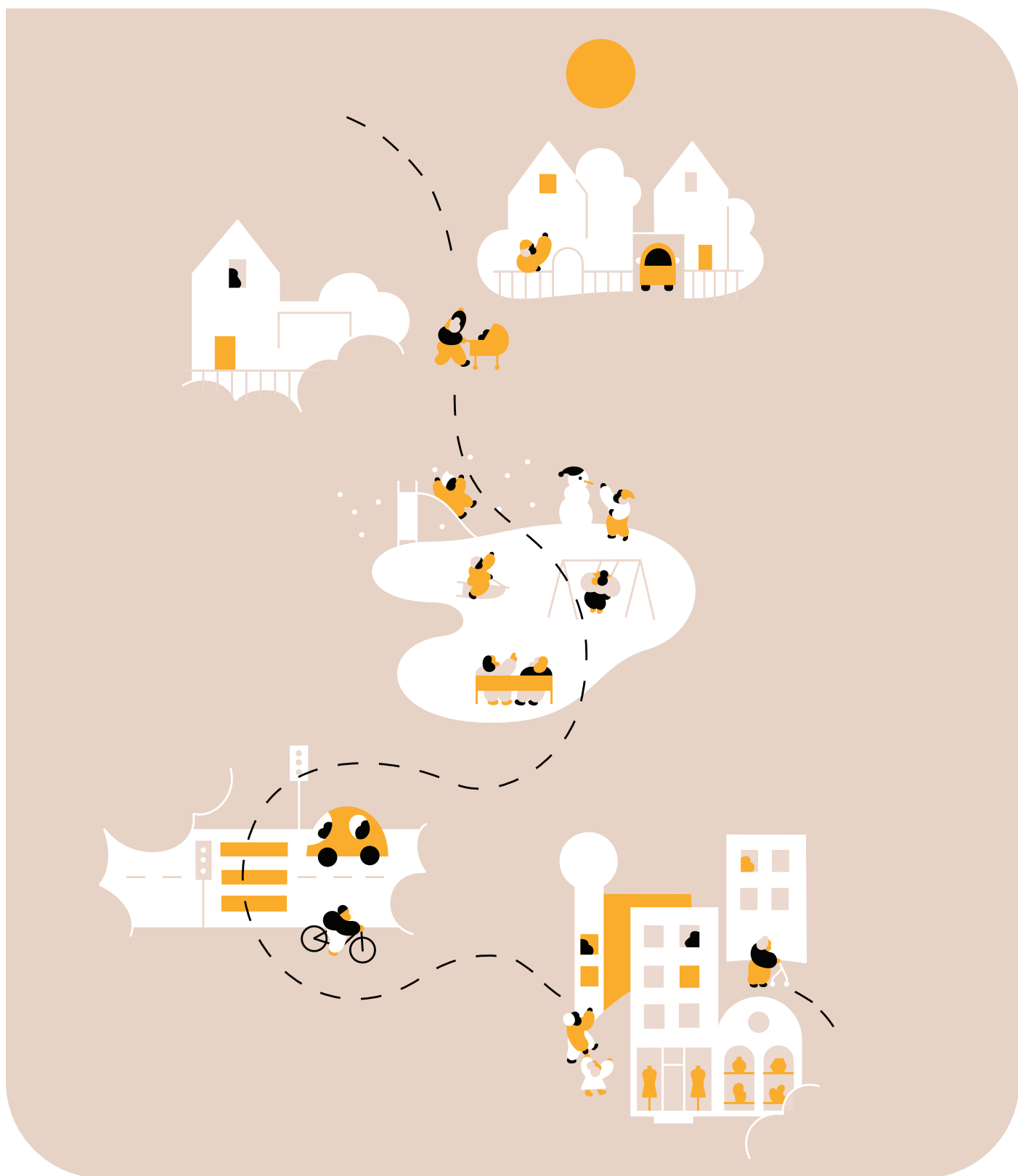


# Hverdagsreisen

Innsikt og innovasjon i fysiske omgivelser



DOGAs prosjekt Hverdagsreisen undersøker hvordan omgivelsene våre påvirker hvordan vi møter andre mennesker og hvor mye beveger oss. Hverdagsreisen DIY Guide er utviklet av Comte Bureau i samarbeid med DOGA som en del av dette prosjektet.

**Opphavsrett:** DOGA/Comte Bureau 2023

**Kontakt:**

Design og arkitektur Norge (DOGA)  
Hausmanns gate 16, 0182 Oslo  
www.doga.no

**DOGA team:**

Ingerid Helsing Almaas iha@dog.no  
Jørgen Hallaas Skatland jhs@dog.no

**Comte Bureau**

Pilestredet Park 31, 0176 Oslo  
www.comte.no

**Comte Bureau team:**

Lene Haus lene@comte.no  
Joana Sá Lima joana@comte.no  
Adrian H. Haugen adrian@comte.no  
Renate Bryhn renate@comte.no

**Illustrasjoner:** Viktor Sakshaug og Comte Bureau

**Design:** Comte Bureau

Det må ikke kopieres fra dette heftet i strid med åndsverksloven eller andre avtaler. Ta kontakt dersom du ønsker å kopiere eller bruke deler av heftet.

En digital versjon av dette heftet med lenker til resten av Hverdagsreisen-prosjektet, rapporter og eksempler finner du på:



Følg QR-kodene underveis for å få tilgang til informasjonsark og maler.



# Innhold

Introduksjon Hverdagsreisen Do it yourself (DIY)	04
Del 1 Hente innsikter DIY-guide	12
Del 2 Prototype på stedet og teste for adferdsendring	34



# Introduksjon

Om guiden	05
Om prosjektet	06
Startpunktet: Pilotkommunen Austevoll	08

DEL 1 - HENTE INNSIKT

DEL 2 - PROTOTYPE OG TESTE

## Om guiden

Det du nå leser er et resultat av prosjektet Hverdagsreisen: en guide for hvordan man som kommune selv kan jobbe innovativt med folkehelse i steds- og områdeutvikling. Prosjektet er et samarbeid mellom DOGA og Sunne kommuner - WHO's norske nettverk, og et forprosjekt i DOGAs satsning "Arkitektur og folkehelse".

Hverdagsreisen er en innovasjonsprosess som skal gi økt innsikt i hvordan folk blir påvirket av sine fysiske miljø på et bestemt sted, slik at man kan planlegge og bygge for bedre folkehelse. Prosjektet er utviklet gjennom samarbeid med seks pilotkommuner. Del 1 av pilotprosjektet ble gjennomført høsten 2021 og avrundet våren 2022. Del 2 av pilotprosjektet ble gjennomført høsten 2022 og avrundet våren 2023.

Det overordnede målet med Hverdagsreisen er bedre folkehelse: økt fysisk aktivitet og mindre sosial isolasjon. Hovedmålgruppen for prosjektet er norske kommuner, der vi i hovedsak har henvendt oss til de delene av kommunen som har ansvar for folkehelsearbeid og planlegging og utvikling av fysiske omgivelser. Men det er mange som har ansvar for det fysiske miljøet, og Hverdagsreisen som er en tverrfaglig metodikk, som krever samarbeid.

Denne DIY-guiden er delt opp i tre deler:

Introduksjonen forklarer hva prosjektet Hverdagsreisen er og hvorfor Hverdagsreisen kan være et verdifullt verktøy i områdeutvikling og folkehelsearbeid.

Del 1 er en steg-for-steg-guide for å planlegge og gjennomføre et innsiktsarbeid i felt i din kommune, for å lære mer om hva som hemmer og fremmer sosiale møter og fysisk aktivitet utendørs i innbyggernes hverdager.

I del 2 fokuserer man på å utvikle dult(nudge) for å påvirke innbyggernes hverdagsreiser, gjennom å prototype og teste fysiske intervensjoner på stedet, basert på innsiktene fra del 1. Del 2 er også en steg-for-steg-guide for å planlegge og gjennomføre et slikt arbeid.

Les sluttrapportene i sin helhet



· Hverdagsreisen del 1  
· Hverdagsreisen del 2



## Om prosjektet

# Bakgrunn

Våre bygde omgivelser legger rammer for folks liv. Omgivelsene påvirker våre fysiske aktiviteter, og de påvirker hvilke sosiale møter som oppstår - eller ikke oppstår. I steds- og byutvikling har man derfor muligheten til å gjøre gode valg, som bidrar til å fremme god helse og sosial inkludering.

Det er bred politisk enighet om viktigheten av helsefremmende og tverrfaglig folkehelsearbeid i norske kommuner. I regjeringens handlingsplan for fysisk aktivitet (2020), hvor bl.a. DOGA bidro med innspill, er det en tydelig satsning på økt fysisk aktivitet på tvers av sektorer og departementer. I Folkehelsemeldingen «Gode liv i et trygt samfunn» (2018-2019) er forebygging av ensomhet et av tre fokusområder. Imidlertid mangler det i begge meldingene et fokus på hvordan kommunene kan og bør forebygge ensomhet og stimulere til fysisk aktivitet gjennom de bygde omgivelsene.

Samtidig som den generelle fysiske hverdagsaktiviteten i befolkningen går ned, er ensomhet et økende problem. Det foregår en sterk fortetting av norske byer og tettsteder, men inaktivitet og sosial isolasjon er en utfordring både i tettbygde og spredtbygde strøk.

For å møte denne situasjonen vil bolignære og felles utearealer bli stadig viktigere aktivitetsarenaer i mange ulike lokalmiljø. Utformingen av fellesskapsrom, med ivaretagning av grøntstrukturer og tilrettelegging for aktiv transport, sosial

samhandling og fysisk aktivitet, vil dermed ha avgjørende innvirkning på folkehelsen. I et folkehelseperspektiv er derfor våre felles utearealer og samlingssteder en svært viktig fremtidsressurs med stor samfunnsmessig verdi.

I 2019 startet DOGA initiativet «Arkitektur og folkehelse», der man leter etter måter å utforme uteområder som fremmer helse og trivsel. Hverdagsreisen er et forprosjekt i dette initiativet, og har som mål å avdekke hvordan folk beveger seg i sine hverdagsreiser, og samtidig bidra til at kommuner benytter mer design- og arkitekturkompetanse i sitt folkehelsearbeid.

Med utgangspunkt i «hverdagsreisene» til et utvalg mennesker i forskjellig alder på forskjellige steder, har vi i dette forprosjektet undersøkt barrierer og drivere for fysisk aktivitet og sosiale møter i våre bygningsnære uteområder.

Hverdagsreisemetodikken er utviklet med fokus på folkehelseeffektene av de bygde omgivelsene. Men metodikken kan også gi innsikt på andre områder, der man lurer på hvordan folk faktisk bruker bygg eller anlegg, hvordan de opplever omgivelsene sine og hvordan man kan teste nye tiltak før man investerer i lokale byggprosjekter.

“

*Dette er “mermedvirkning” – utover minimumskravet. Vi gjør metodisk arbeid som egentlig gavner politisk arbeid.*

– Prosjektdeltaker i pilotkommune

DOGA



**Design og arkitektur Norge (DOGA)** fremmer god bruk av design og arkitektur i Norge for å skape fremtidens nye, grønne og lønnsomme løsninger. DOGA er en del av det offentlige virkemiddelapparatet for økt innovasjon og mottar et årlig tilskudd over statsbudsjettet. Se mer på [DOGA.no](http://DOGA.no)

**Sunne kommuner** jobber for å skape lokalsamfunn som er gode å leve i, for alle som bor i dem. De er et nettverk av kommuner og fylkeskommuner som setter folkehelse høyt i sin samfunnsplanlegging, og har en helhetlig tilnærming til helse. Sunne kommuner er ambassadører for sosial bærekraft, og mener folkehelsearbeidet er avgjørende for å nå FNs bærekraftsmål. Sunne kommuner er del av WHO sitt Healthy Cities-nettverk. Se mer på [sunnekommuner.no](http://sunnekommuner.no)

**Comte Bureau**

• **Comte Bureau** har gjennomført prosjektet. Comte Bureau er et tverrfaglig designmiljø som jobber med å løse samfunnsflokke gjennom å designe tjenester, organisasjoner, byer og steder med utgangspunkt i brukeres behov. Selskapet jobber i krysningpunktet mellom adferdsvitenskap, tjenstedesign, arkitektur og organisasjonsutvikling. Se mer om Comte Bureau på [comte.no](http://comte.no)

**For DOGA**

- Jørgen Hallås Skatland, arkitekt og prosjektleder
- Ingerid Helsing Almaas, arkitekt
- Marte Marstrand, koordinator

**For Sunne kommuner**

- Maria Eintveit, prosjektleder
- Vigdis Holm

**Designteam Comte Bureau**

- Lene Haus, arkitekt og prosjektleder
- Joana Sá Lima, arkitekt
- Adrian Hasnaoui Haugen, sosialantropolog
- Øystein Evensen, sosiolog
- Frida Støvern, tjenstedesign

## Om prosjektet

# Hva er en Hverdagsreise?

Hverdagsreisen din er alt du gjør fra du går ut døra om morgnen, til du er tilbake igjen på kvelden. I prosjektet Hverdagsreisen har vi som mål å skape by- og stedsutvikling som er både sosialt bærekraftig og helsefremmende.

En hverdagsreise kan beskrives som en brukerreise. Et viktig element i tjenstedesign er at man vektlegger hvert steg brukeren tar og hvorfor, og hvordan det oppleves. Dette synliggjør valgsituasjoner som oppstår, hva som påvirker valgene, og hva som kan endres: Kort og godt, hva som hemmer og hva som fremmer brukeropplevelsen

“

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 DOGAs prosjektutlysning



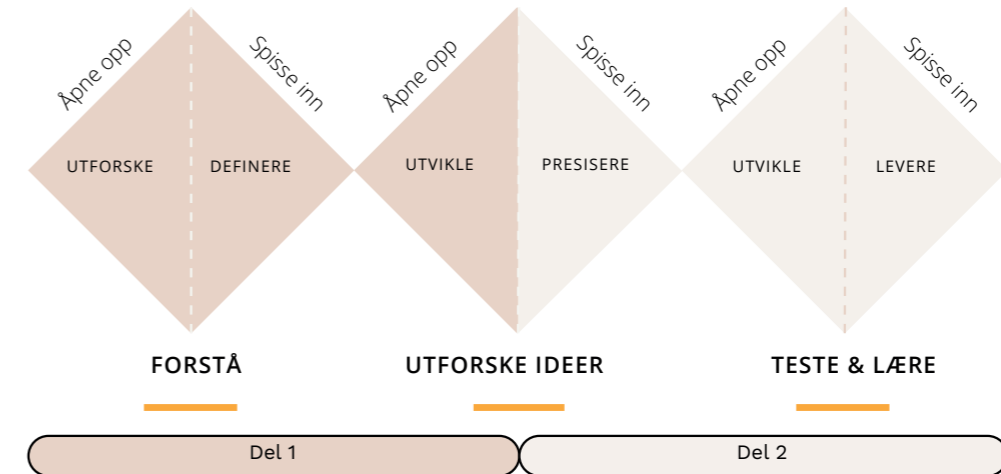
### Spreke Sigrid, 80år, Austevoll



## Om prosjektet

# Hverdagsreisen del 1 og 2

For å utvikle gode løsninger for folk, trenger vi innsikt i hvilke behov vi skal skape løsninger for. Hverdagsreisen handler om å avdekke disse reelle behovene, og deretter prototype og teste potensielle løsninger tidlig, fordi du må prøve noe for å vite om det fungerer.



I del 1 av Hverdagsreisen har Comte Bureau utforsket tjenstedesign som metodikk for å beskrive hvordan folk beveger seg gjennom hverdagen sin, og hvilke elementer i det fysiske miljøet som påvirker vanene deres.

Formålet med Hverdagsreisen del 2 var å teste om, og i så fall hvordan, man kan påvirke disse hverdagsreisene ved å gjøre små inngrep i de fysiske omgivelsene på stedet.

Tanken er å påvirke folks valg og hverdagsreise med med såkalte *nudge*, eller 'dult', og undersøke hvordan fysiske endringer påvirker hverdagsadferden. Del 2 refererer dermed direkte til innsiktene i Del 1 – og vil fungere både som en videreutvikling av metoden og en test av innsiktene.

# Hvorfor Hverdagsreisen?

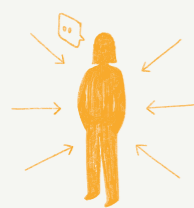
Hverdagsreisen baserer seg på en åpen og utforskende tilnærming hvor løsningen utvikles etter at man har forstått hva problemet er og hvilke behov som skal løses. Metoden er en sammensatt tilnærming for å generere løsninger med utgangspunkt i reelle behov, ikke hva folk sier de ønsker.

Denne tilnærmingen baserer seg på at "alt henger sammen med alt", altså at det ikke er gitt hva utfallet og løsningene på en slik prosess er når man starter. Som kommune vil dette bety at løsningene kan være en romlig og arkitektonisk løsning, et produkt, en tjeneste, organisatoriske endringer eller handle om kultur. En praktisk konsekvens av dette er at det er verdifullt for prosjektet å ha en tverrfaglig prosjektgruppe, både for å sikre ulike perspektiver og innfallsvinkler inn i prosjektet og ha kjennskap til hva som rører seg i de ulike delene av kommunen.

Hverdagsreisen tar utgangspunkt i tjenstedesignmetodikk for å forene design og arkitektur som fagfelt. De fleste har et ganske ubevisst forhold til hverdagen sin og hvordan de bygningsnære omgivelsene er med på å støtte opp rundt eller komplisere egen hverdag. Det kan derfor være utfordrende å sette ord på hva man har behov for eller hvordan man ønsker å ha det. Gjennom prosessen er målet å avdekke temaer og behov man i utgangspunktet ikke var seg bevisst.

Metoden vi har beskrevet er ment som en praktisk tilnærming til hvordan man relativt raskt kan innhente innsikt for å få en dypere forståelse, og for å kunne avdekke nye løsninger. Ambisjonen for metoden er at den kan supplere kommunens arbeid med folkehelse - og bidra til en stedsutvikling som skaper mer fysisk aktivitet og flere sosiale møter.

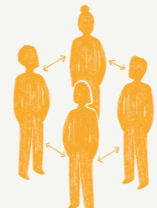
## Prinsipper for arbeidet



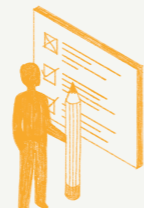
**Brukersentrert:**  
fordi de som har skoen på kjenner best hvor den trykker



**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

## Sagt om Hverdagsreisen

# Hvilken verdi kan prosessen skape ute i kommunene?

“ Det er mye vi ikke gjør fordi vi ikke vet hvordan vi skal gjøre det.  
– Prosjektdeltaker i pilotkommune ”

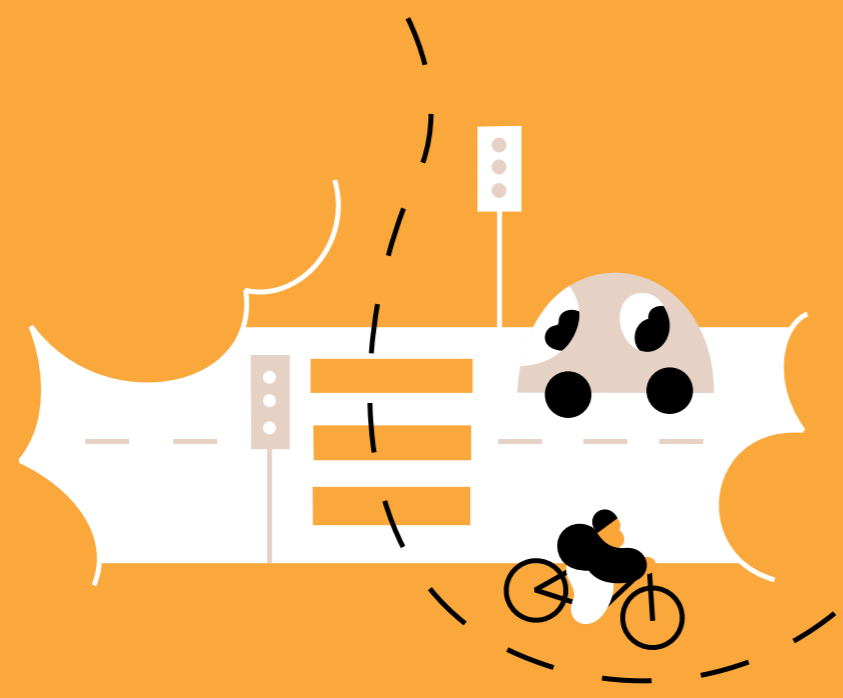
“ Dette er “mermedvirkning” – utover minimumskravet. Vi gjør metodisk arbeid som egentlig gavner politisk arbeid.  
– Prosjektdeltaker i pilotkommune ”

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

“ Ufarliggjør byråkraten ut mot samfunnet. Omdømmebygging ut mot innbyggerne, det får man til med gjennom et slikt prosjekt som Hverdagsreisen.  
– Prosjektdeltaker i pilotkommune ”

“ Egen tankegang er endret av erfaringen. Tenker mer helhetlig. Har gitt en faglig trygghet i å stå på kravene. Prosessen ga oss en trygghet i at vi tenker rett.  
– Prosjektdeltaker ”

“ Å se testing i praksis har vært veldig gøy. Spennende hvor lite som skal til.  
– Prosjektdeltaker ”



INTRODUKSJON

# Del 1

## Hente innsikter

### DIY-guide

Hva holder du i hendene?	13
Starte	14
Hente innsikt	19
Hva har du lært?	25
Utvikle løsningsforslag	31

DEL 2 - PROTOTYPE OG TESTE

## 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.

For å lykkes med en innovasjonsprosess anbefales det å være åpen for å gjøre tilpasninger i opplegget underveis. Husk innovasjon er en praktisk øvelse, ofte uten en teoretisk oppskrift.

Design- og arkitekturfagene har store verktøykasser. Metodene og verktøyene vi presenterer her er de som ble testet og gjennomført i feltarbeidene i forprosjektet Hverdagsreisen. I gjennomføringen av en innovasjonsprosess er det likevel viktig å ikke binde seg til alle stegene i prosessen.

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 brukerne dine, og sammen med dem utvikle og teste løsninger på problemet dere står overfor.

### Hverdagsreisen - Hente innsikt

#### Steg for steg



Hverdagsreisen del 2



▲ Fra felt på Tofte, Asker kommune

## 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 kapittelet:

- 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



### 1. Starte

#### A Definer utfordringen og hva feltarbeidet skal undersøke

Før dere går i gang med denne innovasjonsprosessen er det viktig å vite hva man forsøker løse, slik at man sørger for at dere løser riktig problem. Dette formuleres i starten av prosjektet og vil være et viktig styreverktøy underveis i prosessen.

En god beskrivelse av prosjektutfordringen for Hverdagsreisen inneholder både et prosjektområde (som man ønsker å utvikle eller lære mer om) og en målgruppe av personer som har tilknytning til området (gjør hele eller deler av hverdagen sin i prosjektområdet). En beskrivelse av utfordringen kan skrives på mange måter, men en måte å gå frem på er vist i malverket.

#### B Sette sammen et tverrfaglig team - med felles motivasjon for utfordringen

Et godt team er en nøkkel for gjennomføringen av en innovasjonsprosess som Hverdagsreisen. Teamet bør bestå av 3 - 5 personer og være tverrfaglig sammensatt. Det er fint om gruppen både har deltakere med bakgrunn fra plan og stedsutvikling og fra folkehelse/fysisk aktivitet. I tillegg til andre felt av relevans for din kommunes problemstilling. Deltakerne bør ha en felles interesse for tematikken de skal arbeide med i prosjektet, og minst en bør være lokalkjent.

En stor gevinst ved prosessen er at medarbeiderne blir kjent med hverandre og hverandres avdelinger og ansvarsfelt. Dette er veldig positivt for dette prosjektet, og kan ha positive ringvirkninger utover prosjektet.

##### Anslag tidsbruk:

Hverdagsreisen legger opp til en effektiv prosjektgjennomføring. I løpet av 6-7 uker bør man ha fått gjennomført fasene i Hverdagsreisen, fra prosjektoppstart, rekruttering (her kan mengde tid tilpasses behov), feltarbeid og analyse av innsikter. For den enkelte deltaker kan det påregnes 20-25 timer, noe mer for prosjektleder.

Uke 1: Starte  
 Uke 2-4: Rekruttere  
 Uke 5: Hente innsikter - feltarbeid (2 personer i felt over 2-3 dager)  
 Uke 6: Forstå hva du har lært. Analysere innsikter.

Uke 7: Designsprint for å begynne på løsninger \*

\* Designspinten er et første skritt på å bevege seg inn i del 2 av Hverdagsreisen



## 1. Starte

## C Oppstartsworkshop - kick off!

Ved oppstart av prosjektet bør alle i prosjektteamet møtes i fellesskap, for å få et felles utgangspunkt for arbeidet. Dette gjelder enten det er en stor eller liten gruppe, om man kjenner hverandre fra tidligere eller ikke. Dette er et internt arbeidsmøte hvor man i fellesskap blir kjent med prosjektområdet og innbyggerne som bruker det. Man bør starte med en presentasjon og bli kjent-runde rundt bordet. Selv om man jobber i samme organisasjon, er det ikke sikkert man kjenner til hverandre eller hverandres ansvarsfelt. I tillegg til å bli kjent og tryggere på hverandre, er målet for møtet å sette seg inn i prosjektets mål og problemstillinger. Denne felles oppstarten blir et godt utgangspunkt for det kommende feltarbeidet, f.eks. i utforming av intervjuguide.

### Forberedelser for hver enkelt deltaker før møtet:

- Hvorfor er dette området og problemstillingen interessant? Gå gjennom og informer området så mye som mulig.
- Hvorfor har dere valgt å fokusere på dette området fremfor andre områder i kommunen?
- Hva skjer i området i dag? Hvem bruker det primært?
- Hvilke programmer og funksjoner finnes i dag?
- Hva skal skje i området i årene fremover? (både planlagt utvikling og antatte retninger)
- Hvordan forholder området seg til nærliggende områder? (forbindelser, brukere etc.)

### Tidsramme:

3 timer, med hele prosjektgruppen.

### Du trenger:

- En utnevnt møteleder for å fasilitere møtet slik at man kommer gjennom det man skal.
- Kart (og evt. bilder) over prosjektområdet
- Post-it lapper
- Penn/tusj

### Forslag til agenda for oppstartsworkshopen:

1. Intro til prosjektet og bli kjent
2. Vi blir kjent med området - hva finnes i dag og hva skal skje fremover. Med utgangspunkt i deltakernes individuelle forberedelser går man gjennom området. Det er fint å ha et kart foran seg mens man gjøre dette for å notere og diskutere rundt.
3. Forstå problemstillingen: Hva er utfordringen vi vi ha svar på? Hva skal vi undersøke? Med utgangspunkt i deltakernes individuelle forberedelser går man gjennom problemstillingen. Synliggjør i kartet. Hvorfor er dette et interessant fokus?
4. Rekruttering og rigg. Hvem trenger vi for å finne ut av dette?

### Tips!

Workshops er arbeidsverksteder, ikke prateverksteder. Det er derfor nyttig å ha et klart formulert formål med møtet og en god plan for hva man ønsker å komme gjennom i løpet av tiden som er tilgjengelig. Det finnes sannsynligvis utrolig mange spennende diskusjoner og perspektiver på problemstillingen og prosjektområdet. Dette er første trinn av en større prosess, og det vil være rom for å ta disse diskusjonene senere i prosessen eller i et annet forum.

## 1. Starte

## D Lag en prosjektplan

Prosjektplanen er den konkrete planen for hvordan dere ønsker å gå frem for å løse prosjektet. Den er en oppsummering av arbeidet gjort så langt i denne fasen.

Prosjektplanen bør fylles ut av prosjektgruppen i fellesskap, som en del av oppstarten.



### Tips!

For noen, eller alle, deltakere vil prosjektet komme som et tillegg til andre primær oppgaver. For et godt prosjekt må tilstrekkelig tid settes av til at deltakerne i teamet får være med på utviklingen. Ledelsen må støtte prosjektet, også tidsmessig, slik at deltakerne har rom til å delta. Den enkelte ansatte må også selv frigjøre tid, være interessert i problemstillingen og prioritere arbeidet. Det er ikke alle ansatte som har fleksibel kalender, men det er viktig at også disse gis mulighet til å være med på Hverdagsreisen. Dette kan gjøres ved å holde av tider til jevnlig arbeidsmøter i god tid i forveien.

## 1. Starte - oppsummert

Du er nå gjennom kapittel 1 av Hverdagsreisen og du skal nå sitte igjen med en beskrivelse av utfordringen, et godt tverrfaglig team og en prosjektplan. En vesentlig del av prosessen er å jobbe *iterativt*, altså gjentagende ved å justere prosessen etter hvert som man lærer og får innsikt. Designtenkning er på denne måten en prosess som legger opp til at man skal ta et steg tilbake og avklare det som er uklart. Dette gjelder når som helst i prosessen.

Det kan ha dukket opp nye spørsmål, utfordringer og muligheter som gjør det interessant å teste andre ideer, kalle inn til nye workshops eller gjennomføre flere intervjuer. Bruk derfor prosjektplanen og utfordringen aktivt gjennom hele prosessen for å se om dere er på vei i riktig retning.

### Sjekkliste kapittel 1

- Dere har definert en godt formulert utfordring prosjektet skal løse
- Dere har satt sammen et godt og tverrfaglig prosjektteam
- Dere har lagd en prosjektplan
- Dere har planlagt og gjennomført en oppstartsworkshop

Er du klar til å samle innsikt i felt? →



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

## 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**.

Her finner du maler for



- Intervjuguide
- Intervjumateriell
- Oppsummere intervju
- Observasjonsguide



## 2. Hente innsikt

## A Rekruttere

Hverdagsreisen handler om kvalitative metoder, og da er det ikke et gitt antall intervjuer man må gjennomføre.

Hverdagsreisen handler om å få innblikk i en gruppes hverdager for inspirasjon til nye løsninger. Det handler ikke om et representativt eller statistisk utvalg, men å planlegge for eksempler på hvem det er riktig å snakke med for å besvare utfordringen man står overfor. Et godt feltarbeid klarer balansegangen mellom å ha planlagt noe og samtidig utforske det uforutsette som dukker opp.

## Hvem skal man rekruttere

Gjør et strategisk utvalg av innbyggere som utfordrer problemstillingen dere har satt for prosjektet - "ekstreminnbyggeren". Slik får man representert ytterpunktene rundt det fenomenet man ønsker belyse, forstå og løse. Eksempelvis: dersom man ønsker å skape flere sosiale møter for ungdom, så kan en mulig informant være en som *alltid* er hjemme og overhodet ikke ønsker å bruke noen av tilbudene som finnes.

## Type informanter å rekruttere

- **Nøkkelinformanter**  
Dette kan være aktører med god kjennskap til området eller målgruppene, eksempelvis kommuneansatte (som jobber i området, med målgruppene eller forvalter området), lokale innbyggere i ulike aldre etc.
- **Intervjuer i felt**  
Både 1:1 intervju og for gruppeintervju. Dette er personer i målgruppen eller i nærmeste krets rundt disse.

## For Hverdagsreisen kan du f.eks gjennomføre:

- 2 nøkkelinformantintervju. Disse intervjuene kan gjerne gjøres i forkant av feltarbeid for å gi noen lokale knagger å bygge videre intervju på.
- 8-10 1:1 intervju hvor enkelte ble gjennomført som "walk and talk"
- 1-2 gruppeintervju med 4-6 deltaker

Et viktig prinsipp i en prosess som denne blir bruk av døråpnere. Døråpnere er personer eller aktører som som gir innpass i miljøet som skal studeres, og som har kjennskap til de særlig informative personene i dette miljøet. Å identifisere potensielle døråpnere tidlig vil lette rekrutteringsarbeidet og sette prosjektet i kontakt med mulige informanter raskere.

## Tips!

For å intervju barn og ungdom trengs det samtykker fra foresatte. Dette er det viktig å være oppmerksom på i planleggingen, dersom du skal fokusere på skolemiljøer. Dersom skolene skal være veien inn for få kontakt med disse må det settes av tilstrekkelig tid til dette for skolene i en hektisk hverdag. Skoler får generelt mange henvendelser om ulike ting gjennom året, det vil være viktig å forklare hva Hverdagsreisen er og konkret hva det å delta innebærer. Kanskje kan prosjektet, hvis man er tidlig nok ute, inngå i skolens undervisning som del av læremålene?

## 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.

## Ulike typer intervju

## 1:1 intervju

Enkeltintervju er intervju med én innbygger av gangen, innenfor målgruppene dere har som utgangspunkt for prosjektet. Formålet med disse intervjuene er å komme i dybden på de ulike aspektene ved den enkeltes Hverdagsreise. Konkret gjennomføring av intervjuet vil ta utgangspunkt i å sammen med informant snakke seg gjennom og tegne opp dagen. Samtaleguiden i verktøymalene vil være et godt praktisk verktøy for forberedelse og gjennomføring av intervjuet.

## Tips!

Innsikter er ferskvare, så skriv ned sammendrag av intervjuet samme dag som du gjennomfører det. Dette er en fin måte for resten av prosjektgruppen å få essensen i hva prosjektet handler om. Ta gjerne en oppsummering og debrief med feltpartner etter avsluttet feltdag også. Del og gå gjennom hva dere har lært, hva som har overrasket dere og tanker om evt. justering av de neste innsiktsaktivitetene for å lære mer om noe eller skaffe mer innsikt.

## Walk and talk

"Walk and talk" er en metode hvor man gjennomfører intervju og samtidig gjennomfører hele eller deler av Hverdagsreisen sammen med informanten (dette kan være å gå deler av strekningen, bli med på bussen, ta fergen sammen med etc.) Dette er en metode vi benytter for å fordype oss i situasjonen til de utvalgte målgruppene. Vi intervjuer knyttet til reisen, observerer adferd og om mulig deltar i deres aktiviteter. Dette gjør vi for å bedre forstå og identifisere erkjente og ikke erkjente behov, utfordringer, hemmere og fremmere. Vi dokumenterer med skisser og tekst, med lydopptak og kanskje bilder underveis.

## Gruppeintervju

Ved å samle et utvalg informanter til gruppeintervju får vi tilgang til mye informasjon og kan se flere typer hverdagsreiser i sammenheng. Samtidig kan deltakerne spille på hverandre, diskutere og utdype. På forhånd utformer vi en intervjuguide med temaer vi ønsker å utfordre, men samtidig er det viktig å være åpen slik at uoppdagede behov og ønsker kan oppdages. Et gruppeintervju kan være en fin måte å validere innsikter du allerede har fått eller se ulikheter og likheter i reisene.

Konkret gjennomføring av intervjuet kan være å starte med en individuell øvelse hvor den enkelte i løpet av fem minutter skriver opp hva de gjør av aktiviteter gjennom dagen og hvordan de "reiser". Dette gjøres ved hjelp post-it lapper den enkelte fyller ut. Én aktivitet per lapp. Deretter tar man en runde rundt bordet og går gjennom hver enkelt sin Hverdagsreise mens lappene plasseres langs en tidslinje gjennom dagen.



▲ Intervju hos en innbygger i Storebø



▲ Gruppeintervju med elever fra Storebø skole

## 2. Hente innsikt

### C Observasjon à la Hverdagsreisen

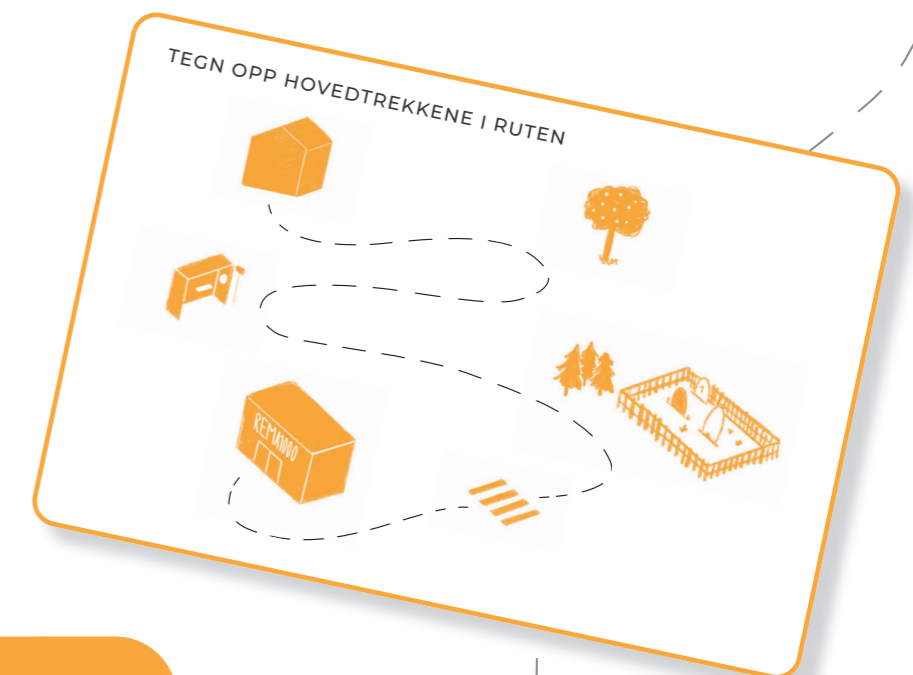
En del av feltarbeidet vil være å observere området for å forstå mer om hvordan det fungerer i dag og avdekke hemmere og fremmere gjennom å selv bevege seg i prosjektområdet.

Se for deg at du er romvesen som kommer til stedet for første gang. Hvordan opplever du området?

Observasjon gjøres av prosjektgruppen selv, men som en individuell øvelse uten samtale underveis. Øvelsen kan gjerne utføres av innbyggere også. Med deg på observasjonsrunden har

du en observasjonslogg med tema og støttespørsmål som hjelper deg til hva du kan se etter.

Når du kommer tilbake igjen skal du forsøke å tegne opp ruten/området du har vært. Denne øvelsen er nyttig for å kartlegge hva du la merke til (eller ikke fikk med deg), opplevelse av strekninger og avstander, hvordan du selv opplevde stedet, hvordan andre brukte stedet etc. Reflekter gjerne rundt disse punktene i fellesskap med prosjektgruppen i etterkant når alle har tegnet opp sin rute.



#### Tips!

Forsøk å fristille deg og se området med friske øyne, som et romvesen som ikke kjenner til noe på jorden. Unngå å henge deg opp i irritasjoner og pågående konflikter (f.eks "dette krysset er livsfarlig å krysse pga. altfor mye tungtrafikk fra lokal bedrift"), men fokusere på hvordan området faktisk oppleves.

## 2. Hente innsikt - oppsummert

Du er nå gjennom kapittel 2 av Hverdagsreisen og du skal nå sitte igjen med å ha rekruttert en rekke innbyggere, ha gjennomført **flere innsiktsaktiviteter** som **intervju, walk and talk og observasjon**.

Dette er et godt tidspunkt å ta en ny titt på prosjektplanen og prosjektutfordringen, og avgjøre om det er på tide å analysere informasjonen for å komme frem til noen testbare ideer, eller om dere har behov for en runde til (iterasjon). Dette kan eksempelvis være å avholde nye intervjuer med andre spørsmål og deltakere, eller å gjennomføre en workshop med andre oppgaver.

Dersom dere er usikre kan det likevel være interessant å teste analysemetodene i neste kapittel, og se om dere er klare for å utarbeide noen testbare ideer.

### Sjekkliste kapittel 2

- Dere har gjennomført rekruttering av innbyggere og andre informanter
- Planlagt, gjennomført og oppsummert intervjuer, både av grupper og enkeltpersoner
- Dere har observert steder for å forstå og lære mer

Er du klar for å analysere og lære? →



▲ Analyserer innsikt med Asker kommune

## 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 kapittelet 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 som kan testes på stedet.

For å gjøre dette skal dere løpet av dette kapittelet:

- Som prosjektgruppe **analysere innsiktene**
- Utvikle **personas** for å oppsummere behov
- Jobbe med **brukerreiser** som både innsiktsverktøy og analyseverktøy
- **Oversette til mulighetsrom for å gå fra innsikter til handling**, og gjøre dem klare for å generere ideer og løsninger i neste del.

Her finner du maler for



- Å analysere
- Utvikle personas
- Strukturer brukerreise



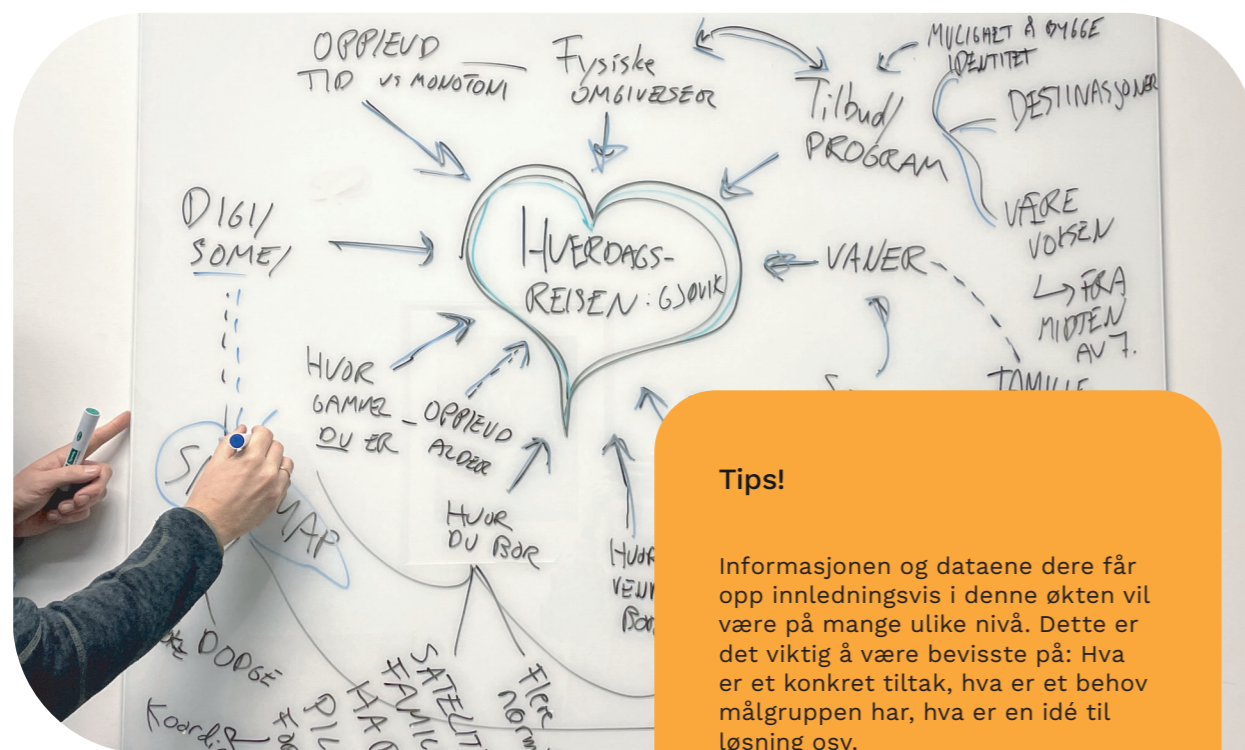
## 3. Hva har du lært

## A Analyserer innsikter

Etter at vi har skaffet dybdeinnsikt i felt, starter arbeidet med å sette informasjonen i system og analysere den. Observasjoner, intervjuer eller kvantitative data kan ha gitt oss mange aha- opplevelser, men det er viktig å bearbeide brukerbehov og innhentet informasjon slik at det er mulig å se hva de har felles. God strukturering av informasjon gjør det lettere å få oversikt og se hvor forbedringspotensialet er størst, og hvordan dette kan tas med videre i utviklingen av konsepter og løsninger. Noen av behovene kan trekkes rett ut av data, mens andre er formulert som problemer, bekymring, eller løsningsforslag.

**Tidsramme:**  
1 - 3 timer

**Hvem**  
med alle som har vært med i innsiktsarbeidet prosjektgruppe



▲ Sortering av innsikt i Gjøvik kommune

### Tips!

Informasjonen og dataene dere får opp innledningsvis i denne økten vil være på mange ulike nivå. Dette er det viktig å være bevisst på: Hva er et konkret tiltak, hva er et behov målgruppen har, hva er en idé til løsning osv.

Ved å være bevisst på dette kan man bruke tiden på å forstå behov og de overordnede problemene som må løses, fremfor å diskutere konkrete tiltak som man nesten kan gå i gang med å implementere med en gang.

## 3. Hva har du lært

## B Personer

Innsikter kan uttrykkes i form av såkalte personas: En representasjon av relevante brukertyper. Etter å ha gjort øvelsen med å finne mønstrene i hva funnene våre egentlig forteller en historie om, tar vi funnene videre ved å gi dem en mer personlig og praktisk anvendbar form for videre arbeid gjennom bruk av *personas*. Personas er en metode for å oppsummere og trekke frem typiske behov vi har identifisert gjennom prosessen, i beskrivelser av eksemplifiserte personligheter. Personas er et egnet utgangspunkt for idéutveksling og faglig dialog rundt hvordan en kan forbedre utfordringer etter avdekkede innsikter. Personasene bruker vi videre til å kommunisere og skape eierskap til funn, og til å utvikle løsninger og diskutere behov videre i prosessen.



### TikTok-Trine

Går i 10.kl. Mye av Trines sosiale liv skjer på CC og digitalt. Hun har ingen organiserte aktiviteter i hverdagen. Foreldrene hennes henter og bringer når hun skal steder. Hun har mye digitalt i hverdagen - (ute med TikTok for å spille inn videoer, bruker SnapMap for å lokalisere venner for å "gjøre voksenting" som å stikke ut og spise - egen uavhengighet) Tar en tidligere lokalbuss motsatt vei på vei til skolen om morgnen for en ekstra sløyfe slik at hun kan skravle lengre med venner.



### Virre Vidar

Går i 8.kl. Vidar er ikke så strukturert. Han synes det er krevende å planlegge ting, for han "vet liksom ikke helt hvordan det blir med lekser og sånn". Trives hjemme med foreldrene og synes det er hyggelig å henge med dem. Han har noen få nære venner som bor spredt. Bruker egen el-sparkecykel for å komme seg raskt rundt når det er vær og føre for det. Elsker gym, men liker ikke prestasjonspress og finner ikke noen arena å være aktiv på som ikke krever eller forplikter for mye. Blir lei om han må gjøre det samme for lenge.

Eksempler på personas fra Gjøvik kommune

### Tips!

Personas er ikke én person sine behov, men en sammenstilling/analyse av typiske behov vi har funnet gjennom blant annet intervjuer observasjoner og arbeidsverksteder. Det kan være gøy å lage trekk ved personaen, men husk at disse skal være uttrykk for behov det er viktig å ta med seg i videre arbeid i prosjektet.

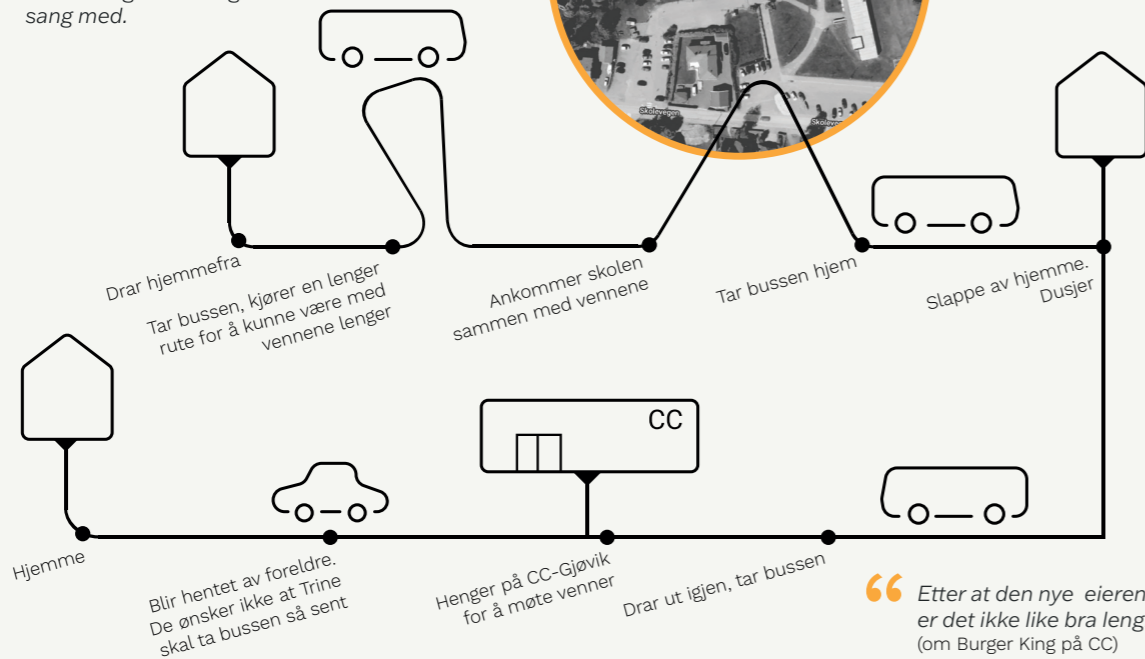
## 3. Hva har du lært

## C Brukerreise

Brukerreiser er en visualisering av informasjon og kan fungere både som et verktøy å analysere innsikter og som mulig leveranse for å presentere informasjon. For å oppsummere innsiktene i Hverdagsreisen har vi brukt brukerreisen som et analyseverktøy ved å tegne ut brukerreisene for ulike personas. Å visualisere den helhetlige reisen fra dør til dør er med på å forenkle informasjonen. Det bidrar også til et felles referansepunkt for

prosjektteamet, noe som gir nødvendig oversikt og forståelse. Gjøres dette på en tydelig og strukturert måte blir det også enklere å se hvor innovasjons- og forbedringspotensialet er størst. Brukerreisen gir et helhetsbilde av hverdagsreisen, opplevelsen av den og faktorene som påvirker den.

“ Noen hadde med høytaler på sommeren, så da satt vi baki der og skravlva og noen sang med.



“ Etter at den nye eieren kom er det ikke like bra lengre (om Burger King på CC)

## Tips!

Visualiseringer er et sentralt virkemiddel i tjenstedesign. Å tegne opp innsiktene i Hverdagsreisen som en brukerreise er nyttig for sikre at alle har samme forståelse av prosessen, og at alle snakker om de samme tingene

## 2. Hva har du lært

## D Oversette til mulighetsrom - hvordan gå fra innsikter til handling

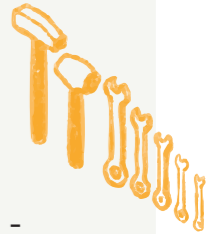
Et mulighetsrom er en utfordring eller et avdekket behov som peker på en overordnet retning man kan jobbe i for å komme opp med flere ulike ideer til konkrete løsninger.

For eksempel: Nedkjøling av mat er et mulighetsrom. Kjøleskap er en idé til en løsning, å bruke is fra naturen er en annen idé, innenfor dette mulighetsrommet.

Mulighetsrommet bør avsluttes med at du omformulerer problemet, utfordringen eller det du ønsker å oppnå til et designspørsmål som hjelper deg å lage løsninger. Vi anbefaler å skrive det som “Hvordan kan vi...”. Dette inviterer til å lage løsninger.

## En struktur for å skrive ut et mulighetsrom:

- Beskriv problemet
- Hva handler mulighetsrommet om
- Et “hvordan kan vi ...” - spørsmål for å starte å generere ideer



## Tofte, Asker kommune

## Mulighetsrom:

## 1) Tette tidshullene

Med store avstander og få bussavganger er man som tenåring avhengig av bussen eller skys for å hverdagsreise rundt utenom skoletid. Da blir det fort slik at man enten drar hjem rett etter skolen eller hjem til noen man kjenner, i mangel på et sted å være eller noe å gjøre frem mot skoletid har tidshull som kan fylles, med f.eks. sosiale møter og aktivitet. Hvordan kan vi fylle disse tidshullene på Tofte?

## 2) Låste dører

Enkelte ungdomskull har hatt et dårlig rykte og ryktene henger igjen enda - at ungdom kan bety trøbbel. Dette oppleves som urettferdig for ungdommene, at noen få ødelegger for de mange. Enkelte av stedene ungdommene henger på Tofte vinterstid er derfor steder som ikke ønsker at de skal henge der (f.eks bensinstasjonen og benken ved Extra). Dette mulighetsrommet handler om å vise ungdommen tillit, autonomi og trygge rammer for å være sammen. Hvordan kan vi gi ungdommene mulighet til være sammen på egne premisser når de selv vil?

## Hunndalen, Gjøvik kommune

## Mulighetsrom:

## 1) “Make hærverk great again”

Hunndalen og området rundt Vardal skole har opplevd tilfeller av hærverk. Benker har blitt ødelagt, basketballkurver revet ned og søppelskur har blitt tent på. Når gjeninnkjøpte benker igjen ødelegges er det enkelt å tenke at “det er ingen vits å bruke mer penger her, det blir bare adelagt igjen”. Dette mulighetsrommet dreier seg om å se på “skaperkraften” som ligger i hærverk som en mulighet, og undersøke om “initiativene” som ligger bak hærverk kan bli en positiv energi og katalysator. Hvordan kan vi bruke det som driver ungdom til å begå hærverk til å skape sosiale og aktive hverdagsreiser?

## 2) “CC - erstatning”

CC Gjøvik er innlandets største kjøpesenter og hver dag farer ungdommer hit og bruker mye tid her - for å henge sammen, vandre rundt, se på ting, spise på Burger King osv. CC er en hverdagsmagnet for målgruppen. Reisen rundt i “sirkelen” på CC representerer for mange majoriteten av fysisk aktivitet i løpet av en normal uke. Hvordan kan vi bruke elementer og aspekter fra CC/kjøpesentre utendørs for å påvirke unges hverdagsreiser? Hvordan ville et utendørs substitutt for CC sett ut i Hunndalen?

## 3) “TikTok-travels”

I feltarbeidet kom det tydelig frem at ungdommens hverdagsreisen har et digitalt sidespor. Sosiale medier er både inspirasjon, planleggeren og substitutt for hverdagsreisen, de får deg både ut for å møte folk og får det til å bli inne og møte folk der. TikTok får deg ut for å danse og SnapMap lar deg se hvor venner er når du føler for å henge og samtidig unngå fiender eller klen familie på veien. Dette mulighetsrommet handler om å se på hvordan den digitale hverdagsreisen kan manifestere seg konkret. Hvordan kan vi slå sammen det fysiske og det

## Storebø, Austevoll kommune

## Mulighetsrom:

## 1) “Flip it!”

Bilen er en viktig følgesvenn i de fleste daglige gjøremål i Storebø. Gjennom år har bilen fått definere hvordan stedsutforming har skjedd og fått førersete i hvordan Storebø har blitt utformet. Det er absolutt mulig å gå og sykle på Storebø, men det krever at du kan håndtere kryss trafikkert vei, foretrekker asfalt til underlag, syns det er greit med en sølepyttspyl nå suser forbi og syns autovern og parkering er stimulerende å gå langs. Dette mulighetsrommet dreier seg om å se på hvilke muligheter som eksisterer om vi snur på det: Hva om bil og menneske bytter plass? Hvordan kan vi sette folk i bilens sted på Storebø?

## 2) “The paradox of choice”

Når antall valg øker, øker også vanskeligheten med å vite hva som er best og å prioritere. Austevoll har vært en JA-kommune i flere år og initiativrike private aktører setter i gang mer rekke prosjekter. Det har ført til en rekke påbegynte og ferdigstilte enkelttiltak, som ikke nødvendigvis er koblet på resten av Storebø eller henger sammen med helheten. Dette mulighetsrommet handler om tørre å sette fokus på én ting av gangen, følge tanken ferdig i denne som en del av en større helhet. Hvordan kan vi velge ett prosjekt og koble dette skikkelig på det som skjer rundt og ved siden av?

## 3) “Den fremmede på veien”

Austevoll er en sammensveiset kommune hvor mange av innbyggerne har et stort og godt nettverk av familie og kjente. Hverdagsreisen (fra du går hjemmefra til du er tilbake igjen) gjøres derfor i stor grad med de du allerede kjenner og er planlagte. Du slår følge med søst din til skolen, du planlegger en gåtur med kameraten din, kaffe hos bestemor, middag med venner på Casa Mia... Dette mulighetsrommet handler om tilrettelegge for det uplanlagte i hverdagsreisen. Hvordan kan vi legge til rette for det uplanlagte og spontane slik at du mer andre enn de du allerede kjenner?

▲ Mulighetsrom utviklet for designsprinter i forprosjekter for Hverdagsreisen

### 3. Hva har du lært - oppsummert

Du er nå gjennom kapittel 3 av Hverdagsreisen og har **analysert og visualisert innsiktene** og omgjort disse til **mulighetsrom for løsninger**.

Gjennom innsiktsarbeidet og møtene i felt har dere på mange måter fungert som en lyttepost for kommunen ut til innbyggerne. De oppsummerte innsiktene dere nå sitter på vil derfor være interessante også utover prosjektgruppen, så planlegg gjerne hvordan dere kan dele innsiktene med øvrige deler av kommunen og evt. politikerne. Slik kan dere og kommunen utvikle løsninger til behovene avdekket, og ikke omvendt.

Mulighetsrommene dere nå sitter på gir retninger for mange potensielle løsninger som neste steg i denne manualen vil sette dere i gang med å utvikle. Når ideen begynner å ta form vil det være naturlig å begynne å planlegge for hvordan den kan settes ut i livet og testes.

#### Sjekkliste kapittel 3

- Dere har analysert innsiktene deres
- Utviklet personas for å oppsummere behov
- Jobbet med brukerreiser
- Oversatt innsiktene til mulighetsrom

Er du klar for å utvikle løsninger? →



▲ Hverdagsreisen designsprint workshop

### 4. Utvikle løsninger

Fjerde del av Hverdagsreiseprosessen handler om å oversette innsiktene til tiltak og løsninger som deretter kan prototypes og testes.

For å gjøre dette skal dere løpet av dette kapittelet:

- **Planlegge og gjennomføre Hverdagsreisens designsprint**

Her finner du maler for



• Designsprint



## 4. Utvikle løsninger

Hverdagsreisens  
designsprint

En designsprint er en snarvei til å foreslå løsninger på et problem, og teste hvorvidt en løsning fungerer. Fremfor å bruke mye tid på detaljert planlegging "på bakrommet", prototyper et utkast til en løsning så tidlig som mulig. Ved å teste tidlig unngår man å kaste bort verdifull tid på ideer som bare fungerer på papiret.

En sprint gjennomføres vanligvis på én uke, men kan også gjennomføres på noen dager, eller fem timer som er tilfelle i forprosjektet for Hverdagsreisen!

Mål for sprinten er å komme lengst mulig med å utvikle en prototype på en fysisk løsning som kan bidra til flere sosiale møter og mer fysisk aktivitet i prosjektområdet. Det vil si en (eller flere) testbare løsninger på problemstillingene som er beskrevet i prosjektet.

## Eksempel på en kjøreplan for økten

## Tidsramme:

6 timer

## Du trenger

- At prosjektgruppen (sprinteamet) har satt av tid til å være med
- Mulighetsrommene dere har utviklet
- Whiteboard + whiteboardtusjer
- Ensfargede post-it lapper
- A4-ark
- Store og små klistremerker/markører
- Svarte tusjer til å tegne med
- Tape
- Tidtaker
- Sunn snacks og nok kaffe
- Plan for dagen



## Tips!

Det er enklere å temme en vill idé enn å sprute opp en tam idé. Når det handler om å generere ideer er det lurt å tenke kvantitet i starten for å få opp så mange ideer som mulig. Blant de mange ideene man kommer opp med som gruppe vil det da være en eller flere gode ideer man kan bygge videre på og videreutvikle sammen.

## 4. Utvikle løsninger - oppsummert

Du er nå gjennom kapittel 4 av Hverdagsreisen og har **utviklet løsninger som kan prototyper basert på innsiktene du har fått**. Du skal nå sitte igjen med en prototype på en fysisk løsning som skal kunne øke sosiale møter og fysisk aktivitet i prosjektområdet.

I stedet for omfattende planlegging, har du nå utviklet **testbare løsninger** for å **teste så tidlig som mulig**. Dette gir deg mulighet til til å unngå å bruke tid på ideer som kun fungerte på papiret.

## Sjekkliste kapittel 4

- Dere har samlet prosjektgruppen og gjennomført en felles sprint
- I fellesskap utviklet og beskrevet en fysisk prototype
- Lagd en plan for hvordan prototypen kan utformes og testes

Er du klar for Hverdagsreisen Del 2? →



INTRODUKSJON

DEL 1 - HENTE INNSIKT

# Del 2

## Prototype og teste for adferdsendring

Hva gjør du nå?	35
Hva er verdien av å teste?	36
Noen begreper	37
Å designe et Hverdagsreisen-nudge	38

# Hva gjør du nå?

Denne delen av guiden er ment som en praktisk steg for steg-manual for hvordan du *kan* gå frem for å fortsette arbeidet med Hverdagsreisen, og gå videre fra innsikten og mulighetsrom til å teste løsningsforslag på stedet.

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, på stedet.

Hverdagsreisemetodikken er utviklet med fokus på folkehelseeffektene av de bygde omgivelsene. Men metodikken kan også gi innsikt på andre områder, der man lurer på hvordan folk faktisk bruker bygg eller anlegg, hvordan de opplever omgivelsene sine og hvordan man kan teste nye tiltak før man investerer i lokale byggprosjekter.

## Hverdagsreisen - Hente innsikt Steg for steg



Implementer varige løsninger

## Hvorfor prototype?

# Hva er en verdien av å teste på stedet?

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.

“

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

- Prosjektdeltaker

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.



▲ Oppføring Eksperiment 2, Austevoll  
Foto: Ingrid Kristina Danielsen Henriques

## Noen begreper

### Nudge?

Dulting eller *nudging* er en metode for å endre folks adferd 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 arkitektur- og designintervensjoner for å påvirke adferd gjennom små 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 eller en ny sti kan dulte barn til mer fysisk aktivitet.

### Adferdsdesign?

Adferdsdesign er en metode som fokuserer på å forstå og påvirke menneskelig adferd. Dette innebærer å studere hvordan individer tar beslutninger og reagerer på ulike stimuli, og deretter utforme tiltak eller endringer i miljøet for å veilede valgene deres 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 løsningsforslaget 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 brukerne 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 man kan teste og måle hvordan dette påvirker dem som opplever testen. Steg 1 av denne reisen skjer med utgangspunkt i innsikter fra *Hverdagsreisen del 1*.

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

For å sikre dette skal dere løpet av dette kapitlet:

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 testing.
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



## 1 Scope

### Definer adferd og kontekst

#### Identifiser adferden dere ønsker å påvirke

For å kunne påvirke adferden til noen, er det viktig å identifisere og velge spesifikt hvilken adferd man ønsker å påvirke. Dette gjør det mulig å vurdere og måle om tiltaket/ prototypen faktisk fikk noen til å endre adferd eller ikke. Ønsker du at noen skal gå inn døren eller ønsker du å få noen til lukke døren?

#### Forstå den lokale konteksten

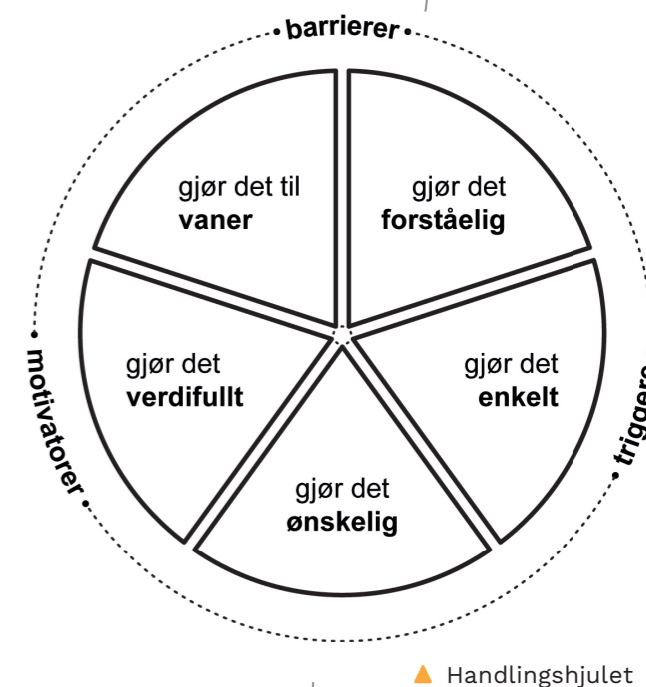
For å endre adferden til noen, er det viktig å gjøre en områdeanalyse sammen med personer med god lokalkunnskap. Målet er å identifisere sted(er) hvor adferden oppstår i dag, og for å forstå hvilke faktorer og hindringer som kan påvirke adferden.

#### Definer målgruppen

Basert på analysen dere har gjort så langt, bestem hvem målgruppen for dultet er. Hvem ønsker dere påvirke?

#### Bruk handlingshjulet

Vurder ulike barrierer, triggere og motivatorer som som kan spille for å få målgruppen til å endre adferd. 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 adferden til noen subtilt, uten at de legger merke til det. Hvis man skal måle effekt kan man velge én konkret adferd 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

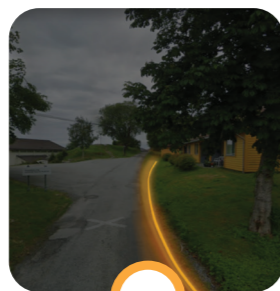
For et fysisk dultet er det viktig å velge riktig sted, størrelse og materiale. Man må også ta hensyn til tekniske faktorer, som tilgang til strøm, værforhold og vurdere inngrep og påvirkning naturen på stedet. Husk at dette er en midlertidig installasjon for å lære.

### Visualisering

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



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 Implementér og mål

### Implementering

For å sikre at dultet installeres riktig anbefaler vi å være tilstede ved implementeringen, selv om det er dyktige fagfolk som utfører. Da sikre man at alt skjer iht. 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 på samme tidspunkt vil gi en mer nøyaktig evaluering av effekten på den målrettede adferden 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 målgruppens adferd blitt påvirket i det hele tatt?

### 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 mulig og nødvendig, utfør en nullpunktsmåling før dere setter i gang: Hva er status i dag?

### 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 veldig interessant funn og utgangspunkt for å jobbe videre!

\* Eksempelvis:

"Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness" av Richard Thaler og Cass Sunstein

## 4 Gjennomføring Iterér 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.



▲ Dronefoto Eksperiment 1 "Lysstien"  
Foto: Hallvard Atle Bjånesøy

### Sjekkliste for gjennomføring

- Dere har testet løsningen og samlet tilbakemeldinger
- Analyserte dataene og tilbakemeldingene
- Gjort endringer og justeringer på prototypen, og testet disse
- Samlet data, evaluerte respons og gjentatt prosess for å raffinere idéen

### 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 så 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!

## 5 Hva har du 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 adferd. 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:

Dokumentér 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.

### Sjekkliste for prosjektslutt

- Evaluer - hva har dere lært?
- Dokumenter prosess og del lærdommer utenfor prosjektgruppa
- Kunnskapsoverføring til andre deler av organisasjonen

“

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!

