

UTETID

FRILUFTSLIV I HVERDAGEN



En diplomoppgave i tjeneste-
og interaksjonsdesign
av Alvilde Jerpseth

Veileder
Einar Sneve Martinussen

Ekstern veileder
Helene Falstad

Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo,
Våren 2020



Rapportens innhold

INTRODUKSJON

Dette er UTETID	9
Sammendrag	10
Min motivasjon	12
Aktivt friluftsliv i hverdagen	14
Friluftsliv og samfunnsdeltagelse	16
Prosess	18
Metoder	20

RESEACH

Introduksjon	26
Spørreundersøkelse om friluftsvaner	30
Hva er lavterksel?	32
Forstå brukere	39
Hvem tilbyr aktiviteter i Oslo?	40
Hvordan er det å dra på en aktivitet?	42
Hvordan fungerer utlån av aktivitetsutstyr?	48
COVID-19	54
Oppsummering	56

KONSEPTUTVIKLING

Introduksjon	73
Kartlegging av ressurser	74
Idémyldring	76
3 områder	80

Hva innebærer de?	81
Scenarioer	82
Oversikt over potensiale	84
Utforsker nettside	88
Inspirasjonsprosjekter	94

DESIGNFORSLAG 96

Introduksjon	98
--------------	----

KONSEPTER

Nettsiden	102-112
Kan infrastrukturen invitere til mer bruk?	114
Utlånsboder på aktivitetsstedet	118
Utlån på biblioteket	122
Den store UTETID dagen	126-139

STRATEGI

Visuell identet	142
Aktivtetsårsjulet	144
Instagram	146

SCENARIOER

Scenario 1	150-155
Scenario 2	156-161
Scenario 3	162-165

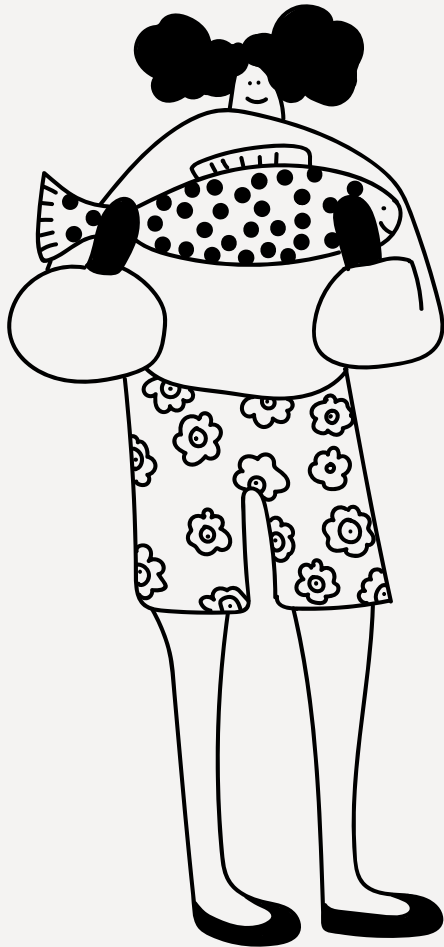
REFLEKSJON

Designprosessen	168
Designleveransen	170
Hva kan være uheldig?	172
Kilder	174

DEL. 0 INTRODUKSJON

Dette kapitlet er en introduksjon til prosjektet og inneholder min motivasjon, samt en oversikt over metoder og prosess.

Dette er UTETID



UTETID skal bidra til at flere Osloborgere deltar i fritidsliv, og er et tiltak for å forbedre folkehelsen og livskvaliteten til innbyggerne.

UTETID er en digital tjeneste som skal gjøre det enklere å finne, delta og planlegge utendørsaktiviteter. UTETID samler aktører i et digitalt verktøy som gir tilgang til aktivitetsutstyr, kurs og guiding, og motiverer til å prøve ut aktiviteter.

Prosjektet har tre hoveddeler. I research har jeg samlet innsikt for å finne ut hvordan man kan senke terskelen for deltagelse. Fasen avdekket også at det er mange som ikke dekkes av dagens aktivitetstilbud. I ide-og konseptutvikling har jeg sammen med målgruppen sett på hvordan dette kan løses. Til slutt forklares designforslaget.

Utetid er et mulighetstudie, og former en rekke designkonsepter som tar tak i dagens utfordringer, og skal senke terskelen for deltagelse.

Sammendrag

Kontekst

Friluftsliv er viktig for folkehelse, og de minst aktive er innbyggere i byer.

Hvem

Prosjektets målgruppe er Oslo-borgere som ikke er fast aktive, medlem i organisert idrett eller DNT i dag.

Metode

Metodene er hentet fra tjeneste - og interaksjonsdesign

Designprosess

Gjennom prosjektet har jeg undersøkt hvordan design kan tilrettelegge for friluftsliv i målgruppens hverdag.

Bærekraft

I prosjektet har jeg sett på hvordan man kan bruke eksisterende aktører, data og infrastruktur, og fokusert på lage et designforslag som kan implementeres i dagens Oslo.

Sentrale funn

Mange faller utenfor det aktivitetstilbudet som finnes idag.

Designforslag

Designforslaget viser et mulighetstudie på et konseptuelt nivå. Utetid er en digital tjeneste som skal gjøre det enklere for Oslo borgere å finne, delta og planlegge utendørsaktiviteter. Gjennom å bedre informasjon, gi tilgang til ressurser og lage trygge arenaer for å prøve aktivitet tilknyttet hverdagslivet.

Utetid har har en mer kulturell tilnærming til friluftsliv, og skal nå målgruppen gjennom en leken og inkluderende identitet.



Min motivasjon

FRILUFTSLIV

I oppveksten var det å være i naturen en naturlig del av hverdagen, både turdager på skolen og hjemme. Jeg drev med turn 15 år, og var turntrener. Jeg har opplevd og sett hvor mye mestringsfølelse og sosial glede aktivitet kan ha. De siste 6 årene har jeg bodd på Sagene i Oslo, og jeg hadde en hypotese om at det var vanskeligere å komme seg ut i aktivitet i byen.

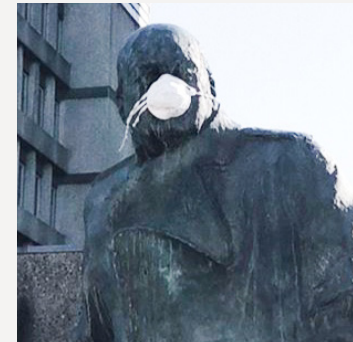


DESIGN

Gjennom min utdanning på AHO har min interesse for den digitale byen åpnet seg. I 2.klasse gjennom prosjektet "Endre"; en app for medvirkning til hvordan vi kan bruke byens tomme uteplasser. I 3.klasse med delingsøkonomi-prosjektet "Ruter Borettslag" ved å knytte transport tettere med måten vi bor.

I master kurset "Design studio: Digital Urban Living" undersøkte vi hvordan vi kan legge til rette for samfunnsdeltagelse og tillit i det nordiske digitale skiftet. Funnene ble samlet i publikasjonen "Trust Is Work".

Slik kom det til at mine interesser for natur og helse samt for å designe for det digitale urbane livet, er kombinert her i mitt diplomprosjekt.



Aktivt friluftsliv i hverdagen

STORT FOLKEHELSEPOSTENSIALE

Friluftsliv er en attraktiv aktivitet. Omtrent to tredjedeler av befolkningen trekker fram turer i naturen og nærmiljøet som førstevalg om de skulle bli mer fysisk aktive. Dette gjelder også de mindre aktive, og befolkningen er mindre aktive enn ønskelig. Derfor foregår det en nasjonal satsning på et aktivt friluftsliv, fordi friluftsliv er en viktig kilde til helse og livskvalitet.¹

FRILUFTSLIV I BYEN

I Danmark er det gjort undersøkelser som viser at dersom det er 300 meter til en park, brukes den gjennomsnittlig 2,7 ganger i uken. Er det 1000 meter synker gjennomsnittet til 1 gang i uken.¹

Allerede bor rundt 80 % av befolkningen i byer og tettsteder og er forventet økt tilflytting. Mange har derfor begrenset tilgang til naturopplevelser i hverdagen, fordi tilgangen til parker og naturområder er dårligere i urbane områder.¹

STRATEGIEN SKAL LEGGE TIL RETTE FOR

1. Økt nærhet og tilgang der folk bor
2. Økt tilbud på fritidsaktiviteter
3. Økt kunnskap om positive helseeffekter og friluftsliv
4. Samkjøring og samordning mellom sentrale aktører

“**Det å få flere til å delta i friluftsliv på jevnlig og varig basis vil gi positive helseeffekter for befolkningen samlet sett.**”

- Nasjonal strategi for et aktivt friluftsliv
2014-2020

Friluftsliv og samfunnsdeltagelse

Friluftsliv defineres som aktivitet som foregår i natur og har innslag av fysisk aktivitet. Det må ikke være i skog og mark, da stadig flere tilbringer fritiden i byens parker, gater og plasser og strandpromenader. Fysisk aktivitet i grønne omgivelser inne i byer og tettsteder, for eksempel i parker og grønnstrukturer, kan dermed også inngå i friluftslivsbegrepet.¹

Å bruke byens ressurser og byens uterom er også samfunnsdeltagelse. Økt samfunnsdeltagelse bidrar til demokratiet, og sikrer at færre faller utenfor.² Dersom man bruker byens ressurser og uterom er man også mer villig til å ta vare på det.



Prosess

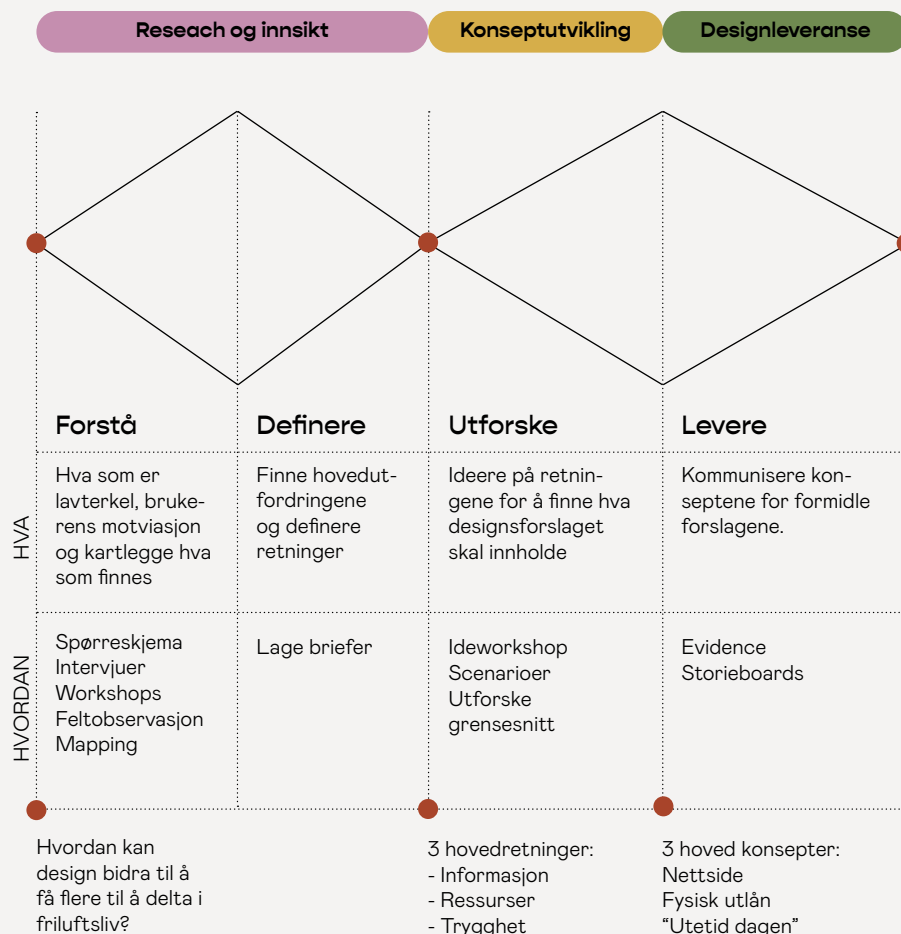
Prosjektet har brukt metoder fra tjeneste- og interaksjonsdesign. Til grunn lå en hypotese om at det var vanskelig å komme seg ut i aktivitet når man bor i byen.

Prosjektet tar utgangspunkt i "Regjeringens strategiske satsning på et aktivt friluftsliv i hverdagen". Verdiforslaget i prosjektets arbeid er i tråd med regjeringens mål.

I researchfasen prøvde jeg å forstå brukeren i dagens situasjon. Gjennom ekspertintervjuer, workshops og feltturer har jeg prøvd å forstå hva som skal brukerens behov.

I konseptutviklingsfasen har jeg sammen med brukeren kartlagt hva som finnes av aktiviteter og aktører, og kartlagt terskler og mulige løsninger, som vi har brukt til å lage ideer. Dette ga meg en oversikt over hva som var viktig for brukeren for brukeren ved utforming av konsepter.

Designforslaget består av flere designkonsepter som ble satt sammen til en tjeneste. For å best mulig kunne kommunisere bredden, har jeg visualisert brukerhistorier.



Metoder

SPØRRESKJEMA

For å hjelpe meg å forstå
Osloborgeres friluftsvaner

EKSPERTINTERVJUER

For å få inntrykk av brukeren gjennom de som har erfaring. I hverdagen (Ruter) og ute (DNT)

WORKSHOPS

For å finne ut mer av hva som hva som var viktig for folk, og hva man kan lage.

FELTOBSERVASJONER

For å finne ut hvordan det er å dra på utendørsaktiviteter i dag, og hvilke utfordringer man møter.

BESØKE - SJEKKE UT

For å finne ut mer om utlånsmuligheter

DESKTOP RESEARCH

For å finne ut av hvilke aktører som finnes og hva de tilbyr

KARTLEGGING

For å få oversikt og se sammenhenger over aktører, ressurser, data og behov

BRIEFER

For å dele inn problemet i oppgaver

IDEMYLDNING

For å finne ut hva man skal lage

SCENARIER

For å sette ideer inn i brukerreiser.

SKJERMUTFORMING

For å utforske hvordan det kan se ut og fungere

BRUKERHISTORIER

Visualisere scenarioer i skjermer for å forklare tjenesten.



Problemstilling

**Kan design bidra til
å få flere til å delta
i friluftsliv i Oslo?**

DEL. 1 RESEACH

I dette kapitlet vil jeg gi en situasjonsbeskrivelse av hvordan brukeren opplever friluftsliv i Oslo i dag.

Introduksjon

I denne fasen har jeg forsøkt å finne ut hva som skal til for å få flere til å delta i friluftsliv. Gjennom spørreundersøkelser, samtaler og workshops med brukeren har jeg prøvd å finne ut personenes vaner og hverdag, erfaringer og terskler, og deres motivasjoner for å komme seg ut.

Terskelen er høy for å starte på en aktivitet man ikke kan, eller har utstyr til. Mange mangler et miljø for å gjøre aktiviteter på sitt nivå.

Jeg har sett på tilbud som finnes i dag, og vært på feltturer for å finne ut hvor man blir forvirret når man skal gjøre aktiviteter idag.

Jeg har sett at de fleste aktørene som tilbyr aktivitet i dag er kommersielle eller har en sterk identitet til det tradisjonelle norske friluftslivet. De når ikke ut til de som ikke identifiserer seg med dem. Systemer og aktører er ikke lagt opp for byborgere, som gjør brukeren kronglete, og informasjonen om tilbud når ikke ut til byborgerne.



FORSTÅ



Lavterskel

Hverdag

Terskeler

Motivasjon

Spørreundersøkelse om friluftsvaner

88%

Har bodd i Oslo i mer enn 5 år

75%

I alderen 25-35

85%

Ønsker at de var mer ute

METODE

Jeg startet prosjektet med en spørreundersøkelse for å få en oversikt over hverdag og kunskap folk hadde om friluftsliv i Oslo. Undersøkelsen ble gjort anonymt gjennom Nettskjema. Undersøkelsen spurte om aldersgruppe, bydel, hund og barn da jeg tenkte det var det mest avgjørende for friluftsvaner. Undersøkelsen resulterte i 57 svar.

Undersøkelsen ble lagt ut på min Facebookside. Dette betyr at svarene ikke er helt representative. Dette ut fra to faktorer.

1. Mange av mine Facebook-venner er i samme aldersgruppe, har lignende sosioøkonomisk og etnisk-kulturell bakgrunn hvilket gir en overrepresentasjon
2. Et universelt spørreundersøkelse-problem er at det er en viss type mennesker som svarer. I denne saken er det sannsynlig at de som valgte å svare, også er positive til å være ute.

FUNN

1. ER MEST I NÆRHETEN AV DER DE BOR

“ Rundt der vi bor

“ I byen til hverdags

“ Skogen, nærområder, Østensjøvann

“ Gikk en del på Frogner da jeg bodde der

2. VARIERT VITEN OM OSLOS UTETILBUD

“ Aner ikke for eksempel hvordan man kommer seg til marka, og hva man bør se der

“ Ville likt en nettside hvor man kan se hvor man kan klatre eller bade eller sykle. Kanskje det finnes?

“ Utemulighetene i Oslo er allerede veldig bra

“ Er jo mange muligheter nesten overalt i Oslo ☺

Hva er lavterksel?

METODE

Det ble gjennomført intervju med 2 eksperter på ulike områder. DNT som ekspert på tur og Ruter som ekspert på mobilitet i hverdagen. Hensikten var å finne ut hva som var lavterskel for folk på de ulike områdene for å kombinere kunnskapen i mitt prosjekt.

FUNN

Hos Ruter lærte jeg at å at folk generelt gjør det som er enklest, men at å være sikker gjør at noe føles enkelt, og at lavterskel handlet om god informasjon.

Hos DNT lærte jeg at lavterskel begrepet var veldig individuelt, og kom ann på tidligere opplevelser, mange har ikke blitt introdusert til aktivitet, og mangler derfor en verdiforståelse av aktivitet.

Begge mente at tilretteleggelse kan bidra til å endre vaner, om initiativet er godt nok kan det føre til atferdsendringer

DNT



21. jan 2020
Henning Wikborg
Daglig leder i DNT Oslo

“
Om man aldri har gjort noe, tenker man ikke over det at det er noe man kan gjøre

”

RUTER



21. jan 2020
Eivind Skogen
Ruter Kundeopplevelser

“
Lavterskel handler om å fjerne de punktene der folk er usikre!

”

Forstå brukeren

METODE

For å forstå brukerens hverdag, tersklene og motivasjonen har jeg gjennom semesteret vært på feltturer, hatt samtaler og gjennomført 2 workshops.

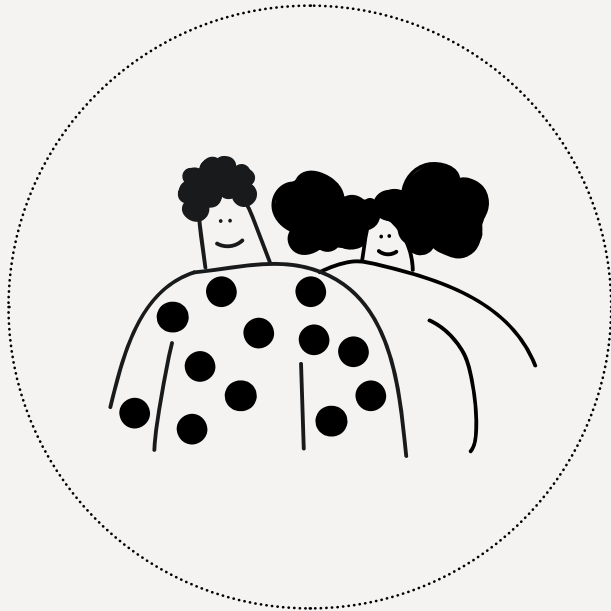
Hvem har jeg snakket med?

Den første workshopen var med 10 studenter fra design og landskapsarkitektur fra AHO. Den andre workshopen gjorde jeg et mer spesifikt utvalg av personer jeg visste ikke deltok i friluftsliv, der fleste er oppvokst i de sentrale delene av Oslo. Den første gruppen kan sees på som en testgruppe, mens den andre gruppen i stor grad representerer målgruppen for prosjektet.

Hva har vi gjort?

Deltakerne delte erfaringer om deres forhold til uteaktivitet. Vi har mappet aktører vi benytter oss av i hverdagen og mulige aktiviteter. Vi brukte kartleggingen til å diskuterte hvilke aktiviteter som var høy terskel og hvorfor, hva man kan tenke seg å gjøre og hvordan. Det ble også gjennomført en idemyldring, som vil bli nærmere omtalt i kapittelet om konseptutvikling.





Funnene fra brukerne har jeg delt inn i kategorier. De kommer fra feltturer, samtaler, spørreundersøkelse om hverdag og sitatene er fra workshopen med "byfolka"

Nivå

Flere mangler miljøer for å gjøre aktiviteter på sitt nivå. Det ligger også et inntrykk av at man må være god for å gjøre aktiviteter.

Ressurser

Flere har opplevd å bli ekskludert grunnet økonomi eller prioriteringer fra foreldrene. Organisert idrett er dyrt, og terskelen for å kjøpe aktivitetsutstyr til aktiviteter man ikke kan er stor.

Kunnskap

Spørreundersøkelsen viste at det var stor variasjon i kunnskap. De fleste på workshop med "byfolka" visste lite om friluftaktiviteter som skjer i Oslo. De opplevde også at det å ikke kunne aktiviteten eller bruke utstyr var en grunn til å ikke gjøre det.

"Jeg kunne tenkt meg å spille basket, men kjenner ingen jenter som gjør det, og stemningen på basketbanen virker aggressiv"

"Jeg var ikke på noen av aktivitetsdagene på skolen, da mamma ikke hadde råd til ski"

"Jeg kunne tenkt meg å fiske, men har ikke fiskestang og vet heller ikke hvordan jeg gjør det"

ANALYSERE



Markedet

Brukerreiser

Utlån av utstyr

Covid-19

Hvem tilbyr aktiviteter i Oslo?

Ved å søke på internett har jeg prøvd å finne ut hva man kan gjøre av utendørsaktiviteter i Oslo. Jeg ser at de aktørene som lener seg mer mot kulturopplevelser tilbyr mest kommersielle aktiviteter. Eller tur.

VISIT OSLO

Oversikt over "alt" som skjer av aktiviteter i Oslo fra friluftaktiviteter, puber og konserter. Mange gode forslag til ting man kan gjøre, men uteaktiviteter drukner i kommersielle aktiviteter.

OPPLEV OSLO

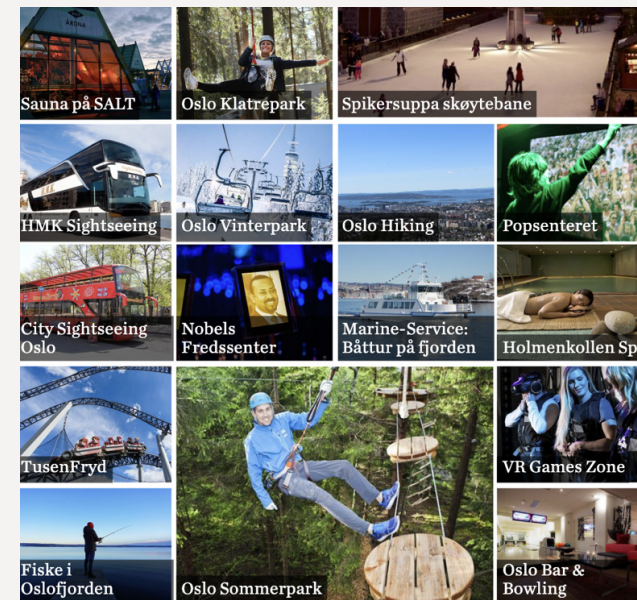
Bymiljøetatens nyhetsvegg. Inneholder mange gode forslag til aktiviteter. Nyhetsbasert og lite interaktiv. Begrensede muligheter for søk og filtrering.

UT - DNT

Turguide for sykkel, gange og ski. Mange øyper i marka. Har noen få turforslag i byen. .

SKIFORENINGEN

Har mange av de samme tilbud og funksjonalitet som UT. Kan planlegge ski- og sykkelturner. Ingen informasjon om hvordan man kommer seg dit man vil starte turen?



Aktiviter - screenshot fra visitOslo.no



Forside 22 mai, screenshot DNT.no

Hvordan er det å dra på en aktivitet?

Gjennom semesteret har jeg prøvd meg på ekskursjoner i Oslo for å se hva jeg og mine reisefølger opplever forvirrende.

Det er vanskelig å planlegge å dra til steder man ikke har vært. Aktørene er lite samkjørte, og man må ofte kombinere informasjon fra mer enn en tjeneste. Blant annet kollektivt, værforhold og kart.

Jeg opplevde at det var mange som sa ja til å bli med på aktiviteer, men at det var mye jobb å organisere turer, spesielt om jeg ikke hadde vært på stedet selv.

Refleksjon:

Det ligger et potensiale å gjøre det enklere å planlegge aktiviteter og forbedre brukerreisen. Dette kan gjøres gjennom å sette sammen informasjon fra flere aktører i et grensesnitt.



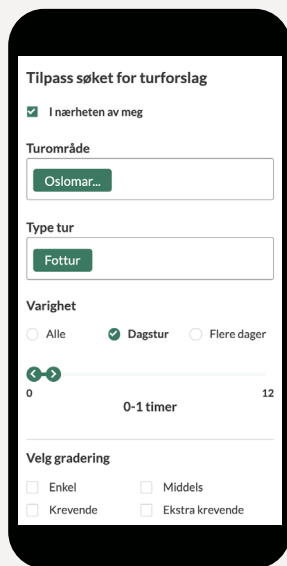


Selvom det ikke er snø i byen kan det være snø på aktivitetstedet
Feil sko = våt og kald.

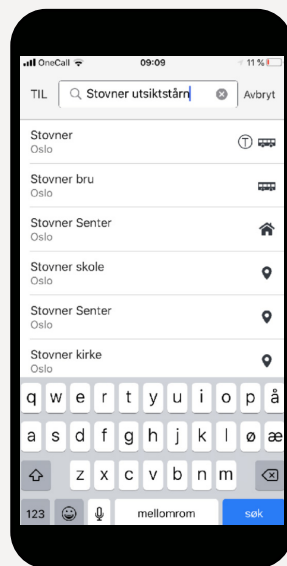


Ikke alltid utsikt på utsiktspunktet

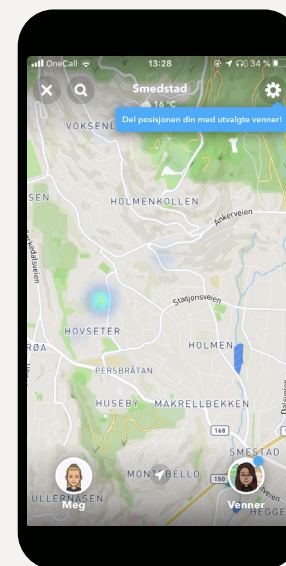
DIGITALE FUNN



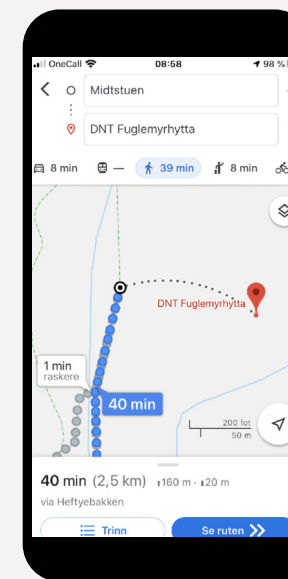
Ingen filtrering etter kollektivt, som passer dårlig i en "bilfri" by.



Aktivitetstedet ligger ofte ikke inne i Ruter eller google maps.



Historier fra Snapmap var enkleste måte for oss å finne ut om det var snø



Å bruke feil app kan koste mange kilometer. Google maps viser ikke høydemeter.

Hvordan fungerer utlån av aktivitetsutstyr?

Utstyr er en forutsetning for å utføre de fleste aktiviteter, og en terskel for brukeren. BUA låner ut alt av utstyr til sport og friluftsliv. Jeg undersøkte BUAs hjemmesider, og besøkte BUA Sagene for å finne ut hva BUA tilbyr, hvem som benytter tjenesten, og hvordan tjenesten fungerer.

BUA er et tiltak rettet mot barn og unge, og etablert i nyere tid. Det er forskjellig fra BUA til BUA hva de tilbyr, og muligheter til å se hva som er ledig og reservere. Åpningstidene er svært begrenset.

Da jeg besøkte BUA på Sagene (før vinterferien), var det mange innom for å låne skiutstyr, og jeg fikk inntrykk av at det var et populært tilbud. I følge de som jobbet der er det mest trykk på dyrt utstyr, og det er lite omsetning på for eksempel parkutstyr.

Refleksjon

For de som kjenner til det virker det som et godt tilbud, men det ligger et potensiale i å gjøre tilbudet mer synlig og tilgjengelig for alle.



Vanskelig å finne med inngang på baksiden av Sandakersenter



Mye forskjellig utstyr! Alt ser fresht ut!



Tomme hyller for Alpinski rett før ferien

Stengt grunnet pandemi.

Håper vi sees snart!

COVID-19

Koronapandemien har hatt stor innvirkning på friluftsliv og digitalisering, som har ført til noen interessante funn for prosjektet.

Digitale ferdigheter

Isolasjon og karantene har tvunget mange til å bruke digitale plattformer til å kommunisere. Mange har økt sine digitale ferdigheter.

Aktivitet i uterom

For mange var friluftsliv eneste mulighet til å "finne på noe", dekke sosiale behov, eller aktivisere barna.

Stengte treningssentre har gjort det mer vanlig og sosialt akseptert å trene ute. Noen har tatt initiativ for å arrangere utendørs gruppetreninger.

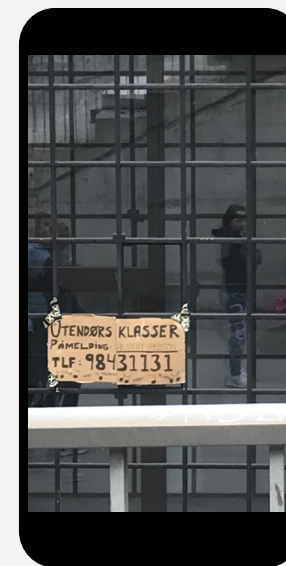
Når det er sagt er det usikkert om det er noe varighet i disse endringene av vaner og hvem dette gjelder.

Refleksjon

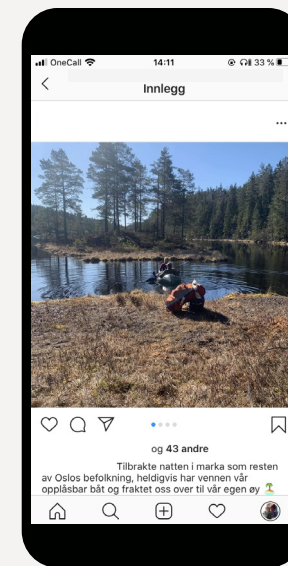
Design med videoguiding kan være mer akseptert.



Screenshot, nrk nyheter



Dansetime ved akerselva.



Fult i marka under nedstegingen.

Oppsummering

I reseachfasen har jeg avdekket at mange aldri har blitt tilstrekkelig introdusert til friluftsliv. Å ikke ha utstyr eller vite hvordan man utfører aktiviten er en god grunn til å ikke delta.

Jeg ser det er mange gode initativer innenfor “tradisjonelt friluftsliv”. Flere kunne tenke seg å være mer aktive, men faller derfor utenfor det som tilbys idag.

I felt avdekket jeg at det var mange aktører å forholde seg til under planlegging.

Refleksjoner

Kan man bruke eksisterende data på en bedre måte for å forbedre brukerreisen?

Kan man designe for at aktiviteten komme til brukeren?

Hvordan kan design gi brukeren ressursene og tryggheten de trenger for å prøve ut aktiviteter?



DEL. 2 UTETID

I dette kapitlet presenterer jeg tjenesten UTETID og hvordan jeg har kommet frem til designforslagene



UTETID er en digital tjeneste eiet av Oslo kommune. Tjenesten skal gjøre det enklere å finne, delta og planlegge utendørsaktiviteter. UTETID samler aktører i et digitalt verktøy som gir tilgang til aktivitetsutstyr og hjelper deg i gang gjennom informasjon og guiding, og i tillegg motiverer tjenesten til å prøve aktiviteter.

UTETID skal bidra til at flere Osloborgere deltar i friluftsliv, som et tiltak for å forbedre livskvaliteten til innbyggerne, samt forbedrer folkehelsen.



Clear Channel

PONNI I PARKEN?



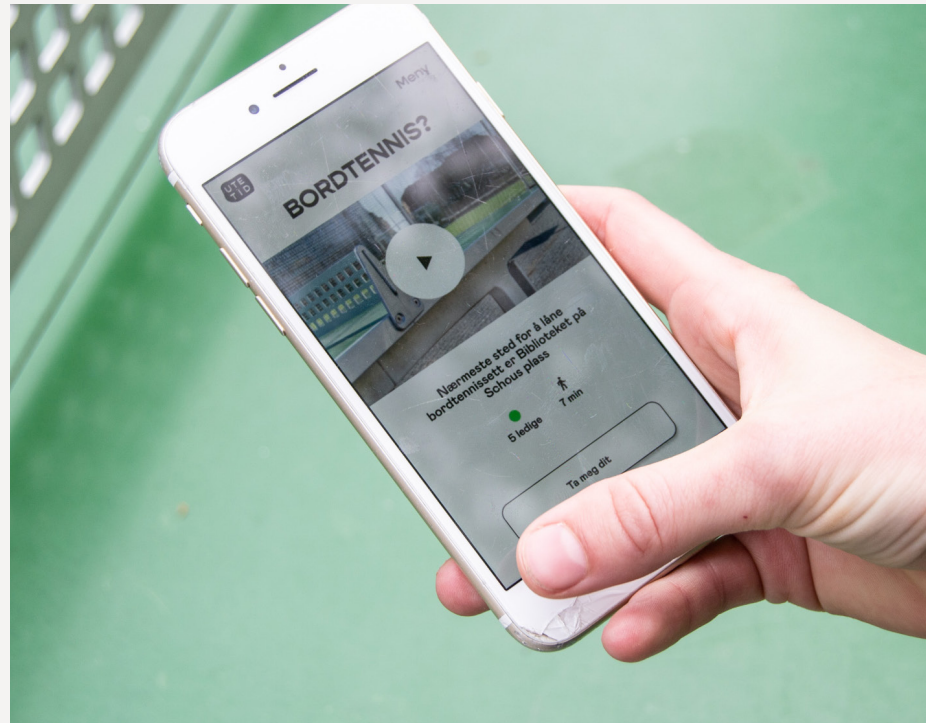
BLI MED PÅ
UTETID DAGEN

20
JUNI



Lag din aktivitetsdag på utetiddagen.no







DEL. 3

KONSEPTUTVIKLING

I dette kapitlet viser jeg idéutviklingen og utforskningen bak UTETID.

Introduksjon

I dette kapitlet snakker jeg om prosessen om hvordan jeg har arbeidet meg frem til designforslagene.

I starten av semesteret holdt jeg to workshoper, for å finne ut hva som var viktig for målgruppen, og siste del var en idégenerering.

Ideene gikk på ulike arrangementer og kurs. Det var mange forslag til ulike kurs og apper for aktiviteter, og forslag til utleie av aktivitetsutstyr. Dette sa mye om hva som var viktig å ha med i designforslaget, og jeg brukte det til å lage tre briefere som de viktigste forutsetninger for designforslaget: tilgang til aktivitetsutstyr, trygg arenaer og mer tilpasset informasjon som når ut til brukeren.

Videre har jeg arbeid med scenarioer med utgangspunkt i forskjellige hverdagssituasjoner og behov som innganger. Disse førte til spørsmål om hva man lurte på på ulike steder og hvordan man kunne løse det.

Jeg utforsket videre hvordan jeg kunne svare på disse gjennom skjermer.

Resultatet ble et stort mulighetsområdet på et konseptuelt nivå som jeg senere samlet i en tjeneste kalt: UTETID.



IDEUTVIKLING



Ressurskartlegging

Idéworkshop

3 brief

Scenarioer

Kartlegging av ressurser

KARTLEGGING AV HVERDAGSAKTØRER

I to workshoper kartla brukere hvilke aktører vi benytter oss av i hverdagen. Dette da det er stort potensial for at aktører vi uansett forholder oss til, kan være del av en løsning.

Kategorier av hverdags aktører som var felles for mange inkluderte blant annet helse, lærested, og kollektivtrafikk.

AKTIVITETSRELEVANT DATA

Feltarbeid avdekket at det var mange forskjellige aktører man måtte forholde seg til. Dette igangsatte en innsamling av informasjon fra internett om hva slags aktører og data som allerede er tilgjengelig. Dette da en oversikt kan avdekke muligheter for å kombinere og tilby informasjonen på en ny måte.

Det er mye data tilgjengelig. Denne data kan en tjeneste settes sammen for å bedre tilrettelegge for å gjøre deltagelse i uteaktiviteter mer lavterskel.

Tilgang til datakartlegging:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1z5JX5FThUvFQwL-hZPOXs76AqVYZtQJGUhriqsZ_BTsq/edit?usp=sharing

AKTØRER I HVERDAGEN

UTDANNING OG JOBB

Skole

Jobb

Barnehage

HELSE

Lege

Psykolog

MOBILITET

Kollektivt

Bysykkel

El-sykkel

Delingsbil

HJEM /BO

Studenthus

Gamlehjem

Borettslag

FRITID

Bibliotek

Cafe, matbutikk

Fritidsklubb

Losæter/vippa

AKTIVITET RELEVANT DATA

UTSTYR

BUA

OPPLEVELSER OG ARRANGEMENTER

Facebook

Visit Oslo

Aktiv i Oslo

Opplev Oslo

AKTIVITETER

Markadatabasen

UT.no

Sykkelveg.no

Oslofjorden.com

Oslo kommune/
geodata

ANNET

Uteforhold
(vær, temp, vind, føre)

Reisedata

Kartdata

Oslo-nøkkel

Antall folk
(google)

Idégenerering

Underveis i semesteret har jeg skisset ut konsepter fra innsikten som ble samlet. I tillegg til har jeg arrangert to workshoper, hvor siste delen av workshopen har vært en idegenerering på idékort.

I workshopene kartla vi aktører vi benytter oss av i hverdagen og mulige aktiviteter man kan gjøre, terskler for å utføre aktiviteter og mulige løsninger.

Videre brukte vi kartene til å lage ideer på idékort! På idékortene hadde vi konseptnavn, hvilken retning (emneknagg), tegne ideen og beskrive den med ord.

Ideene besto av både apper for aktiviteter, ulike ideer hvordan kurs de ville ha for aktivitet de ville prøve, og ideer på eventer for aktiviteter. I workshopen med AHO elevene brukte også datainnsamling for å lage ideer og hvordan vi kunne bruke data for å bedre opplevelser.

Resultatet var ca 75 ideer innenfor emneknagger som introdusere, arrangement, informasjon, tilgjengelighet, synlighet. Ideene ble sortert inn i fysiske og digitale touchpoints. Ideene ga meg også retninger for hva som designforslaget kunne inneholde.



DIGITALT

MARKA Bussen
USERF JORJANISERER

Konseptnavn: (skj) Torlag
Retning: Sosialt kunnskap
Tegn ideen:

Beskriv: bussen går i gang i tre plasser - de bruker for kort og er en løst fra DNT på nært...

BAOSJUB
Idékort

Konseptnavn: IER Rundt i oslo
Retning: Sosialt kunnskap
Tegn ideen:

Idékort

Beskriv: rolle og...

Idékort

Konseptnavn: Introduksjon
Retning: Introduksjon
Tegn ideen:

Beskriv: Hva er krog i nærheten av ditt bosted?

"OSLOLOSON" GUIDET TUR
Idékort

Konseptnavn: GUIDET TUR
Retning: INTERNS
Tegn ideen:

Beskriv: EN TUR APP som forteller gamle folk om "ZARLISTAKTA" på ulike turer. MÅLGRUPPE TIL 65+ år.

BRUK AV DATA

Idékort

Konseptnavn: TAVLEN
Retning: ARBEIDSTILGANG
Tegn ideen:

Beskriv: IT FOR ANVENDTE OMRÅDE KODET OG EVENTUELLE ER OFFENTLIGE.

Idékort

Konseptnavn: TID TIL NÆRMERE
Retning: TID, ANSVAR
Tegn ideen:

Beskriv: RELEVANTE AKTIVITETER OG STEDER FOR DEG BASERT PÅ TID DET TAR Å KOMME TIL

Idékort

Konseptnavn: SOL
Retning: D-VITAMIN
Tegn ideen:

Beskriv: EN MOTIVASJON FOR Å DEE UT OM VINTEREN I BYEN ER FOR Å FANGE SOL, MEN DET ER VANSKELIG Å VITE HVA SOM BISTANDER SÅ NÅR.

Idékort

Konseptnavn: RY-TUR
Retning: RYTERS TURRAPPORT
Tegn ideen:

Beskriv: TA HELLER BÅT TIL GRESHOLMEN ELDER Buss TIL SAGSTADEN

Idékort

Konseptnavn: OPEN SOURCE SURVEILLANCE
Retning: TILGANG TIL OVERVÅRING
Tegn ideen:

Beskriv: ALLE HAR TILGANG TIL OVERVÅRINGSDATA OG VIL FOLGE MED.

Idékort

Konseptnavn: FOLKUNNGANGEN
Retning: FOLKUNNGANGEN
Tegn ideen:

Beskriv: BRUCE INFORMASJONER FOR Å NÅRÅ FOLK AL - ERINGER HVA NÅRÅ INFORMASJONER, SOM ER SOL

Idékort

Konseptnavn: BLI MOT
Retning: Sosialt, TID, TILGANG
Tegn ideen:

Beskriv: 3 GUTTER VIL SPILLE FUTBALL TRÅKKE 2 TI PÅ TORSTOV

Idékort

Konseptnavn: "SKATTEJAKT"
Retning: OPPDAG BYEN
Tegn ideen:

Beskriv: OPPDAG BYEN PÅ EN NY MÅTE, F.ERU UTEN KART

Idékort

Konseptnavn: LEDIG BORD!
Retning: TILGANG TIL BORD
Tegn ideen:

Beskriv: EN APP SOM FORTELLER OM NÆRMESTE LEDIGE BORDPENS BORD

Idékort

Konseptnavn: VÆR + STED
Retning: Vær - introduksjon
Tegn ideen:

Beskriv: Få en anbefalt sted til vær / malice / sesong.

Idékort

Konseptnavn: WHAT 2 DO
Retning: Sosialt, TID, TILGANG
Tegn ideen:

Idékort

Konseptnavn: FILTERING/DIGITALT
Retning: Sosialt, TID, TILGANG
Tegn ideen:

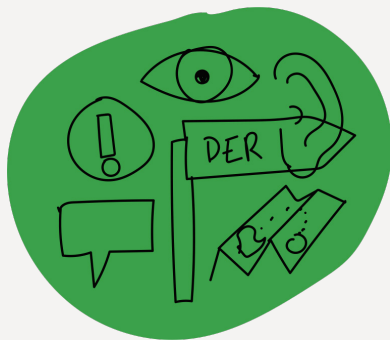
Idékort

Konseptnavn: Naturtilbud på kafe!
Retning: Introduksjon
Tegn ideen:

Idékort

Konseptnavn: Hyggelige veier
Retning: Sosialt, TID, TILGANG
Tegn ideen:

3 briefe



Informasjon

Hvordan kan man gjøre informasjon om aktiviteter mer tilgjengelig og brukervennlig?



Ressurser

Hvordan kan vi gjøre tilgangen til ressurser mer tilgjengelig?



Trygghet

Hvordan kan vi skape trygge arenaer for å prøve nye aktiviteter?

Hva innebærer de?

Jeg forsto at fra ideworkshopen at det var noen hovedretninger som måtte oppfylles, og definerte derfor noen retninger og krav på hva disse innholdt.

Informasjon

Må være tilpasset brukerens kunnskap, og interesser, det må være enkelt å finne aktiviteter og planlegge de. Dette kan skje ved eksisterende data.

Ressurser

Tilgang til utstyr må være synlig og bør være gratis

Trygghet

Må ha mulighet til å bli introdusert og guidet, kan gjøres gjennom kurs og bør ha mulighet til å invitere andre med.

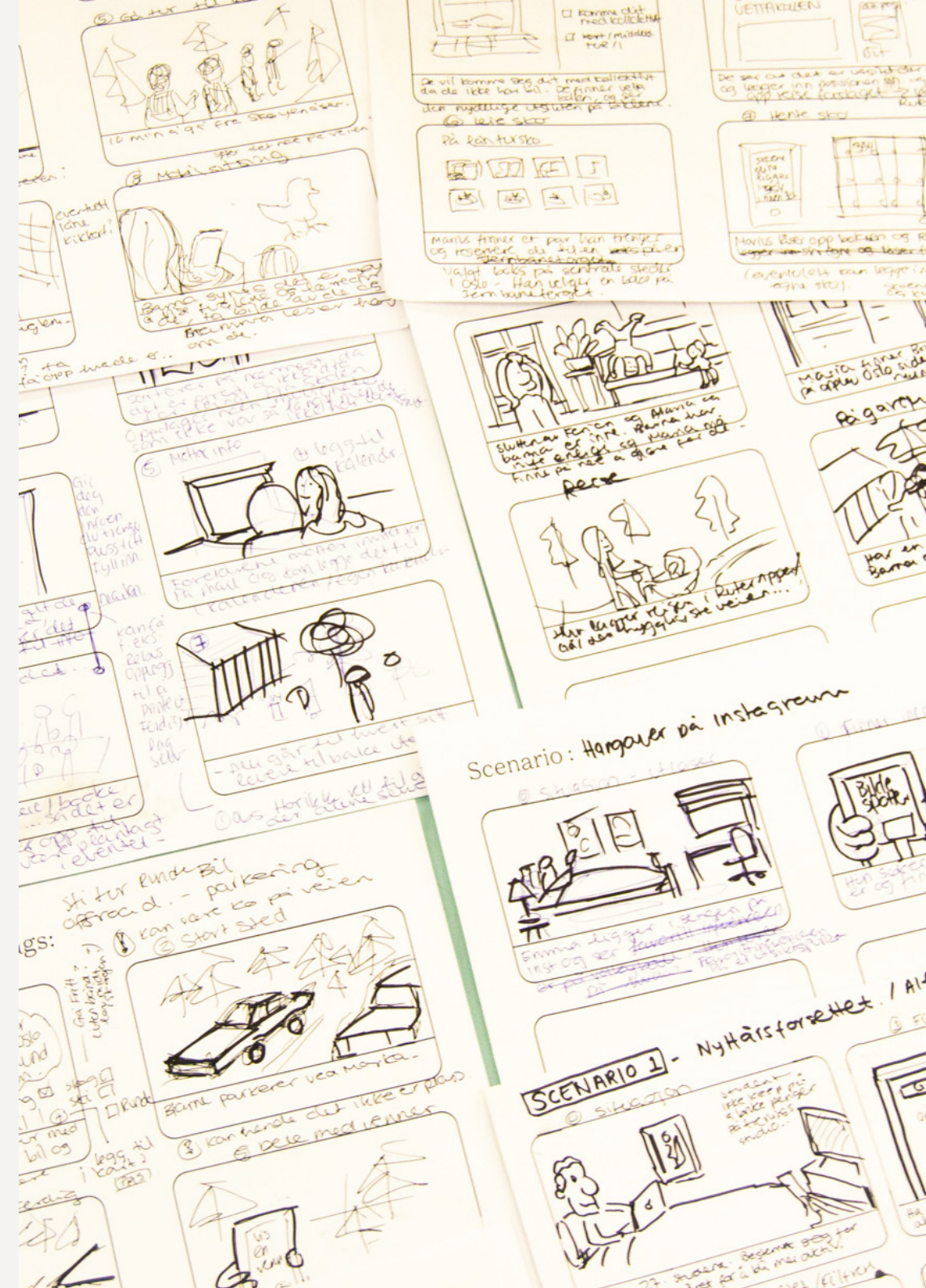
Avstand

Bør kunne se hva som er i nærheten, eller føles enkelt ut å komme seg dit.

Scenarier

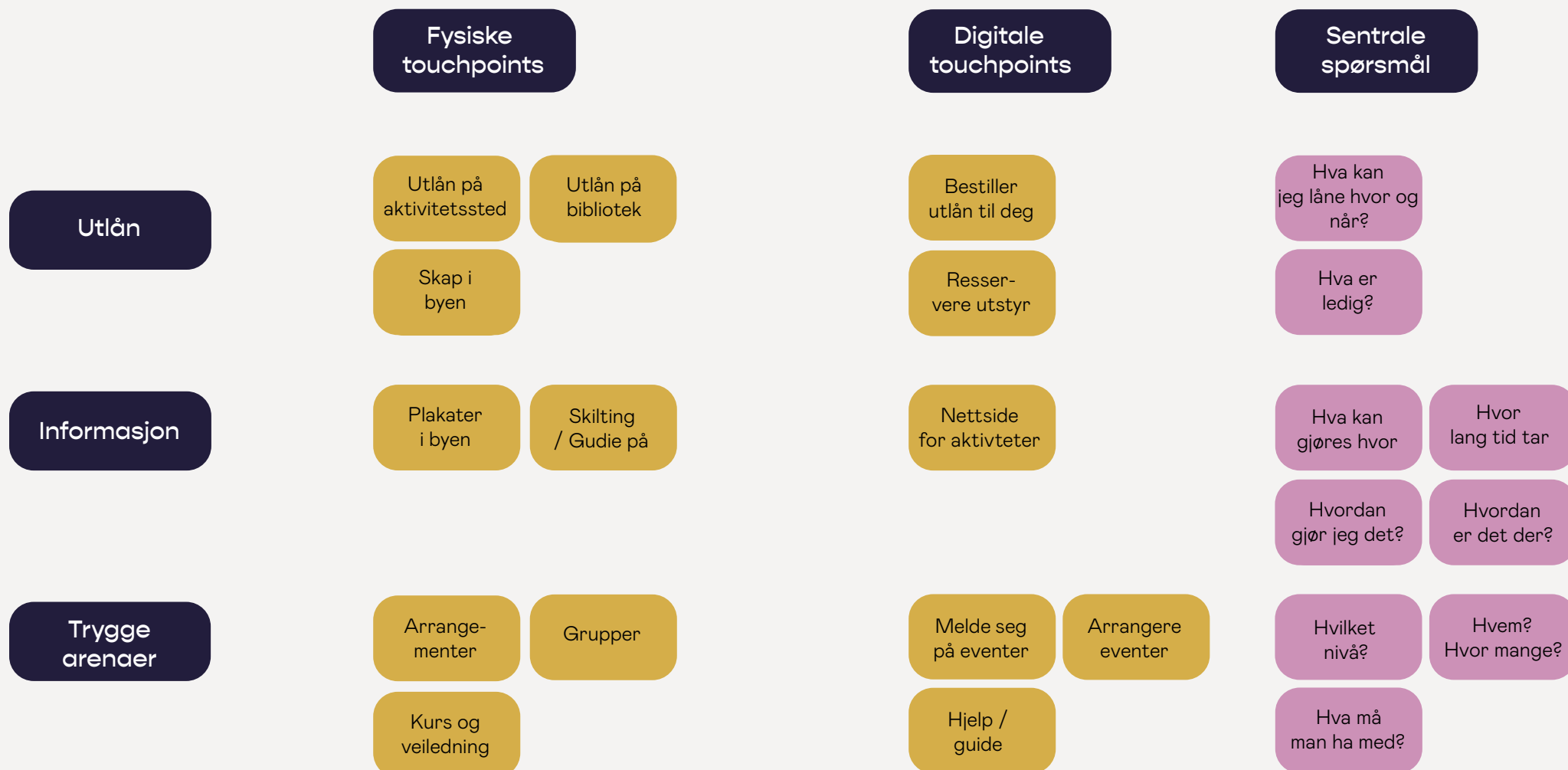
For å identifisere viktige touchpoints ble det laget 10 scenarier med ulike situasjoner fra hverdagen. Dette ga meg spørsmål til hva brukeren lurte på sin brukereise, som ga input til designforslaget.

- Nyttårsforsettet - ønsker å komme bedre helse
- Klasseavslutning - Arrangere klasseavslutning
- Kjede seg - ønsker å finne på noe
- Hypre unger - må aktivisere barna
- Lei av turruta - ønsker å finne noe nytt
- Ny i Oslo - hva man man gjøre, skaffe nettverk
- Får helseproblemer - blir "tvunget" til å endre livsstil
- Fullt på Sørenga - ønsker å finne et annet sted å bade
- Vært på skoletur - ønsker å ta med foreldrene tilbake
- Selvrealisering - ønsker å lære noe nytt

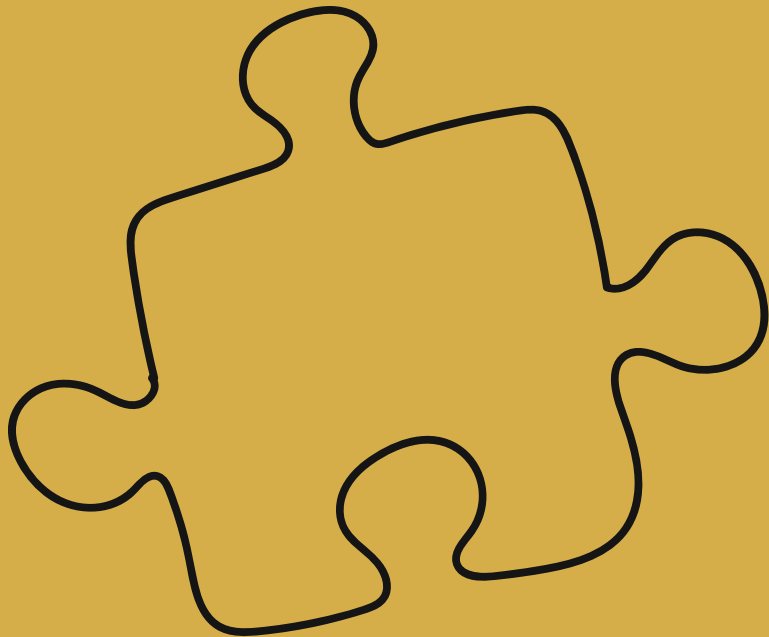


Oversikt over potensiale

Utifra ideene og scenarioene lagde jeg en overordnet oversikt over hva designforslaget kan inneholde.



UTFORSKNING



Grensesnitt

Utrykk

Inspirasjonsprosjekter

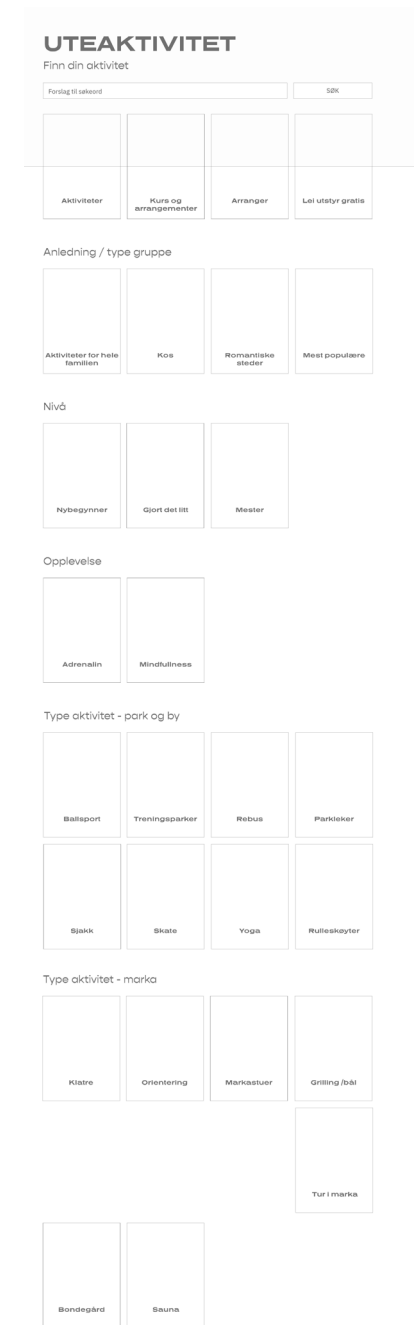
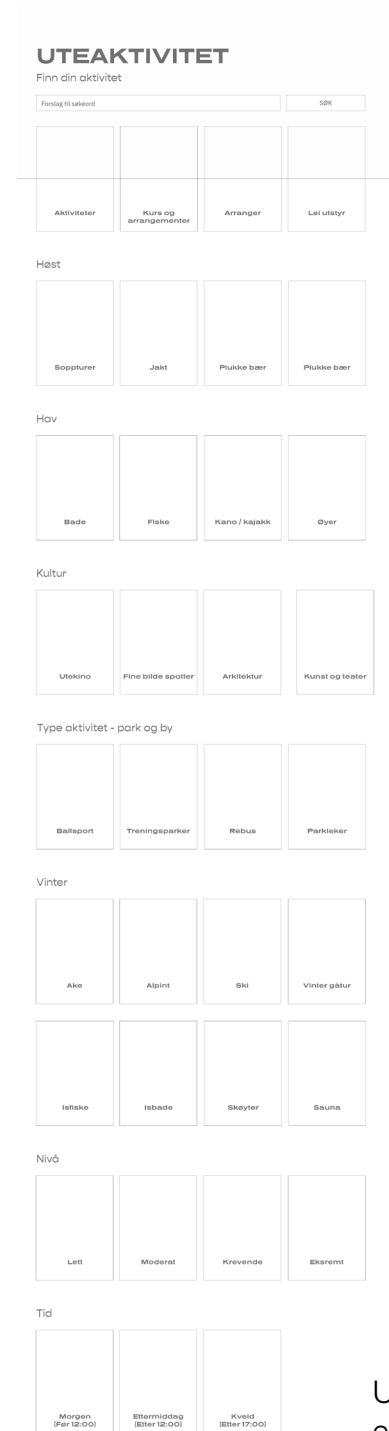
Utforsker nettside

I insikten kom det frem at det ikke finnes en egen nettside med informasjon om uteaktiviteter tilpasset målgruppen. Det lå et behov for en digital nettjeneste som samlet det man trengte for å utføre aktiviteter. Jeg begynte å utforske hva den digital plattformen skulle inneholde og hvordan grensesnitt kunne se ut.

Her kommer jeg med et utvalg av arbeider som viser utforskning av estetisk uttrykk og hva de kommuniserer. Det første viser kategorisering av aktiviteter, for å finne ut av kategorier man kunne filtrere etter.

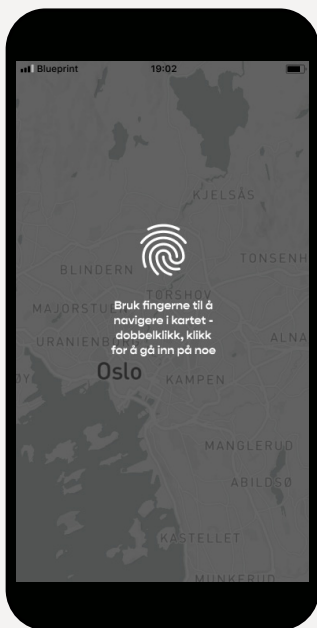
Videre tenkte jeg på hvordan man kunne spesialisere søk etter formål, om tjenesten tok utgangspunkt i et kart hvor man kunne se ting i nærheten og velge hvor langt man var villig til å reise.

Jeg oppdaget at dette ble veldig detaljert og omfattende. Så jeg begynte å lage skjermer til scenarioene for brukere som vil lage arrangement, delta på kurs eller finne en aktivitet.

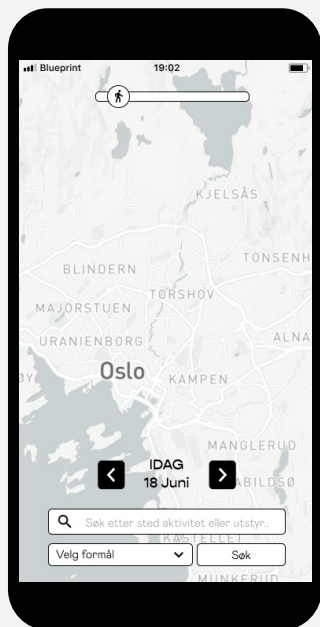


Utforskning til kategorier og filtrering

Veiledning til bruk

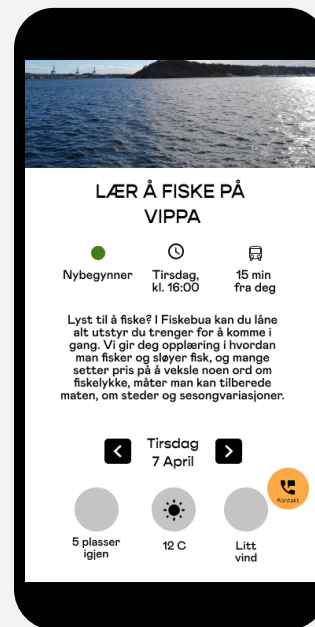


Søke

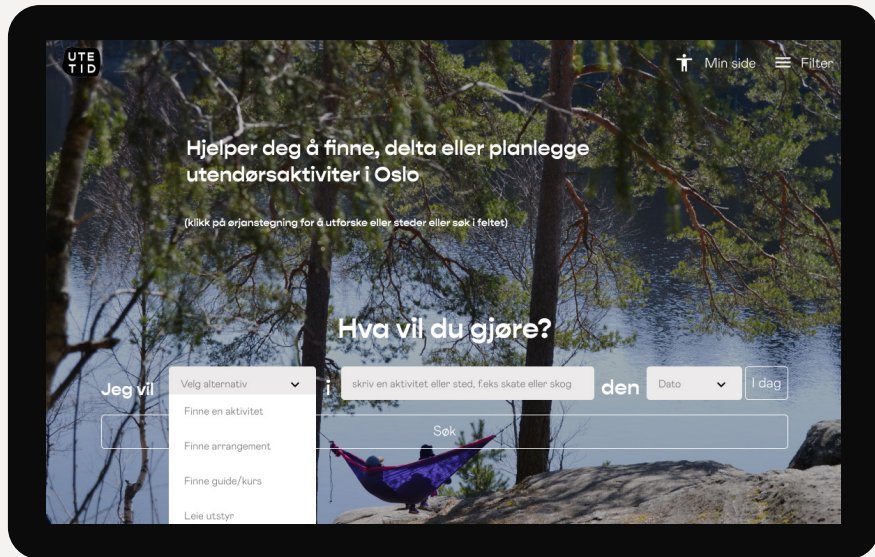


Søke etter formål

Mulighet for å sortere etter ønsket tidsbruk



Ut ifra scenarioene beyngte jeg å skisse på informasjonen man trenger



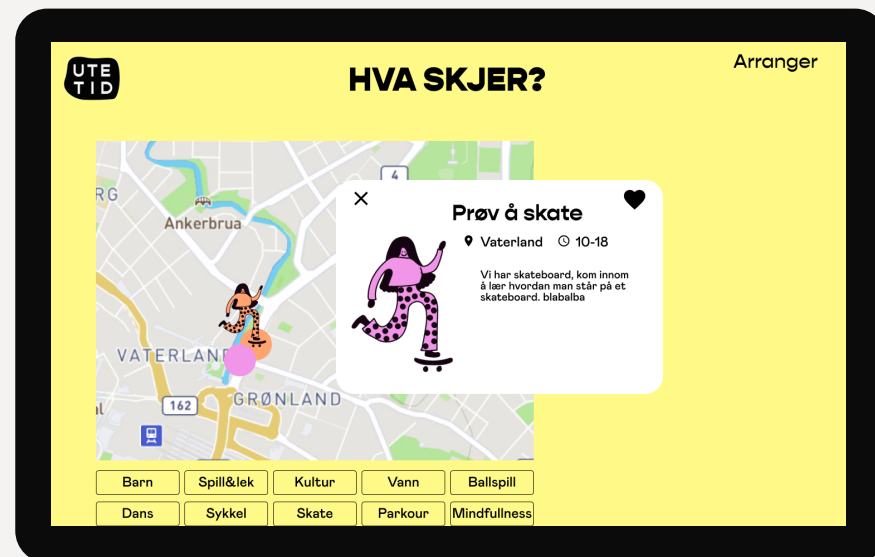
Utforsker det estetiske uttrykket, Dette kunne vært noe DNT tilby..



Her utforsket jeg videre stilen, og hvordan tonen skulle være gjennom å lage et lavterskel event for aktivitet.



.. Mens å legge det mer opp mot kulturlivet appellerte mer til byfolka.



Utforsker filtrering i kart, og tonen på aktivitet.

Inspirasjonsprosjekter

DIGITALE

Varaamo (Helsinki)

På den finske digitale tjenesten Varaamo kan man blant annet reservere offentlige steder og utstyr til privat bruk. Lån av alt fra lydutstyr til verktøy og sportstutstyr er gratis. Tjenesten har en funksjonalitet for å opprette arrangementer, der lokaler/uterom, utstyr og invitasjon av deltakere inngår. (Denne tjenesten har vært til stor inspirasjon for meg i arbeidet med dette prosjektet.)

Oslo Nøkkelen

Oslo Nøkkelen er Oslos svar på Varaamo, og er en digital nøkkel som gir deg utvidet og enklere tilgang til flere av byens lokaler og tjenester via en app. Dette er prosjekt man kan ta nytte av, da det allerede utvikles.

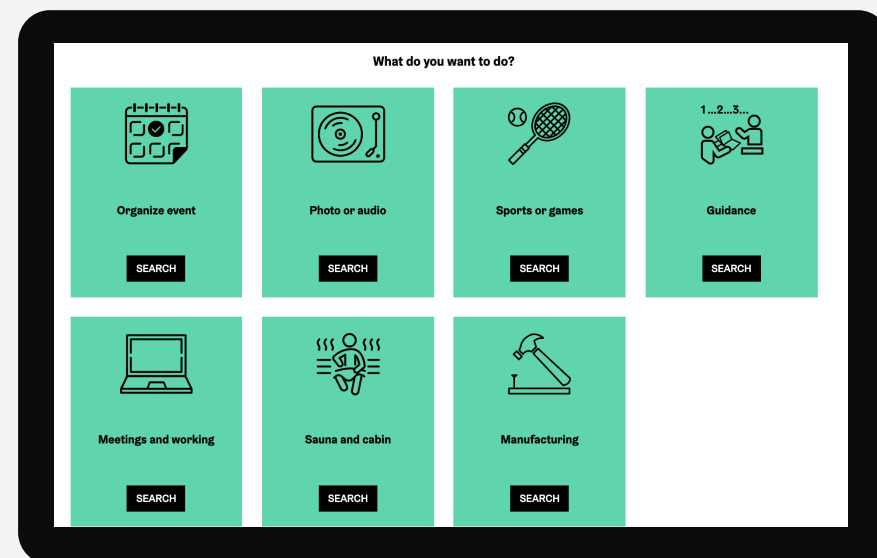
ARRANGEMENTER

Elvelangs

Lysvandring langs akerselva med 100 kulturinnslag. Viser at folk kommer seg ut når det skjer arrangementer lagt mer opp til kulturelle i byen.

Oslo Open

Lavterskel event for å bli introdusert til kunst. Med mål om å gi kunstnere en alternativ arena å vise sin.



Skjermbilde fra forsiden til fra <https://varaamo.hel.fi/>

BOO! for barn og

Barnas Oslo Open – BOO! er en egen kunsthelg for barn og unge, og arrangerer workshops av og med Oslo Open-kunstnerne. Under BOO! får de mellom 0 og 18 år sjansen å oppleve et variert, morsomt og interessant tilbud spredt over hele byen.

Oslo Open og BOO! 2020 er avlyst, men hold øye med vår [Nyhetsside](#) for et digitalt mini-mini-BOO den 18.–19. april!

Skjermbilde fra barnas Oslo Open <https://osloopen.no/nb/boo-barnefestival>

DEL. 3 DESIGNFORSLAG

I dette kapitlet beskriver jeg de ulike designforslagene, vises eksempler på hvordan disse kan tas i bruk i hverdagen.

Introduksjon

I dette kapittelet viser jeg til flere designforslag som har til hensikt å gjøre det enklere å delta i friluftsliv.

Forslagene er på et konseptuelt nivå og samlet under paraplytjenesten UTETID. Tjenesten skal gjøre det enklere å finne, delta og planlegge utendøraktiviteter i Oslo.

Designleveransen har fokusert på å nå nye målgrupper som ikke har tilknytning det tradisjonelle norske friluftslivet i dag gjennom en mer kulturell tilnærming, som vises gjennom prosjektets identitet.

Utetid er ikke en endelig løsning, men ment som inspirasjon for å vise muligheter som kunne vært implementert i dag. Designforslaget er ikke en ferdig prototype, men forklares gjennom scenarier, for å vise mulighetene. Prosjektet viser en bærekraftig tilnærming gjennom bruk av eksisterende data og infrastruktur.



Oversikt over designforslag

Kapittelet er delt inn i følgende designforslag

Konsepter

Nettsiden

Fysisk utlån

Onboardings Event

QR koder

Strategi og markedsføring

Identitet

Aktivitets-
årshjul

Instagram

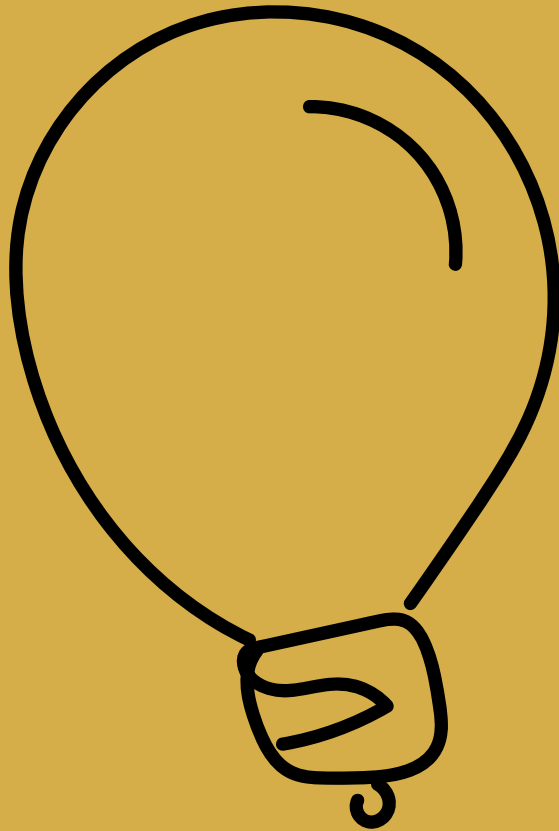
Brukerreiser

Arrangere

Delta på kurs

Gjøre en Aktivitet

KONSEPTER



Nettsiden

QR-koder

Utlånsboder

Utlån på bibliotek

Utetid dagen

Nettsiden



HENSIKT

For å få flere i aktivitet er det viktig å tilrettelegge for et mer variert aktivitetstilbud. En mobilnettside vil gjøre det gjøre aktivitet mer tilgjengelig.

Nettjenestene som finnes i dag er begrenset til tradisjonelt friluftsliv og sykling og omfavner ikke alles interesser.

FORSLAG

Utetid har en interaktiv mobilnettside som samler data fra ulike aktører for å sikre at man får den informasjonen man trenger på ett sted, og til rett tid.

Nettsiden skal gi deg tilgangen til å finne og melde deg på kurs, arrangementer og aktiviteter, låne utstyr og planlegge egne arrangementer.



Finn aktiviteter og arrangementer

HENSIKT

For å få folk i aktivitet er det viktig at de får vite om mulighetene sine. Det finnes ingen plattform som samler alle typer utendørsaktiviteter. For at informasjonen skal være best tilpasset brukeren må den være interaktiv og ta hensyn til hva som skjer i nærheten.

FORSLAG

På "Aktiviteter og arrangementer" finner man aktiviteter og arrangementer som skjer ute i Oslo.

Mobilnettsiden gir en samlet og søkbar oversikt over arrangementer og aktiviteter. Siden er interaktiv og innholdet tilpasses etter årstid og hva som skjer i nærheten av deg.



Arrangere et event

HENSIKT

Planlegging er en terskel for å komme i gang med aktivitet på eget initiativ, og de kan derfor trenge en invitasjon. Ved å lage et verktøy som gjør det enklere for initiativtakere kan man få med flere på aktivitet

FORSLAG

Funksjonen "arranger" i nettsiden hjelper UTETID deg med alt du trenger til å arrangere et utendørsevent. Her kan man velge steder, utstyr og sende ut invitasjoner



Lån utstyr

HENSIKT

De fleste aktiviteter forutsetter at man har aktivitetstutstyr, og mange kjenner ikke til muligheten til å låne utstyr. Det bør derfor være enkelt å finne og reservere utstyr på nett.

FORSLAG

På nettsiden kan man enkelt få oversikt over hva slags utstyr man kan låne, og hvor, og reservere utstyr på forhånd.



Kurs og Guiding

HENSIKT

Mange i målgruppen har ikke blitt introdusert til aktivitet, terskelen for å starte på en aktivitet når man ikke kan den eller kan bruke utstyret er høy. Det bør derfor være instruksjon og opplæring i aktiviteter.

FORSLAG

I "Kurs og Guiding" får man informasjon om aktuelle kurs som arrangeres av både eksterne aktører og i regi av utlåns bodene. Nettsiden har også digitale guider til blant annet bruk av utstyr. Disse kan man få tilgang på gjennom QR-koder som er festet på infrastruktur og utstyr.



Kan infrastrukturen invitere til mer bruk?

HENSIKT

Oslo kommune har satt opp mange fasiliteter som bordtennisbord og treningsparker. For å bruke det er man avhengig av å allerede kunne det, eller bli introdusert av noen som kan det.

FORSLAG TIL TESTING

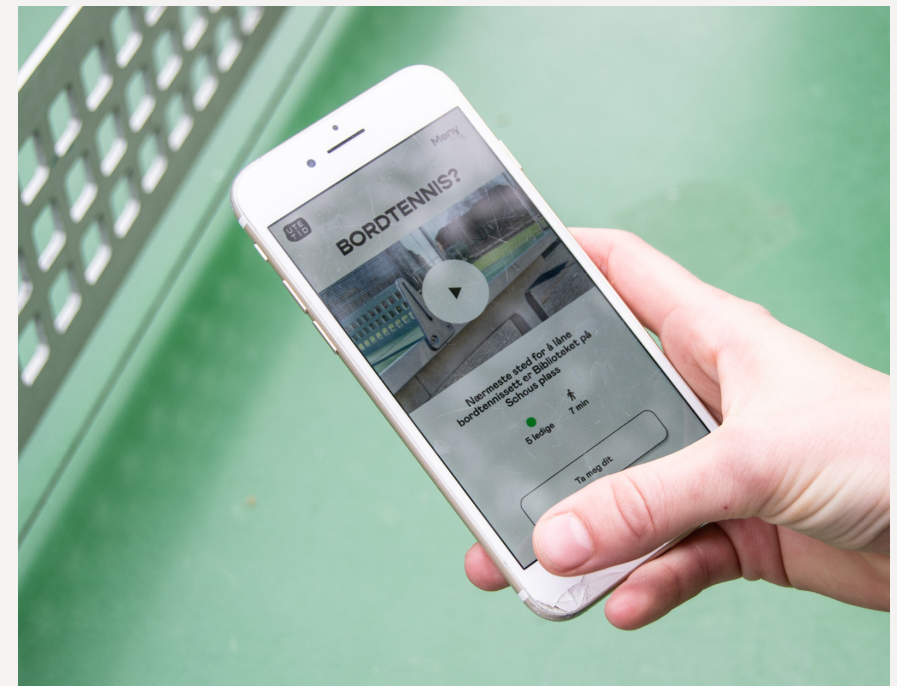
Dette kunne videre enkelt blitt testet med ved å sette opp med QR-koder til en hjemmeside for å teste interessen og effekten av dette.

FORSLAG

Utetid setter opp klistremerker på eksisterende infrastruktur for å tilgjengeliggjøre digital hjelp til å bruke utstyret. Dette må tilpasses etter hvilken aktivitet det er. Her har jeg laget to eksempler.

Treningsparker:
Informasjon om hvordan man bruke apparatene, hvilke øvelser man kan gjøre og treningsprogram.

Bordtennisbord:
Hvordan spiller man og hvor er nærmeste sted å låne en bordtennissett?



Utlån av utstyr til aktivitet

HENSIKT

De fleste aktiviteter forutsetter at man har aktivitetsutstyr. Terskelen for kjøpe eget utstyr er høy, spesielt om man ikke kan aktiviteten. Mange i målgruppen vet ikke om muligheten til å låne utstyr, i tillegg er viljen til å måtte reise langt lav. Det er derfor viktig at utstyret kommer til brukeren.

FORSLAG

Her har jeg to eksempler på hvordan utlån kan fungere.

1. Utlånsboder der aktivten er
2. Utlån via biblioteket

Utlånsboder på aktivitetsstedet

Utetid setter opp utlånsboder mer synlig og i nærheten av der aktiviteter kan foregå. Dette kan skje gjennom det allerede eksisterende BUA systemet: Dette kan være for eksempel: en skatebu, fiskbu/sjøbu, skibu, skøytebu og en parkbu.

Bodene settes opp ved å bruke eksisterende lokaler og hus i nærheten. Eller sette inn container og brakker som kan flyttes ved behov og sesong.

Bodene tilbyr kurs og hjelp med å forstå utstyret. Her vil det være forskjellig nivåer ut fra hvor avansert utstyret er å bruke. Det er også mulighet for at bodene kan samarbeide med aktører i nærområdet. Konseptet eksemplifiseres her gjennom to boder: Parkbua og fiskebua

PARKBUA

Parkbua gir muligheter for mer aktivitet i parkene. Det er allerede mange som benytter parkene i Oslo på sommeren. Parkbua låner ut parkspill, baller, bordtennis. Denne boden vil ikke trenge mye bemanning, og kan over tid bli selvbetjent gjennom Oslonøkkelen.

FISKEBUA

Fiskebua settes opp på Vippa for å få flere til å teste ut fiskeing. Da fiskestenger er dyrere og fiskeprosessen krever mer opplæring bør det tilbys kurs for en sertifisering, som åpne tilgang til selvbetjent utlån.





VELKOMMEN TIL PARKBUA

Lån blant annet:



BASKETBALL



FOTBALL



VOLLEYBALL



BORDTENNIS



BADMINTON



FRISBEE



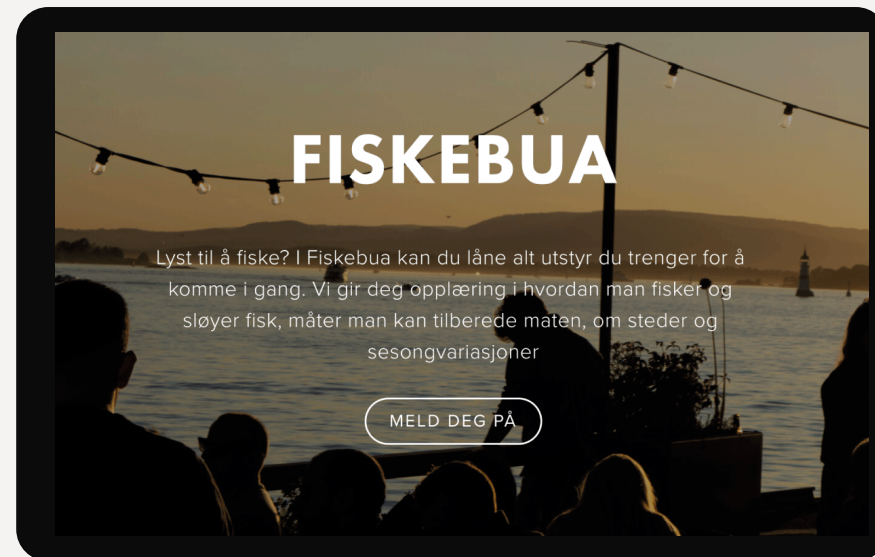
KROKKET



KUBB



BOCCIA

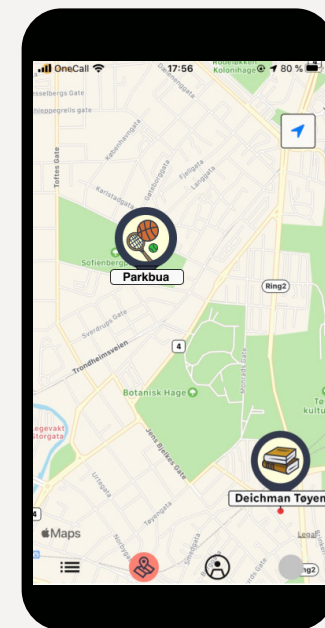


FISKEBUA

Lyst til å fiske? I Fiskebua kan du låne alt utstyr du trenger for å komme i gang. Vi gir deg opplæring i hvordan man fisker og sløyer fisk, måter man kan tilberede maten, om steder og sesongvariasjoner

MELD DEG PÅ

Eksempel på hvordan Fiskebua ser ut gjennom Vippa sine hjemmesider



Hvordan dette kan se ut gjennom Oslo nøkkelen

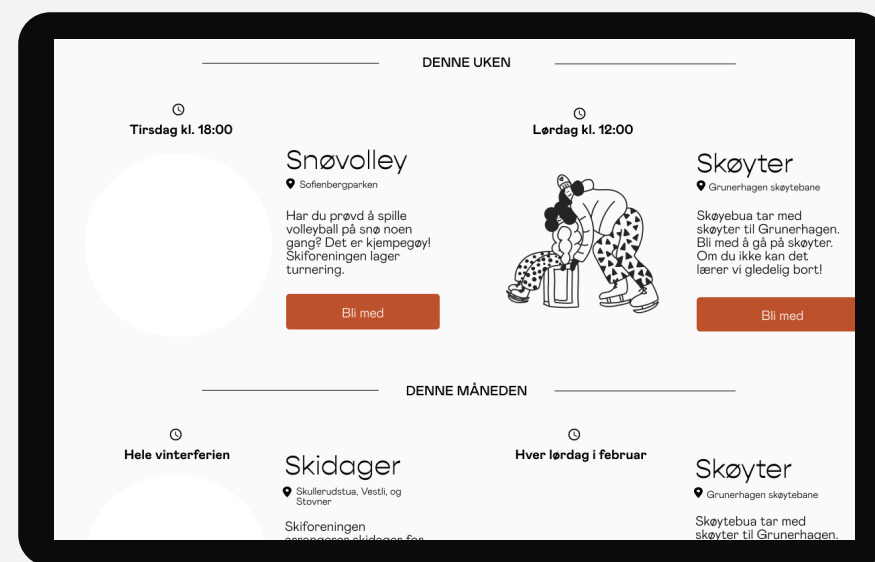
Utlån på biblioteket

HENSIKT

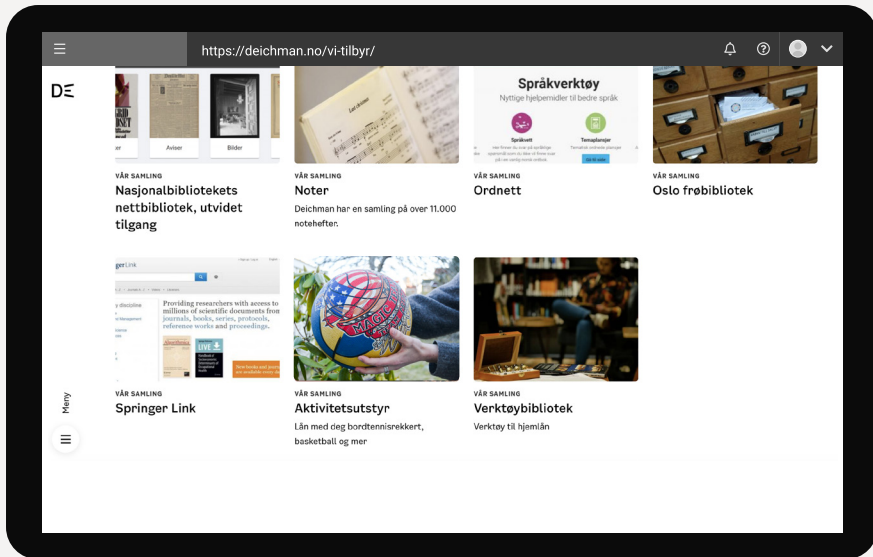
Biblioteket er et sted som allerede har system for utlån, og låner allerede ut blant annet verktøy i tillegg til bøker.

FORSLAG

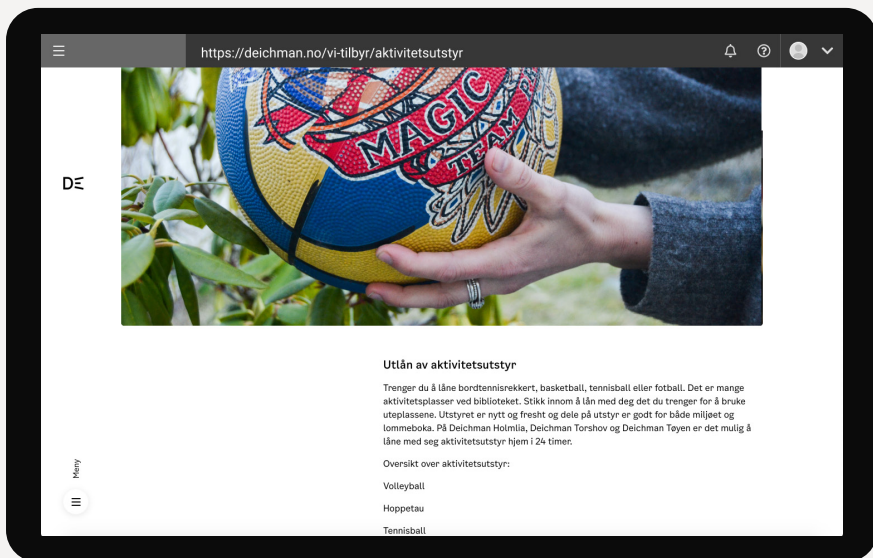
Biblioteket starter med utlån av enkelt aktivitet-sutstyr, med tilgang til reservering gjennom UTET-ID. På barneavdelingen har UTETID en skjerm med aktiviteter for barn, så de ansatte kan hjelpe barna å melde seg på aktiviteter.



Skjerm på biblioteket med arrangementer og kurs man kan melde seg på, tenkt først og fremst til Biblio på Tøyen



Hvordan det ser ut gjennom bibliotekets hjemmesider



Presentasjon til BUA for å høre hva de tenkte om utlånskonseptene

“ Dette er en veldig god ide og helt i tråd med hvordan vi tenker utviklingen av BUA-konseptet. Å gjøre utstyret mer tilgjengelig der aktiviteten skjer, vil være med på å senke barrierer for å prøve nye aktiviteter og være fysisk aktiv. Det vil bidra til mindre forskjeller, bedre folkehelse og lavere forbruk. ”

- Monica Vogt, daglig leder i BUA

Den store UTETID dagen

HENSIKT

Flere føler at uteområder er ekskluderende og flere opplever at man må være god i aktivitet for å utføre det, de er ikke i miljøer for å drive med lavterskel aktivitet. Lavterskel eventer kan bidra til at flere tør å delta og prøve nye aktiviteter.

FORSLAG

UTETID lanseres derfor med den store UTETID dagen. Dette skal være et lavterskel arrangement med fokus på å teste og lære nye aktiviteter. I tillegg til å gi kjennskap til tjenesten. Forslaget er at dette starter på bydelsnivå og kan utvides over tid.

1. Samarbeidspartnere
2. Kampanjen
3. Hjemmesiden - lag din aktivitetsdag
4. Synlighet på selve dagen

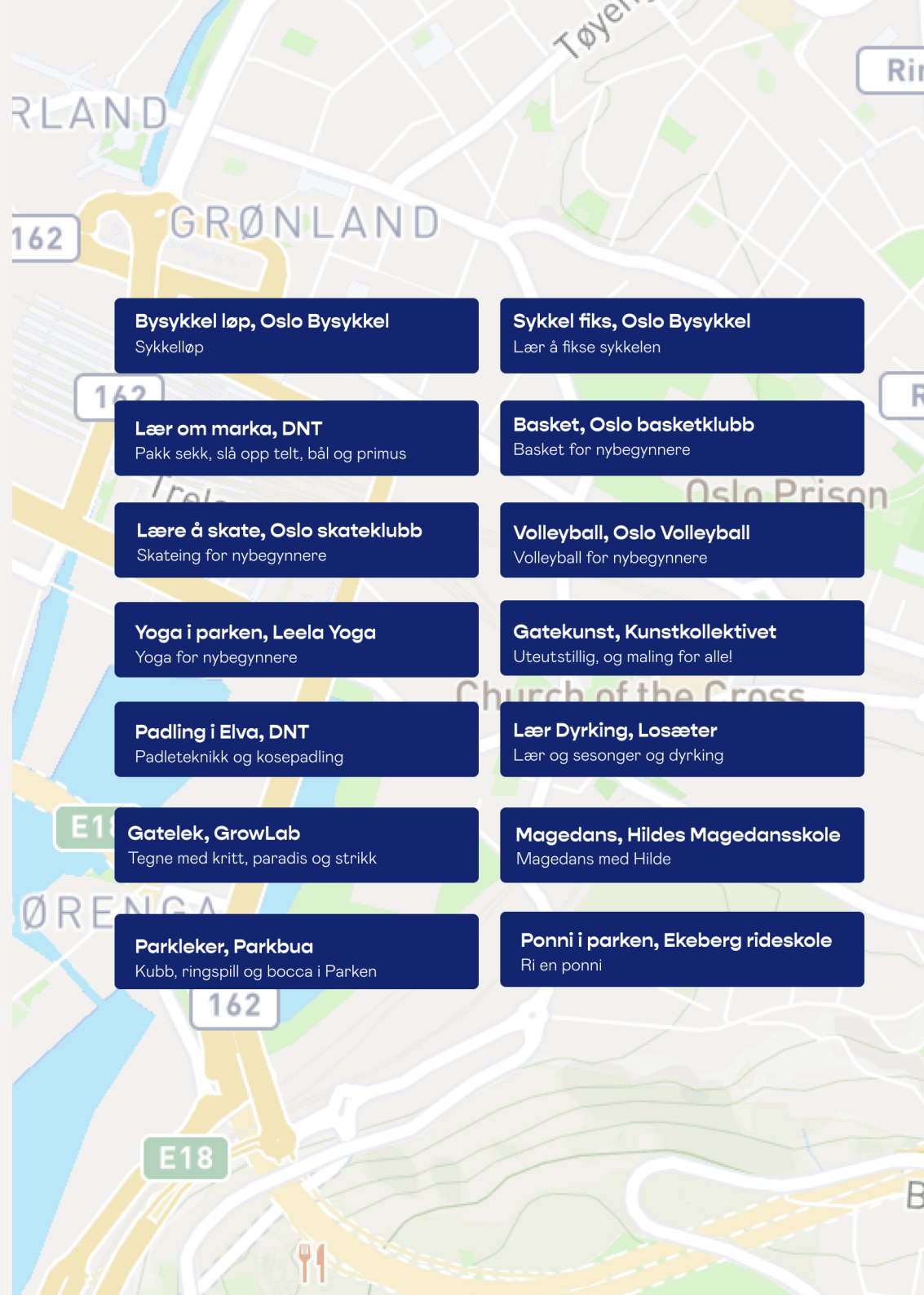
Samarbeidspartnere

HENSIKT

Ved å samle arrangører kan man passe på at det er noe for enhver og at aktivitetstilbudet er stort nok til å være synlig og tilby nok aktiviteter. For arrangørene kan dette være en mulighet til synliggjøre sin tjeneste og rekruttere eventuelt nye medlemmer.

FORSLAG

UTETID inviterer aktører fra idrettslag og foreninger i tillegg til bedrifter som jobber med områdeløft, dyrking og tegning. UTETID finner plasseringer til alle som ønsker å delta og hjelper de med nødvendige utstyr de trenger for å arrangere.



Kampanje

Clear Channel

PONNI I PARKEN?



**BLI MED PÅ
UTETID DAGEN**

**20
JUNI**

Lag din aktivitetsdag på utetiddagen.no



HENSIKT

For at folk skal vite om arrangementet, trengs synlig markedsføring til å friste innbyggerne å delta

FORSLAG

UTETID setter opp plakater i bybilde i bydelen. Kampanjen skal fokusere på å leke, lære og prøve, og ønsker å invitere til å sjekke ut UTETID dagen og lage din egen aktivitetsdag.

Plakatene

Plakatene skal vise varierende forslag til aktivitet og skal settes opp i byens uterom nær der de ulike aktivitetene skal foregå.

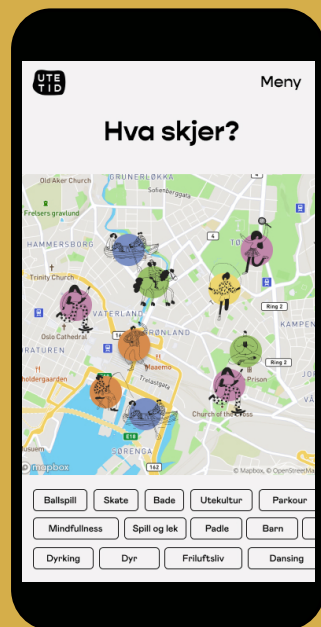


Planlegge egen aktivitetsdag

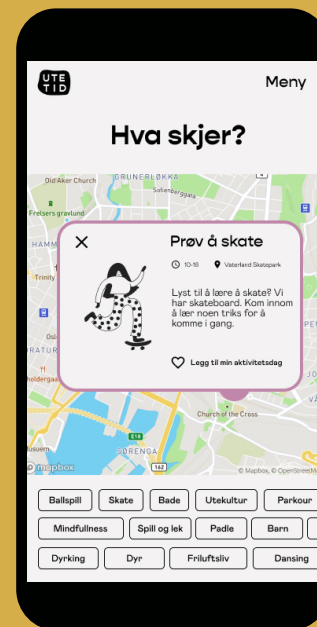
Kampanjen inviterer til å se hva som skjer på UTETID dagen. Gjennom en QR-kode kommer man inn på hjemmesiden. Her kan man planlegge sin egen aktivitetsdag, og UTETID oppretter en rute for deg. Desto flere som legger opp ruter på forhånd, jo enklere er det for arrangørene å se når og hvor det blir ekstra trykk på arrangementet.



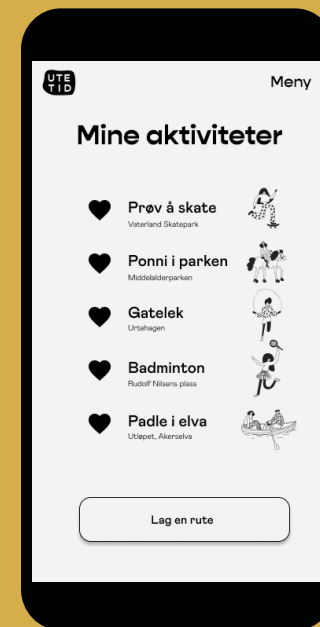
Forsiden



Se hva som skjer ved deg og filtrer



Velg ut aktivitet du liker



Lag en aktivitetsrute

Skilting til aktivitetene

I tillegg til at man kan bruke kart på hjemmesiden til å gå aktivitetsløypen, setter UTETID ut skilt på ulike arrangementene for å gjøre det enklere å finne frem og invitere tilfeldige forbipasserende.

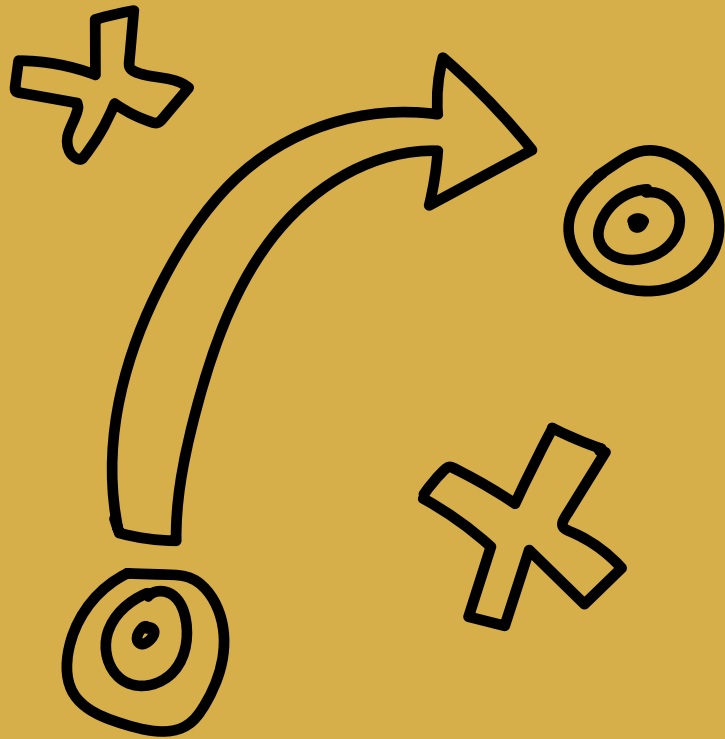




Synlige arrangører

Alle arrangørene får t-skjorter med sin aktivitet for at man skal se hvem man kan få hjelp av.

STRATEGI



Identitet

Årshjul

Instagram

Visuell identitet

HENSIKT

I innsikten oppdaget jeg at det som finnes i dag er i stor grad knyttet til det "tradisjonelle norske friluftslivet". Flere følte på at man måtte være god i aktivitet og ha fancy utstyr for å drive med aktivitet. Det lå et potensiale i knyttet friluftsliv mer opp mot kulturlivet for at det skal appellere til flere.

FORSLAG

UTETID skal spille på humor. Gjennom å være være leken og upretensiøst, skal det skal føles trygt og inkluderende ut, og vise at aktivitet først og fremst skal være gøy, og at det man ikke trenger utstyr eller være god for å utføre aktiviteter.

Fargepallett



D6AD49



BD512c



2b543a



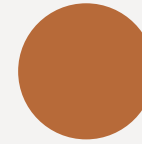
32366A



A6428A



EDD670



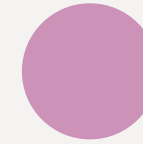
B66938



9AC16B



#94b3DA



CC92B7

Typografi

Tittel, Gopher Bold

Tekst, Marbry Pro Light

Illustrasjonsstil



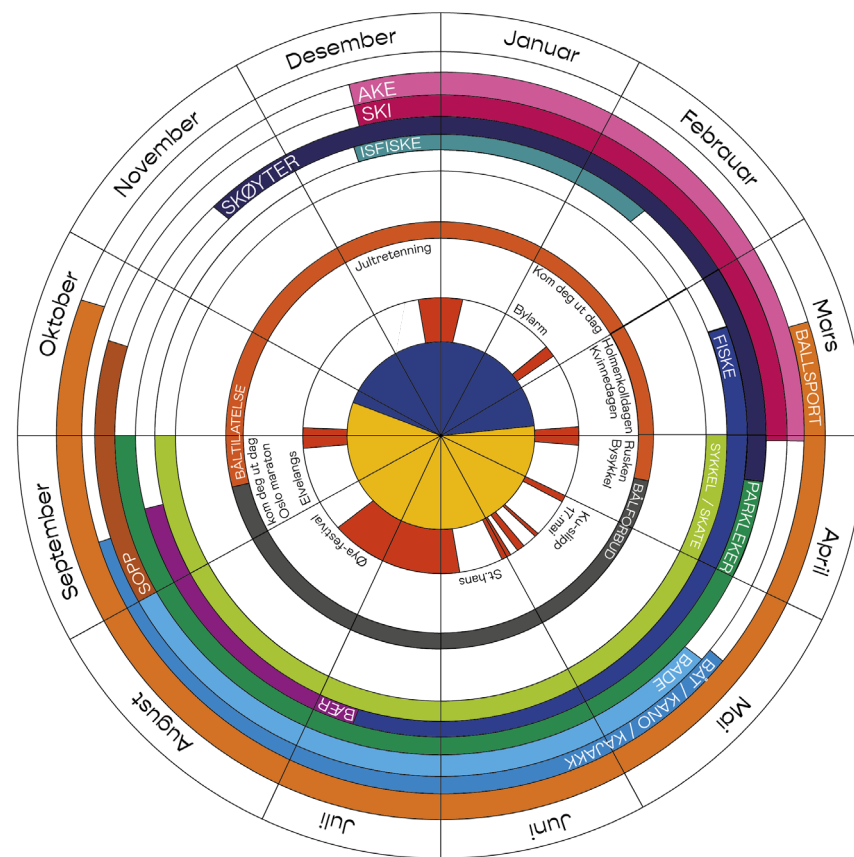
Aktivitetsårsjulet

HENSIKT

Aktiviteter er sesongbetinget, og det fantes ingen oversikt over aktiviteter gjennom året i år, gjennom et årshjul kan det gi muligheter for å planlegge aktiviteter og se når det blir ekstra trykk

FORSLAG

Utetid har et årshjul med aktiviteter, ferier og spesielle anledninger. Slik kan de alltid foreslå aktiviteter og lage arrangementer som er i sesong. I tillegg vil de vite når det blir ekstra press på tjenesten og når de trenger å pushe tjenesten ekstra



Instagram

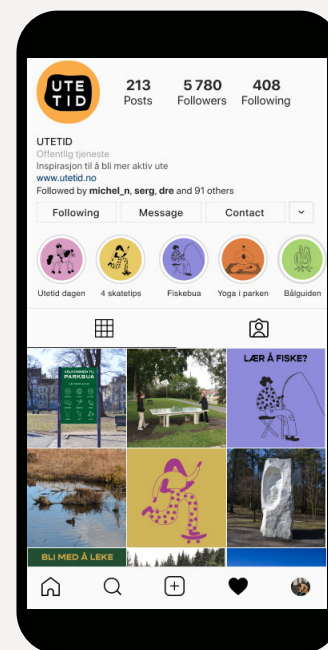
HENSIKT

Instagram er en eksisterende plattform som de fleste av den yngre målgruppen allerede er på. Dette er en mulighet for å nå ut til flere.

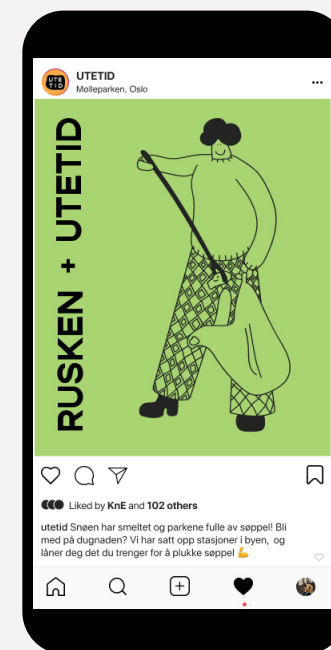
FORSLAG

UTETID bruker Instagram til å legge ut hva som skjer, og inspirere til å være mer ute.

Historielinjen kan brukes til å gi tips og triks til å være ute, slik som teknikk triks, bålguide, vise hvordan man bruker utstyr, gjør aktiviteter og og vise til kurs.



Feed med stories



Eksempel på post og tone i posten.

TJENESTEN SATT I BRUK



Her viser jeg frem tre eksempler på hvordan UTETID kan fungere gjennom brukerreiser.

Scenario 1

GEORG ARRANGERER PARKLEKER

1.

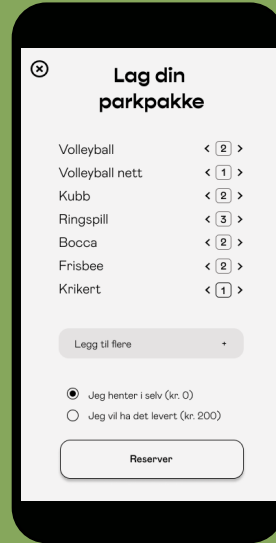
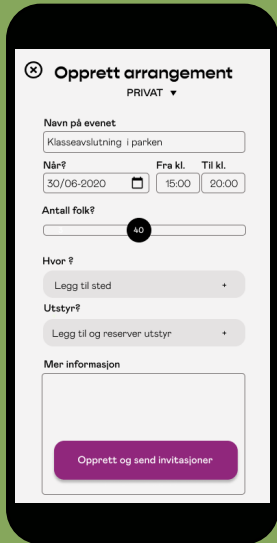
Georg er i foreldregruppen på Sagene skole, han har fått i oppdrag å arrangere et opplegg til skoleavslutningen.

Georg blir tipset om Utetid gjennom skolen og går inn på mobiltjenesten for å lage et arrangement



5.

Han mottar bekref- telse på bookingen, med en kode fra utetid og invitasjonene sendes ut til de andre foreldrene.



Hei Georg,
Parkpakken er klar til henting i parkbua i Sofienbergparken. Hentekode: 445356 Ha en riktig så fin dag [Finn veien](#)
Hilsen oss i Utetid :)

6.

Dagen har kommet og Georg mottar melding om at utstyret er klar for henting.



2.

Han oppretter et event og fyller inn dag og antall mennesker

3.

I kartet finner han steder man kan være, Han ønsker noe i nærheten og bruker tidslinjen i gange

4.

Han ønsker å låne utstyr og, og velger ut det de trenger for dagen.

7.

Georg og Moren til Jesper møtes ved Parkbua for å hente ut bestillingen.

Jesper låser seg inn med Oslonøkkel og bruker ordrekoden til å hente ut bestillingen.



8.

På klasse avslutningen blir det parkleker og grilling.



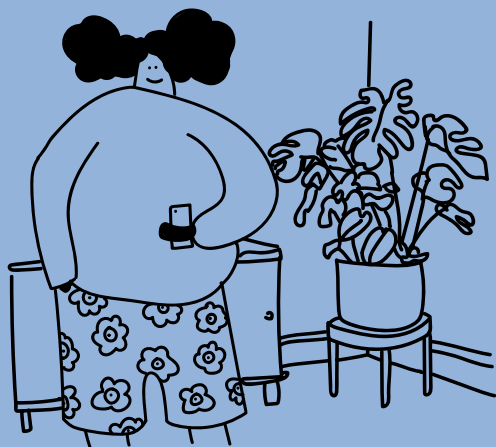
9.

Georg låser seg inn igjen i parkboda og leverer utstyret.



Scenario 2

MIA LÆRER Å FISKE

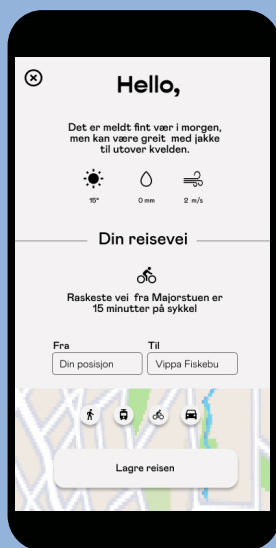
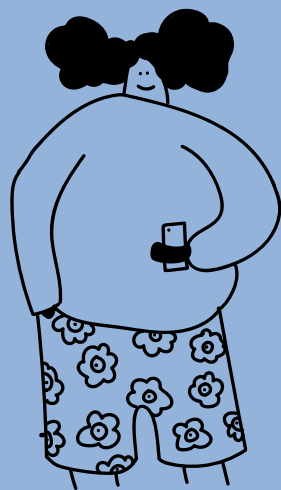


1.

Mia har flyttet til Oslo, hun kjenner ingen, og føler seg mye alene. Hun ønsker å finne ut av hva man kan gjøre i Oslo.

5.

Dagen før mottar Mia en påmindelse på sms med link til deltager som værmelding og reisevei.



2.

Hun har blitt hørt om Vippa fra en veninne som bodde i Oslo. På Vippa sine facebook sider finner hun "lær og fisk tirsdag"



3.

Hun går inn på eventet på utetid sine hjemmesider. Hun det kunne vært gøy å prøve å fiske, i tillegg en mulighet til å bli kjent med noen.

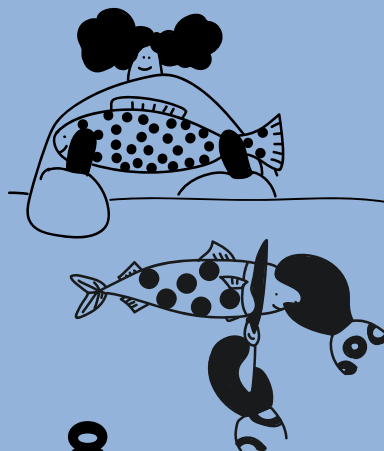
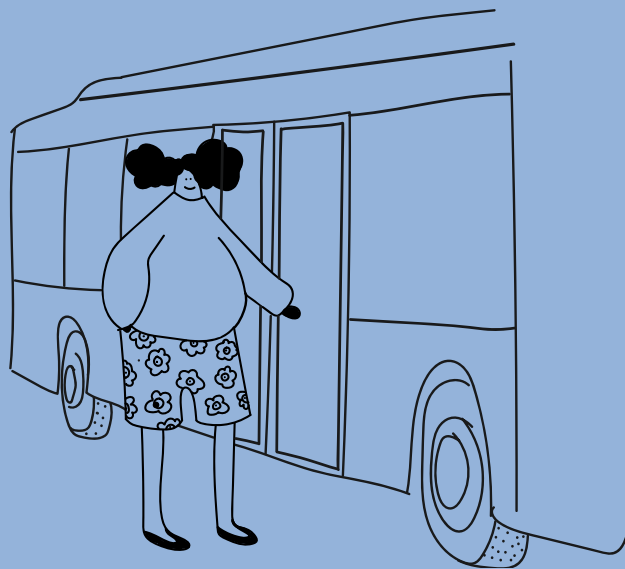


4.

Hun melder seg på og får bekreftet at hun har plass, og legger det til i kalenderen.

6.

Fiskekurs dagen har kommet og Mia følger den planlagte ruten fra Ruter



8.

Det blir noen fisk og Anders gir en leksjon i sløyting

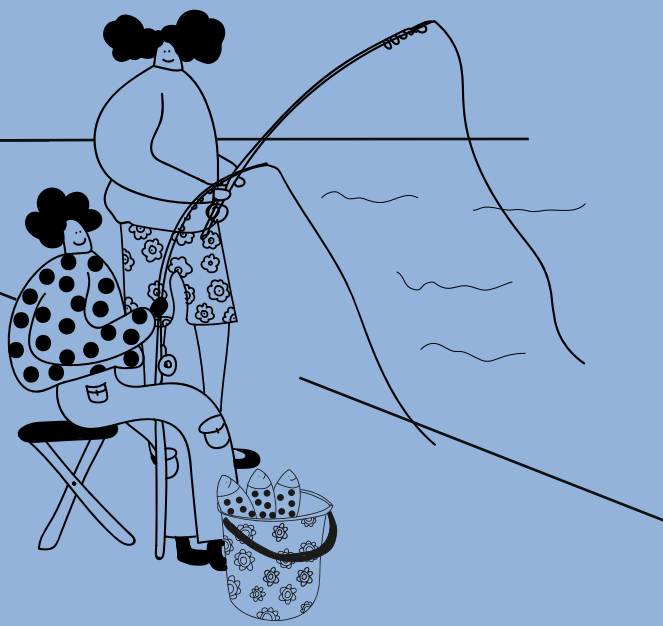


9.

Anders fyrer opp grillen og de lærer hvordan den stekes og har et hyggelig måltid sammen.

7.

På fiskebua møter Mia Kursleder Anders og de andre deltagerne. De lærer om ang og fiskestangen. Fisker og prater.



10.

Etter kurset mottar Mia en sms med link til serfikat som gir hun tilgang til fiskebua når hun selv ønsker



Scenario 3

**TRULS OG
BERIT
PLUKKER
SØPPEL**



1.

Berit og Truls har hjemmekontor, etter mange dager inne kjeder de som jeg ønsker å finne på noe.

2.



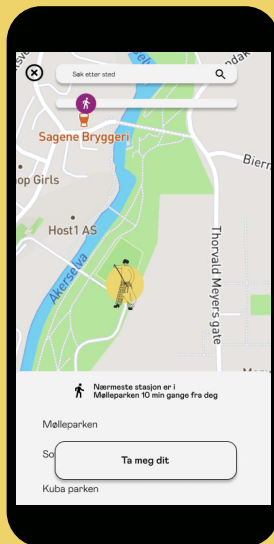
Berit scroller på Instagram og oppdager en add fra Utetid, som har et samarbeid med Rusken.

3.



De føler dugnadånden om dagen og ønsker å bidra.

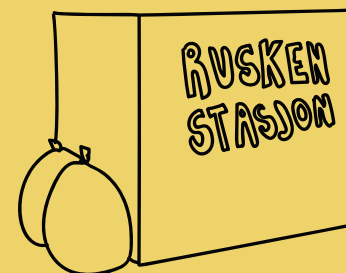
4.



De går i kartet og finner nærmeste post, og stikker for å hente.

5.

På søppelposten finner de hansker, plukkepill-er og poser



6.

De plukker søppel i Elva, og leverer utstyret og søppelet på stasjonen. Før de drar hjem igjen.



DEL. 5 REFLEKSJON

I dette kapitlet reflekterer jeg over hvordan prosjektet har vært, prosjektets verdi og hva som kan være uheldig.

Designprosessen

Jeg startet med en åpen problemstilling om å senke terskelen for friluftsliv. I prosessen jobbet jeg med flere metoder. Da jeg selv har vokst opp i en "friluftslivkultur" var workshop med målgruppen avgjørende for å forstå hvorfor mange ikke deltar i aktiviteter, og hva som kan motivere dem til å bli mer aktive.

I prosjektet har det blitt foretatt en stor ressurskartlegging med mål om å kunne bruke eksisterende ressursene inn i prosjektet. Kartleggingen tok utgangspunkt i brukerens hverdag, for å finne ressurser som brukeren allerede kjenner til. Å bruke eksisterende ressurser er også bærekraftig. Metoden var nyttig for dette prosjektet, og er en metode jeg vil ta med inn i nye prosjekter.

Jeg valgte bevisst å snakke med personer som har oppvokst i byen, og som ikke deltok i aktiviteter, men gruppen var ganske homogen i alderssammensetning, det vil si unge voksne. Ville det å snakke med andre aldersgrupper gi andre ideer og løsninger?

Koronasituasjonen med karantene og hjemmekontor har påvirket prosessen. Vanligvis ville det å møte på skolen og diskutere og prøve ut ideer med andre elever gjort det enklere å foreta valg og kvalitetssikre ideer.



Designleveransen

UTETID er lagt på et konseptuelt nivå, og viser et mulighetsrom med ideer som kan være til inspirasjon for å bruke byen på en aktiv måte. Prosjektet er realistisk og gjennomførbart, da det tar utgangspunkt i eksisterende ressurser. Mange av ideene er svært enkle, og kunne blitt gjennomført i dag. Som designleveranse er det likevel en lang vei å gå for å kunne ferdigstilles. Nettsiden er ikke en ferdig løsning, men funksjonalitet eksemplifiseres gjennom scenarier. Videre er ikke løsningene testet på brukere i praksis.

Både det at løsningen er digital, og at jeg har snakket mest med yngre brukere, gjør at man kan stille spørsmålstegn ved hvor godt løsningen er tilpasset eldre brukere. Det neste steget her ville nok vært å få laget en workshop hvor man hadde invitert flere i mer forskjellige aldersgrupper for å høre hva de ville brukt UTETID til.

Alle designforslagene krever lite ressurser for testing da løsninger er basert på eksisterende aktører, noe som ville gjort det enkelt å teste som en pilot. Det hadde vært mulig å sette ut QR-koder på infrastruktur, som kunne ført til en hjemmeside som fanget opp interessen for informasjonen. Med litt mer ressurser kunne man enkelt testet ut en utlånsbod over en periode.



Hva kan være uheldig?

Når man ser hva som allerede skjer i det offentlige rom, kan man ikke regne med at UTETID er noe unntak. Ved å legge tilrettelegge for mer bruk i byens uterom kan det oppstå noen uheldige hendelser.

Hærverk og tyveri som tagging og knuste ruter på utstyrsbodene. Folk som kaster utstyret i elva eller tar det med hjem.

Tar eierskap - Noen kan bruke et område eller en aktivitet så mye at det blir en type gjengdannelse. Dette kan føre til at andre ikke tør å dra, for eksempel om det alltid er mye ungdommer, kan barn synes det er for skummelt å oppsøke uteområdet.

Skader - ved økt aktivitet er det alltid en sjanse for skader, dette kan spesielt forekomme dersom i blanding med alkohol.

Samtidig begynner innbyggerne å bli vant til delingskulturen av produkter i det offentlig rom. Mobilitetsbransjen viser at delingsbiler, el-sparkesykler og delingssykler bidrar til stor verdi for mange innbyggere.

Nå er det friluftsbansjen sin tur til å innovere! 😊



Kilder

Rapport:

Nasjonal strategi for et aktiv friluftsliv 2014-2020 (2013) (online):

<https://www.regjeringen.no/contentassets/4061fdb13c834bc-caebed8b920f9e96b/t-1535.pdf>

Publikasjon:

Trust is Work, the Oslo school of architecture and design (2019) s.

Nettsider

DNT - <https://www.dnt.no/tilbud/> - (hentet 20mai 2020)

UT (dnt) <https://ut.no/> (hentet 4 april 2020)

Visit Oslo <https://www.visitoslo.com/en/activities-and-attractions/activities/> (hentet 7 april 2020)

Oslo open <https://osloopen.no/nb/boo-barnefestival> (hentet 29 mai 2020)

Vippa <https://www.vippa.no/about> (hentet mai 2020)

Varramo <https://varaamo.hel.fi/> - (hentet mai 2020)

Nettartikler:

NRK - Økning i Stolpejakt (april 2020) https://www.nrk.no/vestland/kjempeokning-for-stolpejakten-etter-hjemmepaske_-_-trenger-noe-a-gjore-pa-1.14983417?fbclid=IwAR15EereNRPOzQd5gw-5Gi57nuom_ukEiQ2LFKwklzCV6x9hZUkj8FPrAYUI