



open
sport

BETA

Final Delivery
24.02.2017

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

INDHOLD

1. Formål & baggrund
2. Konklusioner
3. Testområder
4. Designproces
5. Indsigter og anbefalinger
6. Implementering
7. Budget
8. Appendiks (data, prototypes mm.)



1

FORMÅL & BAGGRUND

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

PROJEKTETS FORMÅL & BAGGRUND

*Projekt Open Sport Beta er et samarbejde mellem CIID og Københavns Kommune med det formål at afklare spørgsmålet: **Hvordan kan vi byde brugeren af Københavns idrætsanlæg velkommen og give dem praktisk hjælp via digitale løsninger?***

CIID har udviklet og testet prototyper samt eksisterende løsninger på to lokationer: Valby Idrætspark og Nørrebrohallen, for at afdække brugernes behov i forhold til indhold og teknologiske løsningsmuligheder.

Projektbaggrund

Projektet er en udløber af et 14-dages People Centred Research-projekt, hvor studerende på CIIDs Interaction Design Programme arbejdede med at forstå hvilken rolle Valby Idrætspark kan spille for borgerne og definere muligheder for nye interaktioner. CIIDs studerende fandt dengang frem til 3 væsentlige indsigter:

- Er der nogen? Anlæggene bliver opfattet som mennesketomme.
- Hjælp mig med praktisk information.
- Der sker så mange ting her, men ikke synligt.

2

KONKLUSIONER

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

Under vores research og igennem prototypeforløbet har vi opsamlet følgende erfaringer:

- **Viden om det enkelte anlægs praktik er spredt hos flere: Ejendomsdrift og service, de lokale medarbejdere, trænere. Hvis viden om faciliteterne indsamles centralt, kan processerne optimeres og brugerne vil få en bedre serviceoplevelse.**
- Digitale løsninger kan bidrage til at **løfte brugeroplevelsen – særligt på de ubemandede anlæg.**
- KFF skal i højere grad betragte de digitale services, f.eks. infoskærme og hjemmesider, som **den vigtigste platform til interaktion med brugerne.**
- **Brugere engagerer sig især i digitale løsninger de kan interagere fysisk med. F.eks. knapper og leg**
- Klubberne er den største målgruppe og en vigtig målgruppe. De er gatekeepere for anlæggene og mellemlid mellem KFFs medarbejdere og brugere, **da de ofte har lokal viden.**
- **Brugerne har en aktiv rolle i ubemandede anlæg.** KFF skal give dem redskaber og værktøjer så det er nemt at betjene faciliteterne.

PRIORITERING AF ANBEFALINGER

NEED TO HAVE

NICE TO HAVE

Prioritering	Begrundelse
Trin 1: Online Informativ Platform (Webapp)	Platform/rammeverk som holder alting sammen (udtræk fra Drupal-plattformen. De følgende kontaktpunkter vil enten optræde som en del af webapp'en (som en ekstra plugin) eller vil være udtræk fra den. Begynd med de vigtigste plugins: Interaktivt kort, aktiviteter, events (MVP) og sørg for at personalet er i stand til at håndtere ændringer via et Content Management System.
Trin 2: Interaktive skærme (Screenbuzz)	Interaktive skærme som en del af webapp'en manifesteret i anlæggenes fysiske rum, kan også fungere som bro mellem det fysiske rum og webapp'en og kan derved tiltrække flere brugere af webapp'en. Kan realiseres når indholdet til webapp'en er udviklet.
Trin 3: Online videoguides	Inkluder online videoguides (både eksisterende og nye) som en ny plugin i webapp'en, og etabler tilhørende kontaktpunkter såsom plakater, klistermærker og 'flyers' fysisk i anlæggene.
Trin 4: Interaktive Installationer (Floorplay)	På den korte bane vil dette være et enkeltstående kontaktpunkt, da det ikke leverer praktisk information og mest vil tjene som velkomst- og underholdningsværktøj. Det er umiddelbart mere 'nice to have' end 'need to have', men kan anses som nødvendigt i meget åbne og ubemandede anlæg, som fx Valbyhallen. På den længere bane kan dette integreres i webapp'en, så brugerne kan benytte den som fjernbetjening og fx skifte mellem spil.
Trin 5: Indrapporeringssystem (SMS-Service)	Plugin til webapp'en som giver brugerne mulighed for at indrapportere problemer og tilgå video guides (forudsætter et bibliotek af videoguides i en database).
Trin 6: Distribuerede videoguides	Efter at have etableret et bibliotek af videoguides kan de distribueres fysisk ude i anlæggene på iPads eller touchskærme.
Trin 7: Brugergenereret indhold (Imagefeed)	På den korte bane vil dette også være et enkeltstående kontaktpunkt, og selvom det også er mere 'nice to have' end 'need to have' kan det være et værdifuldt tiltag til at få folk til at føle sig mere velkomne og underholdt i ubemandede anlæg som fx Valbyhallen. Dette billed-feed kan også integreres in webapp'en og i Screenbuzz.

3

TESTOMRÅDER

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

TESTOMRÅDER: VALBY IDRÆTSPARK & NØRREBROHALLEN



← Valby Idrætspark

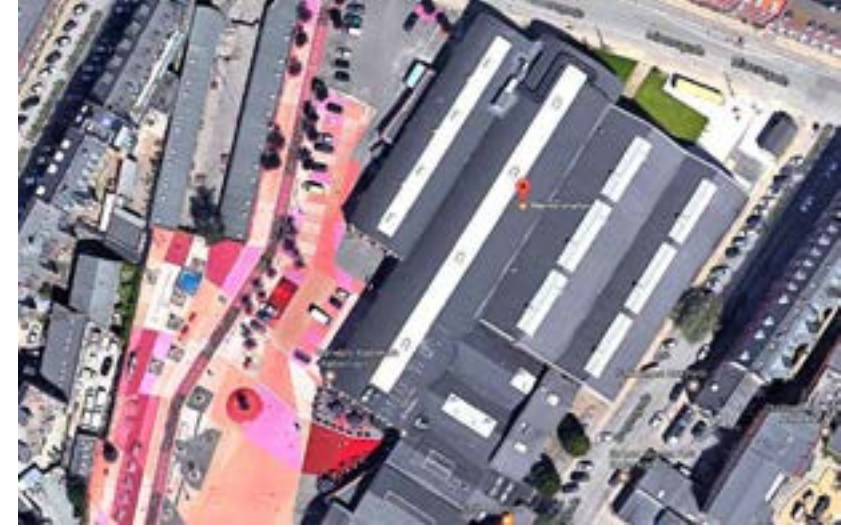
Nørrebrohallen →

Idrætsanlæggene er meget forskellige i indretning og beliggenhed, hvilket gav os mulighed for at måle på yderpunkter blandt Københavns Kommunes idrætsanlæg.

De vigtigste forskelle på anlæggene, og som havde størst indvirkning på tests med prototyperne var:

- **Bemandede** eller **ubemandede** anlæg.
- Anlæg med **én hovedindgang** eller **flere indgange**.

Vores proces har inddraget disse yderpunkter sådan, at vores endelige anbefalinger dækker Københavns Kommunes idrætsanlæg i bred forstand.



TESTOMRÅDER: VALBY IDRÆTSPARK & NØRREBROHALLEN

Adgangsforhold og Bemanding er de to væsentligste variabler når vi skal evaluere og kortlægge de endelige anbefalinger for kommunens forskellige anlæg.

	Valby Idrætspark	Nørrebrohallen
Størrelse	> 25.000 m ²	< 5.000 m ²
Indendørs/udendørs	Indendørs & udendørs	Indendørs
Grundplan	Åben	Adskillige hjørner
Adgangsforhold	Adskillige indgange	Én hovedindgang
Bemanding	Ubemandet	Bemandet
Brugertyper	Klubber/skoler	Klubber/skoler & individuelle brugere
Idræt & kultur	Idræt	Idræt & kultur

4

DESIGN PROCESSES

PROTOTYPES

screen
buzz

feed

play
to
play

web
app

older
player

tal
med
in
val

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN

CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



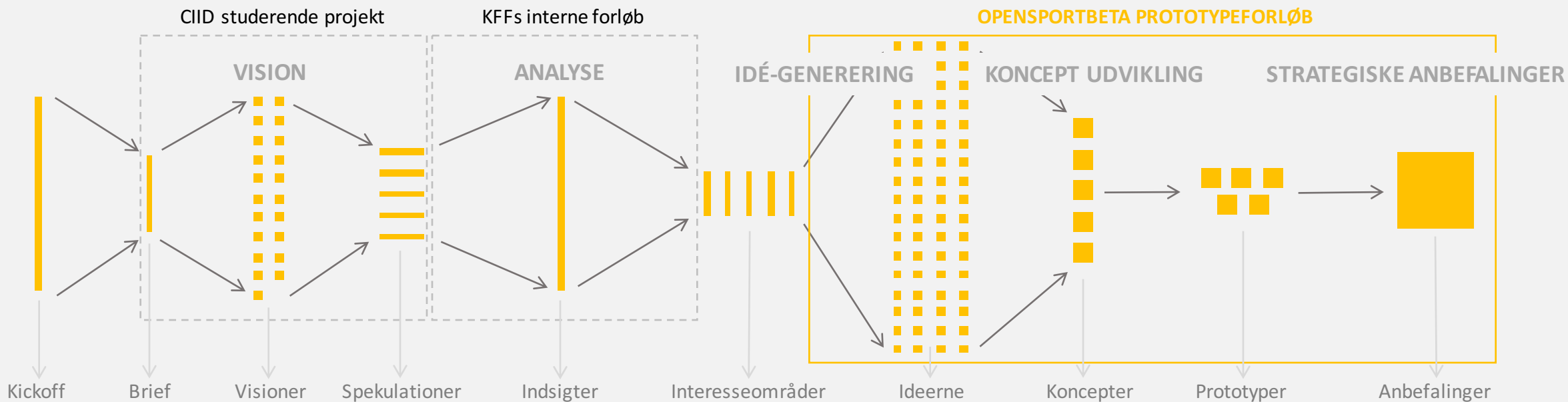
CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

VÆRDIEN AF ET PROTOTYPEFORLØB

KFF har valgt at køre et prototypeforløb for at forankre sin digitale strategi i brugernes virkelighed.

CIID har samarbejdet med en arbejdsgruppe bestående af KFF-medarbejdere, både fra Valby Idrætspark og Nørrebrohallen og fra Ejendomsdrift og -service, for at bygge adskillige digitale prototyper, der giver brugerne rigtige oplevelser. Med denne metode til brugerinddragelse, kan man samle reaktioner og indsigter på et konkret niveau, da man nemt og hurtigt kan teste konkrete løsninger på rigtige brugere.

Der er tale om kvalitative data, dvs. uddybende interaktioner med relativt få brugere, i modsætning til større kvantitative undersøgelser.



MEET THE TEAM



COPENHAGEN INSTITUTE OF INTERACTION DESIGN

Alix Gillet-Kirt
Lead Interaction Designer

Lisa Apers
Digital Services & UI Designer

Jan Krog Henningsen
Senior Strategist

Silke Jørgensen
Design Research

Pierluigi Dalla Rosa
Interaction Designer & Technologist

KØBENHAVNS KOMMUNE – KULTUR- OG FRITIDSFORVALTNINGEN

Projektgruppe
Trine Fabricius
Tine Kjer Jepsen
Mikkel Simonsen
Rasmus Koldby Nielsen

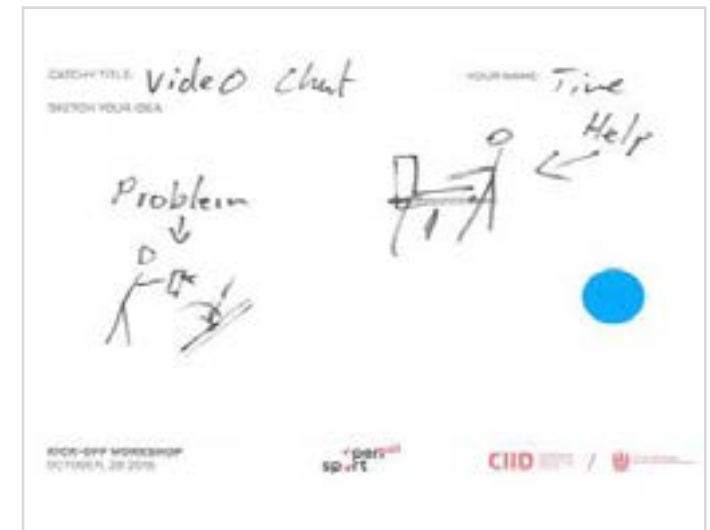
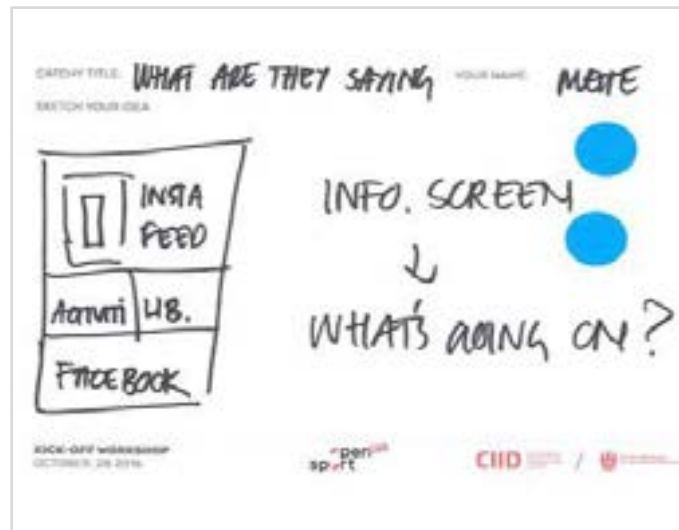
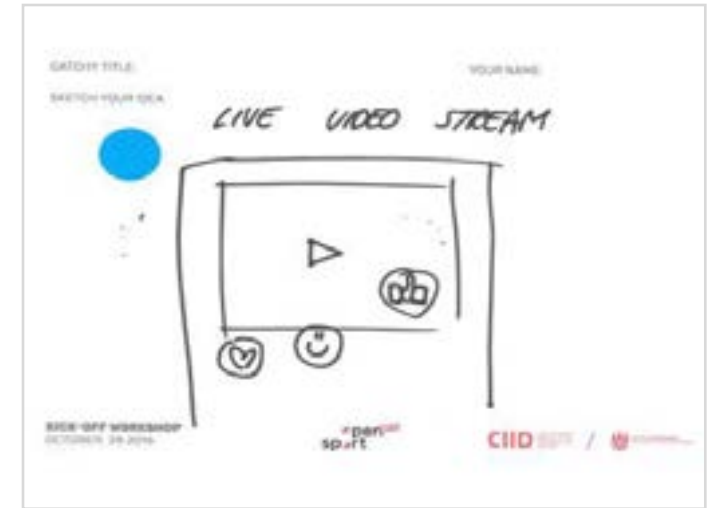
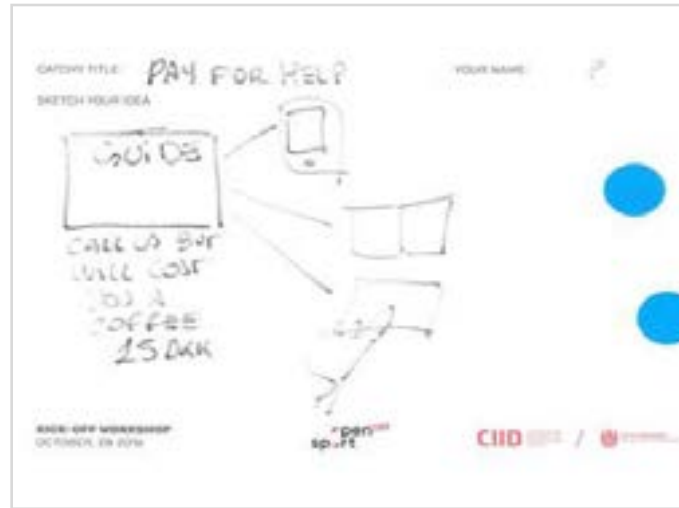
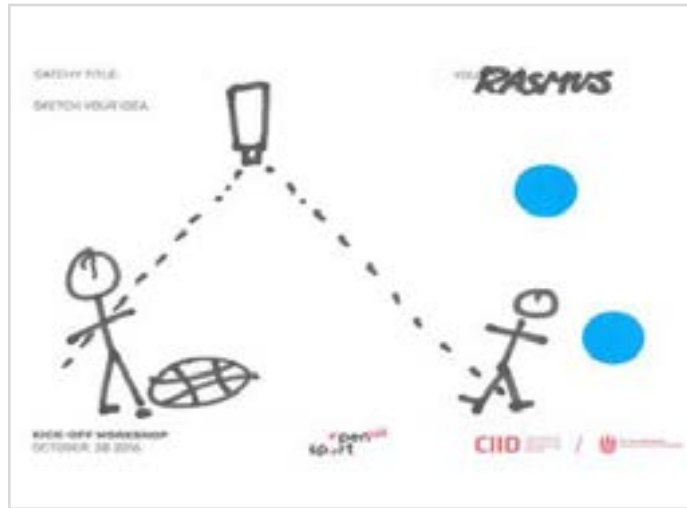
Projektejer
Lene Karsbæk

Projektleder
Mette Enemærke

Følgegruppe
Lene Karsbæk
Besar Rakipi
Steve Martinussen
Jacob Schrøder

- **179 idéer**
- **Idéudviklingsworkshop svarede på følgende spørgsmål: Hvordan kan vi...**
 - skabe kvalitet i ventetiden ved at igangsætte aktiviteter på tværs af aldersgrupper?
 - styrke serviceteamet ved at gøre stedets brugere til hjælpere?
 - styrke fællesskabet ved at synliggøre de samtaler der finder sted online?
 - skabe opmærksomhedspunkter som eksponerer brugerne for det digitale indhold i idrætsfaciliteterne og på nettet?
 - skabe en interessekultur ved at tilbyde rettidig og personlig information om kommende begivenheder?
- **Se samtlige idéer fra workshoppen her: <http://opensportbeta.weebly.com/ideacuteudviklings-workshop.html>**

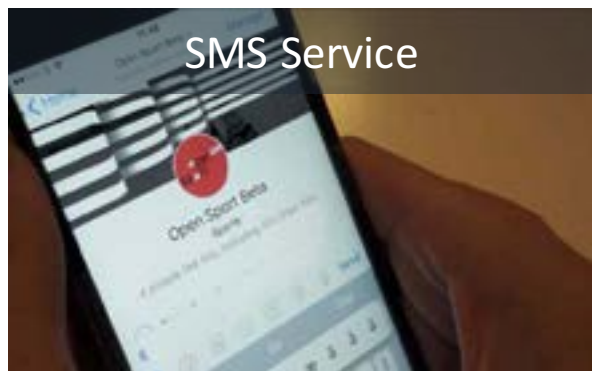
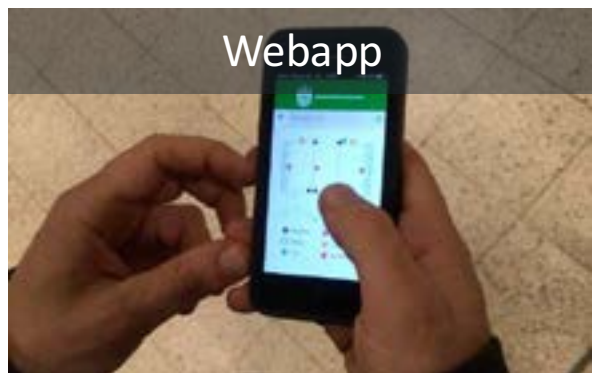
IDÉUDVIKLING



8 PROTOTYPER*

Vi byggede 8 prototyper og benyttede dem som værktøjer til at afdække brugernes behov gennem følgende spørgsmål:

- Hvilke informationer leder brugerne efter? På hvilke kanaler? I hvilken sammenhæng?
- Er brugerne villige til at generere indholdet selv?
- Hvilken slags interaktion foretrækker de?



**) Hver prototype er beskrevet i Appendiks.*

5

INDSIGTER & ANBEFALINGER

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

LØFT ANLÆGGENE DIGITALT



Fra vores research i Valby Idrætspark og Nørrebrohallen ved vi at **brugernes behov og serviceoplevelse varierer ekstremt meget fra anlæg til anlæg.**

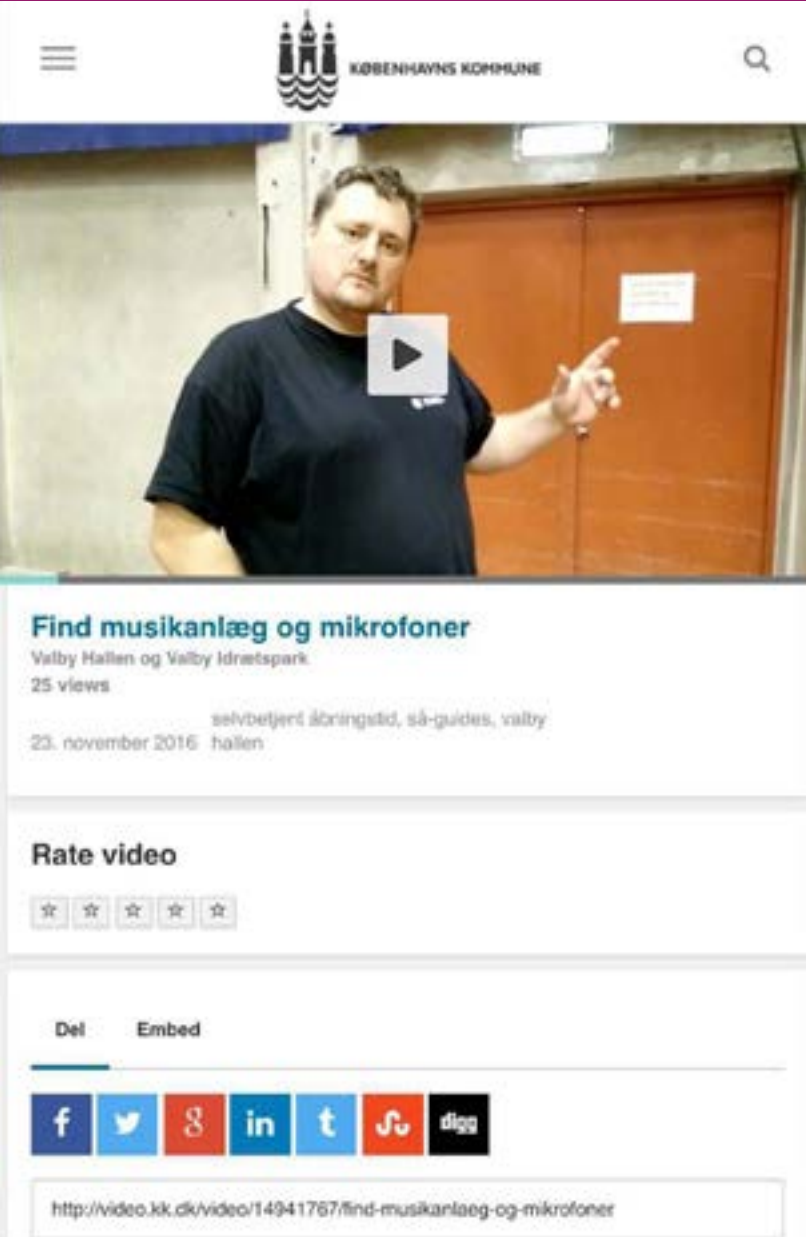
Det skyldes bredden af målgrupperne, de varierende typer idræt der udøves, anlæggets alder og placering, og om anlægget er bemandet eller ubemandet.

Digitale produkter og systemer kan hæve serviceniveauet i de anlæg som brugerne oplever som lavere prioriterede i fx budget og bemanning.

Vores prototyper skabte mere nysgerrighed og spontan deltagelse i anlæg med færre synlige personaleressourcer. Anlæg der ikke ligger centralt eller som har en aktiv café vil få større gavn af nye digitale produkter/systemer, da begge ting skaber periferisk liv i form af besøgende udover spillere.

Løsninger

- Interaktive vejledninger
- Interaktive installationer
- Brugergenereret indhold
- Videoguides



Det er mere end 30 anlæg under KFF og **unik viden om det enkelte anlæg er spredt over flere personer**: Medarbejdere i Ejendomsdrift og –service, de lokale idrætsfaglige medarbejdere, anlæggets medarbejdere og trænere.

Denne viden er ikke tilgængelig på tværs, så **viden skal samles og centraliseres i én platform/database** der kan anvendes af de forskellige serviceenheder det har ansvar for bl.a. rengøring, IT, sikkerhed, osv.

Disse enheder får dermed hurtig adgang til specifikke lokale procedurer.

Både prototyperne Webapp og Videoguides krævede stor involvering af lokale aktører (kontomedarbejdere, pedeller og klubmedlemmer) da de **“ejer” lokal praktisk viden, såvel som faglig troværdighed.**

Løsninger

- Online Informativ platform / CMS
- Videoguides
- Indrapporteringssystem

VIRKELIGHEDEN 2.0



En sort skærm haster lige så meget som en dør det er gået i stykker eller en overfyldt skraldespand.

Danskere, især Københavnerne, er vænnet til en forholdsvis højt digital serviceniveau, også i det offentlige (NemID, Giv et praj, e-boks). Nemme og effektive digitale produkter er nu normen.

Alle digitale kanaler skal jævnligt opdateres med lokalt indhold, designet for dem der ikke bruger anlæggene. Det skal være en del af de lokale medarbejdernes job at dokumentere aktiviteterne og dele dem online. Udover indholdet, er det vigtigt at teknikken virker. Der skal være en simpel procedure når skærme mm. går i stykker. Det betyder at der enten skal være en effektiv KFF IT service-enhed, der kan reparere tekniske problemer øjeblikkeligt i anlæggene, eller lokale medarbejdere med teknisk indsigt. **Husk at digitale kanaler er KFFs stemme.**

Teknologiske reparationer skal ske hurtigere end de gør i dag. Nedetiden skal reduceres fra flere uger (Valby Hallen), og endda år (Nørrebro-hallens store skærm) til få timer, for at **aldrig miste sit publikum, som kun bruger digital løsninger hvis de virker konstant.**

Løsninger

- Indrapporteringssystem
- Nyt "regionalt" IT- og kommunikations medarbejder



Brugerne har det faktisk meget godt med beta-prototyper. Så længe de får den information de har brug for lige nu, er de villige til at lege og engagere sig i digitale interventioner. De ser digital innovation som noget nyt, inspirerende og interessant. De forventer ikke perfektion men innovative oplevelser. De er allerede vant til centraliseret indhold i idrætsanlæggene (Bookingsystem, infoskærme, hjemmesiden) og medarbejderne er begyndt at eksperimentere mere eller mindre spontant med underholdende indhold på Facebook og Instagram. Nu er det et godt tidspunkt at engagere brugerne med fysiske interaktive installationer, som de fleste har allerede oplevet i andre kontekster (biblioteker, indkøbscentre, museer, mm).

Idrætsanlæggene er det perfekte sted til gamification, eksempelvis ved at belønne ønsket brugeradfærd (eksempelvis problem-indrapportering) med relevante belønninger: Reduceret betaling for spilletid, prioritet adgang, m.m...

Vi har set at **brugerne engagerer sig mere med fysiske, legende installationer end de gør med "usynlige", online værktøjer (fx SMS-service).** Brugere kan hjælpes hen til det digitale indhold ved hjælp af fysiske og legende installationer i anlæggene.

Løsninger

- Interaktive installationer (Floorplay, Screenbuzz)
- Videoguides
- Brugergenereret indhold (Imagefeed)

BRUGERE = RESSOURCER



Uden at give brugerne et lavere serviceniveau, kan KFF inddrage brugerne i at skabe mere liv i idrætsanlæggene. Der er allerede mange frivillige til stede (fx trænere og foreningsrepræsentanter) og det skaber værdi.

Der er mange muligheder for at udnytte det digitale og analoge indhold der bliver skabt af brugerne, fx check-ins, hashtaggede billeder, kommentarer på anlæggenes Facebook-sider, plakater på infotavler, m.m.

Selv med færre ressourcer i form af fuldtidsmedarbejdere, men med flere selvhjælps-værktøjer, kan KFF opretholde og øge det eksisterende serviceniveau.

Brugernes ny rolle i ubemandede kontekster skal læres og støttes – ved at bruge fysiske touchpoints til at føre brugere til “skjule” digital indhold.

Den bedste måde at tilskynde en ny type adfærd er at vise effekten af det. Derfor er det vigtigt at systemet altid svarer på brugernes indrapporteringer (dette kan automatiseres) og tager sig af problemer hurtigst muligt.

Vores problem-indrapporteringssystem er først begyndt at øge antal brugere efter 4 måneder og en relativt stor markedsføringskampagne. **Alt dette kræver aktiv deltagelse (at dokumentere et problem, at dele personlige billeder/videoer) – ny adfærd, som det tager brugerne tid at vænne sig til.**

Løsninger

- Interaktive installationer
- Videoguides
- Brugergenereret indhold

SERVICÉR KLUBBERNE



Vi har fået viden om brugeradfærd i de forskellige typer anlæg. Folk har selvfølgelig forskellige behov ifht. deres målgruppe. Spillere der er tilknyttet en klub afhænger i høj grad af deres trænere for orientering, indrapportering af problemer m.m. De har ganske få direkte interaktioner med medarbejdere eller KFF. De er dermed ikke en kritisk vigtig målgruppe for vores digitale interventioner. Men trænere og klubansvarlige er en potentiel resource til KFF. De føler en høj grad af ejerskab og ansvar over for faciliteterne og har som regel et rigtigt godt forhold til de lokale KFF-medarbejdere.

Vi anbefaler at give disse brugere deres egne digitale kanaler til at kommunikere med KFFs forskellige systemer (Service Team, Rengøring, osv) uden at skulle gå via en lokal medarbejder – især i de ubemandede anlæg af åbenlyse grunde.

Vores SMS-service prototype blev betragtet som et hjælpsomt redskab til at indsamle træneres feedback til klubansvarlige som har et direkte, personlig forhold til KFFs medarbejdere.

Løsninger

- Videoguides
- Indrapporteringssystem



6

IMPLEMENTERING

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

ANBEFALINGER INDHOLD OG KANALER

Anbefalinger	Ting der bør tages højde for ved implementering
<p>Framework</p> <ul style="list-style-type: none"> Platform opbygget af flere plugins til Drupal platformen. Hver plugin fungerer som kontaktpunkt for den enkelte brugers digitale oplevelse. Personalet opdaterer og vedligeholder via Content Management System (CMS). Platformen vil vokse organisk over tid som flere plugins tilføjes. MVP (Minimal Viable Product): Med udgangspunkt i den eksisterende Drupal-platform anbefaler vi at bygge følgende plugins først: "Interaktivt Kort" og "Kalender". 	<ul style="list-style-type: none"> Sikre at det bygges fleksibelt så ekstra plugins nemt kan tilføjes (ex. Booking) CMS bør være nemt at anvende for personalet når de skal opdatere og vedligeholde indholdet.
<p>Webapp</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsivt website der kan tilgås via computer eller smartphone. Brugere kan anvende webapp'en hjemmefra, under transport og ude på anlæggene. Slutbrugers adgang til informationen i Framework. 	<ul style="list-style-type: none"> Sørg for relevante 'hooks' i form af plakater, klistermærker og 'flyers' fysisk i anlæggene, for at gøre opmærksom på denne nye informationskanal. Informér om den nye kanal i mails og nyhedsbreve, når nye brugere registrerer sig, når brugere foretager en booking, etc.
<p>Screenbuzz</p> <ul style="list-style-type: none"> Screenbuzz er en fysisk manifestation af webapp'en. Skærmen er ikke touchskærm, men kontrolleres ved hjælp af fysiske knapper (placeret foran skærmen) for at opnå forøget interaktion. Når brugere anvender Screenbuzz skal de kunne skifte mellem Interaktivt Kort og Kalender. Indholdet skal redigeres lokalt af personalet. Senere kan Instagramfeed tilføjes. 	<ul style="list-style-type: none"> Screenbuzz fungerer bedst ved indgangen til anlægget, og derfor bedst i anlæg med én hovedindgang. Lad brugere vælge indhold. Det skaber følelsen af ejerskab og kontrol. Teknisk problemløsning (lokalt). WiFi
<p>Online videoguides</p> <ul style="list-style-type: none"> Videoguides er korte instruktionsfilm med ultra-relevant information. Det kan være spilleregler, og hvordan man opsætter diverse udstyr... Meget lavpraktisk produceret af lokale medarbejdere/værter → personlig og praktisk hjælp for brugerne. En plugin til platformen (i dag: video.kk.dk) vil indeholde videoguides og skal derfor være tilgængelig på webapp'en. 	<ul style="list-style-type: none"> Sørg for relevante 'hooks' i form af plakater, klistermærker og 'flyers' fysisk i anlæggene, for at gøre brugerne opmærksom på hvordan og hvor de kan se videoguides.

ANBEFALINGER INDHOLD OG KANALER

Anbefalinger	Ting der bør tages højde for ved implementering
Floorplay <ul style="list-style-type: none">• Floorplay er en interaktiv projektion på gulvet i anlægget som giver brugerne mulighed for at spille fx et boldspil uden en bold, eller trænere kan benytte det som opvarmning eller teknik-træning.• Alle mulige spil kan projekteres.	<ul style="list-style-type: none">• Involver trænere for at afgøre hvilken slags spil der skal projekteres.• Kan være nødvendigt med hjælp fra personale eller trænere for at tænde/slukke/skifte mellem spil.• Dæmp lyset ved brug af Floorplay.
SMS Service <ul style="list-style-type: none">• SMS Service vil have to funktioner: Indrapportér problemer og tilgå videoguides.• Indholdet skal være meget specifikt for situationen.• Kan fungere både lokalt (videoguides) men også globalt (indrapportér problemer).	<ul style="list-style-type: none">• Et belønningssystem (point, fordele...) kan indbygges til brugere der indrapporterer problemer, så de bliver mere engagerede, eftersom det er ny adfærd og teknologi der tager tid før en betragtelig del af brugerne anvender det.• Bør være simpelt at anvende. Derfor anbefaler vi en kanal de fleste allerede har adgang til, fx SMS til et 4-cifret nummer eller Facebook Messenger.• Sørg for relevante 'hooks' i form af plakater, klistermærker og 'flyers' fysisk i anlæggene, for at gøre brugerne opmærksom på at de kan anvende SMS Service til at indrapportere problemer eller få praktisk information.
Distribuerede Videoguides <ul style="list-style-type: none">• Videoguides som vises på iPads eller touchskærme forskellige steder i anlæggene.	<ul style="list-style-type: none">• Sørg for at iPads eller touchskærme er placeret så indholdet passer til placeringen når brugeren anvender dem.
Instagram-feed <ul style="list-style-type: none">• En skærm eller en projektion som viser billeder som brugere/lokale organisationer har lagt op på sociale medier (live).• Indholdet kan trækkes fra Instagram og Facebook.• Hvert anlæg vil have sit eget hashtag.	<ul style="list-style-type: none">• Personalet skal kunne censurere billeder i det omfang de findes upassende.• Benyt en storskærm for at øge effekten.• Real time kræver WiFi

IMPLEMENTERING INDHOLD OG KANALER

Anbefalinger	INDHOLD	KANALER
Framework	<ul style="list-style-type: none">• Interaktivt Kort (Minimal Viable Product)• Kalender (Minimal Viable Product)• Videoguides• Instagramfeed• Booking (på længere sigt)• Content Management System Som kan benyttes af lokalt personale til at vedligeholde og opdatere:	<ul style="list-style-type: none">• Drupal platform (bygges med eksisterende website)• 'Hooks' fysisk ude i anlæggene (plakater/flyers/klistermærker)
Webapp	<ul style="list-style-type: none">• Interaktivt Kort (Minimal Viable Product)• Kalender (Minimal Viable Product)• Videoguides• Instagramfeed• Booking (på længere sigt)	<ul style="list-style-type: none">• Responsivt website (tilgængeligt fra Smartphone eller computer)
Screenbuzz	<ul style="list-style-type: none">• Interaktivt Kort (Minimal Viable Product)• Kalender (Minimal Viable Product)• Instagramfeed	<ul style="list-style-type: none">• Skærm med fysiske knapper• Framework (Content Management System som gør det muligt for lokale medarbejdere at vedligeholde og opdatere indhold).• Instagram
Online videoguides	<ul style="list-style-type: none">• Specifikt relateret indhold.• Hvordan bestemt udstyr opsættes/håndteres.• Hvordan man spiller bestemte spil.	<ul style="list-style-type: none">• Webapp• 'Hooks' fysisk ude i anlæggene (plakater/flyers/klistermærker)• SMS Service (når den er bygget)
Floorplay	<ul style="list-style-type: none">• Underholdende spil• Træningsspil• Læringsspil	<ul style="list-style-type: none">• Projektor• Tape

IMPLEMENTERING INDHOLD OG KANALER

Anbefalinger	INDHOLD	KANALER
SMS Service	<ul style="list-style-type: none">• Videoguides• Indrapportering af problemer	<ul style="list-style-type: none">• Facebook messenger• Alm. SMS'er (4-cifret telefonnummer)• E-mail (besked til Service Team når der er problemer)• Webapp• I webapp'en (clippy-like)
Distribuerede videoguides	<ul style="list-style-type: none">• Specifikt relateret indhold.• Hvordan bestemt udstyr opsættes/håndteres.• Hvordan man spiller bestemte spil.	<ul style="list-style-type: none">• iPads eller touch-skærme fordelt fysisk ude i anlæggene.• Webapp med videoguides på.• 'Hooks' fysisk ude i anlæggene (plakater/flyers/klistermærker)
Instagramfeed	<ul style="list-style-type: none">• Brugergenereret indhold• Billeder, videoer...	<ul style="list-style-type: none">• Social media (Facebook, Instagram)• Håndteret af tredjepart (Sparkle)• 'Hooks' fysisk ude i anlæggene (plakater/flyers/klistermærker)

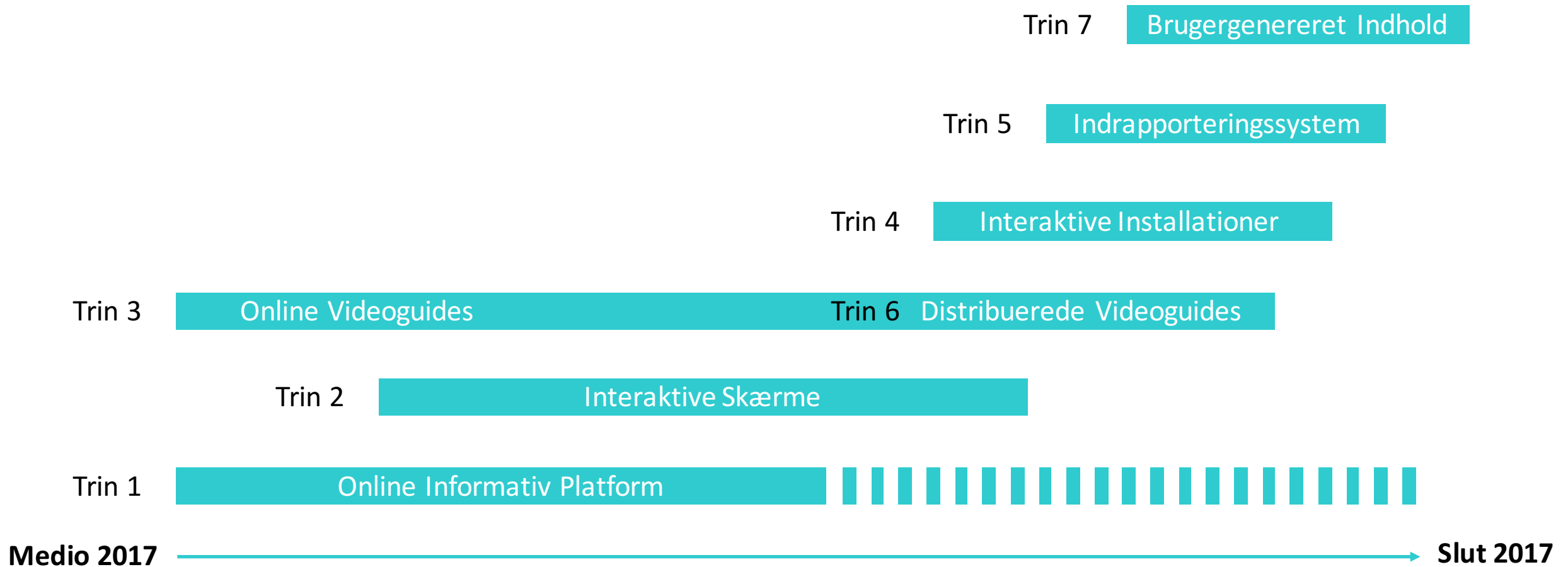
PRIORITERING AF ANBEFALINGER

NEED TO HAVE

NICE TO HAVE

Prioritering	Begrundelse
Trin 1: Online Informativ Platform (Webapp)	Platform/rammeverk som holder alting sammen (udtræk fra Drupal-plattformen. De følgende kontaktpunkter vil enten optræde som en del af webapp'en (som en ekstra plugin) eller vil være udtræk fra den. Begynd med de vigtigste plugins: Interaktivt kort, aktiviteter, events (MVP) og sørg for at personalet er i stand til at håndtere ændringer via et Content Management System.
Trin 2: Interaktive skærme (Screenbuzz)	Interaktive skærme som en del af webapp'en manifesteret i anlæggenes fysiske rum, kan også fungere som bro mellem det fysiske rum og webapp'en og kan derved tiltrække flere brugere af webapp'en. Kan realiseres når indholdet til webapp'en er udviklet.
Trin 3: Online videoguides	Inkluder online videoguides (både eksisterende og nye) som en ny plugin i webapp'en, og etabler tilhørende kontaktpunkter såsom plakater, klistermærker og 'flyers' fysisk i anlæggene.
Trin 4: Interaktive Installationer (Floorplay)	På den korte bane vil dette være et enkeltstående kontaktpunkt, da det ikke leverer praktisk information og mest vil tjene som velkomst- og underholdningsværktøj. Det er umiddelbart mere 'nice to have' end 'need to have', men kan anses som nødvendigt i meget åbne og ubemandede anlæg, som fx Valbyhallen. På den længere bane kan dette integreres i webapp'en, så brugerne kan benytte den som fjernbetjening og fx skifte mellem spil.
Trin 5: Indrapporeringssystem (SMS-Service)	Plugin til webapp'en som giver brugerne mulighed for at indrapportere problemer og tilgå video guides (forudsætter et bibliotek af videoguides i en database).
Trin 6: Distribuerede videoguides	Efter at have etableret et bibliotek af videoguides kan de distribueres fysisk ude i anlæggene på iPads eller touchskærme.
Trin 7: Brugergenereret indhold (Imagefeed)	På den korte bane vil dette også være et enkeltstående kontaktpunkt, og selvom det også er mere 'nice to have' end 'need to have' kan det være et værdifuldt tiltag til at få folk til at føle sig mere velkomne og underholdt i ubemandede anlæg som fx Valbyhallen. Dette billed-feed kan også integreres in webapp'en og i Screenbuzz.

Implementeringsplan (udkast)



ANBEFALINGER FOR FORSKELLIGE ANLÆGSTYPER*

		Bemandede anlæg		Ubemandede anlæg	
		Én hovedindgang	Flere indgange	Én hovedindgang	Flere indgange
NEED TO HAVE ↓	1. Webapp		✓		✓
	2. Screenbuzz	✓		✓	
	3. Online videoguides	✓	✓	✓	✓
	4. Floorplay			✓	✓
	5. SMS Service			✓	✓
	6. Distribuerede videoguides		✓		✓
	7. Instagramfeed	✓		✓	
NICE TO HAVE ↓					

**Disclaimer: Alle løsninger kan fungere i alle typer anlæg, men som en MVP anbefaler vi denne differentiering.*

7

BUDGET

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration

open sports

SAMLET BUDGET

Kontaktpunkt	Pris
Webapp	± 500.000 DKK op til 1.000.000 DKK
Screenbuzz	240.000 DKK
Online videoguides	Afvikles på webapp'en (inkluderet i Drupal framework)
Floorplay	Fra ca. 20.000 DKK til 35.000 DKK
SMS Service	https://gatewayapi.com/#prices <ul style="list-style-type: none">• 100 DKK pr. måned + 0,12 DKK pr. sms• + kræver en udvikler der kan bygge og vedligeholde det (ca. 1 dags arbejde at bygge det)
Distribuerede videoguides	Afvikles på webapp'en <ul style="list-style-type: none">• 1 iPad: 2.300 DKK• 1 iPad case: 1.000 DKK
Imagefeed	<ul style="list-style-type: none">• Uden Sparkle logo, samtlige 34 anlæg: 293.000 DKK om året• Med Sparkle logo, samtlige 34 anlæg: 261.000 DKK om året• Med Sparkle logo, kun Nørrebrohallen: 19.600 DKK om året

BUDGETDETALJER, WEBAPP

Webapp/Informationsplatform (udrullet på alle 34 KFF idrætsanlæg)

Her er de trin vi har beskrevet og deres tidsramme:

- **Dataindsamling fra 34 anlæg: 2-3 uger**
(data fra lokale teams som fx kort, aktiviteter, information, adgang til databaser, etc)
Varigheden afhænger af svartiderne fra kommunens medarbejdere
- **Skabe designelementer: 2 uger**
(visuals og styling til webapp'en)
- **Bygge webapp-strukturen: 3-4 uger**
(bygge den faktiske webapp. API-kald fra eksisterende KK-databaser samt tests)
I princippet bliver der ikke behov for en backend idet app'en kun kalder eksisterende data fra Halbooking og andre allerede eksisterende kilder, hvilket gør alting enklere og hurtigere.

Opsummeret er der tale om:

- 1 person som indsamler data: 2-3 uger
- 1 designer der skaber designelementer: 2 uger
- 1 frontend-udvikler der bygger og tester webapp: 3-4 uger.

= ca. 10 uger inkl. Projektledelse: fra **ca. 500.000 DKK** op til **1.000.000 DKK**

Screenbuzz, 34 enheder

- Brug af eksisterende skærme
- Hardware-dele: **120.000 DKK**
- Sammenkobling af hardware: 70 timer
- Dataindsamling til kort: 5 dage
- Opbygning af kort: 6 dage
- Dataindsamling til kalender og begivenheder (Drupal info fra kommunen): 4 dage
- Softwareopsætning og opdatering (Pi + Arduino): 10 dage
- CMS til lokal medarbejder til at opdatere indhold: 6 dage
- Support-hardware & software: 1 måned

Samlet prisvurdering: **240.000 DKK**

BUDGETDETALJER, FLOORPLAY & SMS SERVICE

Floorplay

- Er i gang med at tale med IT leverandør Exakt om etablerings- og drift omkostninger

Fra ca. **20.000 DKK** til **35.000 DKK**

SMS Service

- Ca. 1 dags arbejde for en udvikler
- Forbind til 4-cifret telefonnummer og integrér i Drupal (<https://gatewayapi.com>)

100 DKK pr. måned + **0,12 DKK** pr. sms.

BUDGETDETALJER, DISTRIBUEREREDE VIDEOGUIDES

Afvikles fra webapp'en (Integreret i Drupal platformen)

- 1 iPad: **2.300 DKK**
- 1 iPad case: **1.000 DKK**

BUDGETDETALJER, IMAGEFEED

Imagefeed med nuværende leverandør til prototyperne i Nørrebrohallen/Valby Idrætspark

- Priserne herunder inkluderer opsætning af software på alle de 34 forskellige Sparkles-anlæg, ubegrænset support i løbet af året, samt undervisning i platformen (1 session) for brugerne. Supporten er inkluderet i prisen og kan nåes via chat, email eller telefon.
- **Pris (årligt, uden Sparkle logo, 10 minutters opdateringstid, 150 kilder): 293.000 DKK** svarende til en udgift **pr. anlæg** i alt **8.600 DKK om året.**
- **Pris (årligt, med Sparkle logo, 10 minutters opdateringstid, 150 kilder): 261.000 DKK** svarende til en udgift **pr. anlæg** i alt **7.700 DKK om året.**
- Beløbet opkræves årligt.
- Prisen for at opretholde Sparkle i Nørrebrohallen vil være ca. **19.600 DKK** om året (og så kan de anvende Sparkle på flere applikationer end i dag, fx på deres websider, arrangementer, mm.)



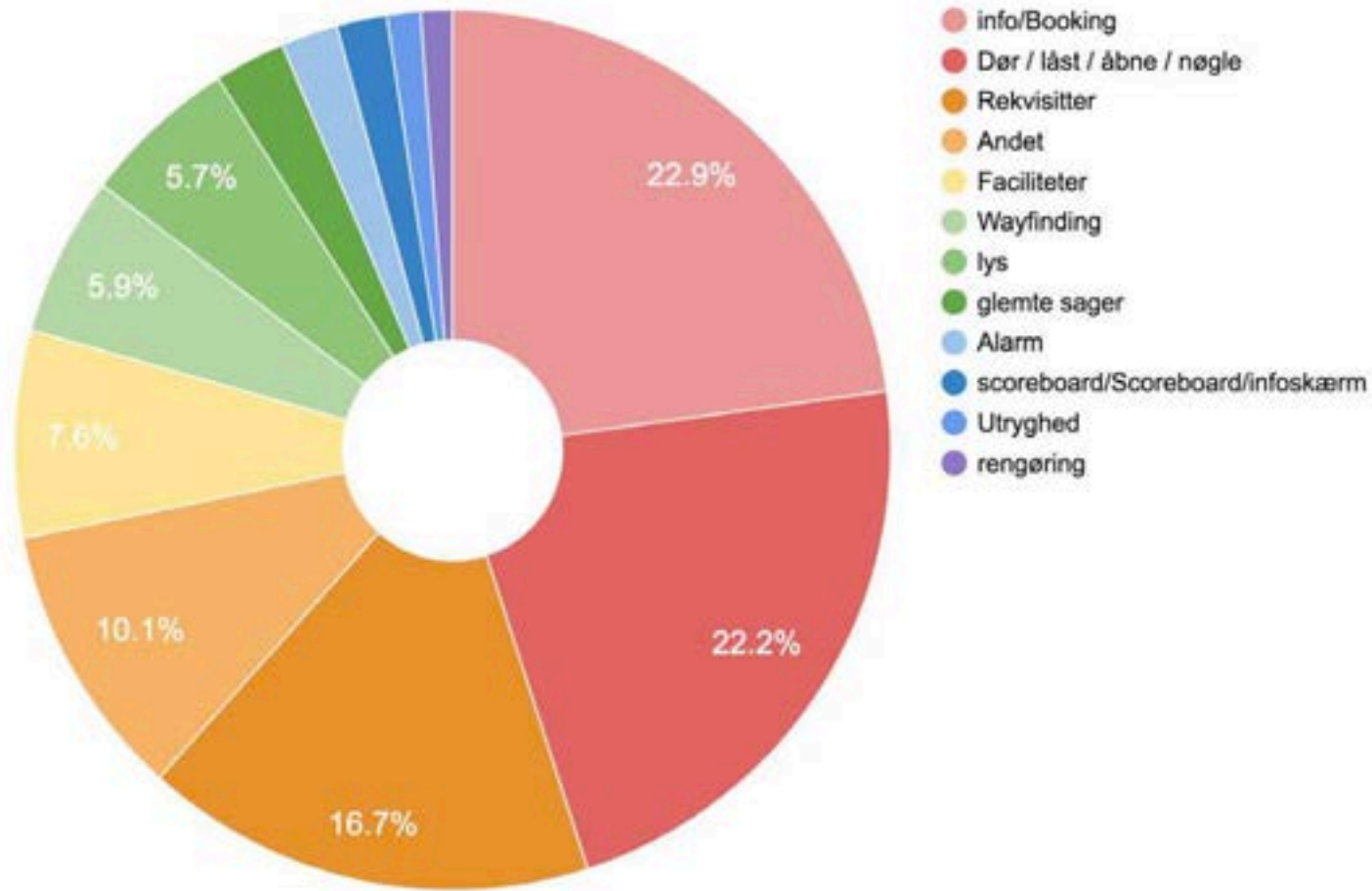
8

APPENDIKS

CIID COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



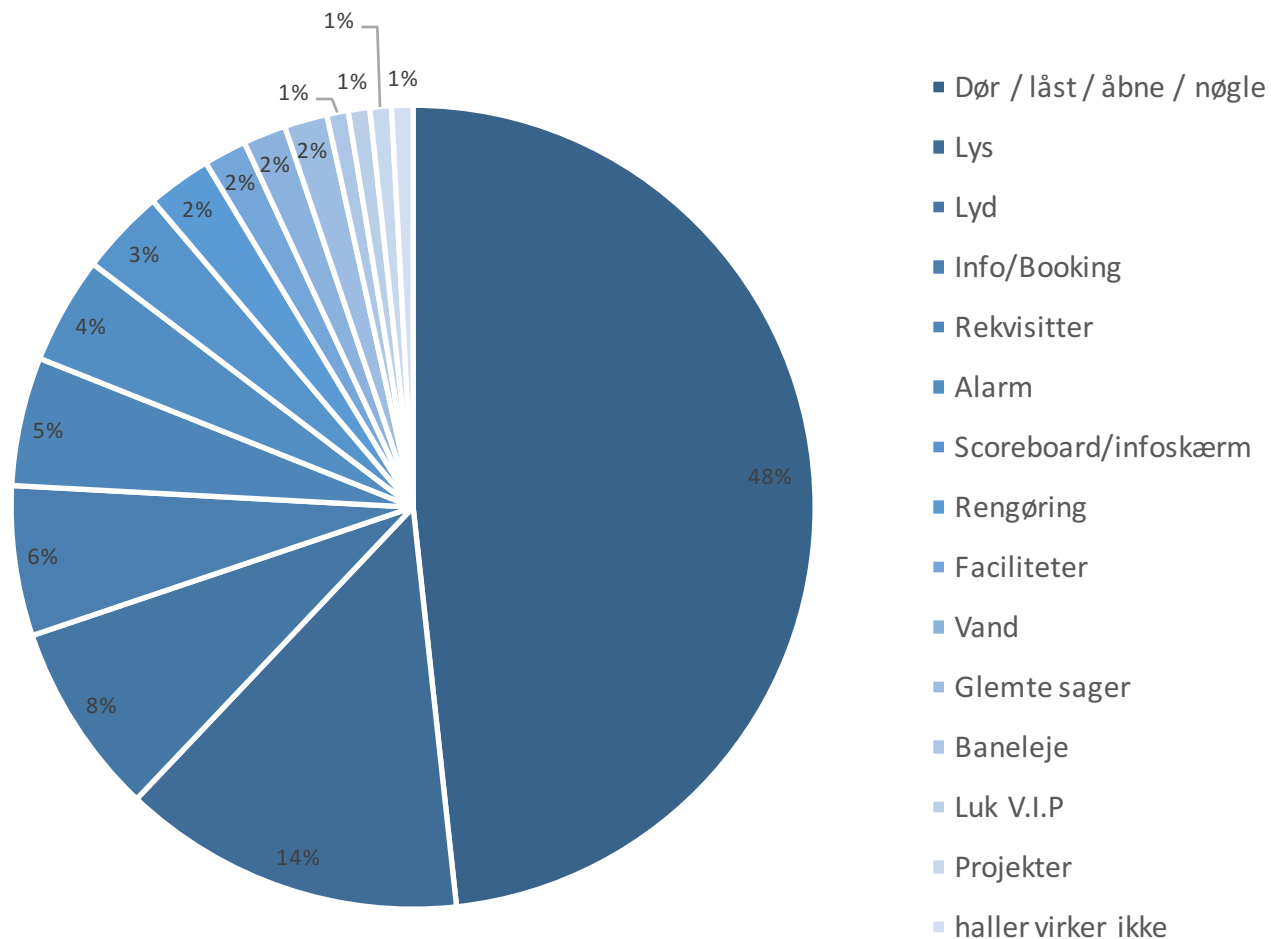
CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration



ERFARING

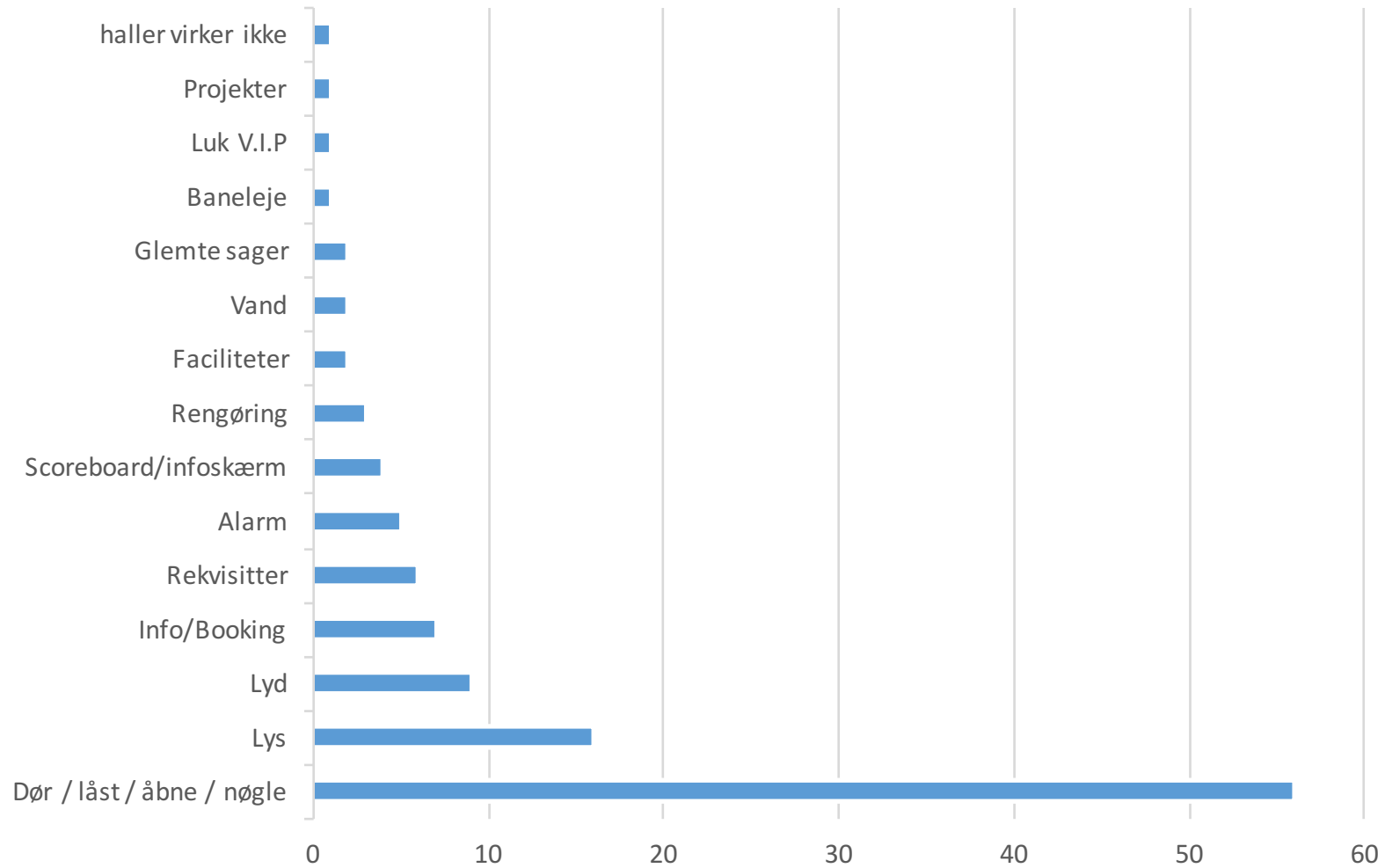
1. Brugere føler sig faktisk trygge
2. Brugere primære behov er:
 - Praktisk information (rekvisitter, glemte sager)
 - Rapportering af problemer
 - Vejvisning
3. Det er betydeligt flere henvendelser når det er personale tilstede.

DATA: VALBY IDRÆTSPARK*

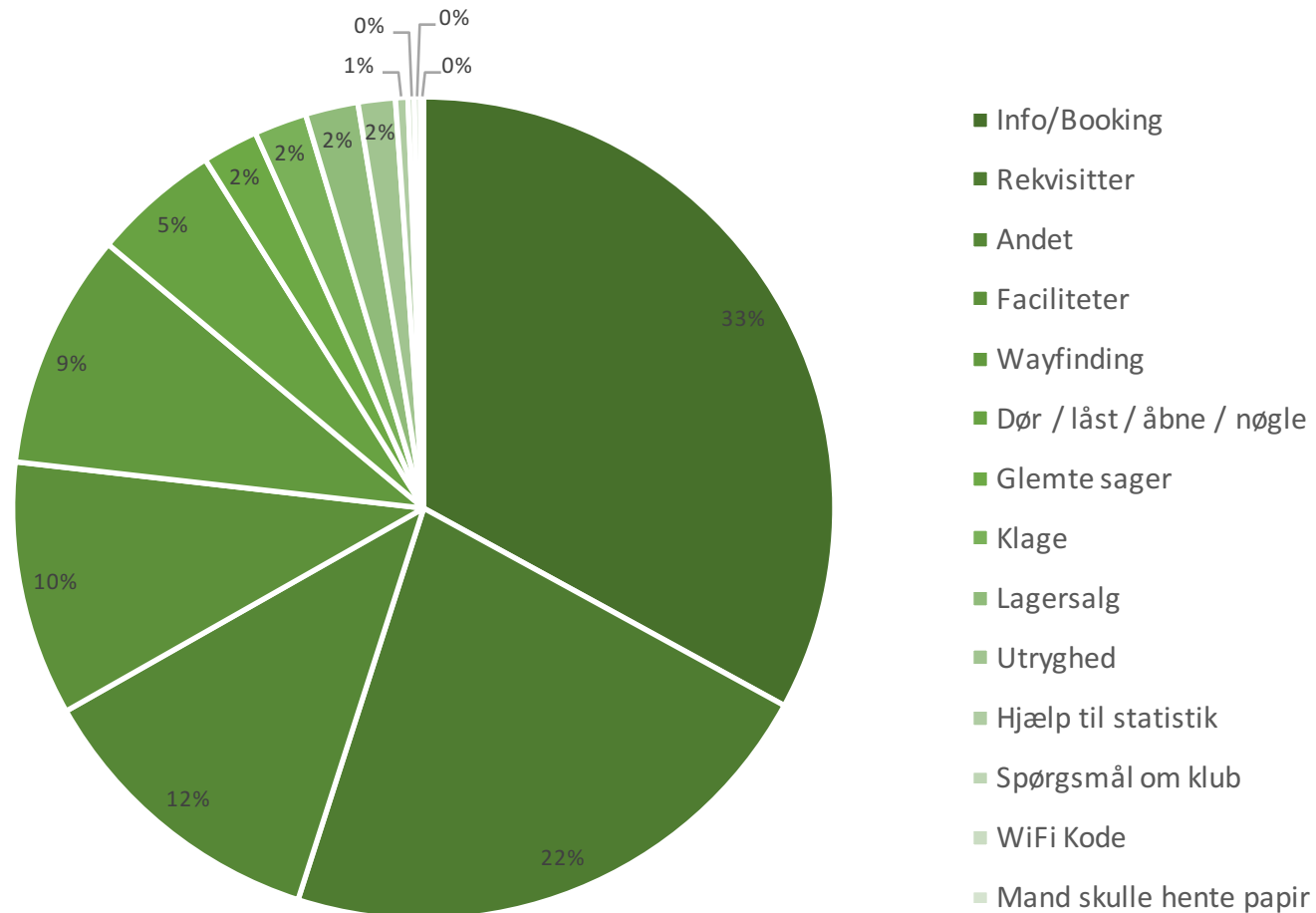


**) Data indsamlet fra telefoniske henvendelser til Service Team / februar-oktober 2016*

DATA: VALBY IDRÆTSPARK

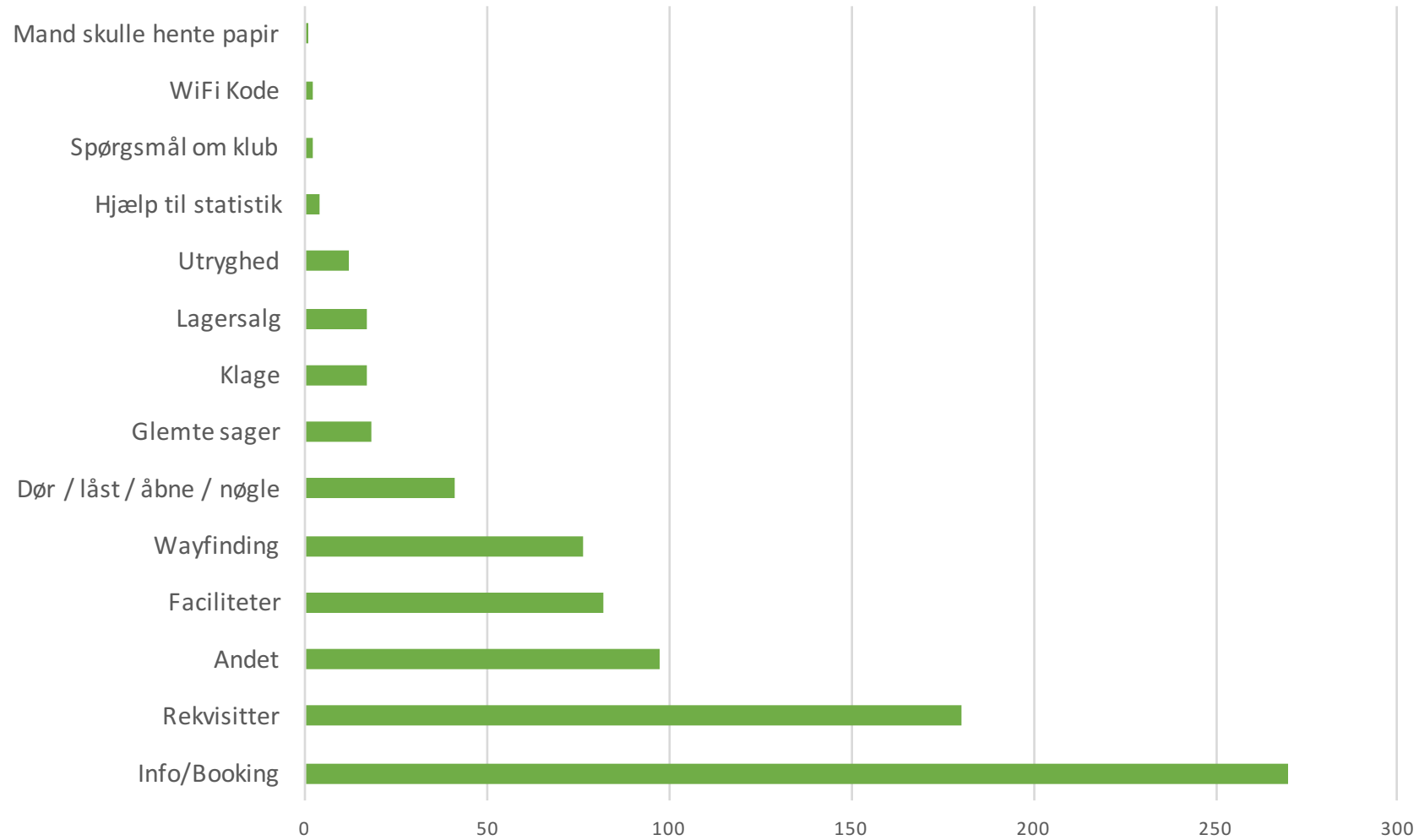


DATA: NØRREBROHALLEN



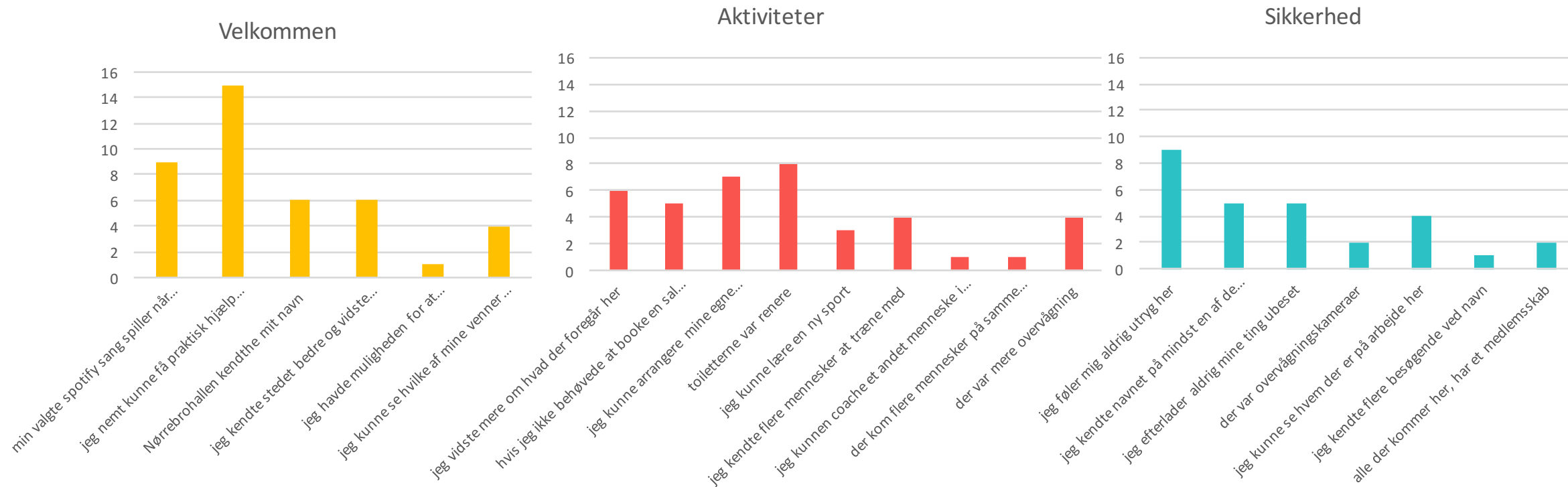
**) Data samlet fra personlige henvendelser i Nørrebrohallen / oktober 2016*

DATA: NØRREBROHALLEN

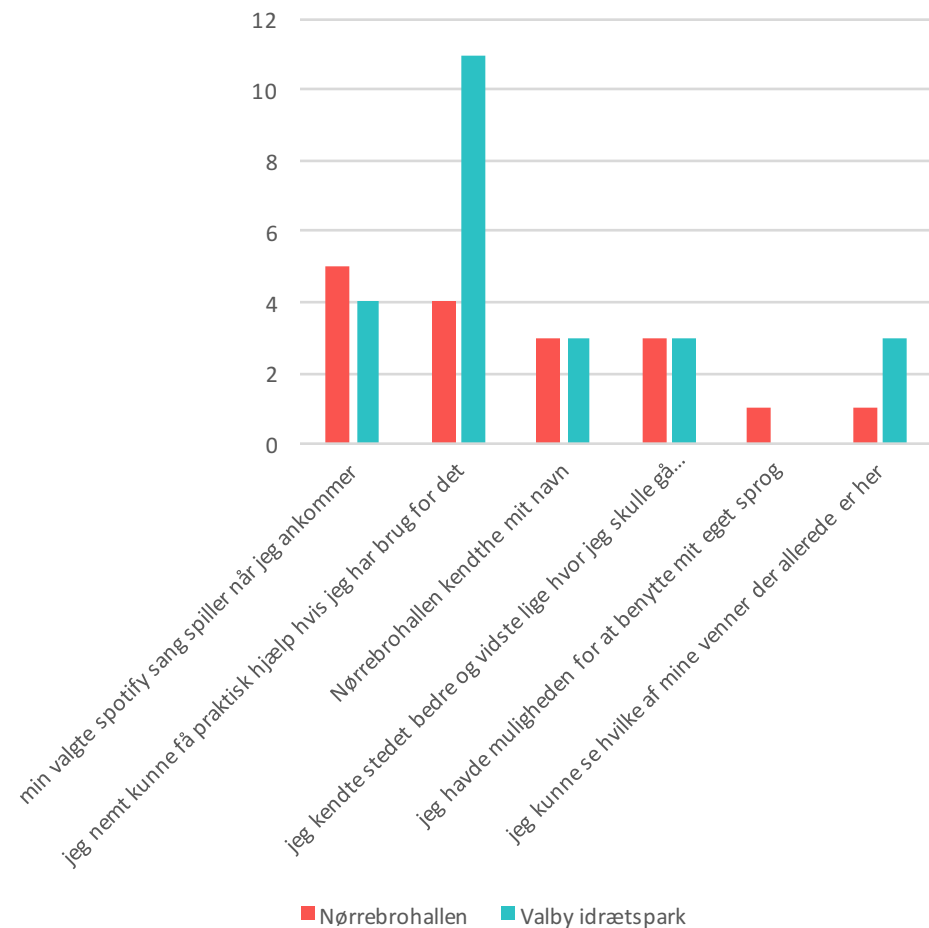


DATA: CALL-TO-ACTION

- Brugere føler sig faktisk trygge, men trænger til at føle sig mere velkomne.
- Brugere mangler information, både praktisk og for at blive inspireret.



Call to action: Velkommen



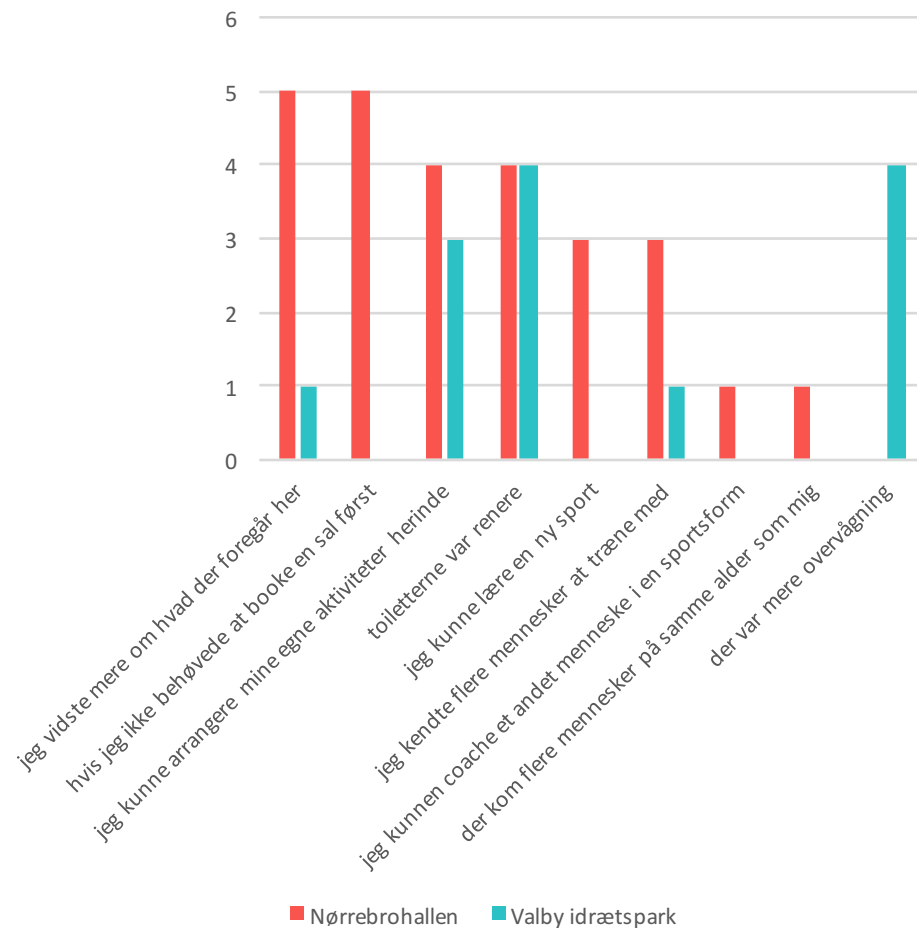
Nørrebrohallen



Valby Idrætspark



Call to action: Aktiviteter

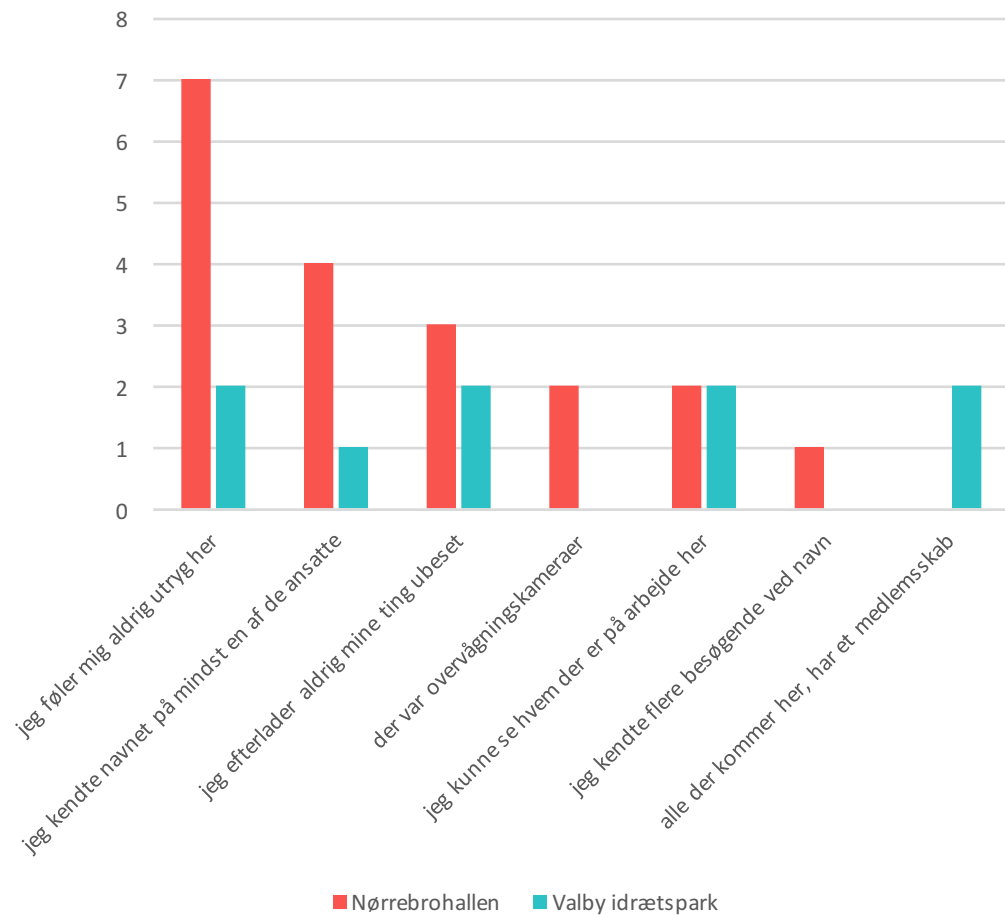


Nørrebrohallen

Valby Idrætspark



Call to action: Sikkerhed



Nørrebrohallen



Valby Idrætspark

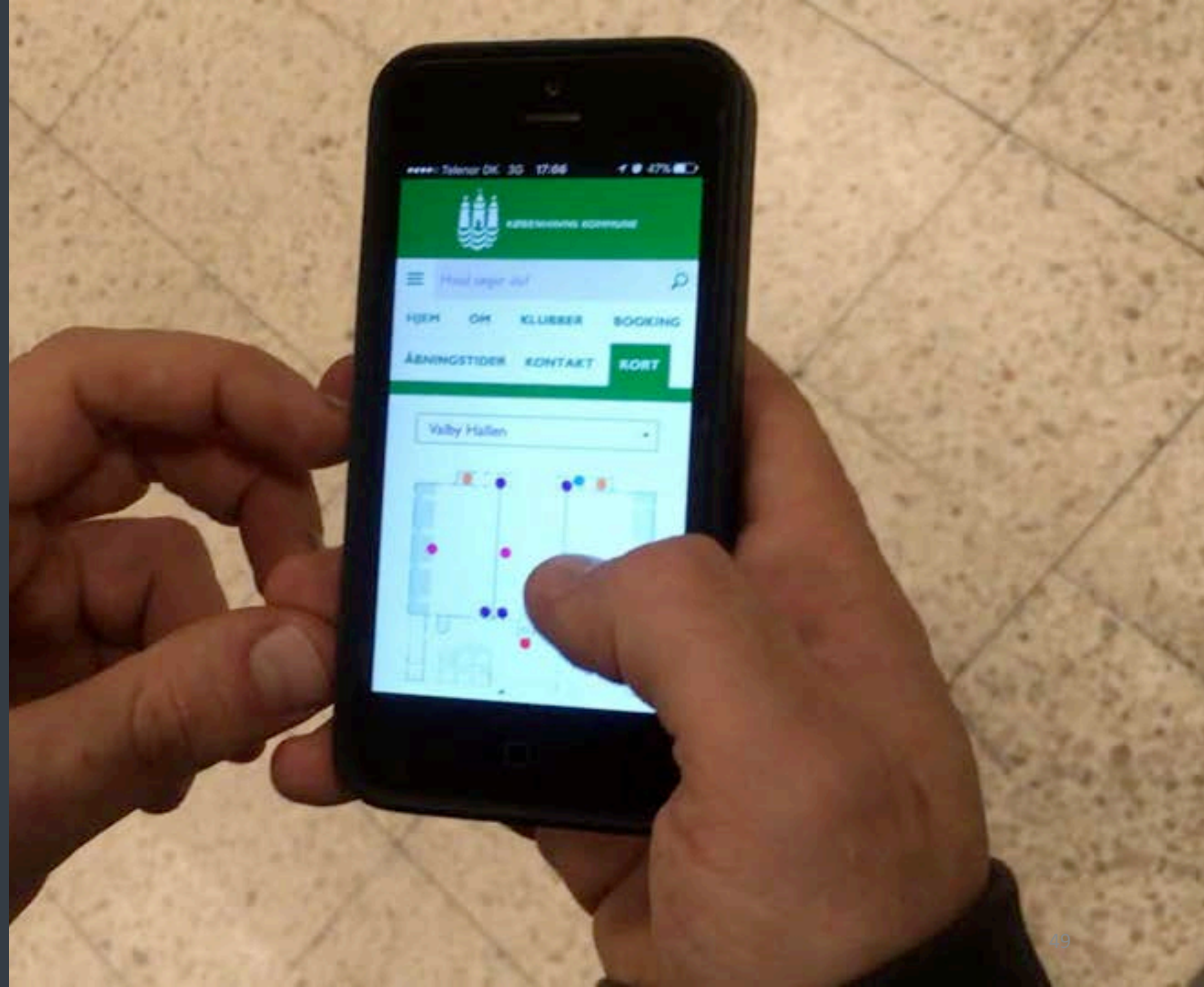


WEBAPP

Brugerne overtager info-skærmene for at vise deres eget indhold, hvilket i højere grad giver dem en følelse af ejerskab.

Vi har opsat en online aggregator som indsamler Instagram billeder med tags som:

#voreshal (Nørrebrohallen) og #valbyidræt (Valby Idrætspark).



WEBAPP

0 brugere

0 interaktioner

Erfaringer

- Endnu ikke testet på brugere.

Indhold

- Live data fra booking systemet
- Events / aktiviteter
- Oversigtskort som inspirations værktøj
- Videoguides
- Integrerende platform

Implementering

- Indhold kan/skal opdateres lokal
- Høje etableringsomkostninger
- De digitale platforme skal bygges på et omfattende CMS

Kanaler

- Drupal platform
- Nyt mobilsite pr.anlæg
- Integration med eksisterende website
- Web app kontra native app: udviklingsomkostninger, nemmere at opdatér, ingen downloade fra bruger
- “Portabilitet” > god til ultra lokalt indhold (f.e. videoguides)

Aktører

- Brugere
- Lokale medarbejdere (etablering)
- KFF

SCREENBUZZ

Med screenbuzz har vi skabt en platform man kan dele billeder på, og give praktisk information til brugerne.

Via skærme i idrætsanlæggene kan folk interagere på en legende måde og navigere i flere typer indhold.

Med denne prototype har vi testet flere ting:

- Er brugerne villige til at dele?
- Er den information vi giver dem brugbar?
- Hvad er personalets rolle i forhold til at vedligeholde og opdatere skærmens indhold?



SCREENBUZZ

433

brugere

944

interaktioner

Erfaringer

- Anvend fysiske knapper i stedet for touch-skærme, men vær sikker på at knapperne er robuste nok.
- Stort set ligelig fordeling af foretrukket indhold i testen af brugerinteraktioner.

Indhold

- Både lokalt + regionalt indhold
- Lade brugerne vælge indhold > skabe ejerskab og kontrol
- Ét billede - en type indhold
- Oversigtskort bruges til inspiration

Implementering

- Strategisk placering
- OS2 display
- Indhold skal redigeres lokalt
- Fysiske knapper (produceret af de kommunale Fablab?) > drift/holdbarhed?
- Teknisk troubleshooting lokalt
- WiFi!

Kanaler

- Høj interaktion på grund af knapper
- % touchskærm til navigation af stort indhold
- Hardware allerede på plads (forskellige software + backend)

Aktører

- Spillere
- Trænere
- Individuelle brugere

SCREENBUZZ

433

brugere

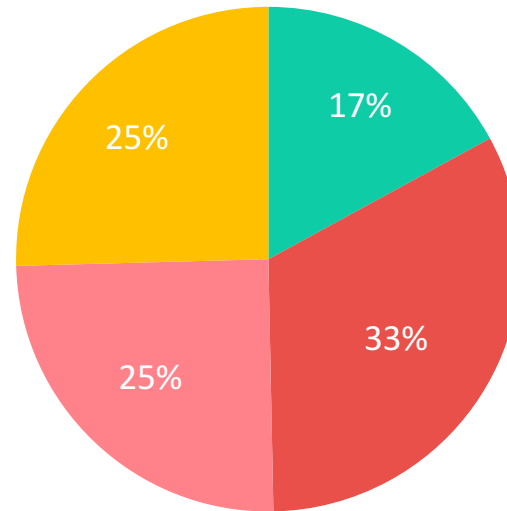
944

interaktioner

Erfaringer

- Anvend fysiske knapper i stedet for touch-skærme, men vær sikker på at knapperne er robuste nok.
- Stort set ligelig fordeling af foretrukket indhold i testen af brugerinteraktioner.

Brugerinteraktioner



- Tilbage til startskærm
- Se billeder fra Nørrebrohallen
- Find det du leder efter
- Se kommende events

ONLINE VIDEOGUIDES

Vis mig hvordan

Online videoguides hjælper dig med at betjene musikanlægget, sætte badmintonnettet op, finde udstyr til banerne og meget mere.



ONLINE VIDEOGUIDES

Erfaringer

- Nemt at sætte op og vedligeholde.
- Personal approach
- Relevant contextual information (how do I set up the badmintonnets...) but only relevant within that context

Indhold

- Indhold skal være ultra lokalt
- Nem at producere lokalt
- God + personlig praktisk hjælp
- Værdi for brugere + serviceteam

Kanaler

- Brug af eksisterende platform (video.kk.dk)
- Kanal skal være ultra kontekstuel
- Smart phones (distribueret) + touchscreens (på stedet)

FLOORPLAY

Med 'floorplay'-fasen ønsker vi at finde ud af hvad folk kunne tænke sig at bruge deres ventetid på. Altså den tid de venter før og/eller efter træning. Den overordnede idé går ud på at lave en eller anden form for interaktive projektioner som giver brugerne mulighed for at spille et spil imens de venter, men inden vi begynder at bygge vil vi gerne være sikre på at vi bygger noget der er relevant. Derfor anvender vi i første omgang tape og et 'call to action' for at se hvordan folk reagerer på idéen og hvad de kunne tænke sig at have af muligheder i fremtiden.



FLOORPLAY

±30 brugere

Erfaringer

- Super feedback og stor succes. Brugerne interagerede øjeblikkeligt.
- For succesfuld implementering anbefaler vi at trænerne bruger det til deres opvarming og skifter mellem "skærmene", i forhold til hvilken sportsgren der udøves.

Indhold

- Indhold udvikles gerne med trænere
- Primært til opvarming
- Trænere skal kunne vælge indhold

Implementering

- Dæmpe lyset
- Lyd ikke nødvendig, da trænere kommer med eget lydanlæg
- Skal kunne slukkes
- Leverandørliste / priser for etablering og drift
- Kan udvikle fælles (på tværs af anlæggene)

Kanaler

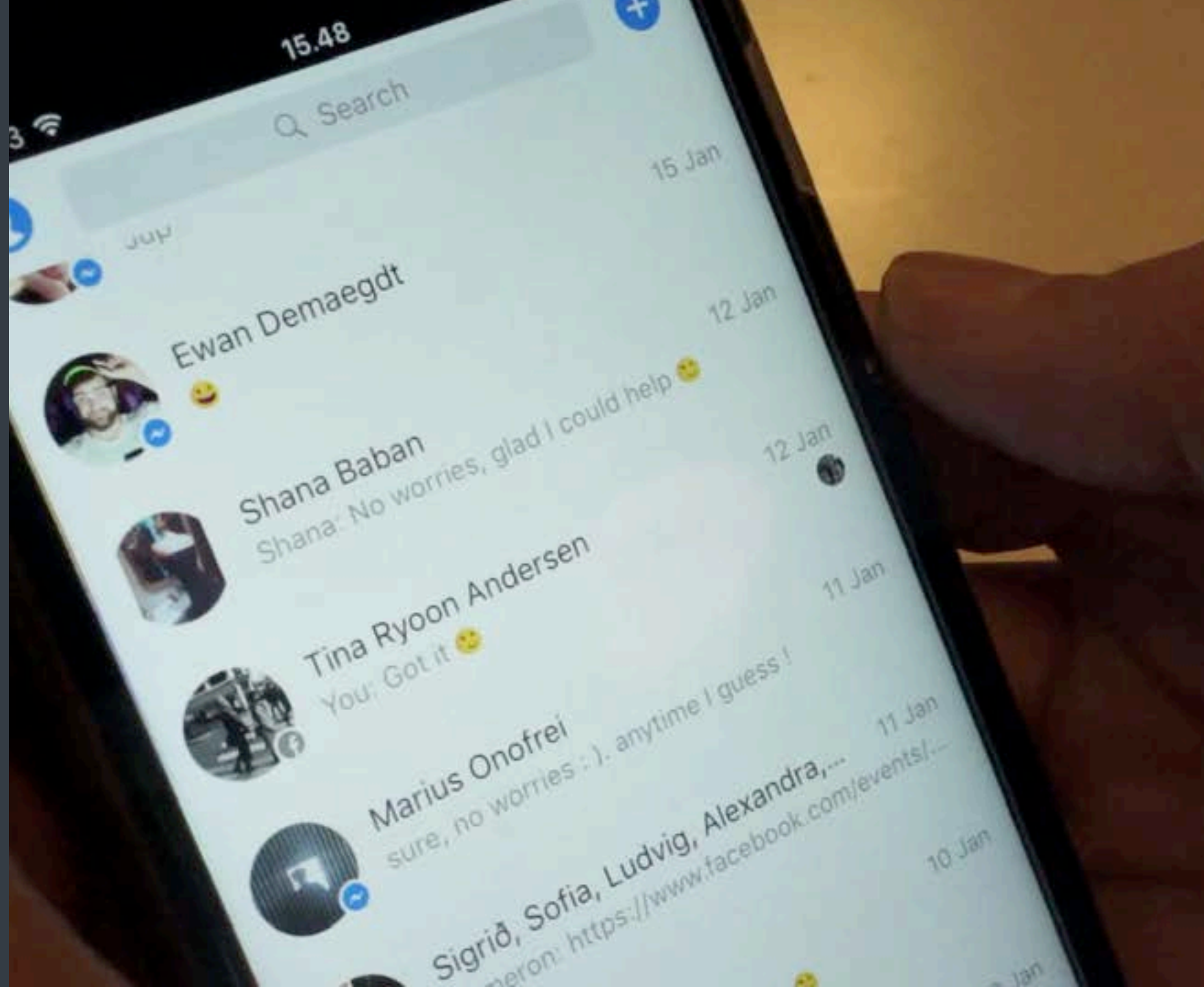
- Interaktiv projicering på gulv / væg
- Tape på gulvet

Aktører

- Spiller
- Medarbejdere (drift)
- Trænere
- Folk det venter

SMS SERVICE

Chatbot'en er en nem måde at hjælpe brugerne til at indrapportere problemer og få praktiske informationer med video-vejledning.



SMS SERVICE

16 brugere

Erfaringer

- God feedback fra teamet, særligt for indrapporteringen. En mulig kanal til at give situationsbestemt information og linke til video guides.
- Brugen af Messenger var ikke et problem. Dog ikke så mange brugere involverede (3 i alt). Kan skyldes et meget lille behov for hjælp blandt brugerne og at testen forløb over for kort tid.
- Brugere der har benytte anlæggene over længere tid vil også naturligt kontakte serviceteamet, fordi de er vænnet til det.

Indhold

- Ressourcekrævende indhold- og tekniske kompetencer
- Både lokalt + globalt
- Komplekst ejerskab (serviceteam, facilitet)
- Én indgang?
- Primært brugt for indrapportering af problemer
- Tilføj videoguides + gamification

Implementering

- Kræver massiv markedsføring
- Modenhed i markedet?
- Volumen kontra omkostninger

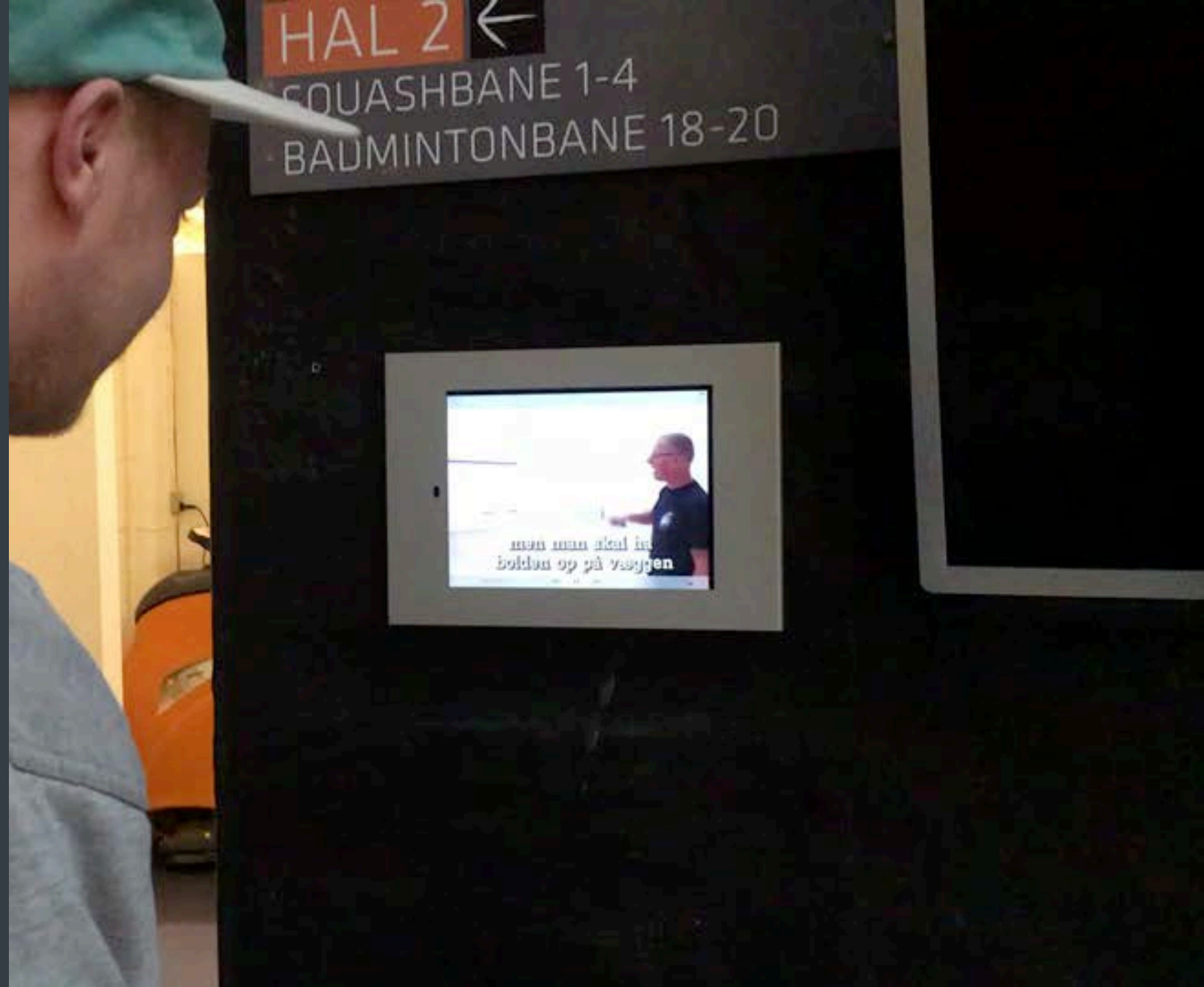
Kanaler

- Få brugere
- Kort interaktioner / lav retention
- Billig!
- Dataopsamling / logget ind
- Ukendt teknologi

Aktører

- Users
- Lokale medarbejdere (indholdsopdatering + indrapportering)
- Service team

DISTRIBUERERE VIDEOGUIDES



DISTRIBUEREDDE VIDEOGUIDES

0

brugere

0

posts

Erfaringer

- Endnu ikke testet på brugere.

Indhold

- Specifikt relevant indhold
- Hvordan bestemte materialer anvendes
- Hvordan bestemte spil spilles

Implementering

- % resourcer til produktion af indhold
- Hvem ejer? Copyright/broadcast

Kanaler

- iPads eller touch-skærme fordelt fysisk ude i anlæggene
- Webapp der indeholder videoguides
- 'Hooks' fysisk ude i anlæggene (plakater/flyers/klistermærker)

Aktører

- Brugere
- Lokale medarbejder
- KFF
- Service team

IMAGEFEED

Brugerne overtager info-skærmene for at vise deres eget indhold, hvilket i højere grad giver dem en følelse af ejerskab.

Vi har opsat en online aggregator som indsamler Instagram billeder med tagget #voreshal (Nørrebrohallen) og #valbyidræt (Valby Idrætspark).



IMAGEFEED

14 brugere

61 posts

Erfaringer

Super opslags-plattform, fælles kanal for alle aktører i et idrætsanlæg, dog ikke så mange individuelle brugere involveret. #voreshal (61 opslag hvor størstedelen kom fra brugere med tilknytning til en af organisationerne i Nørrebrohallen) #valbyidraet (0 opslag).

Indhold

- Begrænset behov for censurering
- Videos + fotos
- Brugergenereret (mest foreninger)

Implementering

- Real time giver et ekstra tilfredsstillende oplevelse
- Skal være tilgængelig fra kontoret
- WiFi!

Kanaler

- Dedikeret kanal (Nørrebro)
- Én fælles kanal til flere aktører
- Sparkle.io > pris
- Storskærm

Aktører

- Individuelle brugere
- Medarbejdere
- Foreningerne
- Klubberne

SPOTIFY PLAYLIST

Med Spotify-playlisten ønsker vi at finde ud af om brugerne er villige til at bidrage med indhold til en fælles platform. Vi skabte en fælles playliste og opsatte plakater med link til playlisten.



SPOTIFY PLAYLIST

Erfaringer

Super opslags-plattform, fælles kanal for alle aktører i et idrætsanlæg, dog ikke så mange individuelle brugere involveret. #voreshal (61 opslag hvor størstedelen kom fra brugere med tilknytning til en af organisationerne i Nørrebrohallen) #valbyidraet (0 opslag).

Indhold

- Brugergenereret indhold > % involvering
- Forankre anlæg i et lokalt kulturel kontekst
- Hvad er usecase?

Kanaler

- Billigt!
- Kendt teknologi
- Kræver at brugerne har Spotify

Implementering

- % ressourcer til produktion af indhold
- Hvem ejer? Copyright/broadcast

Aktører

- Spillere
- Medarbejdere
- Klubber
- Brugere

GENERELLE INDSIGTER

- Det er mere engagerende og en fælles oplevelse at interagere med fysiske knapper end med en touch-skærm.
- Interaktive installationer er ikke brugerflader, men steder.
- Vi anbefaler forskellige løsninger til anlæg med én hovedindgang versus anlæg med flere indgange (se slide 30)
- Gamification og relevante belønningssystemer (såsom rabatter og prioriteret adgang) er en måde at få brugerne til at bruge indrapporteringsystemet.
- Ved indrapportering af problemer fungerer specifikke relevante 'hooks' bedst (sæbe-eksemplet). Vi skal undgå en generisk portal hvor brugerne skal navigere igennem en masse indhold.
- Ny adfærd – særligt hvor brugerne indtager en aktiv rolle – tager tid. Adfærden vil kun blive indlært hvis motivationen er høj nok.
- Digitalt indhold som har en fysisk tilstedeværelse on-site optages nemmere af brugerne.
- Den bedste måde at gennemføre en ny adfærd er ved at vise effekten af den. Giv øjeblikkeligt feedback og reparér indrapporterede problemer så hurtigt som overhovedet muligt.

GENERELLE INDSIGTER

- Vær transparent. Kan et problem ikke løses hurtigt, så forklar brugeren hvorfor, og hvornår det forventes løst.
- Opdatér lokalt indhold løbende. Tænk på det som en nyhedsblog.
- En sort skærm haster lige så meget som en dør det er gået i stykker eller en overfyldt skraldespand. Det viser brugeren at I bekymrer jer om hver del af deres oplevelse og får dem til at føle sig velkomne.
- Der er en høj villighed til at skabe indhold sammen/dele relevant interaktivt indhold fra klubber, trænere og spillere. Det handler bare om at åbne den rette kanal (fx Instagramfeed, en Facebook-gruppe, et forum hvor folk kan dele idéer)
- Der skabes en rigdom af digitalt indhold af alle aktører. Bed om tjek-ind, vis indhold der er hashtagget eller geotagget, som ethvert brand ville gøre det.
- Involver personalet i at vedligeholde og opdatere kanalernes indhold.
- Der er mulighed for at engagere “gemte brugere” (forældre der venter, folk der mødes, gæster til events) gennem digitale kanaler. Lad os designe indholdet (vejvisning, aktiviteter og events) for disse ikke-brugere.
- Hvert kontaktpunkt skal ses som en mulighed for at henvise til øvrige kanaler.



Tak! mere info på

<http://opensportbeta.weebly.com/>

CIID
COPENHAGEN
INSTITUTE OF
INTERACTION
DESIGN



CITY OF COPENHAGEN
The Culture and Leisure Administration