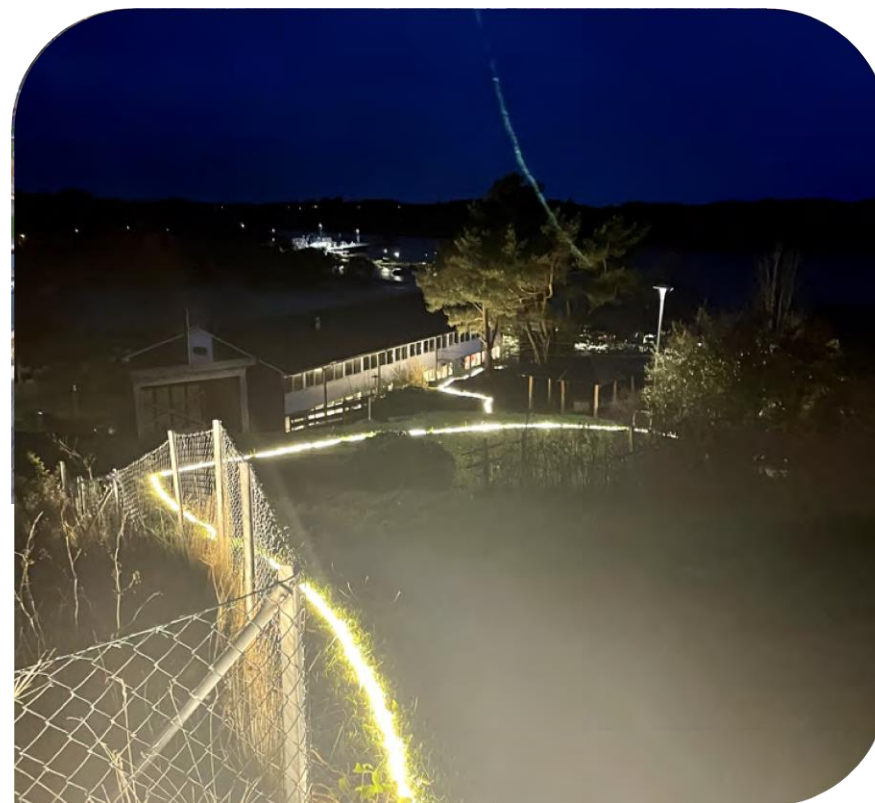


▲ Dronefoto av lysstien i sin helhet

Lysstien

Lærdommer og resultater

- FOMO (*fear of missing out*) var en av triggerne vi designet for, og som vi håpte skulle bidra til at folk valgte å gå fremfor å ta bil. Lysstien skapte nysgjerrighet og “folkesnakk”. Man kan anta at lysløypa har utløst en form for nysgjerrighet og at folk har gått der for å forstå hva dette er.
- Uventet bruk blant skolebarna. Lysstien ble inkorporert i lek, som balansesti bl.a.
- Værforhold og avstand begrunner i aller høyeste grad ruten folk velger å bevege seg utendørs. Samtidig beholder folk vanen sin utover været, og tar eksempelvis bilen for “sikkerhetsskyld”.
- Lysstien mottok både negativ og positiv tilbakemeldinger, og fungerte dermed som en dialogstarter og innsiktssamler.
- Effektmålingene kunne vært justert underveis: Ugunstige værforhold og tidsbruk gjorde rekruttering av hjelpere krevende. En lærdom er at man kunne redusert omfanget på kvantitative målinger, og prioritert kvalitativ data.
- **Eksperimentet viste interessante spor å følge videre.** Det er et lite volum, men kan vise en interessant tendens å studere videre: Den kvantitative målingen viste en økning fra 0 gående på stien ved nullpunktsmålingen gjennomført på tirsdag og torsdag, til 6 og 7 personer i eksperimentets første uke på de samme dagene.



▲ Lysstien rett etter lyssetting

Eksperiment 2

Den oransje linjen



Eksperiment 2

Den oransje linja

Formål: Å dulte brukere av svømmebassenget til å gå til Austevollbadet i stedet for å kjøre. Øke antall personer som valgte å gå til bassenget.

Hvordan og hvorfor:

"Den oransje linja" var en iterasjon av Eksperiment 1. I dag er de asfalterte områdene i liten grad utformet for fotgjengere. Det er lite eller ingen fortau. Dagens situasjon er i praksis et form for "shared space", men bildominansen gjør at området oppleves lite gåvennlig.

Eksperimentet handler om å utfordre denne bildominansen, ved å etablere en grense som skiller biler fra fotgjengere, noe som kan bidra til å øke sikkerheten og skape en mer behagelig gåopplevelse.

Ved å tilby en klar adskillelse mellom fotgjengere og biler, kan folk føle seg mer komfortable og trygge når de går i gaten, noe som kan oppmuntre flere til å velge å gå i stedet for å kjøre.

Vi ønsket å påvirke atferden deres ved å gjøre det å gå mer attraktivt og tilgjengelig. Linjen ble også gitt piler for å vise retning og lede ned mot Austevollbadet.



▲ Oppmerking av eksperiment 2

Den oransje linja

Lærdommer og resultater

- Vi mistet litt momentum ved å vente så lenge på tilbakemelding fra fylkeskommunen. Burde vært gjennomført tidligere eller før eksperiment 1. Om man skulle gjort dette på nytt hadde man planlagt og fått samtykke for det mest komplekse eksperimentet først, og når det var på plass startet i felt.
- Usikkerhet kan gjør innovasjon vanskelig. Å eksperimentere, teste og gjennomføre nye og unormerte ting oppleves ubehagelig for endel offentlige instanser. Trafikk er veldig krevende å arbeidet med.
- Kommunikasjon av prosjektet eksternt og internt i kommunen. Eksempelvis forsto ikke folk at linjen viste retning, på tross av piler. Kunne det skapt annen verdi om man kommuniserte noe?
- Vi justerte måling underveis; gikk vekk fra telling fordi det ikke gav så relevante funn. Gikk over til observasjon.
- Av 30 gjennomførte intervju ved Austevollbadet: Alle hadde ankommet med bil. De som går går alltid og streken hadde ingenting med det valget å gjøre.
- **Eksperimentet viste interessante spor å følge videre.**
Lite volum, men interessant tendens: Alle beveget seg innenfor streken. Er dette bevisst eller ubevisst handling? Inngrodd vane eller resultat av streken? (Hadde ikke førmåling)



▲ Oppmerking av eksperiment 2

Vi har lært at **Hverdagsreisen som prosess...**

Erfaringene fra testing og prototyping gjennomført i Storebø sentrum november 2022 og januar 2023 viser at Hverdagsreise-tilnærmingen skaper verdi og bidrar positivt inn i kommunenes plan- og folkehelsearbeid.

... gir faglig trygghet

Prosessen gir faglig trygghet i egen rolle

Å eksperimentere handler om å kontinuerlig evaluere kurs og retning - spørre "hva er vår hypotese", "hvorfor gjør vi dette" og "hva har vi lært nå"? Dette fokuset opplevdes verdifullt og er noe prosjektdeltakerne tar videre inn i andre prosjekter. Hverdagsreisen legger opp til en tverrfaglig sammensatt prosjektgruppe, og dette gir mulighet til å få sparring med andre fagdisipliner enn egen og få et tverrfaglig blikk på prosjektet og problemstillingen.

Gir bedre beslutningsgrunnlag i prosjekter og reduserer risiko

Å teste tidlig gir kunnskap og mulighet til å tilpasse eller luke vekk ideer som kanskje bare fungerer på papiret. Man kan også undersøke og teste hypoteser og antakelser, og på denne måten få et bedre kunnskapsgrunnlag å fatte beslutninger på.

... skaper nye og andre samtaler med innbyggerne

Inviterer inn og engasjerer andre målgrupper enn de man vanligvis når

Eksperimentene engasjerte, både positivt og negativt, og folk gav uttrykk for dette både digitalt i kommentarfelt og muntlig. Kommunens tradisjonelle kanaler er ikke nødvendigvis like naturlig å oppsøke for alle innbyggere, både fordi man ikke vet hva som rører seg i kommuneadministrasjonen og politisk, men også fordi terskelen er høy for å spille inn.

Det konkrete gjør det enklere for innbyggerne å ta stilling, ha en mening og spille inn annet.

De fleste av oss har et ganske ubevisst forhold til de fysiske omgivelsene rundt oss, og det kan derfor være vanskelig å sette ord på behov. Eksperimentene var konkrete og ute i folks nærområde. Å ta stilling til noe konkret er enklere, og setter i gang tanker og visjoner rundt behov og tiltak andre steder i kommunen. De fysiske tiltakene ble en katalysator for samtaler.

... gir resultater på uventede måter

Man måler og evaluerer for å lære

Hverdagsreisen er en dynamisk prosess som handler om å lære, både gjennom det som fungerer og det som IKKE fungerer. Denne uforutsigbarheten gjør prosessen interessant. Uansett utfall vil man sitte igjen med kunnskap som kan nyttiggjøres. Dette kan virke uvant, men gir mulighet for å inkorporere uforutsette lærdommer og dermed gi bedre underlag for beslutninger.

Innovasjonsprosessen gir rom for å justere underveis

Man har muligheten til å følge nye spor og tilpasse seg etter hvert som man samler inn data og lærdom. Det betyr at det ikke nødvendigvis er en klar vei å følge fra start, men rom for å justere og tilpasse underveis. Og kombinere ulike målingsmetoder underveis.

“

10% i alle prosjekter burde vært satt av til dette. Testing og eksperimentering gir bedre beslutningsgrunnlag for investeringer.

- Prosjektdeltaker

“

Vi har politikere som rett og slett vet for lite. Investeringsprosjektene våre blir fattet av et ønske, og ikke et behov. Vi investere MANGE millioner i ønsker. Det gjør at vi f.eks. har masse Tufte-parker som står tomme...

- Prosjektdeltaker



Hverdagsreisen DIY



Hverdagsreisen



INTRODUKSJON

DEL 1 - DETTE HAR VI LÆRT

DEL 2 HVERDAGSREISEN DIY

Del 2 Hverdagsreisen DIY

Hvorfor Hverdagsreisen?	21
Hva holder du i hendene?	22
1. Start	23
2. Hente innsikt	28
3. Hva har du lært	36
4. Utvikle løsninger	41
Hvor kan Hverdagsreisen ta veien videre?	43

1. Starte

Første del av Hverdagsreiseprosessen handler om å legge et godt grunnlag for prosjektet deres.

For å sikre dette skal dere i lepet av dette kapitlet:

- Definere en **god utfordring** prosjektet skal besvare. Denne kan man konsultere gjennom prosessperioden når man er usikker på hvor man er og hvorfor man gjør det man gjør.
- Sette sammen et **godt og tverrfaglig prosjektteam**
- Lage en **prosjektplan** for hvordan dere konkret skal gå frem for å løse problemstillingen.
- Planlegge og gjennomføre en **oppstartworkshop** for å starte prosjektet.



Her finner du maler for

- Prosjektbeskrivelse
- Prosjektplan
- Oppstartworkshop

[Klikk her](#)

”Vi i kommunen kan fort glemme å være nysgjerrig, at man ikke alltid må ha en ferdig plan.”

- prosjektdeltaker pilotkommune

2 Hente innsikt

Lære om hverdagsreisene til innbyggerne som bor i eller ferdes i prosjektområdet



1 Starte

Legg et godt grunnlag for prosjektet. Avklar hva dere vil finne ut, og hvordan dere skal gå frem

3 Hva har du lært?

Analysere innsikter fra feltarbeidet



4 Identifisere mulighetsrom

Basert på innsiktene, finn muligheter og retninger for løsninger

5 Designsprint Prototyp ideer!

Gjennomfør en designsprint for å raskt utvikle en eller flere testbare løsninger.



1. Starte

Første del av Hverdagsreiseprosessen handler om å legge et godt grunnlag for prosjektet deres.

For å sikre dette skal dere i løpet av dette kapitlet:

- Definere en **god utfordring** prosjektet skal besvare. Denne kan man konsultere gjennom prosessperioden når man er usikker på hvor man er og hvorfor man gjør det man gjør.
- Sette sammen et **godt og tverrfaglig prosjektteam**
- Lage en **prosjektplan** for hvordan dere konkret skal gå frem for å løse problemstillingen.
- Planlegge og gjennomføre en **oppstartsworkshop** for å starte prosjektet.



Her finner du maler for

- Prosjektbeskrivelse
- Prosjektplan
- Oppstartsworkshop

[Klikk her](#)



2. Hente innsikt

Andre del av *Hverdagsreiseprosessen* handler om å gjennomføre innsiktsaktiviteter. Et poeng for hverdagsreisens metoder er at innsiktsarbeidet skje i **felt og i prosjektområdet**.

For å gjøre dette skal dere løpet av dette kapittelet:

- Gjennomføre **rekruttering** av innbyggere og andre informanter til prosjektet
- **Planlegge, gjennomføre og oppsummere** intervjuer, både 1:1 og av grupper.
- Forstå og lære mer om stedet gjennom **observasjon**.



▲ Bilde: Opptak til podcasten "Våre Steder" med ungdommer fra Gjøvik kommune

Her finner du maler for

- Intervjuguide
- Intervjumateriell
- Oppsummere intervju
- Observasjonsguide

[Klikk her](#)



2. Hente innsikt

B Hvordan intervju

/ Dere har nå startet innsiktsprosessen.
/ Prosjektplanen deres gir en idé for hvor mange intervjuer dere ønsker, hvem dere skal snakke med, og hva dere ønsker å lære.

Hverdagsreisen som prosess handler om å forstå folks hverdag i *felt*, det er derfor nyttig å gjennomføre deler av innsiktsaktivitetene utendørs i områdene folk bruker i hverdagen.

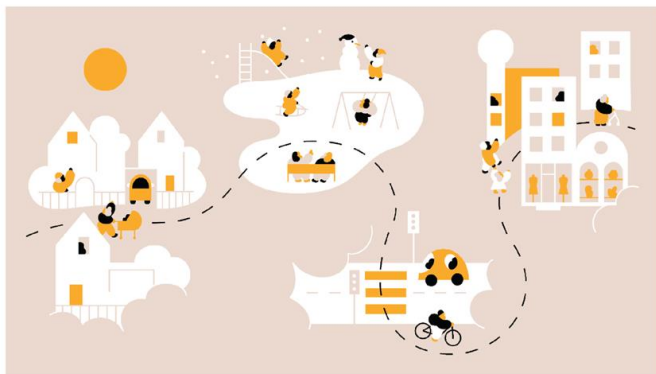
Startpunkt for alle intervjuer vil være å i fellesskap tegne opp og snakke seg gjennom en typisk hverdag sammen med informanten.



▲ Intervju hos en innbygger i Storebø

Gjennomføring intervjuer

Vi jobber med semi-strukturerte narrativ intervjuer. Det vil si at de vi møter får fortelle fritt om sin opplevelse rundt temaet fra start til slutt, og at temaene som dukker opp blir ledende for samtalen. Hvilke tema det dreier seg av hvem vi snakker med og konteksten for samtalen. Det vil si at vi *ikke* jobber med utgangspunkt i en fastsatt intervjuguide med predefinerte spørsmål, og at vi derfor heller ikke utarbeider utkast til intervjuguiden før vi går i felten. Vi utarbeider imidlertid et fastsatt opplegg for hvordan vi går frem i samtalen, med tips til temaer og forslag til innledninger og bestillinger til de vi snakker med. For dette prosjektet har vi også lagt inn noen av våre interne retningslinjer til gjennomføring intervjuer og ABC for spørreteknikker som ligger til grunn for måten vi jobber på, og som alle i Comte er drillet på.



Forberedelser:

1. Forskningsspørsmål/Vi er nysgjerrige på

Åpent hovedspørsmål som gjør det mulig å gå i dybden:

- Hvordan gjør du du hverdagsreisen din? Og hvorfor gjøre du den slik?
- Hvem gjør du evt. hverdagsreisen med?

Bakgrunn:

Legg inn problemstilling for prosjektet. Og litt bakgrunn for valgt problemstilling

Lokale knaager for videre samtale:

Legg inn spørsmål knyttet til målgruppe og prosjektområdet. Eksempler:

- Hvilke behov sier [målgruppen] de har for aktivitetstilbud og møteplasser?
- Hvilke behov bør [prosjektområdet] ivareta for ungdommen og hvilke behov er det naturlig at dekkes andre steder/ivaretas allerede andre steder?
- Hvordan man bruker stedet basert på hvor man er fra; ungdommen som bor på Tofte vs. ungdom som bor utenfor Tofte men er der i forb. skole/aktivitet.

2. Gå inn med noen hypoteser

Gjør deg opp noen tanker om hvorfor du tror det er slik? Hva tror du er grunnen til at de gjør/opplever det på denne måten? Noter ned stikkord.

- *[stikkord]*

3. Klargjør intervjuet

- Ha en klar tanke om hvor intervjuet skal være (digitalt, hjemme hos folk, på cafe, på kontoret), og tilpass deg til dette.
- Bestem om dere går alene eller to sammen. Dersom man er to kan man fordele oppgaver knyttet til å ta notater, og man får to ulike blikk på informasjonen som kommer frem. Ulempen er at det "koster" flere timer.
- *Klargjør et ark med en tidslinje* hvor respondenten kan notere/tegne inn sitt forløp. Vi kan også lage plass på arket til at respondenten kan gjøre en vurdering av hvordan de selv vurderer hendelser, aktiviteter eller kontaktpunkt (bra/dårlig, lett/vanskelig, tidsbruk etc).
- Ta med egen notatbok.
- Kamera for å ta bilde eller film (trenger tillatelse) (*Ikke så relevant i Hverdagsreisen*)
- Båndopptaker (trenger tillatelse) (*Ikke så relevant i Hverdagsreisen*)

Metodisk opplegg intervjuer

Figur under viser foreslått intervjuetilnærming. Metoden tar i utgangspunktet i en narrativ semi-strukturert intervjueteknikk/ beretningsintervjuer.

Det meste sentrale i denne intervjuemetoden er at a) den vi snakker med selv får mulighet til å fortelle fritt om sin opplevelse rundt en tematikk vi har introdusert. b) temaene som dukker opp underveis utgjør «intervjuguiden» vår, c) vi graver i temaer som informanten introduserer helt til vi kun har lukkede eller ledende spørsmål igjen.

Hva gjør de? (fri fortelling) uavbrutt brukerreise

1. Oppfølging av tema 1. Hva skal man snakke mer om, hvorfor og hvordan. Fortell, beskriv og forklar.

2. Oppfølging av tema 2. Gå i dybden rundt nøkkelord. Mer om hvordan og hva som er grunnen?

3. Lukkede spørsmål

3. Hva har du lært

Tredje del av Hverdagsreiseprosessen handler forstå hva du har lært av feltarbeidet. Feltarbeidet har forhåpentligvis gitt deg mye og spennende informasjon. Dette kapitlet handler om å systematisere, analysere og visualisere dette materialet, slik at du i neste del kan starte arbeidet med å utvikle mulige løsninger for prosjektet.

For å sikre dette skal dere løpet av dette kapitlet:

- Som prosjektgruppe **analysere innsiktene**
- Utvikle **personas** for å oppsummere behov
- Jobbe med **brukerreiser** som både innsiktsverktøy og analyseverktøy
- Oversette **innsiktene til mulighetsrom for å gjøre de handlingsbare** og klar for å generere ideer og løsninger i neste del.



▲ Analyserer innsikt med Asker kommune

Her finner du maler for

- Å analysere
- Utvikle personas
- Struktur brukerreise

[Klikk her](#)



INTRODUKSJON

DEL 1 - DETTE HAR VI LÆRT

DEL 2 HVERDAGSREISEN DIY

Del 2

Hverdagsreisen 2 DIY

Hva holder du i hendene?	23
Hva er verdien av å teste?	24
Noen begreper	25
Å designe et Hverdagsreisen-nudge	26



Hva holder du i hendene?

Denne guiden er ment som en praktisk steg for steg-manual for hvordan du *kan* gå frem for å gjennomføre en innovasjonsprosess lik Hverdagsreisen i din kommune, med utgangspunkt i behovene til menneskene som står nærmest utfordringene du ønsker å løse.

Hverdagsreisemetoden er en praktisk tilnærming med kortere tidshorisonter og raskere utvikling enn tradisjonelle stedsanalyser. Du vil trenge å utfordre din egen problemforståelse, lære mer om behovene og drømmene til innbyggerne, og sammen med dem utvikle og teste løsninger på problemet dere står overfor.

Gjennom denne steg-for-steg-guiden vil vi lede dere gjennom: →

Er du klar for å teste, lære og justere?

Hverdagsreisen 2 - steg for steg



Hvorfor prototype?

Hva er verdien av å teste?

Når vi har ideer til konsepter og potensielle løsninger har vi mange antagelser om hvordan de vil fungere og på hvilke måter de vil løse problemer. Ved å prototype og teste kan vi sjekke disse antagelsene. Slik får vi forkastet løsninger som kun fungerer på papiret og gjort nødvendige justeringer på de som fungerer.

Alt kan prototypes og testes, enten det er en tjeneste, en app, et bygg eller et fysisk nudge. Dette bidrar til at den endelige løsningen blir best mulig før man begynner å investere masse tid og penger i produksjon eller implementering. Om en idé ikke fungerer slik du hadde tenkt, er det en stor fordel at du får vite det så tidlig som mulig. Prototyper og tester du tidlig vil det være

lettere å gjøre nødvendige endringer fordi du ikke har lagt ned enormt mye tid eller penger i utviklingen av løsningen din. Du er også mer endringsvillig når ideen din er i startfasen.

Enten prosjektet omhandler utvikling av et dult, et nytt arkitekturprosjekt eller implementering av politikk, kan ikke viktigheten av utprøving og testing overvurderes. Det kan innebære noe ekstra tid og ressurser, men verdien det tilbyr i å redusere risiko og gjøre løsninger mer treffsikre gjør dette til et verdifullt verktøy for suksess på lang sikt.

“

*Hvis det går **KJEMPEDÅRLIG** så er det **FANTASTISK!** Det er ikke et nederlag, du har jo lært masse og unngått en feilinvestering.*

- Prosjektdeltaker

Prinsipper for arbeidet



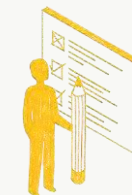
Brukersentrert:
fordi de som har skoen på kjenner best hvor den trykker



Visualisere funn og sammenhenger
fordi det kan forenkle det komplekse og skape felles forståelse



Samskaping:
fordi fremtidens løsninger best skapes sammen med de som skal tilby og bruke dem



Tidlig testing:
fordi du må prøve noe for å vite om det fungerer

Noen begreper

Nudge?

Dulting eller *nudging* er en metode for å endre folks atferd i en bestemt retning. Dette er tiltak i omgivelsene som oppleves som små puff i en eller annen retning. For å telle som et *dult*, må det være enkelt å unngå, og uten å fjerne noen valg. F.eks. vil det å sette frukt og grønnsaker i øyehøyde være et nudge, mens å forby salg av godteri ikke er det!

Dulting har fått større oppmerksomhet de siste årene, spesielt innen offentlig politikk, der det har blitt brukt til å fremme ønskelige resultater ved å forsiktig styre individer mot bedre beslutninger.

Fysiske "dult" bruker designintervensjoner for å påvirke atferd gjennom subtile endringer i det bygde miljøet. Ved å inkludere elementer som skilting, belysning og romlig oppsett, kan fysiske dult oppmuntre til en rekke adferdsendringer, fra å fremme sunne vaner til å redusere energiforbruk. For eksempel kan en strategisk plassert benk oppmuntre til sosial interaksjon, mens et lekeområde kan dulte barn til mer fysisk aktivitet.

Adferdsdesign?

Adferdsdesign er en metode som fokuserer på å forstå og påvirke menneskelig atferd. Dette innebærer å studere hvordan individer tar beslutninger og reagerer på ulike stimuli, og deretter utforme tiltak eller endringer i miljøet for å veilede deres valg på en positiv måte.

Iterere?

Å *iterere* betyr å gjenta og forbedre en løsning, en tjeneste eller et tilbud gjentatte ganger. Basert på tilbakemeldinger fra innbyggere og brukere gjør man små endringer etter å ha testet prototypen opp mot disse. Formålet med dette er å forbedre opplevelsen for brukerne og øke sannsynligheten for suksess. Iterasjoner bidrar til å skape mer treffsikre løsninger og tjenester som oppfyller innbyggernes behov.

Prototype?

En *prototype* er en tidlig utgave av noe nytt som vi tester med brukere og lærer av, slik at vi kan forbedre designet vårt. Det er helst en foreløpig og forenklet versjon av det du tenker du skal ende opp med, enten dette er en app, en tjeneste eller et fysisk produkt. Hovedpoenget er å forstå hvordan brukere vil interagere med og reagere på løsningen din i praksis.

Selve prototypen er ikke et mål i seg selv. Prototypen er et verktøy i beslutningsprosesser. Når testen er gjennomført, forlater man prototypen, og teamet skal sitte igjen med innsikt og kunnskap som gjør det lettere å ta gode beslutninger og veivalg videre. Ja, prototypen kan være så god at man vil videreutvikle den, men målet med å teste er ikke at prototypen skal bli et fullverdig produkt. Målet er å lære av testen med prototypen for å komme nærmere en god løsning som svarer til brukernes behov.

Å designe et Hverdagsreisen-nudge

Over de neste sidene skal vi gå gjennom hvordan man starter prosessen med å designe for adferdsendring gjennom et “dult”, samt hvordan å teste og måle hvordan dette påvirker dem som blir utsatt for testen. Steg 1 av denne reisen skjer med utgangspunkt i innsikter fra gjennomført *Hverdagsreisen del 1*.

Uavhengig hvilken idé man ønsker å teste er det visse steg som vil være nødvendige å utføre. Husk at dette ikke et prosjekt for å implementere noe nytt permanent, men innenfor rimelighetens grenser opprette en test for å lære noe spesifikt om målgruppen, sted, bruk, behov og selve ideen man setter ut i live.

For å sikre dette skal dere i løpet av dette kapittelet:

1. Gjennomføre en **workshop** for å starte prosjektet for å **definere hvilken adferd man ønsker forsøke påvirke**. Spisse prosjektet (scope) og formulere hva man ønsker å lære mer om gjennom testingen.
2. **Design dultet/eksperimentene**.
3. Lage en plan for **gjennomføring**, inkl. rekruttere de ressursene man trenger for gjennomføring.
4. Analysere læringspunkter og **justere (iterere)**
5. **Oppsummere og evaluere** hvordan testingen har gått

Er du klar for å teste og lære?

Her finner du guider for

- Scopeworkshop
- Nudgekort
- Adferdsendring, guide
- Idé til testet prototype

[Klikk her](#)





1

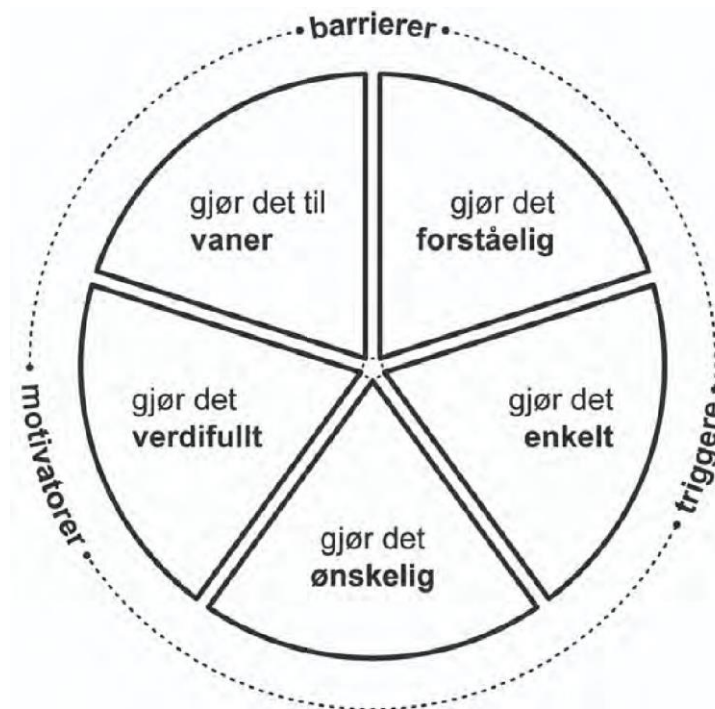
Scope: Definer atferd og kontekst

- 1. Identifiser atferden dere ønsker å påvirke**
 For å kunne påvirke atferden til noen, er det viktig å identifisere og velge spesifikt hvilken atferd man ønsker å påvirke. Dette gjør det mulig å vurdere og måle om tiltaket/prototypen faktisk fikk noen til å endre atferd eller ikke. Ønsker du at noen skal gå *inn* døren eller ønsker du å få noen til *lukke* døren?
- 2. Forstå den lokale konteksten**
 For å endre adferden til noen, er det viktig å gjøre en områdeanalyse sammen med personer med god lokalkunnskap. Målet er å identifisere sted(er) hvor atferden oppstår i dag, og for å forstå hvilke faktorer og hindringer som kan påvirker adferden.
- 3. Definer målgruppen**
 Basert på analysen dere har gjort så langt, bestem hvem målgruppen for dultet er. Hvem ønsker dere påvirke?
- 4. Bruk handlingshjulet**
 Vurder ulike barrierer, triggere og motivatorer som som kan spille inn for å få målgruppen til å endre atferd. Dette kan f.eks. være værforhold, avstand, sikkerhetsbekymringer, tidsklemme og mangel på informasjon m.m.

Viktig å huske

Under en scoping-workshop med flere deltakere er det viktig å etablere en felles forståelse rundt hva et dult, en prototype og testing er. Slik unngår man å snakke forbi hverandre.

Et "dult" er en liten endring som kan påvirke atferden til noen subtilt, uten at de legger merke til det. Hvis man skal måle effekt må man velge én konkret atferd man forsøker "dulte".





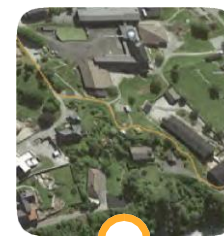
2 Fokus for testing: Design dultet

Etter å ha definert prosjektets omfang, er neste steg å designe dultet. Det finnes en rekke vanlige nudges tilgjengelig som kan være både fysiske og digitale, f.eks. **FOMO (frykt for å gå glipp av), sosiale normer og gruppepress, innramming, redusere antall valg, forenklinger etc.** Her er det bare å gå på inspirasjonsjakt i nudgelitteraturen. Uansett hvilken retning du tar, er det viktig å vurdere følgende:

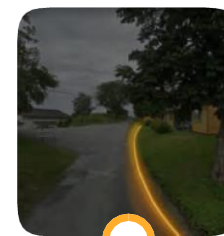
Plassering: For et fysiske dult er det viktig å velge riktig sted, størrelse og materiale. Man må også ta hensyn til tekniske faktorer, som tilgang til strøm, værforhold og vurdere inngrep og påvirkning av naturen på stedet. Dette er en midlertidig installasjon for å lære.

Visualisering: Visualisering er nyttig for å kommunisere ideene til resten av teamet. Å lage en fysisk representasjon, for eksempel en skisse, modell, en plantegning eller et diagram, kan hjelpe teamet og samarbeidspartnere å forstå hva man vil oppnå.

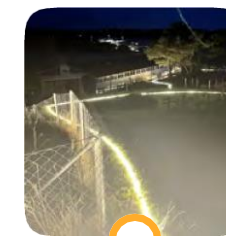
Implementering: For å sikre at nudge implementeres effektivt, anbefaler vi å overvåke implementeringen i samarbeid med utfører. Dette hjelper til med å sikre at det går som planlagt, og eventuelle problemer kan løses raskt.



Plassering



Visualisering



Implementering

Sjekkliste for dult (nudge)

- Fokus på å endre adferd (ikke holdninger)
- Skal helst være lite (liten endring, men potensielt store resultater!)
- Ingen "tvang". Et vennlig, lite puff i den ønskede retningen.
- Bør kreve lite ekstra tenking i selve situasjonen

3 Gjennomføring Implementer og mål

Implementering

For å sikre at dultet installeres riktig anbefaler vi å være tilstedet ved implementeringen, selv om det er dyktige fagfolk som utfører. Da sikre man at alt skjer iht. som plan og intensjon, og man kan løse eventuelle utfordringer raskt på stedet.

Sett en tidsramme for testen

Bestem hvor lenge testen skal vare for å måle effekten av dultet på målgruppen. Å måle ut ifra samme tidspunkt vil gi en mer nøyaktig evaluering av dultets effekt på atferden dere ønsker å påvirke.

Samle data

Bruk flere metoder, som å telle antallet brukere som påvirkes av dultet, intervju disse personene og observere adferden deres, for å samle data.

Vurder effekten av dultet fortløpende

Gå gjennom dataen som har blitt samlet inn gjennom testen fortløpende. Klarer dere å nå målgruppen? Har deres adferd blitt påvirket i det hele tatt?

Viktig å huske

Målet med testen er å se *om dultet har effekt*. Vi ønsker å teste et dult for å se om vi får adferdsendring hos målgruppen, ikke for å *bevise* at dultet fungerer.

Målt null effekt er derfor et kjempeinteressant funn og utgangspunkt for å jobbe videre!

Sjekkliste for testing

- Hvilken effekt ønsker man å måle?
- Hvem skal eie/administrere testen?
- Trenger man å rekruttere ildsjeler eller andre som kan bistå?
- Hvor skal testen spesifikt finne sted?
- Hvem betaler for dette?
Kan man samarbeide med noen aktører?
- Hvis det er nødvendig, utfør en nullpunktsmåling før dere setter i gang: Hva er status i dag?



4 Gjennomføring Iterer og tilpass

Etter å ha testet løsningen deres og fått tilbakemeldinger fra innbyggere og måledataene, må dere gjøre endringer og teste igjen. For eksempel, om dere har bygget en installasjon kan denne forbedres, flyttes på, eller promoteres annerledes for å nå målgruppen. Gå tilbake til steg 1 hvor dere definerte omfang for å holde målet med prosjektet friskt i minne.

Det er viktig å være åpne for nye ideer og være fleksible. Gjør justeringer basert på hva dere har lært så langt, og evaluer hvordan innbyggerne responderer på de nye endringene.

Fortsett å samle data, analysere og gjenta prosessen til dere oppnår ønsket effekt på adferden til målgruppen. Testing og eksperimentering er en iterativ prosess for å raffinere idéen deres, ikke finne den endelige løsningen med en gang.

Viktig å huske

Forvent det uventede når du tester eller eksperimenterer. Utfordringer som dårlig vær eller et nei fra grunneier kan gi verdifulle muligheter for læring og forbedring.

Hva er egentlig et funn?

Volumene kan være små at det er ikke sikkert kvantitative målingene gir tydelige funn, men man kan kanskje se spennende tendenser som man kan utforske videre i prosjektet? Vær nysgjerrig og tilpass underveis!



▲ Dronefoto av lysstien i Austevoll



5

Hva har dere lært?

Oppsummer og avslutt

Evaluering: Hva har dere lært?

Gå gjennom de innsamlede dataene og vurder om og på hvilken måte dultene hadde effekt og i hvilken grad de påvirket målgruppens atferd.

Sett av tid til å reflektere over prosjektet og de erfaringene som er gjort underveis. Vurder hva som fungerte bra og hva som kan forbedres i fremtidige prosjekter.

Dokumenter og del underveis og etter:

Dokumenter prosess og innsikter for å gi prosjektet og funnene relevans utover kun prosjektgruppa. Dette kan gjøres på flere måter, gjennom en grundig rapport eller online artikkel, som oppsummerer prosjektets mål, metodikk, gjennomføring og resultater. Inkluder også utfordringer, barrierer og iterasjoner som ble gjort for å forbedre effekten av dultene.

Overføring av kunnskap

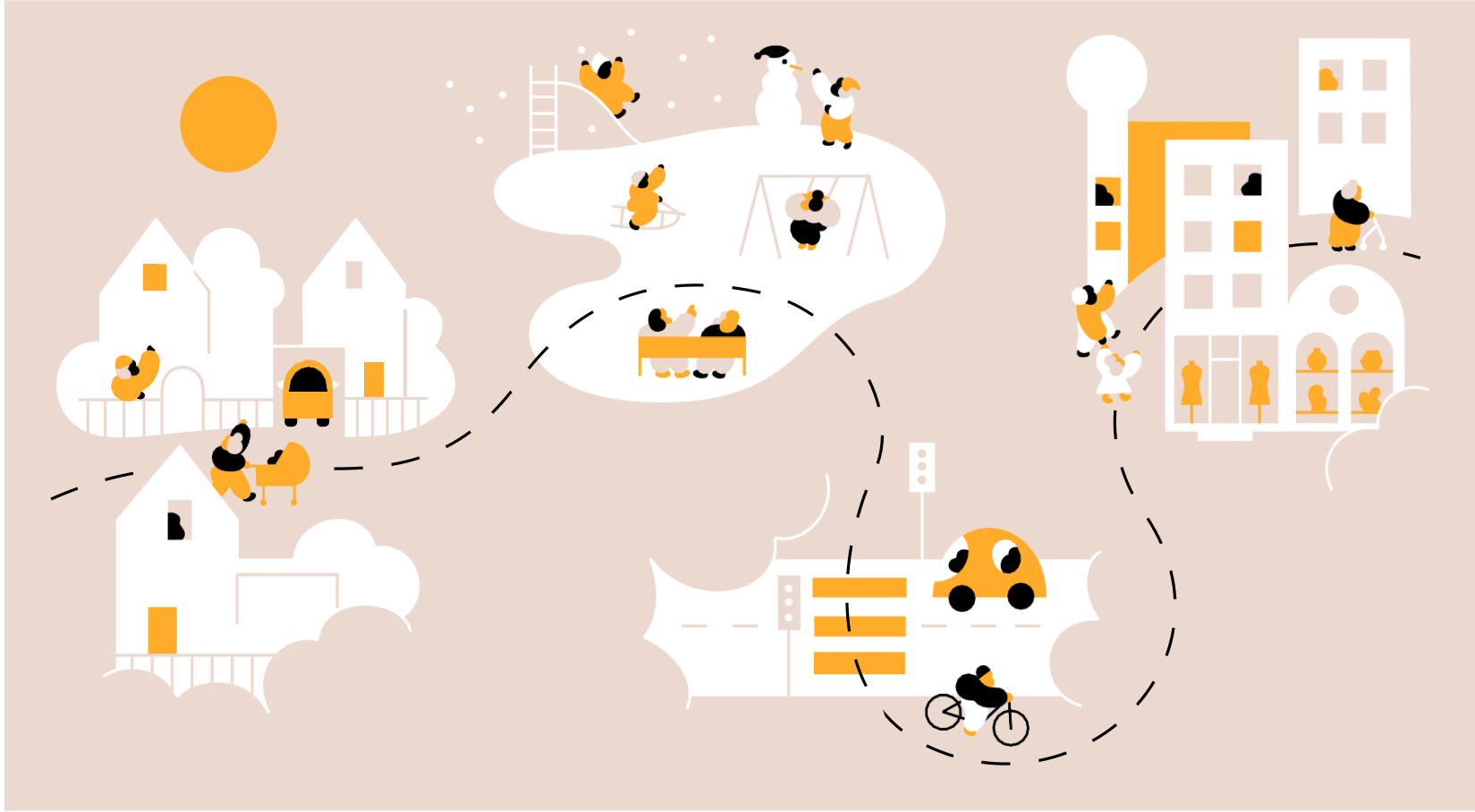
Del lærdommene fra prosjektet med relevante personer i organisasjonen for å bidra til at andre prosjekter kan dra nytte av erfaringene, fremgangsmåten og innsiktene.

“

Noe av det beste har vært alle refleksjonene vi har fått i Austevoll. Den psykiske konsekvensen av et fysisk tiltak. Det har vi sett.

- Prosjektdeltaker Austevoll

Lykke til!



ComteBureau

SUNNE
KOMMUNER
WHO'S NORSKE NETTVERK

DD
OO
GG
AA

