

A wooden bookshelf filled with books, serving as a background for the text. The books are arranged in rows, with some spines visible. The text is overlaid in a bright green color.

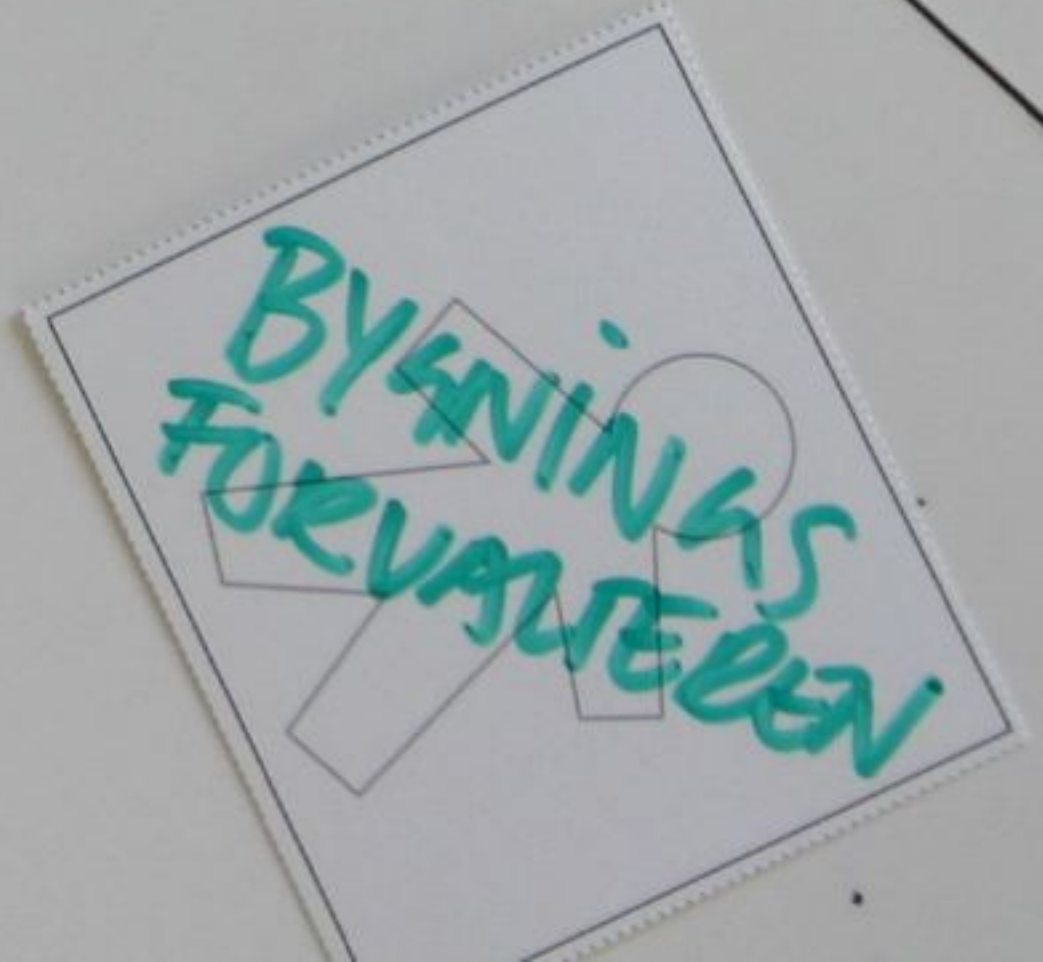
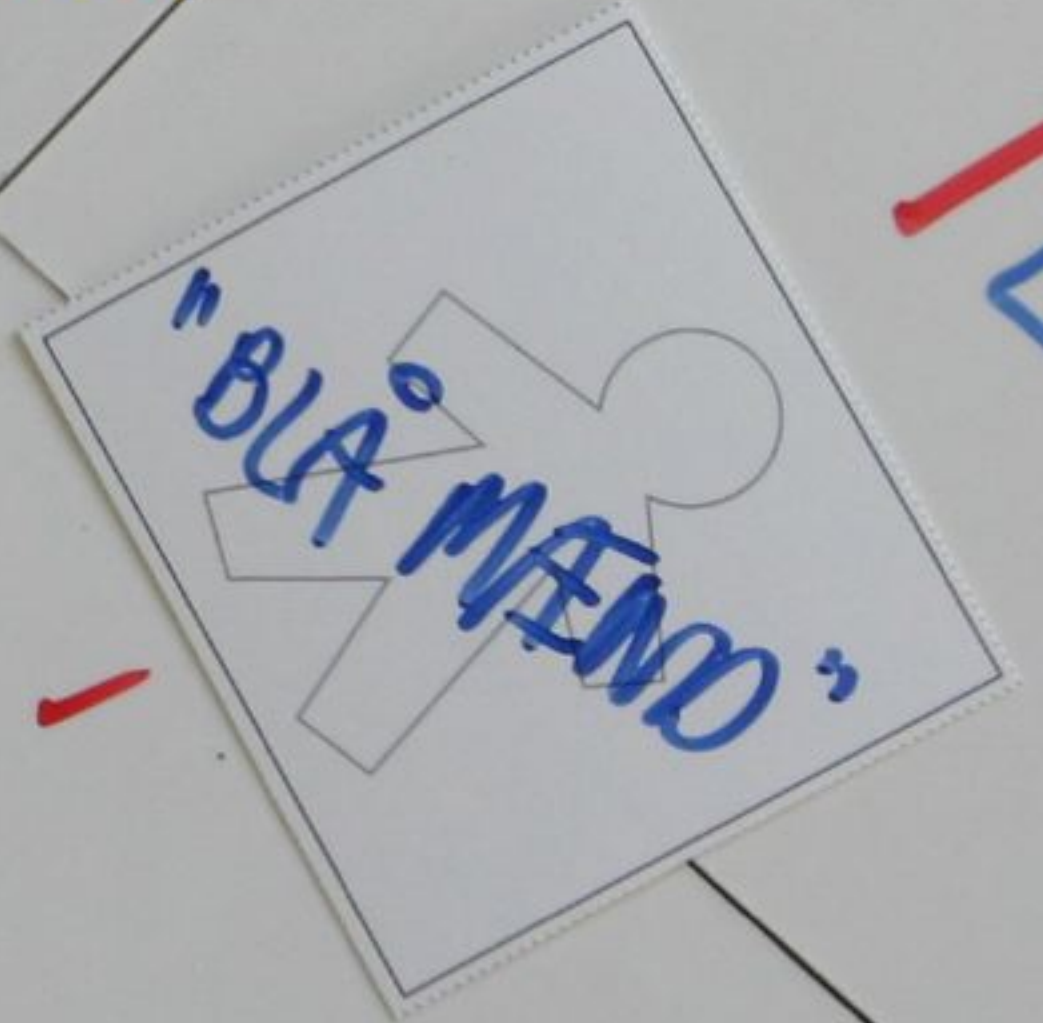
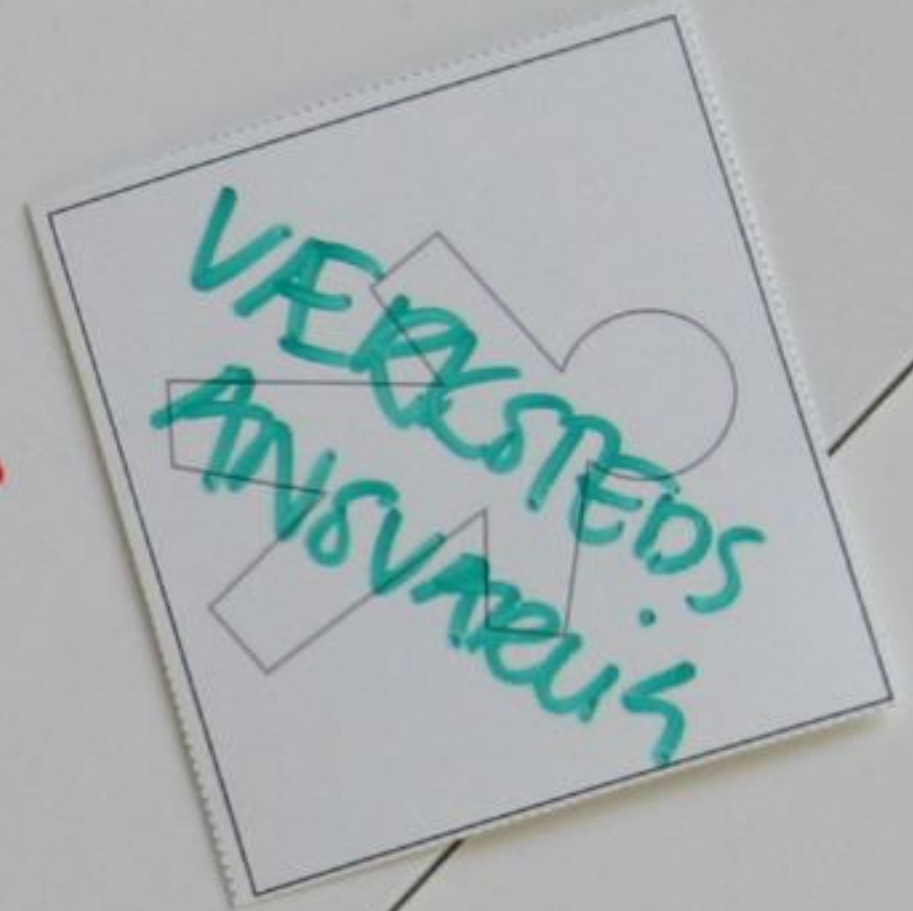
**Actionable design anthropology  
or how not to get stock on bookshelves**

**a roundtable discussion with  
Thomas Binder, DKDS  
Mikkel Ask Rasmussen, 3PART  
Johanna Eriksson, Sweco &  
Fredrik Ericsson, Ergonomidesign**

# All-in-a-box



# Engaging experience



# Conveying insights



1 2 3 4 5 6 7

# VORES SYV PROJEKT SKARPE

Projekt titel:

Vores Syv Projekt Skarpe er de skarpe udfordringer som passer til netop det projekt, I er i gang med. De kan relateres til DAIM projektets Syv Skarpe påstande om Affald – men ikke nødvendigvis.

I arbejdet med de forskellige materialer i boksen, startes for eksempel med løbende at skrive (og illustrere) overraskende indblik og vigtige pointer for projektet (midt i folderne). Siden hen defineres projektets egne skarpe overskrifter (øverst i folderne) og de anbefalinger, som skal være projektets pejlemærker (nederste i folderne).

– Regn med at beskrivelser og pointer bliver udfordret og spidsformuleret som projektet skrider frem...

01

UBEHAG VED SPILD

02

RELATIVT SYSTEM

03

VANDREHISTORIER

Enabling action

# DAIM at a glance?

SKARPE 04

## SITUATIONER

### 03 VANDRE- HISTORIER

Når man bevæger sig ind i folks forestillinger om affald, møder man et væld af vandrehistorier. Det er historier, der viser at tillid kan blive til mistillid og misforståelse.

Hver anden borger synes at have en historie om et sted eller en lejlighed, hvor det hele blev blandet sammen. Disse fortællinger bliver vandrehistorier som går fra mund til mund over hele landet.

“Her sorterede vi jo alt det grønne affald fra. Men en morgen så jeg med egne øjne, hvordan det hele blev blandet i skraldebilen” (kvinde, 48)

“Ja, jeg sorterer jo batterierne fra – men nogen siger at skraldemændene bare blander det sammen – jeg ved det ikke, de kører det jo væk i samme bil...” (kvinde, 36)

Et flertal af borgere ved ikke at skraldebiler kan have forskellige kamre, eller at de samme biler kan hente forskellige fraktioner på forskellige dage, eller at blandingskuber eftersorteres osv. De ved heller ikke hvis biogasanlægget er ude af drift og man derfor må blande sorterede fraktioner. Åbenhed og ærlighed også når systemet går ned, visuel info på biler og blandingskuber mv. er vejen frem.

Tillidsbrud og misforståelser mellem borgere og affaldssystem bliver til vandrehistorier om affaldssnyd. Kontrakter med borgerne må bekræftes af positive historier, der kan opveje de negative.

### 04 TÆNK I SITUATIONER

Vi lever i en tid præget af travlhed, hvor folk samtidig fra mange sider bombarderes med information, tilbud og opfordringer.

Det er blevet en videnskab at spise sundt, købe ansvarligt ind, være en god forælder osv. I et moderne informationssamfund som det danske er der særlige krav til affaldssystemet.

Man har brug for netop den information, som man har brug for til grundigt at lære affaldsforhold og bestemme behov for information på stedet, lige dér i den tid af tilfald i mange fraktioner: Lidt af det fra de røde postkasser på gaderne, skal den vej til, også gå forbi affaldscontainere. Man må kende dem og matche dem med nye former for indsamling og placering af steder og i sammenhænge, hvor vi ikke

DEN INDRE  
PLADSMAND

NÆSTEN  
INGEN SVIGTLÆS

ANSVARSZONER

DER BATTER

trucks, menschen von W...  
kann tagung offen inge...  
dry wipe from whiteboards •  
can be left uncapped for days...  
efficace à sec sur tableaux bl...  
sans capot ouvert à longue...

A box of tools?

BEBYGGELSENS  
EGNE KAMPAGNER

... NEMT SOM MULIGT



HVAD NU HVIS...

UDNYT VIDEN  
OG ENGAGEMENT



HVAD NU HVIS...

FLYGTIGE  
FÆLLESSKABER



HVAD NU HVIS...

GENBRUGS-  
GARDEN  
ÅBEN

# Design games?





# Learning from news media

REPORTAGER OG DESIGNIDEEER



På besøg

## VIL DU TALE MED OS I 5 MINUTTER?

Det er en kold januar eftermiddag udenfor Poppis Dyrecenter. Vi vil i dialog med dem på indkøb på Bangs Torv. Kan vi få deres interesse og vil de give deres mening?

...ber at folk vil stoppe op og snakke med os. ...ne og Lene som arbejder med på DAIM-projektet i forbindelse med deres speciale på IT Universitetet har lavet flyers om projektet, som de deler ud til folk, der kommer forbi. De har også en mappe med billeder af forskellige slags affald, som de gerne vil have folk til at sortere i en pyramide, efter hvad de har mest af og hvad de synes er vigtigst. Og Signe og Lene har også lavet en weblog på internettet, som de skriver på mens de står på torvet.

Når først vi har fået præsenteret os vil folk bruge fem minutter...

vi får at vide om dem vi taler med er fra parcelhusene eller bor i lejlighed. Bor man i parcelhus kommer snakken hurtigt til at handle om genbrugspladsen som de fleste er glade for. Fra folk der bor i lejlighed får vi derimod historier om hvordan man lægger sin indkøbsrute, sådan at indkøbsposen ikke bliver for tung. Fælles for dem vi taler med er det imidlertid at det er de mindre og sjældnere ting som man kan forestille sig at aflevere på indkøbsturen.

Mobiltelefoner er der mange der nævner. En fortæller at de har 4-5 defekte telefoner liggende i deres hjem. Andre fortæller om problemer med at komme af med batterier. Man prøver et sted, men får så at vide at dem "tager de kun i Fona". Ordningen med aflevering af medier... kender de fleste...



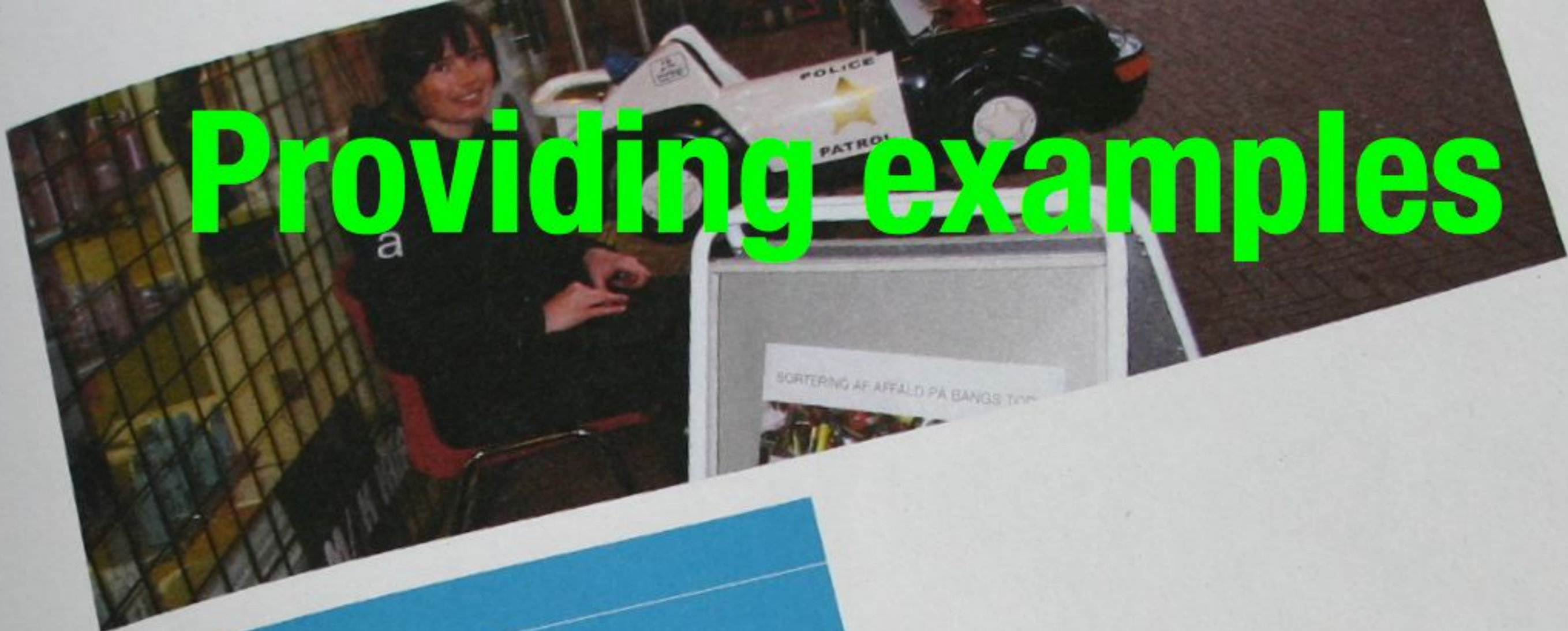
Et søgtepar har fotolt om deres oplevelser på torvet. Deres billede og historie blev straks lagt på projektets weblog.

BANGS TORV

tæller de at der først for nylig er kommet affaldskurve og askebægre op ude på fortovet. Det har hjulpet meget, og de tror at ikke mindst de unge vil være bedre til at sortere og passe på miljøet.

Tanken om at andre kan få glæde af de ting man selv vil smide ud, er der mange der kommer ind på. Genbrugsbutikken på torvet er flittigt brugt, og en af dem, der netop har...

# Providing examples



SÅDAN!

## BLOG ON THE SPOT

Hvordan skaber man opmærksomhed og kontinuitet i dialog med borgerne i en hverdag med travlhed og mange spørgsmål, der konkurrerer om opmærksomheden? Det er ikke let at få borgerne til at komme til møder, og det vil ofte også være nyttigt hvis muligheden for dialog kan udstrækkes i tid, så borgerne selv hvornår de vil være med.

Når vi arbejder med weblogs – et sted, hvor vi løbende har fortalt om projekterne og hvor besøgende på websitet inviteres til at kommentere direkte på websitet.

Man skal ikke stå alene. I samarbejdet omkring Bangs Torv har vi delt flyers ud, der fortæller om bloggen. Når vi har været på besøg i butikker eller hos borgere har vi aftalt at vores notater og billedmateriale bliver lagt ud på bloggen, og vi har sikret os at dem vi har talt med har været inde for at godkende materialet før det bliver offentligt tilgængeligt.

Fordi bloggen lægger op til en enkel og dagbogsagtig

form egner den sig godt til at kommunikere hurtigt og direkte om et projekt, der er i gang. Da vi interviewede forbigående på torvet havde vi computeren med. Vi lagde notater og billedmateriale op på bloggen umiddelbart efter hvert interview, og dem der havde tid kunne med det samme se resultatet.

Erfaringerne med vores første blogs viser at det ikke er helt let at få borgerne til at kommentere. Alligevel tror vi det er en form, der kan udvikles og besøgstalstikken viste, at vi havde mange besøgende specielt når vi holdt workshop eller havde været på besøg på torvet.

SÅDAN!

- Brug bloggen som en projektopslagstavle
- Skriv jævnlige og enkelt om projektet
- Stil spørgsmål og vær klar til at svare

SÅDAN!

## BLOG ON THE SPOT

Se "Hvor der handles..." s. 17

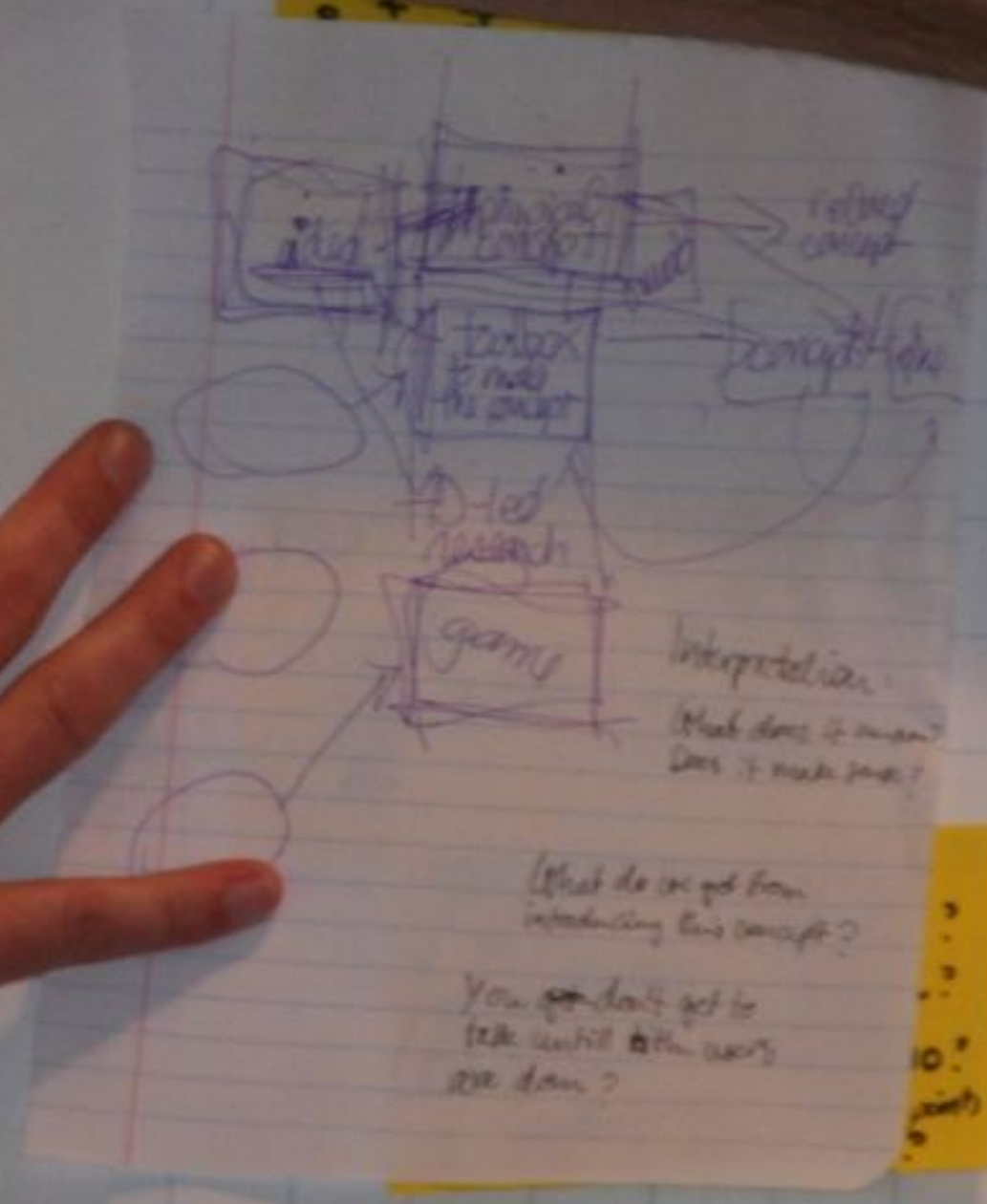
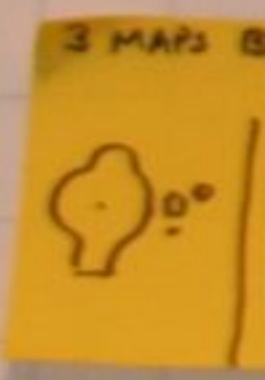


# Supporting game design

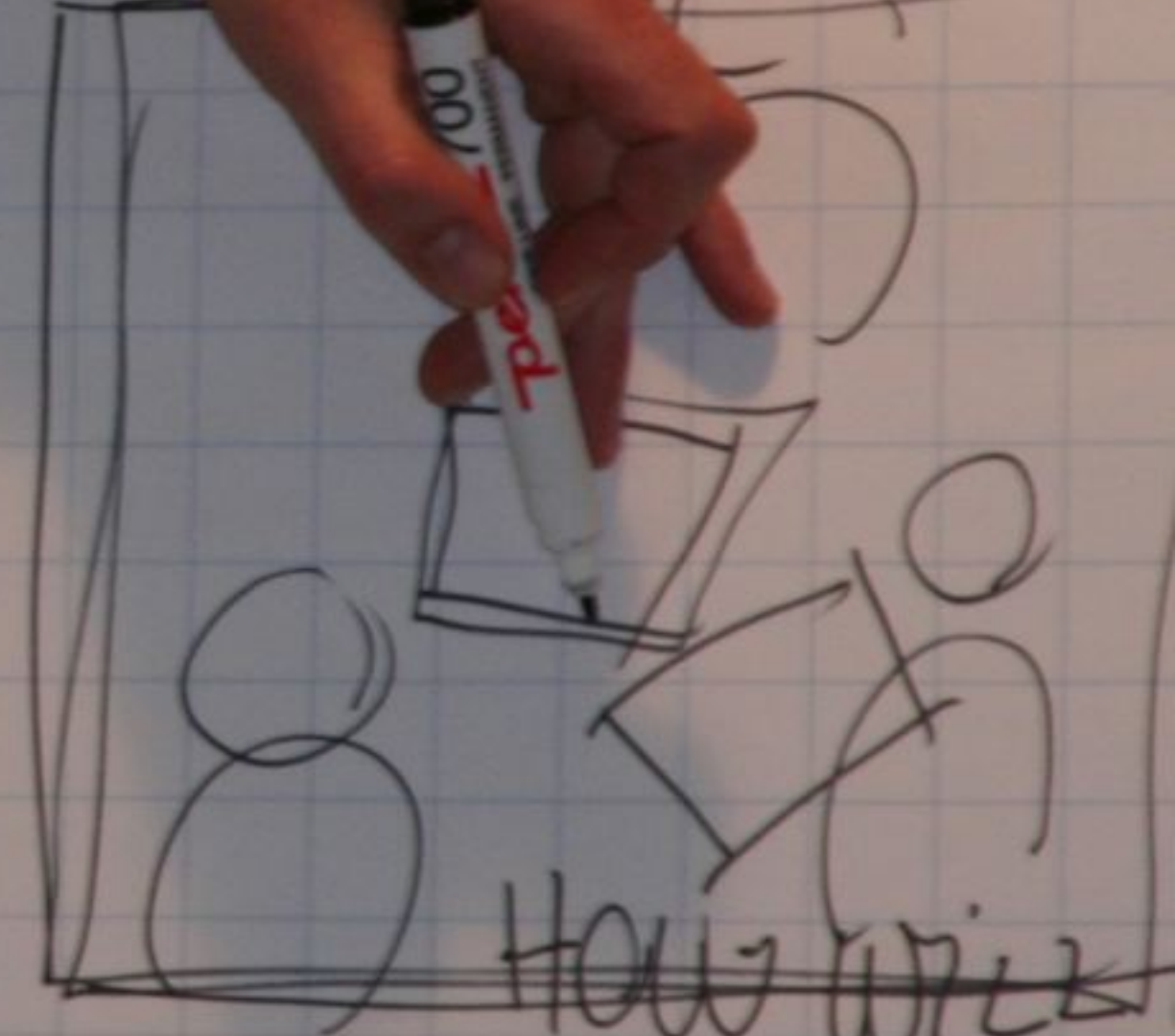
# Beyond shelves?



RECOMMENDATION OF THE SERVICE:  
ENCOURAGE (INCENTIVIZE) CUSTOMERS TO INVOLVE THEIR CUSTOMERS IN THE MAP SERVICE

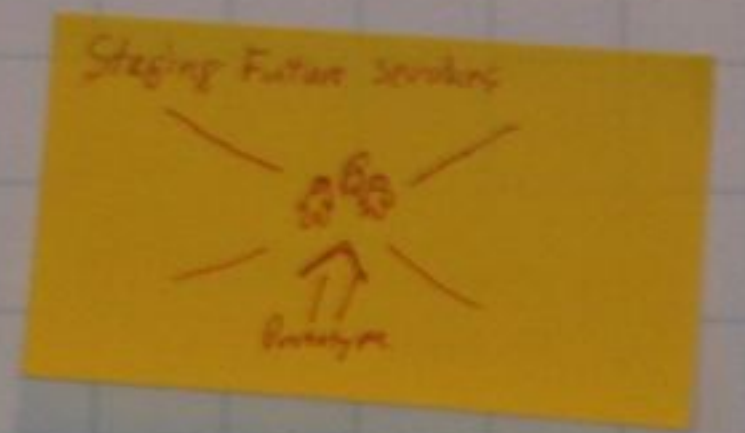


RAT... N-LED (W...  
RESEARCH (



BOARD GAME?  
POST TWISTER?

How will we DOCUMENT THE SITUATION?

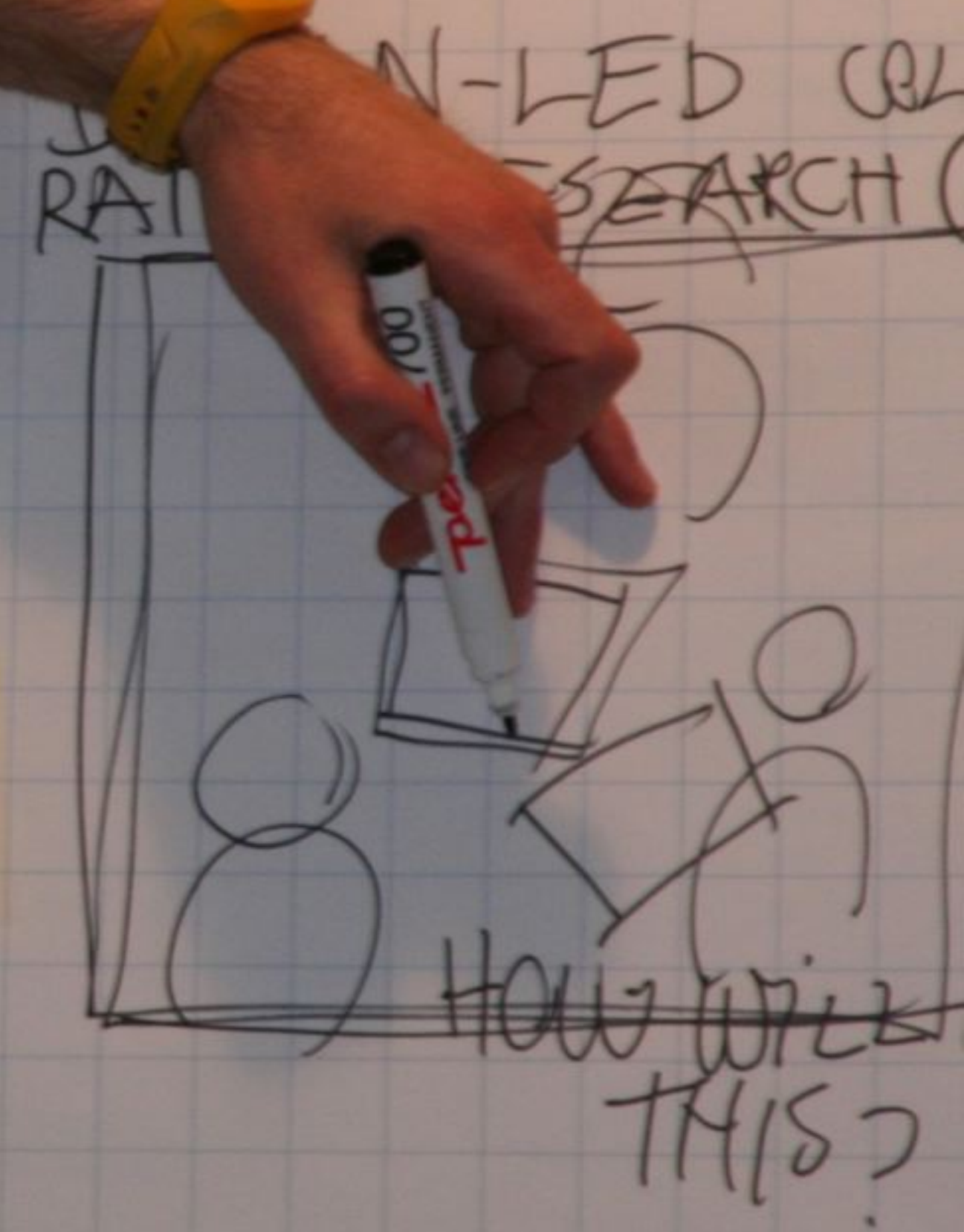
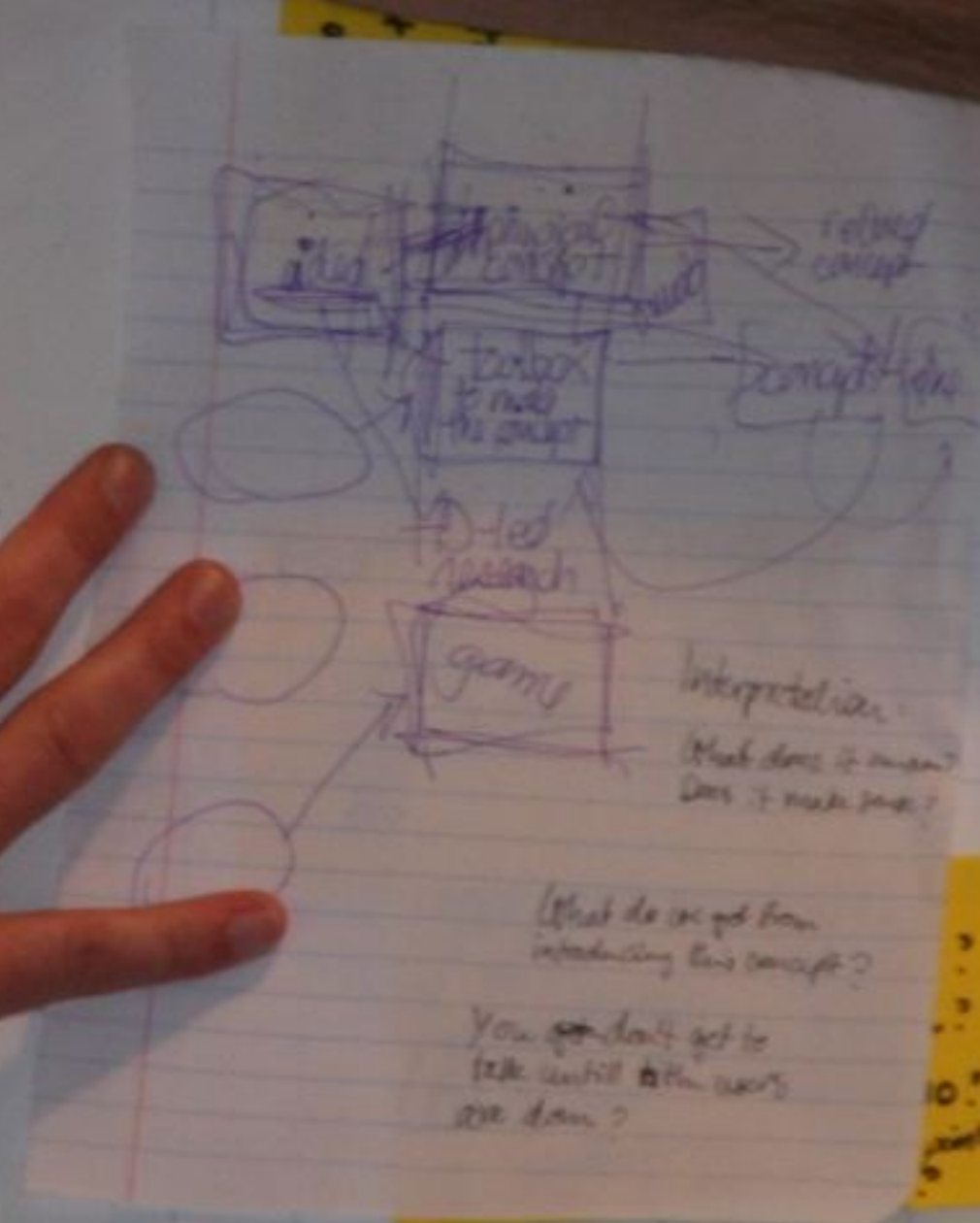
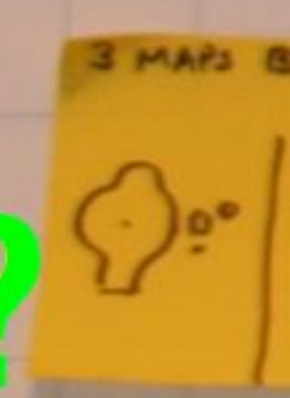


# Beyond shelves:

# Extreme consultancy?

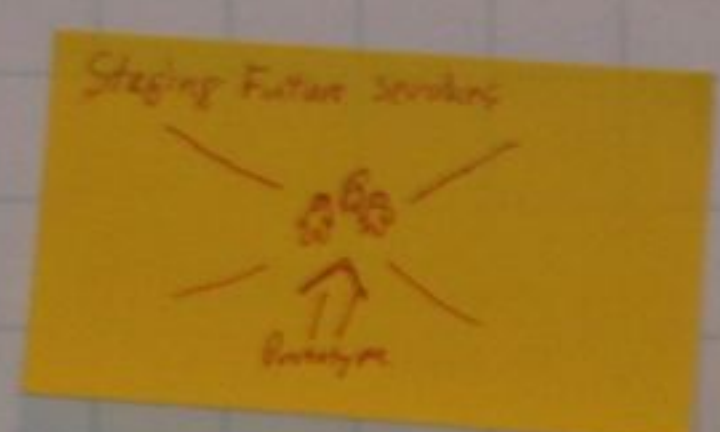


RECOMMENDATION OF THE SERVICE:  
ENCOURAGE (INCENTIVIZE) CUSTOMERS TO INVOLVE THEMSELVES IN THE SERVICE



BOARD GAME?  
POST TWISTER?

How will we DOCUMENT THE SITUATION?



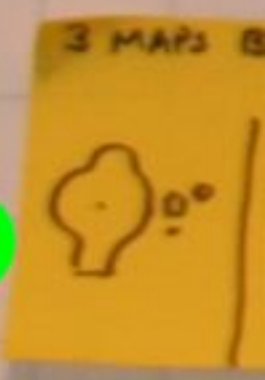
**Beyond shelves:**

**Extreme consultancy?**

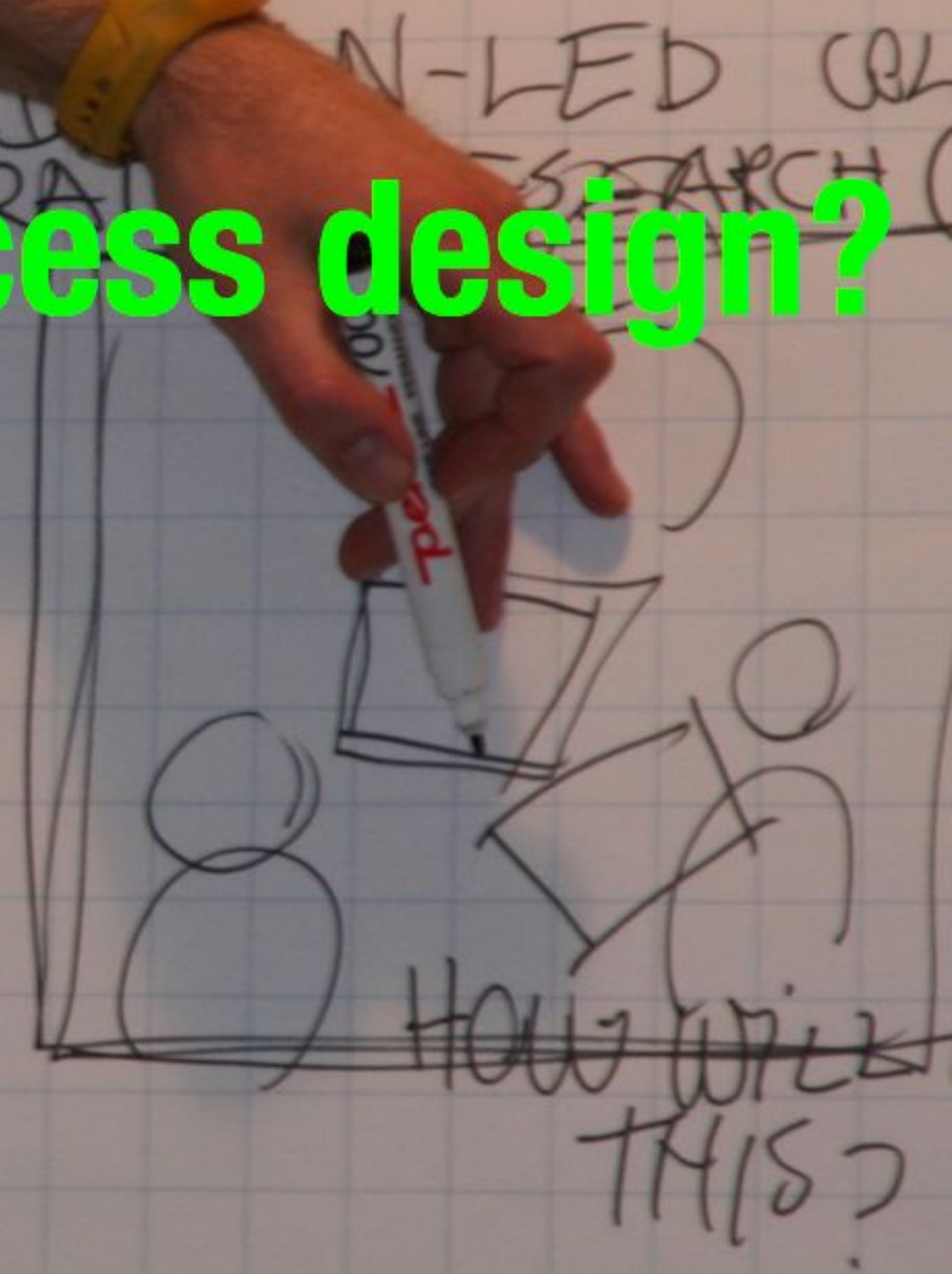
**Robust process design?**



RECOMMENDATION OF THE SERVICE:  
ENCOURAGE (INCENTIVIZE) CUSTOMERS TO INVOLVE THEMSELVES IN THE SERVICE

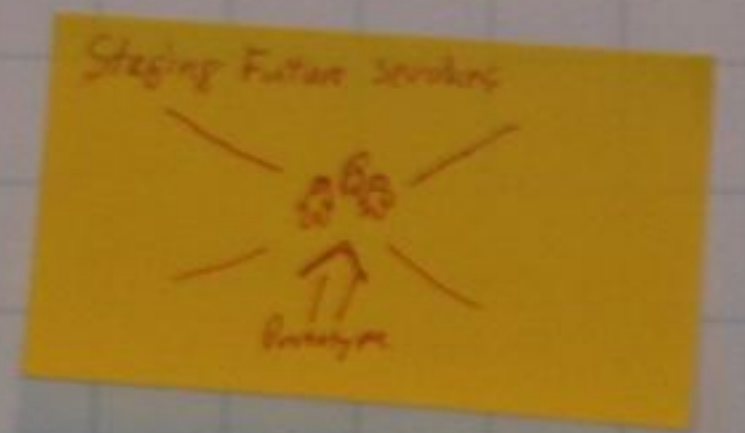


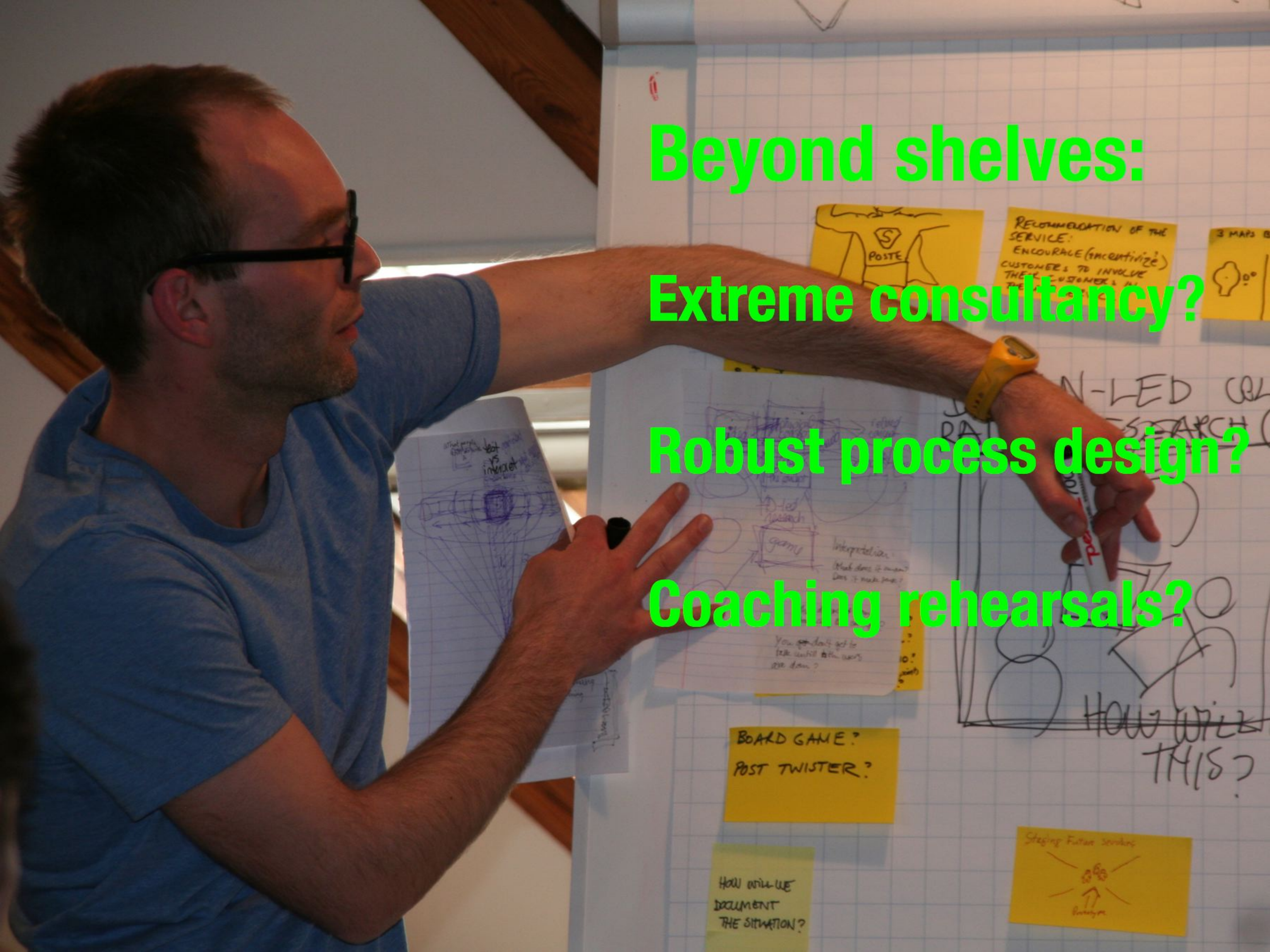
Interpretation:  
What does it mean?  
Does it make sense?  
  
What do we get from introducing this concept?  
  
You probably get to talk until both users are done?



BOARD GAME?  
POST TWISTER?

How will we DOCUMENT THE SITUATION?





**Beyond shelves:**

**Extreme consultancy?**

**Robust process design?**

**Coaching rehearsals?**