

# Prospera

## Prosjekt for DRAMMENS BALLKLUBB SLUTTRAPPORT 20.05.21

av Prospera-teamet ved

Prosjektleder

Charlotte Ringnes Relling

Prospera -konsulenter

Kari Helene Kristiansen

Noli Jansson

Margrethe Skorpen Johnsen

Andreas Kiste

Prosjektmentor

Rannveig Bergerød Aase



## SAMMENDRAG

Prospera teamet har i oppdragsperioden jobbet med å identifisere og igangsette en prosess for å kartlegge ønsker og behov for det nye planlagte tilbygget til Drammens Ballklubb (DBK).

DBK sitt ønske om å skape en møteplass for lokalmiljøet, hvor det ikke er krav om noen organisert aktivitet har hele veien vært i fokus gjennom denne prosessen.

Metoden som har blitt brukt har vært tilpasset DBK og gjennomført med det mål om at den vil være enkel å adoptere og bli benyttet videre i denne prosessen, og i andre prosjekter i fremtiden.

I dette prosjektet har det blitt gjennomført innsiktshenting, sendt ut spørreundersøkelse og blitt gjennomført to workshoper der utvalgte personer fra DBK har deltatt.

Prosjektteamet har definert oppdraget inn i følgende målbaserte deler i leveransen:

1. Kartlegge faktorer for konsept, etablering og drift for at bygget skal oppnå sin hensikt.
2. Foreslå aktiviteter for brukergruppen for 1.etasje i nytt bygg.
3. Gi innspill til innredning i rommene i 1. etasje.
4. Lære bort ide-metoden til DBK slik at DBK kan fortsette prosessen, supplert med metodebok.

*Prospera -teamet takker for samarbeidet og ønsker lykke til videre med det gode arbeidet!*

## FORORD

Prospera presenterer herved sluttrapporten for prosjektet "Nytt påbygg" for Drammens Ballklubb(DBK). Prosjektet har blitt gjennomført i perioden 15.02.21 - 20.05.21. Prosperas team har hatt ansvaret for å gjennomføre prosjektet i samarbeid med Ola Jørgen Ekeberg Apenes, klubbkoordinator.

Prosjektgruppen fra Prospera har det operative ansvaret. Nøkkelpersonene i Drammens Ballklubb har vært klubbkoordinator Ola Ekeberg Apenes. Hans evne til å løse og innhente informasjon og ressurser til gjennomførte aktiviteter har vært avgjørende for progresjonen i prosjektet.

Vi vil benytte anledningen til å rette en stor takk til Ola som har deltatt slik at prosjektgruppen har kunnet fremarbeide denne leveransen.

Prosperas prosjektteam er ansvarlig for alle vurderinger og anbefalinger som gis i denne rapporten.

## OM PROSPERA

Prospera er et nettverk som består av pro bono-konsulenter med høyere utdanning og arbeidserfaring fra ledende bedrifter, organisasjoner og offentlig sektor.

Pro bono-konsulentene stiller på fritiden sin kompetanse til rådighet for sosiale entreprenører og veldedige organisasjoner gjennom gratis konsulenttjenester. Prospera kaller det "kompetansebasert frivillighet".

På denne måten får hjelpeorganisasjonene gratis hjelp til høyt prisede tjenester, som for eksempel strategisk rådgiving, markedsføring, fundraising, regnskap, forretningsplaner, nettside utvikling og andre områder som er kritiske for at de skal få ideene sine satt ut i livet og hjulpet flere mennesker. For mer informasjon: [www.Prospersistifelsen.no](http://www.Prospersistifelsen.no)

# INNHOILDSFORTEGNELSE

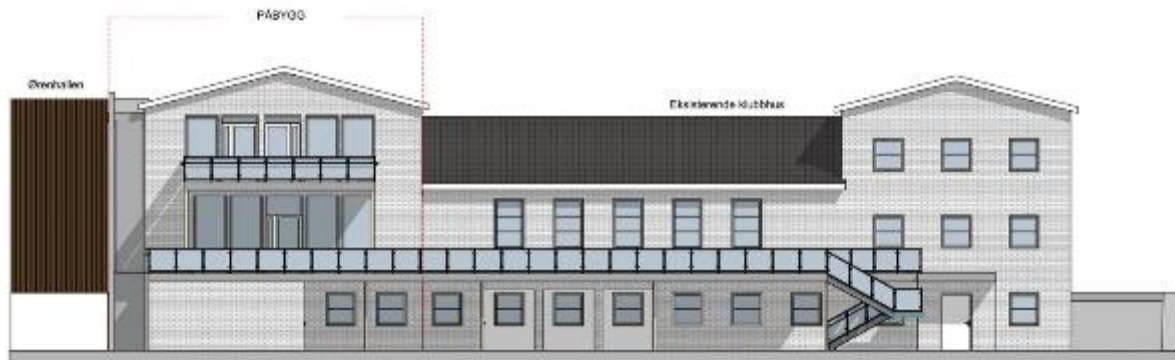
1.0 DRAMMENS BALLKLUBB	5
2.0 OPPDRAGET	5
3.0 BEGRENSNING FOR PROSJEKTET	6
4.0 METODE - TEORI	7
4.1 Tjenestedesign	7
4.2 Fire faser i en typisk tjenestedesign prosess	7
4.2.1 Innsikt	7
4.2.2 Definerings og hypotese	8
4.2.3 Idé- og konseptutvikling	8
4.2.4 Prototyping og testing	8
5.0 DBK- METODEN	9
5.1 Innsikt	9
5.2 Spørreundersøkelse	9
5.3 Design-spørsmål	9
6.0 WORKSHOP 1	10
	12
7.0 WORKSHOP 2	12
8.0 FUNN OG RESULTAT	14
8.1 Hvordan innrede lokalet på en effektiv og attraktiv måte	15
8.2 Hvordan skape en effektiv kiosk/spiseplass i lokalet	18
8.3 Hvordan ivareta ungdom slik at de kjenner et ansvar og eierskap til lokalet og klubben	23
9.0 EVALUERING	26
10.0 VEIEN VIDERE	26
10.1 Involver	27
10.2 Mål	27
10.3 Test konseptet så realistisk som mulig	27
10.4 Fleksibilitet	27

## 1.0 DRAMMENS BALLKLUBB

Drammens Ballklubb (DBK) er en nærmiljøklubb som rekrutterer medlemmer fra Øren og omkringliggende bydeler. Klubben ble etablert i 1909. DBK er en breddeklubb hvor alle som vil, er velkommen. Klubben ønsker å ha så mange som mulig, lengst mulig, med i idretten.

DBK ønsker å utvide tilbudet i nærmiljøet hvor deler av og i dette tilfellet den nye planlagte delen av klubbhuset blir et bydelshus basert på konseptet "Meråpent bibliotek" der alle har tilgang også utenom betjent åpningstid, f.eks. med sitt medlemskort. I en tid der det er få offentlige "møteplasser", ønsker DBK å gi et reelt tilbud til alle og har allerede gjennomført og hentet ideer til tilbudet bl.a. i en workshop med elevrådet ved Børresen ungdomsskole i 2020.

Prosjektet gjennom Prospera ble igangsatt februar 2021 med avslutning mai 2021.



## 2.0 OPPDRAGET

Drammens Ballklubb ønsker å skape en møteplass for lokalmiljøet. Hvor det ikke er krav om noen organisert aktivitet, men hvor det er mulig å bare slappe av og være venner og bekjente, uten å måtte kjøpe noe, men ha muligheten om noen ønsker det. Det skal være et hus der mennesker i alle aldre og livssituasjoner føler fellesskap og synes det er trygt og godt å møtes.

Bygget forventes ferdigstilt høsten 2022, og vil være en integrert del av dagens klubbhus. Innholdsmessig vil det nye bygget romme to etasjer, der 2.etg er avsatt til E-sport aktiviteter og kontorer. 1.etg har et areal på ca. 80 kvm som skal inneholde aktiviteter som tiltrekker seg nærmiljøet uansett om du er medlem i DBK eller ikke.

Dette var utgangspunktet da vi startet vårt oppdrag:

- Alle beboere i området Øren og omkringliggende bydeler
- Etter innspill fra DBK konsentrerte vi oss om målgruppa 13 til 19 år. Både ungdom som bor i nærområdet, medlemmer og de som ikke nødvendigvis er tilknyttet DBK fra før av.

Overordnede ønsker fra DBK:

- Lignende konseptet til "Meråpent Bibliotek"
- En åpen og inkluderende arena - for alle - til "alle tider på døgnet" (07-23)
- Kreativ utfoldelse

- Selvgående aktiviteter for prioritert målgruppe (innenfor tidsrammer og så langt det lar seg gjøre)

Prosjektteamet har definert oppdraget inn i følgende mål basert på leveransen:

1. Kartlegge faktorer for konsept, etablering og drift for at bygget skal oppnå sin hensikt.
2. Foreslå aktiviteter for brukergruppen for 1.etasje i nytt bygg.
3. Gi innspill til innredning i rommene i 1. etasje.
4. Lære bort ide-metoden til DBK slik at DBK kan fortsette prosessen, supplert med metodebok.

### 3.0 BEGRENSNING FOR PROSJEKTET

Prospera-teamet har gjennom innsikthenting og i dialog med DBK valgt å begrense oppdraget til å omhandle aldersgruppen 13 - 19 år.

2.etg i det nye bygget er dedikert til administrasjon og E-sport aktiviteter har Prospera-teamet valgt å fokusere på 1.etg. som utgangspunkt for prosjektet.

Prospera-teamet fant det naturlig å konsentrere seg om denne aldersgruppen både på grunn av at den har en sterk gruppetilhørighet til den nyetablerte e-sportgruppen samt at gruppen trenger et tilbud i nærmiljøet og et tilbud som fanger opp de som faller fra den organiserte idretten. Selv om vi har begrenset oss til en målgruppe, er ikke nødvendigvis leveransen begrenset til å bli suksessfull kun for denne målgruppen. Metodene som blir presentert i denne rapporten kan brukes til å utvikle nye og tilpassede konsept for alle målgrupper.

Covid-19 har satt noen begrensninger i prosjektet ved at man ikke har hatt mulighet til å gjennomføre fysiske møter eller workshops. Vi er også klar over at svarene som vi får i spørreundersøkelsen og workshop kan bære preg av situasjonen vi befinner oss i våren 2021.

## 4.0 METODE - TEORI

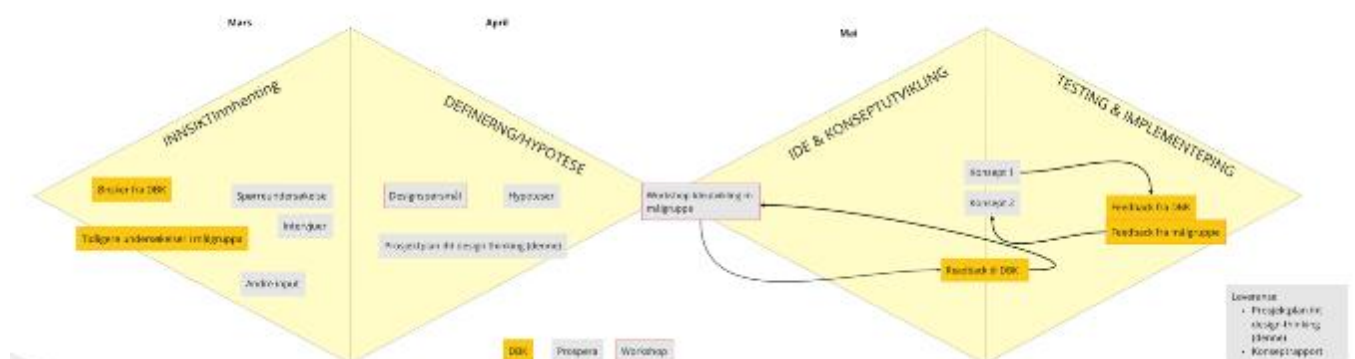
I dette prosjektet ble det brukt en tilpasset metodetilnærming heretter kalt "DBK- metoden" og prosjektteamet har brukt tid på å finne riktig verktøy slik at DBK kan lære den og adaptere den til senere prosesser. Den tilpassede metoden er basert på flere verktøy som blir presentert nedenfor.

### 4.1 Tjenstedesign

Tjenstedesign er en metode og et tankesett for å utvikle brukerrettede og helhetlige tjenester, samt å få organisasjoner til å sette brukeren i sentrum. Ved bruk av denne metoden har vi engasjert enkelte brukere (medlemmer av DBK) til å bistå oss i prosessen om å utvikle konsepter vi mener vil være verdifulle for fremtiden.

### 4.2 Fire faser i en typisk tjenstedesign prosess

I dette avsnittet forklares tjenstedesign metodikken og dens fire faser. Dette er ingen fasit eller streng mal, men fire ulike faser i en utviklingsprosess som "glir litt" inni hverandre. Det betyr at man går frem og tilbake mellom de ulike fasene ved behov. I dette prosjektet har vi valgt å konkret vise hvordan hver fase kan gjennomføres med spesifikke metoder og verktøy.



Oversikt over de fire fasene i tjenstedesignmetodikk med tilhørende aktiviteter

#### 4.2.1 Innsikt

Denne fasen handler om å identifisere brukeren eller brukerne (også kalt målgruppe). Hvem er det egentlig som skal benytte seg av tilbudene, og hvem ønsker vi å fokusere på? Denne fasen handler om å innhente informasjon om brukerne og identifisere deres behov.

Behovene skal kunne forklares i enkelhet, men kan være både praktiske og emosjonelle. I workshop gjennomført med Elevrådet på Børresen Ungdomsskole kom det frem følgende utsagn: «Behov for å ha et fysisk sted å treffe venner utenfor hjemmet og skole», eller «Behov for å møte likesinnede mennesker og danne meningsfulle relasjoner». To sider av samme sak? Kanskje, men ikke nødvendigvis. Disse utsagnene ble utgangspunktet for prosjektteamets innsiktsfase. Denne fasen er viktig fordi løsning og konsept skal bygge på reelle behov.

**Mer om hvilken metode vi brukte for å hente innsikt og hvordan vi gjorde det under kapittelet med navn "DBK-metoden".**

Innholdet fra valgte metoder analyseres før man går videre til neste fase. Denne analysejobben kan gjøres via f. eks tematisk analyse. Her ser man på et tema for seg, før man ser hvilke temaer som er oftest nevnt eller viktigst. Dette bringer oss over til neste sted i tjenestedesignfasen;

#### 4.2.2 Definerings og hypotese

Denne delen handler om å velge ut de brukerbehovene man synes er viktigst å fokusere på. Det vil si at man fokuserer på noe, og lar noe annet være. Dette kan være utfordrende, og en del av å begrense/spisse prosjektet.

I denne fasen omformulerer man gjerne behovene til designspørsmål/hypoteser. Eksempel: Behovet «fysisk sted å treffe venner utenfor hjemmet og skole», vil da kunne lyde som «Hvordan kan DBKs lokaler bli et attraktivt sted for brukeren å treffe venner?»

Det er en rekke øvelser man kan gjøre for å avstemme og avgrense hvilke behov og design spørsmål man går videre med. Et behov kan gjerne ha flere designspørsmål/hypoteser.

Innhold i denne fasen kan typisk være oppgaver og verktøy relatert til:

- Forståelse av brukerens behov
- Utvalgelse av en eller flere målgrupper, hvilken målgruppe er «viktigst» å fokusere på i første omgang?
- Utforming av hypoteser (sitter man med noen antakelser på forhånd man ønsker å få bekreftet / avkreftet?)
- Prioritering av øvelser. F. eks avstemning, evt. diskusjon

***Hvilken metode prosjektteamet brukte er beskrevet under avsnittet "Design Spørsmål".***

#### 4.2.3 Idé- og konseptutvikling

Dette er den fasen som kanskje er morsomst. Det er ganske enkelt å hoppe til denne fasen med én gang, allerede ved prosjektoppstart er det spennende å tenke ut idéer: «Hva hvis vi hadde laget en ballbinge for voksne!?!». Joda, viktige tanker, og kanskje nyttige også, men hva hvis ingen brukere egentlig har behov for en ballbinge?

Derfor er det viktig at konseptene svarer til design spørsmålene. Denne fasen er krevende, og bør fasiliteres med en god plan på forhånd og noe streng avgrensning.

Typiske oppgaver og innhold for denne fasen kan være brainstorming, utfylling av idékort og designkritikk.

***Mer om hvilken metode vi brukte for idé- og konseptutvikling under avsnittet "Workshop 1.0"***

#### 4.2.4 Prototyping og testing

Dette er fasen hvor man har bestemt seg for hvilke konsepter man skal utarbeide.. Før spesifikke idéer bestemmes, bør man innhente brukerinnsett på nytt (se metoder for fase 1). Det betyr at man får invitere brukerne til å gi deres synspunkter før man velger en eller flere idéer. Dette er for å sikre at idéene svarer til reelle behov. Det er flere måter å teste ut idéer på, som f.eks:

Brukerinnsett er viktig for å verifisere idéene før vi bruker for mye tid på dem, det vil si at vi ønsker å sikre kvalitet på arbeidet før vi går videre med valgte konsepter. Derfor er



brukerinnsikten i denne fasen med på å hjelpe oss til å ta bedre design øvelser, minimere kostnader og forstå og lære mer om målgruppen og deres behov.

*Mer om hvilken metode vi brukte for å planlegge for brukertesting og ny innsikt i avsnittet som heter "Workshop 2.0".*

## 5.0 DBK- METODEN

### 5.1 Innsikt

For å skaffe innsikt om behovene samt forstå ønsker og avklare forventninger, ble det i innledende fase holdt møte med klubbkoordinator, representant for styret samt bydelskoordinator fra Drammen kommune. Teamet ble forelagt dokumentasjonen som blant annet inneholdt resultater fra arbeidsmøte med Børresen skole og tegninger av bygget. I tillegg til å ha analysert overlevert materiale har teamet skaffet innsikt ved å lese rapporter fra lignende prosjekter, nettsider og sosiale medier. Teamet utarbeidet en generell intervjuguide som er et bredt sett med spørsmål. Det dannet grunnlaget for spørsmålene i spørreundersøkelsen. Spørsmålene i spørreundersøkelsen ble spisset til målgruppen 13-19 år.

Spørreskjemaet ble sendt ut til medlemmer og noen utvalgte klasser ved skoler i nærmiljøet i den definerte aldersgruppen. Det kom inn ca. 60 svar. Se vedlegg spørreundersøkelsen.

Svarene som samstemte best med elevundersøkelsen fra Børresen skole ble identifisert og dannet grunnlaget for videre arbeid med design spørsmålene.

### 5.2 Spørreundersøkelse

Svarene på spørreundersøkelsen kan oppsummeres slik:

- Flesteparten av respondentene (90%) er medlem av DBK. Vi skulle ønsket oss flere svar fra ikke-medlemmer i DBK.
- Respondentene ønsker seg mest å møte venner, slappe av, utføre enkelte aktiviteter (som bordtennis) og ha muligheten til å kjøpe seg litt snacks.
- Det er noe interesse for å lære seg noe nytt, f.eks å lage spennende matretter
- Et flertall av respondentene (71%) ønsker seg delvis selvbestemmelse i lokalet
- 65% er interessert i leksehjelp
- Det er høy interesse for å ta litt ansvar og passe på stedet i åpningstiden, men halvparten (55%) ønsker ikke å ha ansvaret alene
- Ønsket til å betale for å delta på arrangement virker til å ligge mellom 50 til 100 kr.
- Det er liten interesse av å leie/låne bøker, samt konkurranser eller musikk i lokalet
- Det er noe interesse for offentlige tjenester i lokalet som helsesøster og psykolog

### 5.3 Design-spørsmål

Ved å bruke en kreativ tilnærming kalt "Hvordan Kan Vi", er det enkelt å omformulere temaer og utsagn slik at man kan finne innovative løsninger på problemstillinger og utfordringer. Resultatet av en slik tilnærming kalles "Designspørsmål".

Designspørsmålene for DBK ble utarbeidet av Prosjektteamet på bakgrunn av hovedfunnene fra spørreundersøkelsen. Andreas i teamet leste igjennom resultatene i

spørreundersøkelsen og formulerte forslag til designspørsmål. Teamet var enig i at designspørsmålene var fornuftige ut fra spørreundersøkelsen. Spørsmålene ble også kvalitetssikret i et møte med leder Lisa Watson i organisasjonen Tverga.

Designspørsmålene er:

Hvordan kan man få seg litt snacks i lokalet?

Hvordan kan man møte venner på best mulig måte i lokalet?

Hvordan kan vi skape et avslappende og uhygtelig lokale?

Hvordan kan vi ivareta at ungdom får føle et ansvar og har eierskap til lokalet?

## 6.0 WORKSHOP 1

Den første workshopen ble avholdt 19. april og hadde "idé og konseptutvikling" som tema. Pga. situasjonen med Covid - 19 ble workshopen holdt digitalt via verktøyet Miro.

Informasjon:

Fasilitatorer: Margrethe & Egil

Deltakere fra Drammen BK: Ola, Frode

Ungdommer mellom 13-16 år: Even, Eskil, Iselin, Filip, Emilie og Karoline

Deltakere fra Prospera: Charlotte, Kari, Noli, Rannveig

Tid: 90 minutter

Ved å involvere faktiske brukere i målgrupper (ungdommer mellom 13-16 år) fikk vi en workshop med relevante brukerbehov, og en mulighet til å diskutere og sparre med brukerne direkte. Dette er en kjempestor fordel, blant annet fordi det skaper eierskap for ungdommene til konseptene, ettersom de har fått lov til å delta i utformingen.

Målet for workshopen var hovedsakelig to ting;

- 1) Å sammen jobbe med spesifikke idéer som Drammen BK kan videreutvikle
- 2) Kunnskapsoverføring, i form av at DBK lærer konkrete metoder og verktøy for idé- og konseptutvikling og kan gjennomføre lignende aktiviteter på senere tidspunkt. Materialet i Miro kan gjenbrukes, og selve brettet er i deres eierskap (uten lisens eller annen kostnad).



Ovenfor er et skjermbilde av fire oppgaver som ble arbeidet med, og under er oppgavene forklart i tekst:

**Øvelse 1:** Brain Dumping: I denne oppgaven er målet å være kreativ og tenke helt "utenfor boksen". På 90 sekunder per design spørsmål kom deltakerne med så mange ideer som mulig. En ide per post it lapp. Vi tok utgangspunkt i de fire designspørsmålene, basert på innsikten som ble samlet. Innsikten avdekket mange viktige brukerbehov, og i denne workshopen ble fire av dem prioritert.

1. Hvordan kan man få seg litt snacks i lokalet
2. Hvordan kan man møte venner på best mulig måte i lokalet?
3. Hvordan kan vi skape et avslappende og uhyøytidelig lokale?
4. Hvordan kan vi ivareta at ungdom får føle et ansvar og har eierskap til lokalet?

**Øvelse 2:** Gruppering av idéene. Vi så at mange av post-it lappene som kom på brettet var noenlunde like eller lignet hverandre. Som gruppe snakket vi høyt og diskuterte hvilke lapper som lignet på hverandre og som kunne "kategoriseres" sammen. For å visualisere, flyttet vi på post-it lappene og ga de ulike kategoriene forskjellige farger. Da fikk vi bedre oversikt over hvor mange like og ulike idéer vi hadde på brettet.


**Øvelse 3:** Stemme på idéene, eller 'Dot Voting' som denne øvelsen kalles opprinnelig. Alle workshop deltakerne fikk utdelt tre stemmer som de kunne plassere på de idéene de syntes var morsomst, viktigst og mest spennende å jobbe videre med. Ved denne øvelsen var det tydelig at noen idéer var "kulere" enn andre. Det gjør prioriteringen enklere for neste steg, hvor vi arbeidet grundigere med de idéene som fikk flest stemmer. Det som er en stor fordel med Miro er at man kan ta backup av post-it lappene underveis, slik at ingen idéer "kastes". Det betyr at man kan gå tilbake til materialet på et senere tidspunkt og hente opp igjen lappene.

De prioriterte idéene som ble tatt med videre var;

1. Kiosk
2. Innredning av lokalet
3. Å skape møteplasser for ungdommene

**Øvelse 4:** Idékort handler om å gjøre ideene om til konsepter. Hver idé får en egen mal der spesifikke spørsmål fylles ut. Hvordan bruker ideen teknologi, hva er bra med ideen, hva er vanskelig, hvordan finansieres den, grad av innovasjon, hvem må involveres etc. Det vil si at vi nå skulle velge idéene vi ønsket å arbeide grundigere med.. Man kan si at en idé er en tanke, en mening, noe "løst og ledig". Et konsept er en gjennomarbeidet idé. I denne øvelsen delte vi opp i grupper, som diskuterte sammen i hver sine grupperom. Sammen jobbet gruppene med å fylle ut kortene.

*Skjermbilde av et av idékortene:*

IDÉKORT		TITTEL
<b>Problembeskrivelse</b> Hvordan fungerer ideen og hvordan bruker man den?		
I hvilke situasjoner blir ideen brukt?	I hvilke situasjoner blir ideen brukt?	Hvilke typer brukere eller grupper?
Hvilke typer brukere eller grupper?	Hvilke typer brukere eller grupper?	Hvilke typer brukere eller grupper?
<b>Hvordan ser ideen ut?</b> Illustrer ideen her:		
		
<b>Hva er utfordringene med ideen?</b>		
Hvilke utfordringer har ideen?	Hvilke utfordringer har ideen?	Hvilke utfordringer har ideen?
<b>Hvordan blir hverdagen til innbyggerne bedre?</b>		<b>Hvordan blir det teknologisk?</b>
<b>Hvordan vurderer ideen til våre deltagere?</b>		Kvalitet    Tid

## 7.0 WORKSHOP 2

Den andre workshopen ble avholdt 3. mai og hadde testing av "idé og konseptutvikling" som tema. Verktøyet Miro ble valgt.

Informasjon:

Fasilitator: Margrethe

Deltakere fra Drammen BK: Ola, Frode, Renate, Hans Einar

Ungdommer mellom 13-16 år: Eskil, Einar, Casper

Deltakere fra Prospera: Charlotte, Kari, Noli, Andreas

Tid: 90 minutter

Slik som sist valgte vi å involvere faktiske brukere fra målgruppen (ungdommer mellom 13-16 år). Dette sikrer at vi ivaretar brukernes interesser gjennom hele prosessen, og at de får være med på planleggingen og testingen av konseptene. Ungdommene som deltok på workshop 2.0 var ikke de samme som på workshop 1.0 (utenom Eskil).

Målet for workshop 2.0 var hovedsakelig to ting;

- 1) Å se på idèene fra workshop 1.0 med nye øyne og videreutvikle dem.
- 2) Å planlegge for hvilke metoder man kan bruke til å hente innsikt som feedback på konseptene.



Screenshot fra Miro-brettet - [https://miro.com/app/board/o9J\\_IPF0Xwo=](https://miro.com/app/board/o9J_IPF0Xwo=)

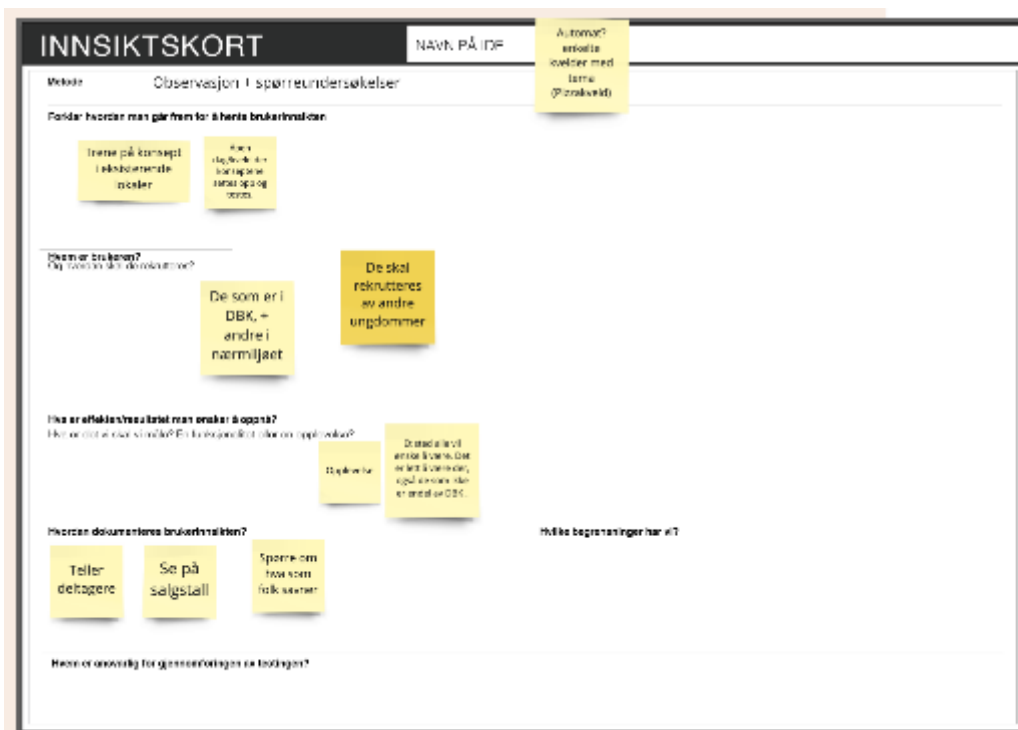
**Øvelse 1:** Videreutvikling av idékortene fra sist. Deltakerne i workshoppen ble oppdelt i tre grupper, hvor én ungdom, én representant fra Drammen BK, og et medlem fra Prospera-teamet arbeidet sammen. De tre idèene vi stemte på i sist workshop ble nå tittet på med nye øyne, og dette var idèene ved navn; *“Ungdomseierskap”*, *“Kiosken”* og *“Soneinndeling”*. Hver av gruppene diskuterte sammen i Google meets rom, og fylte ut de eksisterende idékortene i Miro. Målet med øvelsen var å gå gjennom idèene på nytt og sjekke om det finnes elementer ved idèene som ikke er utviklet.

**Øvelse 2:** Designkritikk. I denne oppgaven er målet å gi konstruktive tilbakemeldinger på idékortene. Hver gruppe presenterte sine idékort og via en åpen diskusjon i gruppen fikk vi gått gjennom spørsmål eller andre innspill. Poenget med å gi designkritikk er å vurdere svakheter som vi kan adressere på et tidlig stadiet, rett og slett for å gjøre konseptet best mulig. Tanken er at tilbakemeldinger vil avdekke mangler som er billigere og enklere å avdekke på et tidlig tidspunkt. Læringen er stor i denne oppgaven. Både de som mottar tilbakemeldingene og de som stiller kritiske spørsmål vil mest sannsynlig se idèene i et nytt lys.

**Neste del i workshoppen** var å planlegge for hvordan man kan hente brukerinnstikt for å teste idèene. Som i innsiktsdelen i fase 1 må vi hente tilbakemeldinger. Dette er for å forstå og virkelig sette oss inn i hvorvidt våre idèer svarer til det ungdommene ønsker seg. Brukerinnstikt hjelper oss med å sikre kvalitet på arbeidet slik at vi kan ta bedre avgjørelser. Samt hjelper innsikten oss i å prioritere og lage løsninger som sentrerer rundt hva ungdommene faktisk vil ha. Videre vil vi kunne forstå enda mer om målgruppen, og ikke minst avdekke hypoteser. Som i fase 1 er det mange metoder man kan benytte for å hente brukerinnstikt. Det kan blant annet være observasjon, spørreundersøkelser, intervjuer, etc.

### Øvelse 3: Innsiktskort.

Denne oppgaven handler om å konkret planlegge for hvordan man vil hente brukerinnstikt. På samme måte som med idékortene er det konkrete felter man skal fylle ut. Når disse feltene er fylt ut, utgjør det en plan for hvordan man skal teste konseptet. Denne øvelsen er ganske konkret, hvordan vil man gjøre det, og hvem ønsker man å involvere?



Screenshot av et av innsiktskortene i Miro

I denne øvelsene jobbet gruppene sammen for å fylle ut feltene. Vi ble ikke helt ferdige med denne jobben, men det er faglig krevende og kanskje noe vanskelig. Denne jobben kan bli noe metodisk, men det viktigste ved å hente tilbakemeldinger er å aktivt søke informasjonen. Fungerer konseptet? Bruker ungdommene det og synes de det er kult?

Vi avsluttet workshopen med å diskutere løst rundt dette. Vi brukte konseptet "Kiosken" som et eksempel. En god indikator på at dette konseptet fungerer kan f. eks være at den blir brukt daglig, eller at varene blir utsolgt. En annen måte å teste det samme konseptet på kan være å dele ut en spørreundersøkelse før man bygger den. Hvilken mat og hvilken snacks ønsker ungdommene seg? Brukerinvolvering er viktig i tjenstedesign og er viktig å ikke glemme i testfasen.

## 8.0 FUNN OG RESULTAT

### FUNN - Workshop 1 og 2

Det er en lang prosess å utarbeide konsepter, teste disse og så etablere og implementere. Prospera teamet valgte å gjennomføre to workshoper der hensikten var å etablere et eierskap og starte en prosess som DBK kan jobbe videre med under og frem til utbyggingen av klubbhuset er ferdigstilt.

Under workshop 1 kom det mange ideer inn under øvelsen Brainstorming. Disse ble i fellesskap sortert og gruppert etter likhets grad og kategori. Etter sorteringen ble det gjort et valg av de som deltok basert på hvilke ideer man synes var mest interessant, viktigst og burde prioriteres i første omgang.

Valget ble gjennomført gjennom at deltakerne stemte digitalt "do dot" beskrevet under metode.

De tre ideene som fikk flest stemmer og som ble tatt med videre i prosessen var:

1. Hvordan innrede lokalet på en effektiv og attraktiv måte

2. Hvordan skape en effektiv kiosk/spisearena i lokalet
3. Hvordan ivareta ungdom slik at de kjenner et ansvar og eierskap til lokalet og klubben

Arbeidet i workshopen ble videreutviklet og spisset i workshop 2.

### 8.1 Hvordan innrede lokalet på en effektiv og attraktiv måte

Denne ideen handler om å skape et lokale etter ungdommenes ønsker. Det å ta med de unge fra starten av planleggingen gjør at man får unike innblikk i hvilke behov og ønsker ungdommene har. Diskutere med og lytte til "ekspertene" gir et unikt innblikk i hva som skal til for at ungdommene vil bruke lokalet og samtidig skape et eierskap til lokalet som blir viktig for videre drift. Både med tanke på ansvar og lysten til å ta vare på innredning og delta på dugnadsarbeid.

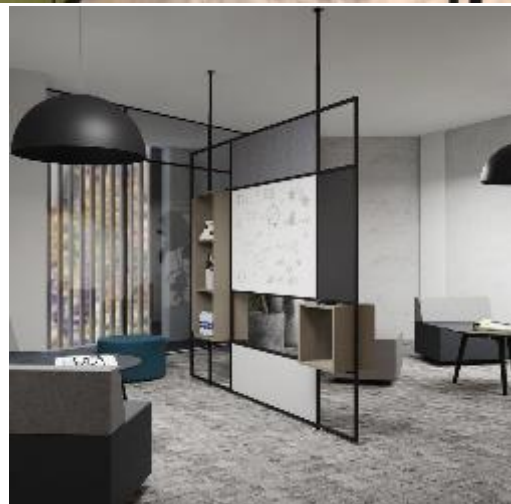
Innredningen - Inndeling av rommet og ønske om funksjonelle møbler og innovative møbler.

Denne ideen handler om ønsket om moderne store installasjoner der det er mulighet for å trekke seg tilbake og slappe av. Det er et ønske om store sittegrupper med plass til "alle" blandet med avskjermede sittegrupper/sittemuligheter. Eksempel på leverandør finner dere her: [Degvold Kontormøbler AS - Rimelige kvalitetsmøbler til kontor og offentlig miljø \(degvoldkontormobler.no\)](http://degvoldkontormobler.no)









Avskjerming kan enten være mobile eller faste moduler.

Det kom frem under workshopene at det var et ønske om en mulighet for å se film og spille.

Samtidig var det ønske om tv-skjermer for film og spillkvelder (Playstation). Forslaget fra ungdommen var å etablere skjermer og sittegrupper langs veggene, med plass til mange, og med en plassering slik at man kan se skjermene fra ulike vinkler i rommet.



*Følgende ble fremhevet:*

1. Flyttbare, mobile møbler blandet med faste installerte møbler.
2. Lesekrok med leksehjelp
3. Fargekoder: Som definerer ulike områder. Forslaget var både å bruke gulvet i form av klistremærker. En løsning som er enkel og kan lett endres og reverseres, eller male sonene i ulike farger for å vise ulik aktivitet.
4. Ønske om å skape en stillesone til avslapping og mulighet til å trekke seg unna

Spørsmål og diskusjon:

Hva skaper wow-faktoren? Burde man overveie en interiørarkitekt?

## 8.2 Hvordan skape en effektiv kiosk/spiseplass i lokalet

Denne ideen handler om å skape en mulighet til å kunne kjøpe og lage seg noe å spise eller drikke. Det kom tydelig frem både i spørreundersøkelsen og under workshopene at det er et stort ønske om at det legges til rette for at den planlagte kiosken skal både inneholde mat og

snacks muligheter. Det kom et forslag om å involvere de unge i driften både i form av ansvar for innkjøp og gjennomføring av kiosksalg.

Forslag til betaling kunne f.eks være at det ble innført et poengsystem der de som involverte seg i kioskdiriften fikk poeng for det de gjorde og disse kunne utløses i form av varer i kiosken. Utover dette vil betalingsløsninger være vipps og betaling med kort.



Det kom tidlig frem at det var et ønske om en kaffemaskin i lokalet. Dette finnes det flere løsninger for. Her er det viktig å se på hva som kreves av rengjøring og vedlikehold. De kjente kjedene ble nevnt og vedlagt finner dere en løsning for Starbucks som finnes på Gløshaugen idrettsbygg i Trondheim. <https://underdusken.no/nyheter/sit-skal-selge-starbucks-kaffe-pa-campus/165827>



[Espresso House Barista Station til din virksomhet \(jdeprofessional.no\)](http://jdeprofessional.no)

Det finnes gode automat løsninger som allerede er etablert flere steder i landet.

Pizzagutta og PizzaProco er eksempler på maskiner og leverandører som allerede finnes tilgjengelig. Denne type automater er ikke avhengige av at det er mennesker til stede. De kan stå ute eller inne og er tilgjengelig hele døgnet.





Kiosk ideen er ikke kun begrenset til salg og kjøp av spesifikke varer, men det er også ønske om å legge til rette for å inkludere arrangementer som felles middager, taco og pizzakvelder der ungdommen står for å lage maten, dekke bord og rydde opp etterpå.

Her ved å benytte tilstøtende storkjøkken til å supplere.

Det var også et ønske om å utvide det populære tilbudet om smoothie laging (Hans Einar leder for SFO) har startet opp.

Involvering og aktivisering av ungdom er et tema som går igjen. Ved å bruke kjøkkenfasiliteter kan det inviteres til diverse kurs i matlaging. Her kan f.eks etableres en kontakt og inngås et samarbeid med Smaksverkstedet.

<https://smaksverkstedet.no/vi-tilbyr/etter-skoletid/>



*Følgende ble fremhevet:*

1. Det er ønske om et mattilbud og kiosk som er åpen før kamper og aktiviteter. Forslag om automater som tilbyr sunne og litt mindre sunne alternativer. Dette for å slippe logistikk og bemanning
2. Skape engasjement hos ungdommen for å ta vakter - opprette poengsystem som betaling.

Spørsmål og diskusjon:

1. Hvem står ansvarlig for rydding?
2. Hvor ofte og hvor lenge skal kiosken bemannes? Hvilke kvelder?
3. Hvordan skape konsepter som utkonkurrerer McDonalds og hindrer ungdommen til å dra ned til Drammen?
4. Egne arrangement for matlaging eller som en del av en annen aktivitet?
3. Full autonomi hos ungdommen eller delvis styrt av voksne?

### 8.3 Hvordan ivareta ungdom slik at de kjenner et ansvar og eierskap til lokalet og klubben

Dette konseptet handler om å skape involvering av de unge i klubbhuset.

For å skape eierskap og autonomi bør ungdommenes stemmer bli hørt og representert.

Et forslag som kom inn var opprettelse av et ungdomsråd der de unge selv har en kontaktbase og har en felles stemme inn i klubbens styre. Det ble diskutert flere former for sammensetning og opprettelse av rådet.



Her er noen av prinsippene for oppbygging som kom frem:

- Ungdomsrådet får et paraplyansvar for å representere ungdommens stemmer og initiativ.
- S sammensatt av 4-5 ungdomsrepresentanter som dekker aldersgruppen mellom 15-19 år - en felles stemme.
- Av disse velges en representant som har til oppgave å informere og delta i klubbens styremøter ved behov.
- Rådet er tilknyttet huset, ikke som en del av klubben forøvrig.

Utvelgelse:

- Hvert år stemmes det på nye representanter til ungdomsrådet. Klubbhus medlemmer stemmer på utpekte kandidater. Kandidatene bør ha vist interesse for å delta og god kjennskap til huset. Systemet kan være likt det vi kjenner fra elevrådet på skolen.

Kommunikasjon: En Slackgruppe med kombinerte fysiske møter . De bør ha kontinuerlige møter en gang om måneden. [Where work happens | Slack](#)

Ansvarsområder:

- Skape aktiviteter og arrangement herunder planlegge, gjennomføre og evaluere. De må gjennomføre spørreundersøkelser, fellesmøter og opprette arrangementskomiteer der dette er behov. Arrangement som kom frem på workshopen og som bør ligge i årshjulet og utvikles videre er arrangementer som gjentar seg og ungdommen forventer og gleder seg til. Halloween, Valentines, Quiz Nights, VM/EM maraton, Discokvelder osv.
- Planlegge for gode aktiviteter i skolens ferier. Her et eksempel fra høstferien på Rykkinn fritidshus i Bærum.



# HØST PÅ RYKKINN

## GRATIS AKTIVITETSTILBUD HELE HØSTFERIEN

### ENDRINGER I PROGRAMMET KAN FOREKOMME

<b>MANDAG</b>	TUR TIL TUSENFRYD 12+	FRILOFTSSKOLEN KLETT, ANDELIEN OG LARSEN PÅST 20	PLANKOLEKTORAL SKATEKURS HYBESØNNERE SKATESSISJON + DJ-SET
<b>MANDAG</b>	SELVFORSVARSKURS FOR JENTER (12-16 ÅR)		
<b>TIRSDAG</b>	MATTYRSIS - 7 TRINN OG 8 - 10 TRINN MÅLE- OG TEIENERSIS (2-5 TRINN OG 6-10 TRINN)	FRILOFTSSKOLEN KLETT, ANDELIEN OG LARSEN PÅST 20	PLANKOLEKTORAL SKATEKURS HYBESØNNERE SKATESSISJON + DJ-SET KONSERT GANGNE PÅ PUNKT KLUBB
<b>TIRSDAG</b>	SELVFORSVARSKURS (5 - 7 TRINN OG 8 - 9 TRINN)		
<b>ONSDAG</b>	MATTYRSIS - 7 TRINN OG 8 - 10 TRINN MÅLE- OG TEIENERSIS (2-5 TRINN OG 6-10 TRINN)	FRILOFTSSKOLEN KLETT, ANDELIEN OG LARSEN PÅST 20	PLANKOLEKTORAL COSPLAY WORKSHOP STAND BY + IMPROKURS SPYAKTIVE PÅ MARIU PLATTE ATV-KJØRING PÅ MOTORSENTERET
<b>ONSDAG</b>	SELVFORSVARSKURS FOR JENTER (12-16 ÅR)		
<b>TORSdag</b>	MATTYRSIS - 7 TRINN OG 8 - 10 TRINN MÅLE- OG TEIENERSIS (2-5 TRINN OG 6-10 TRINN)	<b>PAINTBALL</b> KLETT, ANDELIEN OG LARSEN PÅST 20	PLANKOLEKTORAL SAMING OG SPILL KONSERT OG KLATTING
<b>TORSdag</b>	SELVFORSVARSKURS (5 - 7 TRINN OG 8 - 9 TRINN)	FRILOFTSSKOLEN KLETT, ANDELIEN OG LARSEN PÅST 20	FORRETTSLER MED BARN PÅST 20, 21 OG 22
<b>FREDAG</b>	FORRETTSLER FOR ETTERLÆRER MED BARN (PÅST 20, 21 OG 22) OG FOR NYTT UTVALGT TILBUD AV NÅRINGSLEK OG PÅST 20 NYTT UTVALGT DET ER BISSÅ LER PÅ LØRDAG!	<b>KOLLEKTEKOLLEKTORAL</b> SKATEKURS PÅST 20, 21 OG 22	PLANKOLEKTORAL AKTIVITETSLER OG KINO ATV-KJØRING PÅ MOTORSENTERET

**PÅMELDING VIA MAIL OG SMS**  
ANNA / ALIKEN / ANNA OG ANNA FORSATT / AKTIVITET  
UNDERKUNDFRITTE@BAERDAL.COMMUNE.NO  
SMS: 93 47 83 88

**TRENGER DU HJELP TIL SMÅREPERASJONER?  
ELLER TIL Å SETTE I STAND SYKKELEN DIN?**  
KOM PÅ GRATIS OG SOCIAL REPARASJONSKAFFÉ  
ÅPNING TORSDAG 1. OKTOBER 17:00 - 20:00  
PÅ RYKKINN GRENDELIS



- Delta i opprettelse og styring av kiosken. Ungdommens stemme når det kommer til innredning, innhold og styring. Når kiosken er i drift vil rådet være rådgivende i prosessen ved endringer, tilpasninger og gjennomføring.

Mentor:

Ha en eller to voksne som er mentorer som støtter ungdommene hele veien. Dette kan være ansatte, styremedlemmer eller frivillige foreldre.

*Følgende ble fremhevet:*

1. Utfordring: Manglende engasjement og ønske om å delta i rådet. Dersom det ikke skapes tidlig eierskap og involvering hos ungdommen vil det bli vanskelig å få de til å delta.  
Råd: Sett av tid til å informere og involvere ungdommen i prosessen med oppbygging og etablering av huset. Opprettelsen av ungdomsrådet kan skje så fort som mulig. DBK har gode representanter i de ungdommene som deltok i workshopene.
2. Hva skal til for å bli med? Er en stemme nok? Tenk nøye igjennom og skap en tydelig verdi for hvorfor ungdommen skal delta og engasjere seg. Hvor mye betyr deres påvirkning for resultatet?

### Spørreundersøkelse

Spørreundersøkelse for å skape og undersøke interessen for konsepter og innhold kan gjennomføres hele veien. Her kan det benyttes f.eks Google survey. Eksempel på en slik finner dere under datainnhenting og kan enkelt formes her:

<https://www.google.com/forms/about/>

Spørsmål som et slikt spørreskjema kan inneholde kan være:

Synes du at ungdommer skal ta en aktiv rolle i klubbens oppbygging og fremtid?

Hadde du vært interessert i å delta i en slik prosess?

Hvor skulle ungdommer være involvert?

1. renhold
2. kiosken
3. arrangementer
4. drift
5. innredning
6. Det skal opprettes et ungdomsråd i forbindelse med det nye klubbhuset. Rådet vil få en viktig stemme inn i prosessen med oppbygging og gjennomføring av det nye huset. Kunne du tenkt deg å delta i et slikt råd?

## 9.0 EVALUERING

Prosjektteamet brukte tid på å definere oppdraget og hvordan det best kunne løses fordi det var masse gode ideer og engasjement fra klubben som prosjektteamet ønsket å videreføre. Prosjektteamet har hele tiden sett for seg at prosessen som er startet skal videreføres og forankres i klubbens styre og struktur. Det var av den grunn viktig å involvere klubbens representant slik at metoden oppleves som enkel og overkommelig for vedkommende, og som kan resultere i målbare og realistiske konsepter for DBK.

Prosjektet har vært preget av situasjonen i Norge våren 2021, og en tettere samhandling i form av befaring, fysiske møter og samtaler hadde vært ønskelig. Blant annet er det en svakhet at prosjektteamet ikke vet hvor mange som faktisk fikk spørreskjemaet da det ble delt i flere kanaler av klubben.

Klubbens representant Ola Ekeberg Apenes sitt engasjement har smittet og prosjektteamet ser at den anbefalte metoden har falt i smak, og prosjektteamet har stor tro på at metoden blir videreført innad i klubben. Deltakelsen på Workshopene var veldig god og engasjementet var høyt. Det er viktig å ta det med seg videre inn i neste fase av "Nye klubbhus" - prosjektet.

## 10.0 VEIEN VIDERE

Prospera har fått gjennomført en prosess for å utvikle konsepter for det nye lokalet. Dette er bare steg 1 i en større prosess. Bruk av enkle verktøy, designmetodikk og fokus på brukere ga god effekt på kort tid. Vi fikk et meget godt innblikk i målgruppens ønsker og behov, og fikk kvalitetssjekket dette mot Tverga sitt resultat. Vi ble ikke ferdig med testing av konseptene, men det skal være enkelt å gå videre med disse for DBK.

Prospera vil gjerne gi noen gode råd for veien videre:

## 10.1 Involver

Få på plass ungdomsrådet først, og involver de brukergruppene som skal benytte seg av lokalet videre.

Involver via workshoper!

Om dere skal starte på nytt eller utvikle noe nytt, så se til vedlagt metodehåndbok. Enkelt både digitalt (feks Miro) og ved fysisk oppmøte.

## 10.2 Mål

Lag gode og enkle suksesskriterier for lokalet.

Dette har ikke vi gjort, og det falt seg ikke naturlig før konseptet er ferdig utviklet.

Hva er egentlig DBK sine kriterier for at lokalet fungerer som ønsket?

Dette kan være forventning til fysisk oppmøte i lokalet, salgsresultat, god score på spørreundersøkelse etc.

## 10.3 Test konseptet så realistisk som mulig

Dette kan man gjøre tidlig, både på tegnebrettet eller ved å bygge billige prototyper.

Hva med å kontakte en lokal leverandør for å kjøre en prøveperiode på vendingmaskin?

Ta gjerne kontakt med interiørdesigner for å finne hvilke muligheter som finnes, og hvordan man kan gjøre dette til en fornuftig pris.

## 10.4 Fleksibilitet

Planlegg og bygg lokalet så fleksibelt som mulig, slik at man kan endre konseptene etter en periode med drift. Feks, flyttbare møbler, generell LED-belysning og soner som lett kan justeres. Ungdommen i dag er ikke den samme som ungdom om 5 år.

Avslutningsvis vil vi si at det nye tilbygget klubbhuset har et stort potensiale for å ivareta forskjellige grupper av brukere. Med en god prosess i planleggingen av huset vil behovene til flere brukergrupper ivaretas. Den generelle intervjuguiden som er laget kan benyttes mot andre brukergrupper av DBK enn det dette prosjektet har sett på. Den inneholder et sett med forslag til spørsmål som skal stilles i et intervju, uavhengig av målgruppe (se vedlegg).

## VEDLEGG:

1. Interessenter/ Tverga
2. Spørreundersøkelsen
3. Metodebok
4. a) DBK ide test kort pdf  
b) DBK ide test kort docx.
5. Intervju og test guide
6. Link til Miro: [https://miro.com/app/board/o9J\\_IPF0Xwo=](https://miro.com/app/board/o9J_IPF0Xwo=/)