3
2
LAD OS RÅBE I KLIMAKOR!

TITELBLAD

AALBORG UNIVERSITET

Bachelorprojekt

Titel: Lad os råbe i klimakor

Uddannelse:
BSc Bæredygtigt Design 6. semester
Aalborg Universitet København
Afleveringsdato:
04.06.2020

Vejleder:
Signe Pedersen

Antal tegn ekskl. mellemrum: 156.157
Antal sider inkl. alt: 112
Antal normalsider: 71

Undertegnede er indforståede med projektets hensigt og indhold.

Udarbejdet af:

Laura Tryg Grue 20174754

Niklas Hartmann Have 20174755

Mie Lykke Madsen 20175717

Frederik Sten Madsen 20174957

William Henrik Flach de Neergaard 20174046

ABSTRACT

The Confederation of Danish Industry (DI) has made efforts to be the first with a complete and financed plan for how to reach the goals set by the Paris-agreement. Now they want to make these efforts more publicly known and engage the public in a discussion about the future of climate initiatives.

This paper investigates how to engage people in a matter of concern that they might not be familiar with, and at the same time gather useful information on people's opinions about said matter of concern. Through the application of theories such as actor-worlds, ANT, negotiation spaces, and intermediary objects we developed a concept on how to make this engagement happen.

Klimakoret (*The Climate Choir*) tries to unite the actor-world DI with the heterogenic actor-world of the general Danish population, through the use of an engaging user-interface, that makes it easy for the average Joe to form and share their opinion about DI's 2030 plan. Through this interaction we hope to create valuable insights, that DI can use in their future work and assessment with their plan.

FORORD

Denne bachelorrapport er udarbejdet af Team 4 fra 6. semester på Bæredygtigt Design, Aalborg Universitet København. Projektet har elementer fra kurserne *strategisk konceptudvikling* og *kreativ projektledelse*. Derudover har vi anvendt teori, metoder og analyser fra tidligere semestre heriblandt *co-design*, *paticipatory design* og ANT.

Rapporten tager udgangspunkt i en challenge fra Dansk Industri der handler om, hvordan vi kommer i mål med 70 % CO_2-reduktionerne i 2030. Vi har i den forbindelse haft et samarbejde med Dansk Industri og dertil skal lyde en tak til Marie Gad, Lars Liebst Pedersen, Marie Holst, Marie Bujok, Marianne Nygaard Ditlefsen, Marie Thorsø Kousgaard, Jesper Højberg Strebøl, Anna Nilsson for at komme med indsigter, inputs og feedback igennem hele projektet. Derudover skal lyde en tak til Marie Louise Pollman-Larsen, repræsentant for Student Hack Folkemødet.

En særlig tak skal lyde til vores vejleder Signe Pedersen, der gennem hele projektet har bidraget med indsigter og viden samt vejledning ift. navigation i Covid-19 tider. Derudover vil vi gerne takke Christian Clausen for indsigter i vores strategiske overvejelser gennem projektet og Peter Munthe-Kaas for inspiration til hvordan vi på bedste måde planlagde projektet.

INDHOLDSFORTEGNELSE

TITELBLAD I
ABSTRACT II
FORORD II
INDLEDNING 1
LÆSEVEJLEDNING 3

DISCOVER 4

PROJEKTETS RAMME 5
UDFORDRINGEN FRA DANSK INDUSTRI 5
DANSK INDUSTRI 7
SAMMEN SKABER VI GRØN VÆKST 8
KRITIK AF DI'S 2030 PLAN 9
HVORDAN NÅR VI I MÅL? 11
ØKOLOGISK ØKONOMI 12
DANSKERNE OG KLIMAFORANDRINGERNE 13
FOLKEMØDET 16
PROBLEMATISERING OG FORHANDLING MED DI 18
AKTØRNETVÆRK 18
RELEVANTE AKTØRER 19
NEGOTIATION SPACE 19
FØRSTE FORHANDLING MED DI 20
SCENARIER I BRUG HOS DI 20
UDVIKLINGSARENAEN 25
ERFARINGER FRA FORRIGE FOLKEMØDER 30
KAFFETRÆET 30
SPØRGESKEMA 31
DEN GODE LØSNING 32
DET GODE EVENT 32
KLAUSEN + PARTNERS 33
INDSIGTER 33
GAMIFICATION 34
HVAD ER SPILIFICERING? 34
DELKONKLUSION 35
KLIMA, GRØN VÆKST OG COVID-19 37

DEFINE 39

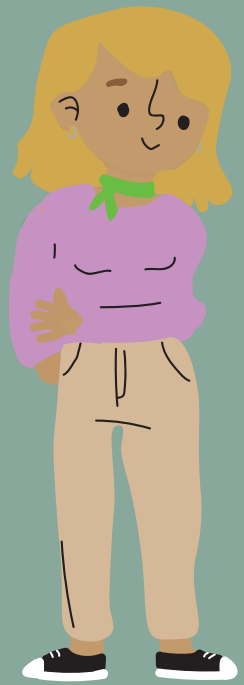
STRUKTURERING AF VIDEN 40
TEMATIKKER FRA AFFINITETSDIAGRAMMET 40
PROBLEMSTILLINGER 41
FØRSTE PROBLEMFORMULERING 42
UNDERSPØRGSMÅL 42
KRAVSPECIFIKATION 43
DANMARK LUKKER NED! 46
NY RETNING 47
REVIDERET PROBLEMFORMULERING 49
FRA SCENARIER TIL DESIGNSPIL 52
DIGITAL WORKSHOP 52
DIGITALT FORHANDLINGSRUM 54
MØDETS FORLØB 55
WORKSHOP I MIRO 55
INDSIGTER FRA WORKSHOPPEN 57
FORVENTNINGSAFSTEMNING EFTER MØDET 59
NYE INDSIGTER TIL PROBLEMFORMULERING 60
UDVIKLINGSARENA UDEN FOLKEMØDET 60
EN NY PROBLEMFORMULERING 61
ENDELIG PROBLEMFORMULERING 62
DET BREDE LØSNINGSRUM 63
GENBESØG I AFFINITETSDIAGRAM 63
UNDERSPØRGSMÅL 64
KRAVSPECIFIKATION 64

DEVELOP 68

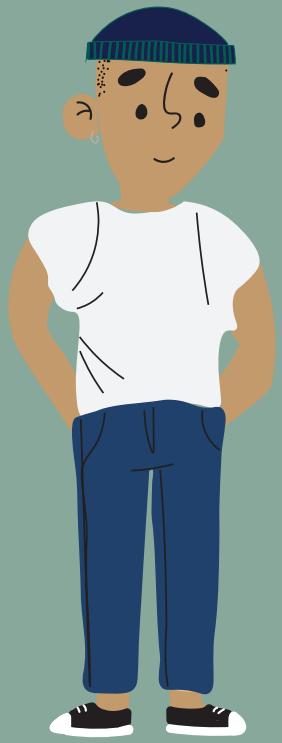
IDÉGENERERING 69
FRA IDÉER TIL KONCEPTER 70
SORTERING AF KONCEPTER 71
TRE KONCEPTFORSLAG 71
KONCEPTER 72
KONCEPT 1: IDEALIST ELLER PRAGMATIKER. 72
KONCEPT 2: ORDET PÅ BORDET 76
KONCEPT 3: KLIMAKORET 79

DELIVER 82

VÆGTNING AF KONCEPTER 83
VIDEO TIL DI OG DERES FEEDBACK 85
DET SIDSTE FORHANDLINGSRUM 85
MØDET 85
AFSLUTTENDE TANKER 86
FRA VÆGTNING TIL ENDELIG LØSNING 87
KLIMAKORET 88
HARDWARE OG SOFTWARE 89
PLACERING OG MILJØ 90
DIMENSIONERING 91
FORMIDLING AF DI'S TILTAG OG UDSAGN 91
AFSTEMNING 92
DELTAGERNES UDSAGN 92
INTERFACE 93
SPIL+ 94
BÆREDYGTIGHED 94
HANDLEPLAN 95
KLIMAKORET I ARENAEN 96
DISKUSSION 98
KONKLUSION 100
REFERENCER 102
BILAGSLISTE 105



Mie Lykke Madsen



William de Neergaard

Niklas Have

Laura Grue

Frederik Madsen

INDLEDNING

Menneskets aktivitet har i løbet af de sidste 120-140 år, øget gennemsnitstemperaturen på jorden med omkring 1°C (Connors & Pidcock, 2018). Hvis vi fortsætter uden at gribe ind eller ændre vores udledninger forventes det at temperaturen kommer til at stige med yderligere 2-4°C, ved udgangen af dette århundrede (Frieler, 2015). Temperaturstigningen skyldes hovedsageligt forøgelsen af drivhusgasser, som er steget med 47% siden 1850 og i dag har nået 412 ppm (Shaftel, 2020). Temperaturstigningen har alvorlige konsekvenser for mennesker og natur; såsom mere ekstremt vejr, afsmeltning af sne og is som fører til havstigninger, oversvømmelser og ændring af havstrømme ("Konsekvenser af klimaforandringerne," n.d.).
Konsekvenserne rammer både lokalt og globalt, og derfor er det vigtigt at der bliver handlet på flere niveauer for at modvirke effekterne. I 2015 forpligtede 196 lande sig til at holde den globale temperaturstigning under 2°C sammenlignet med gennemsnitlige førindustrielle temperaturer (*Paris Agreement*, 2015). Men i december 2019 viste beregninger fra IPCC at der stadig mangler at blive handlet og at aftalelandenes samlede indsats og nuværende klimaplaner vil lede til en global temperaturstigning på over 3°C (*Emissions Gap Report*, 2019).

Den nuværende regering kom til magten på grundlag af et valg som i høj grad handlede om klima.
I regeringens forståelsespapir præsenteres der ikke specifikke løsninger, men i stedet forslag, ambitioner og overvejelser om hvordan vi i Danmark kan mindske vores klimapåvirkning.

Forståelsespapiret indledes med:

"Vi skal gå forrest i kampen mod klimakrisen. Danmark skal markant hæve ambitionerne for klima, miljø og natur og påtage sig det internationale lederskab for den grønne omstilling. Folketinget kan blive det grønneste parlament i verden, der ikke kun gør noget, men som gør det, der skal til for at leve op til Paris-aftalen."
(Frederiksen, Østergaard, Olsen Dyhr, & Skipper, 2019)

"Klimavalgets" resultat afspejles også af, at vi i Danmark er vi nogle af de mest klimabekymrede i verden, men samtidig er vi nogle af dem der udleder mest CO_2 pr. indbygger (Jex, 2017). Vi ser dog en voksende del af befolkningen som i høj grad er omstillingsparate og ikke føler sig hørt eller repræsenteret i industrien såvel som hos politikerne.

Danmark har juridisk bundet sig til Parisaftalen, der stiller krav til at vi har en plan for hvordan vi når i mål med at reducere vores CO_2-udledninger med 40 % frem mod 2030 (KEFM, n.d.). Nogle tiltag er allerede kendte og vil bidrage til en del af reduktionerne, men der er stadig en procentdel af reduktionerne vi endnu ikke ved hvordan vi når i mål med. Dette har medført at flere politiske interessenter har fremlagt et bud på en plan, der kan hjælpe os i mål. Men et spørgsmål der også stilles i forbindelse med disse planer er, om vi kan nå i mål med reduktionerne samtidig med at vi fortsat fokuserer på den økonomiske vækst, der skal sikre vores velfærd og levestandard.

DI har en klar forventning om, at klimamålene opnås gennem grøn vækst. Ambitionen er, at klimamålene nås uden at det skader de organisationer som DI varetager interesser for. Som en interesseorganisation for dansk erhvervsliv, er det essentielt for DI at have opbakning bredt i den danske befolkning, for at have mest momentum bag deres forslag. Det er ikke tydeligt for den gængse borger hvad DI's vækst plan består af, men DI har en interesse i at gøre denne agenda mere tydelig, og de vil derfor gerne have borgerne med på råd når man idégenerer eller *brainstormer* over hvordan fremtidige løsninger skal

se ud, hvis vi skal nå i mål, og det er her vi kommer ind i billedet, oprindeligt igennem deres udfordring til Students Hack Folkemødet.

Vi har med denne rammesætning, opstillet en problemformulering, som vi vil forsøge at svare på:

Vi vil designe en løsning for DI, der faciliterer at deltagerne forholder sig til hinandens meninger om hvordan vi skal leve i fremtiden, med udgangspunkt i konkrete tiltag fra DI's 2030 plan.

Denne problemformulering skal ses som en destillering af hele designprocessen, der er gået forud for problemformuleringen.

Gennem projektet har vi været bevidste omkring vores position i relation til de andre aktører. *Participatory design* anser brugerne, ikke som produktaftagere, men som aktører som skal inviteres ind i designprocessen og på den måde bidrage til udviklingen af slutproduktet gennem vidensudveksling og læring (Simonsen & Robertson, 2013). Vi er som designere ikke blot kreative eksperter, men vores rolle er i endnu højere grad at åbne op for de inddragede aktørers medfødte kreativitet (Pedersen, 2020b). Vi skal forsøge at facilitere forhandlingerne i en arena hvor de forskellige aktører lever af at have deres meninger og fastholde interesser. Det er dog vigtigt at pointere at forhandlingerne ikke skal lede til konsensus, men i stedet handler om at udforske muligheden for at bygge bro og måske herigennem finde fælles forståelse.
Vi iscenesætter disse forhandlinger, hvilket *intermediære objekter* har hjulpet os med. Igennem disse har vi skabt fælles forståelse mellem forhandlingsparterne og indledt en translationsproces. Principperne bag ANT, og mere specifikt translationsprocesser, tillader at vi inddrager og skaber forståelse for relevante aktører. Ved at varetage deres specifikke problematiseringer og oversætte disse til et fælles problem, kan vi sikre at en endelig løsning stemmer overens med den virkelighed, den skal eksistere i. Men det kræver at disse aktører også interesseres og indrulleres i den videre designproces og det er her vi blandt andet tager intermediære objekter i brug. For at kortlægge relevante aktører har vi anskuet den udviklingsarena vores løsning i sidste ende skal placeres i. Udover at tydeliggøre relevante aktører, synliggøre arenaen også eksempelvis magtpositioner og konflikter, der skal tages højde for, når vi skal designe vores løsning.

Heri ligger også vores motivation for projektet. Først og fremmest var udsigten til, at vi kunne komme ud og teste tidligt, og bygge en materialitet, som ville være fuldt ud funktionsdygtig, et positivt aspekt for os, og noget vi så frem til, men skulle vise sig at være sværere end vi forventede.

LÆSEVEJLEDNING

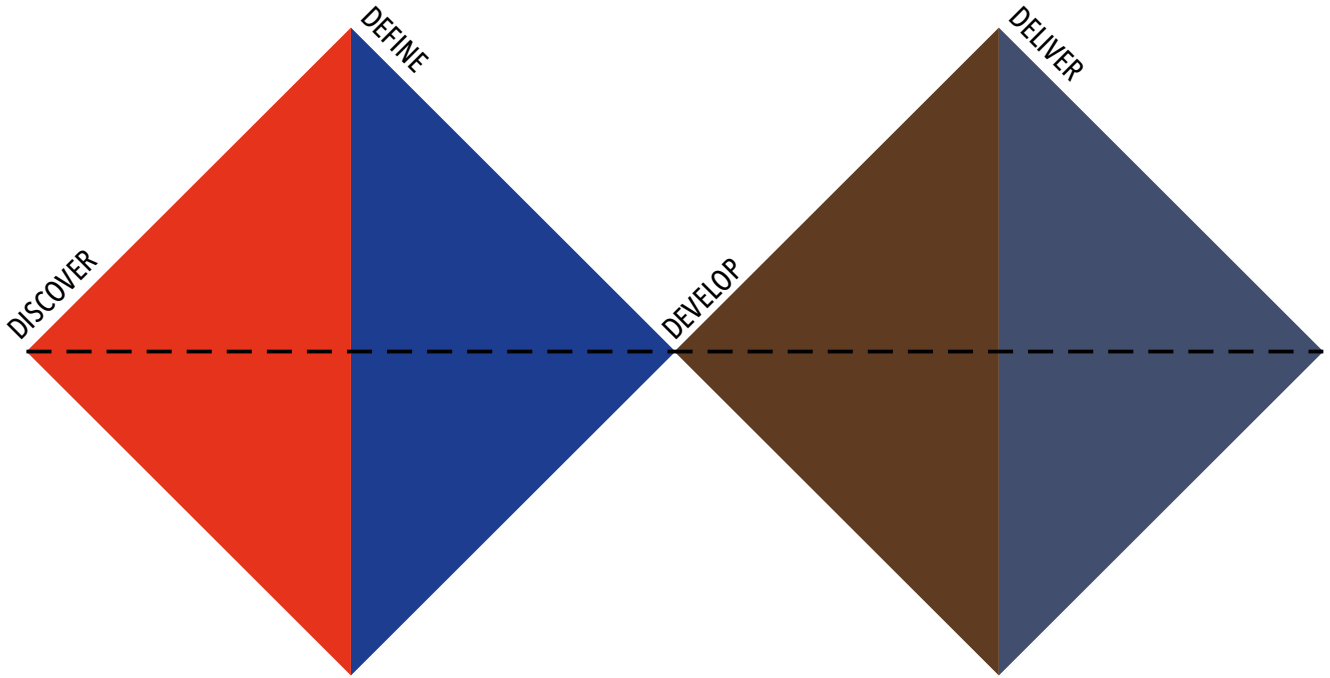
Rapporten er bygget op omkring dobbeltdiamond designprocessen. Læseren vil først tages gennem udfoldelsen af det felt vi arbejder i, denne fase kalder man *discover*. Dernæst vil man få et indblik i hvordan vi har indsnævret dette felt til specifikt problem, denne fase kalder man *define*. Herefter vil man blive præsenteret for løsningsrummet, koncept-forslag og slutteligt en endelig løsning, hvilket man i designprocessen kalder *develop*. Slutteligt vil læseren tages gennem nogle af de spørgsmål der er opstået undervejs i projektet og videre arbejde med den endelige løsning, denne fase kalder man *deliver*. Processen har været iterativ i alle faserne og selvom rapporten er opbygget fasevis er det vigtigt at pointere at vi har hoppet frem og tilbage mellem faserne i projektet og at rapporten derfor ikke skal forstås som værende kronologisk.

Disse fire faser er gennem rapporten præsenteret ved forskellige farver; Discoverfasen er rød, definefasen er blå, developfasen er brun og deliverfasen er mørkeblå, se Figur 1.

I rapporten vil læseren støde på tekstbokse, med farver alt efter hvilken fase man befinder sig i, som blandt andet beskriver de teorier og metoder som er brugt i følgende afsnit. Derudover vil der gennem rapporten være skillesider som illustrerer hvordan vores proces har forløbet sig.

Rapporten kan selvfølgelig printes, men tager sig bedst ud digitalt, hvor man kan zoome ind på illustrationer og figurer.

God læselyst.



Figur 1 - Double diamond designprocessen

FOLKEMØDET

PROJEKTETS RAMME

I dette afsnit vil vi komme ind på vores motivation for projektet og hvilke forventninger vi havde inden projektets start. Vi vil derefter præsentere vores *challenge* med Dansk Industri (DI) og Students Hack Folkemødet (SHF).

Inden startskuddet for vores projekt lød, havde vi gjort os nogle overvejelser om, hvordan vi ønskede at opbygge denne designproces. Løse rammer der kunne tilpasses en samarbejdspartner, men samtidig nogle rammer der kunne sikre at vi kunne planlægge vores tid således at vi kort tid inde i projektet allerede kunne komme ud og få testet vores første prototyper, således at vores fokus blev rettet mod at få inddraget aktører, ved at give dem materialiteter, de kunne interagere med og vi derefter kunne iterere på.

UDFORDRINGEN FRA DANSK INDUSTRI

Tidligt i vores projekt kom vi i kontakt med SHF, der sætter studerende fra DTU, CBS og andre universiteter i kontakt med virksomheder og organisationer, på Folkemødet.

Students Hack Folkemødet var interessant for os at tage del i, da de havde sat rammerne for en opgave, der gjorde det muligt for os at fokusere vores energi på det vi ønskede at bygge vores bachelorprojekt op omkring; nemlig tidligt i processen at påbegynde *prototyping* og idegenerering. SHF har forskellige samarbejdspartnere, de har opstillet udfordringer med.

Students Hack Folkemødet

Students Hack Folkemødet er et projekt drevet af DTU Skylab, samt partenere. Formålet med projektet er at universitetsstuderende indenfor forskellige områder, arbejder med bæredygtighedsudfordringer, sammen med en samarbejdspartner. Der arbejdes på hvordan disse udfordringer kan løses og ved det årlige folkemøde faciliteres bl.a. en *pitch* samt en feedback runde på de løsninger de forskellige grupper er nået frem til (Students Hack Folkemødet, 2020).

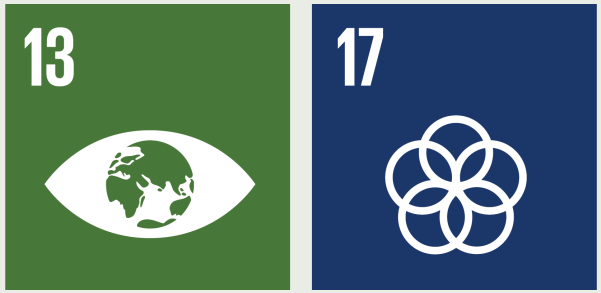
Vi indgik et samarbejde med DI, og blev en del af opgaven om *Facilitating involvement in Denmark's Mission 70%*, se modstående side. I DI's challenge præsenterer de følgende:

"In addition to planned events, debates and DI members joining the festival, we want to challenge ambitious and creative students to get Mission 70% to live outside DI's area at Folkemødet (Klostergården) and come up with solutions for how we can engage festival guests to contribute to MISSION 70%. We want you to think creatively about, for example, interactive 'mission 70% props' that can be used at Folkemødet 2020. You can see this festival as the pilot on how we can create future engagement and invite for contributions to Mission 70% at other types of events or similar."
(Dansk Industri, 2020a)

Denne challenge lagde op til en designproces, hvor test og prototyping kunne påbegyndes tidligt i processen og på den måde styrke muligheden for at tilpasse en endelig løsning i så høj grad, at den ved Folkemødet 2020, ville formå at engagere festivaldeltagerne i Mission 70 %.

Challenge #3

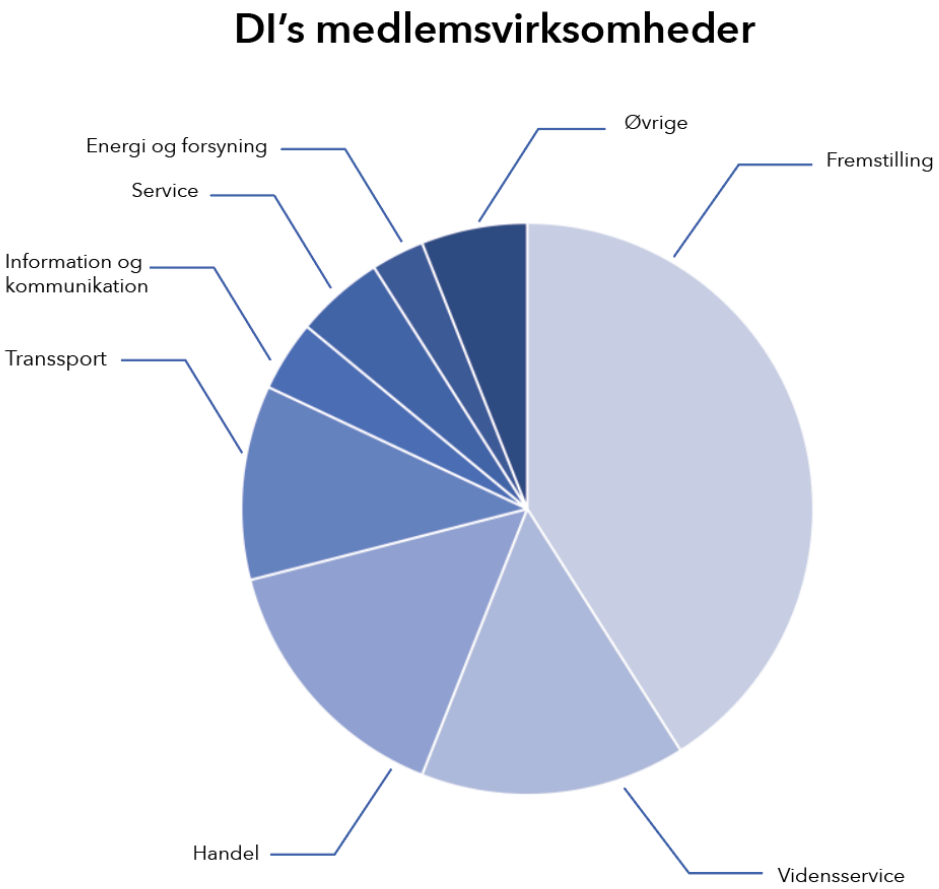
Develop and test solutions facilitating involvement in **Denmark's Mission 70% CO_2 reduction.**



Kilde: http://www.hackfolkemodet.dk

DANSK INDUSTRI

DI er en interesseorganisation, der rådgiver dansk erhvervsliv. Dette gælder både ledelsesstrategier, innovation og personalejura. DI varetager interesser for 11.000 danske virksomheder (se Figur 2) og består derudover af otte brancheforeninger, der specialiserer sig inden for forskellige områder af industrien, i kraft af deres størrelse har de en stærk politisk indflydelse – med andre ord er DI en lobbyvirksomhed.
Ifølge DI har et stærkt samfund, brug for stærke virksomheder.



Figur 2 – Fordeling af DI's medlemsvirksomheder

"Danmark skal være verdens bedste land at leve i og verdens bedste land at drive virksomhed i. De to ting hænger uløseligt sammen."
(Dansk Industri, 2020b)

Ved at sikre at det er fordelagtigt at drive virksomhed i Danmark, styrkes den danske økonomi. Med flere penge mellem hænderne i samfundet, kan vi sikre velfærden. Deres overordnede vision er at:

"… et åbent og velstående samfund i vækst og balance."
(Dansk Industri, 2020b)

Med et åbent samfund, ønsker DI at Danmark skal have et stærkt globalt samarbejde, hvor danskerne har muligheder for at tage til udlandet og dygtiggøre sig, men hvor vi samtidig også kan hente stærke ressourcer til Danmark fra udlandet, og på den måde sikre en stærk arbejdsstyrke i Danmark. Velstanden i samfundet skal sikre at både den almene borger og virksomhederne føler sig trygge ved at investere i vores fælles fremtid. For at denne velstand kan være en realitet for de fremtidige generationer, så er vi ifølge DI nødsaget til at have et samfund i vækst. Denne økonomiske vækst skal dog ske i et balanceret samfund, hvor alles rettigheder er lige og hvor vi alle tager del i udviklingen.

SAMMEN SKABER VI GRØN VÆKST

Regeringen udgav i 2019 deres forståelsespapir; *Retfærdig Retning for Danmark*. Her præsenterer de deres ønske om at Danmark skal

"… gå forrest i kampen mod klimakrisen."
(Frederiksen et al., 2019)

Målet er at Danmark inden 2030 skal reducere deres CO_2-udledning med 70 %. i forhold til 1990.

Et meget ambitiøst mål, der kræver at vi virkelig tager fat og gør en indsats. En indsats DI gerne vil bidrage til. Derfor udgav DI i 2019 deres plan for hvordan vi kommer i mål. Modsat andre strømninger indenfor den grønne omstilling, vil DI forsøge at komme i mål, uden at vi skal ændre måden vi lever på radikalt. Planen giver derfor et bud på hvordan vi sikrer klimaet, samtidig med at vi bibeholder et samfund i vækst, så vi forbliver et rigt land – altså har DI fokus på at der skal skabes grøn vækst (Dansk Industri, 2019). DI præsenterer i planen, fire overordnede målsætninger.

DI's fire overordnede målsætninger

- Vi vil skabe vækst og velstand, der kommer alle danskere til gode. Reformer og politiske initiativer skal gøre Danmark mindst 110 mia. kr. rigere.
- Flere skal arbejde i Danmark. Vi vil løfte den private beskæftigelse med mindst 120.000 personer.
- Der skal som minimum være balance på de offentlige budgetter, så vi ikke efterlader ubetalte regninger til kommende generationer.
- Danmark skal gå foran i løsningen af klimaudfordringen og reducere udledningen af drivhusgasser med op mod 70 procent.
  (Dansk Industri, 2020b)

Det kvikke øje, vil hurtigt spotte at kun en enkelt målsætning tager direkte hånd om den grønne omstilling, mens de andre målsætninger har

Figur 3 - DI's 2030-plan - Sammen skaber vi grøn vækst, kilde: danskindustri.dk/politik-og-analyser/2030/

fokus på vækst og hvordan vi vedligeholder en god stærk økonomi i Danmark. Ifølge DI går dette dog hånd i hånd. Har vi en stærk økonomi, har vi også råd til at investere i den grønne omstilling. Men som udgangspunkt er det vigtigst for DI, at de kan sikre deres medlemsvirksomheder og beskytte dem mod negative konsekvenser (fx afgifter), der må være ved en grøn omstilling.

DI's plan vil i alt koste samfundet 90 mia. kr. Blot 16 mia. kr. er afsat til at sikre at vi får reduceret vores CO_2-udledninger, mens 26 mia. kr. er afsat til at skabe konkurrencestærke danske virksomheder. Dette er måske ikke så besynderligt, da DI er Danmarks største arbejdsgiverorganisation (Den Store Danske, 2015). Tager man et nærmere kig på de konkrete forslag, der skal sikre konkurrencestærke danske virksomheder, så er der ikke ét forslag der forholder sig til hvordan de danske virksomheder skal tage del i den grønne omstilling.

Siden 1990 har vi i Danmark opnået en CO_2-reduktion på 36 %, blandt andet igennem energiomlægning (Dansk Industri, 2019). Frem til 2030 vil disse indsatser medføre en yderligere reduktion på 8 %, altså sammenlagt en reduktion på 44 % - der er stadig et stykke vej til de 70 % I DI's plan præsenterer de 31 konkrete forslag, der ifølge dem vil resultere i en yderligere 20 % reduktion. Herefter står vi tilbage med 5 % og skal vi nå i mål med dem, er vi ifølge DI nødt til at stå sammen; både borgere, politikere og virksomheder.

Ved at inddrage deres medlemsvirksomheder i den grønne omstilling, vil DI få stillet en masse kompetencer til rådighed. DI har en direkte kontakt og indflydelse på størstedelen af det danske arbejdsmarked og dette er essentielt at udnytte, hvis de ønsker at gøre en indsats for at nedsætte CO_2-udledningerne. Men hvordan kan DI udnytte at de er paraplyorganisation for samtlige 11.000 danske virksomheder, de yder rådgivning til og støtter i politiske forhandlinger?
En aktør DI ikke har samme stærke relation til, er de danske borgere. For ved borgerne overhovedet hvad DI er og hvad de arbejder for? Hvis vi alle skal samles omkring at komme i mål med de sidste 5 % skal DI have skabt en stærkere relation til de danske borgere. Den danske borger skal opleve/se, hvordan DI kan biddrage til den grønne omstilling og ikke kun er til, til fordel for deres medlemsvirksomheder.

KRITIK AF DI'S 2030 PLAN

Information udgav artiklen *Dansk Industris klimaplan vil skabe historisk stor ulighed – særligt de rigeste får mere* den 12. maj 2020 (Bahn & Gjerding, 2020). Her kritiseres DI's plan, af flere eksperter, for at lægge op til en historisk stor ulighed i Danmark. Blandt andet siger Jakob Egholt Søgaard, som forsker i økonomi og ulighed på Princeton og Københavns Universitet at:

"DI's samlede pakke medfører efter danske standarder en kraftig stigning i uligheden, som vil være større end effekten af samtlige af de seneste 20 års skattereformer tilsammen"
(Bahn & Gjerding, 2020)

Direktør for DI, Kent Damgaard, påpeger i et modsvar at det handler om hvilket valg man tager. Han udtaler:

"Vil man hellere have en samlet højere indkomst og forbrugsmuligheder eller et mere lige samfund. I vores plan får man højere vækst, flere arbejdspladser og højere forbrugsmuligheder, men så også den efterfølgende ulighed. Det afgørende for os er, at alle indkomstgrupper vinder."
(Bahn & Gjerding, 2020)

Så selvom DI's plan i første omgang fik en positiv velkomst og et skuldeklap for at have meldt sig på banen, mødes den nu også af kritik og spørgsmål.

HVORDAN NÅR VI I MÅL?

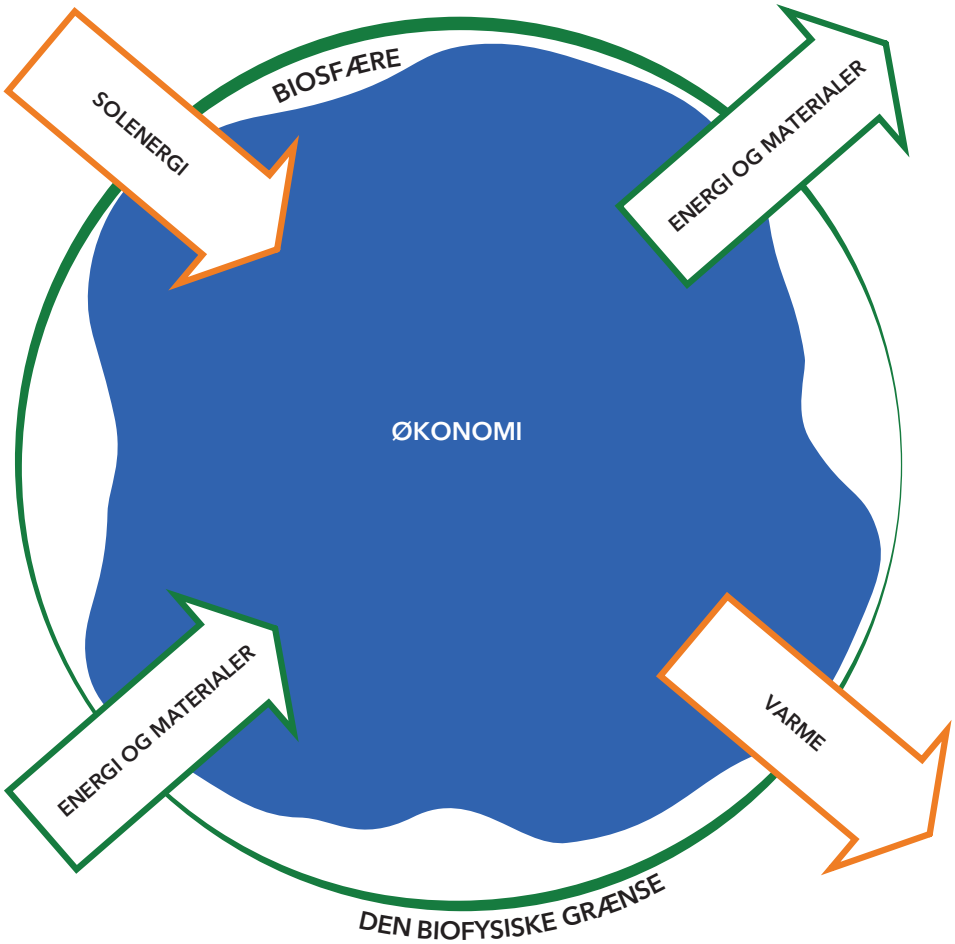
Budskabet i regeringens forståelsespapir er klart; Danmark skal ikke blot være passive deltagere i den grønne omstilling, vi skal være frontfigurer. Regeringens forslag til hvordan dette skal blive en realitet er blandt andet ved at fremlægge en klimalov, der vil indeholde et bindende mål om at reducere udledningen af CO_2 med 70 % inden 2030 (mod niveauet i 1990).

Regeringen vurderer at Klimarådet skal bistå dem, for at sikre at Danmark kan nå i mål med reduktionerne.

Klimarådet

Klimarådet er et uafhængigt hold af eksperter, hvis opgave er at rådgive og sikre et fagligt grundlag for Danmarks klimapolitik. Klimarådet har et ønske om at sikre at omstillingen sker på en omkostningseffektiv måde, så vi kan sikre vores velfærd og udvikling i samfundet, samtidig med vi nedsætter vores udledninger af CO2 markant (Klimarådet, n.d.).

Fælles for samtlige af regeringens forslag er, at danskerne ikke tvinges til radikalt at ændre vaner. Jo, vi skal til at køre elbil og ja, vi vil i højere grad eksponeres for de økologiske varer i supermarkedet, men vores liv kommer i høj grad til at ligne det vi kender, blot med ny teknologi og flere afgifter.
Regeringen pointerer at den grønne omstilling skal ske på social afbalanceret vis. Hvad dette vil sige, kan vi kun spå om, men vores bud er, at det for regeringen er en forudsætning at den grønne omstilling ikke overskygger den økonomiske vækst, for uden den, har vi ikke råd til det velfærdssamfund, som vi kender i dag.



Figur 4 - Det biofysiske perspektiv - Illustration udarbejdet med inspiration fra Sonja W. Thomsens figur på Ecomaundervisning.dk

ØKOLOGISK ØKONOMI

Et andet perspektiv på hvordan vi bør gribe klimaforandringerne an, er gennem økologisk økonomi.
Teorien bag økologisk økonomi bygger på at der i et biofysisk perspektiv, se Figur 4, er grænser for den økonomiske vækst. Kloden anses som et lukket system, hvor vi i dag oplever at samfundsøkonomien fylder så meget at det underminerer biosfæren og kan have katastrofale konsekvenser for mennesket og naturen (Røpke, Urhammer, Georg, & Jensen, 2017).
I modsætning til økologisk økonomi, lægges der, indenfor mainstream økonomi, stor vægt på at økonomisk vækst er en nødvendighed for at vores samfund kan udvikle sig, på bekostning af naturen. Dette betegnes blandt andet af den økologiske økonom Tim Jackson, som vækstens dilemma (Jackson, 2009). Vækstilhængere afkobler den økonomiske vækst fra miljøpåvirkningerne. Dette gøres med hjælp fra teknologiske innovationer og ressourceeffektivitet, dette er også DI's tilgang.

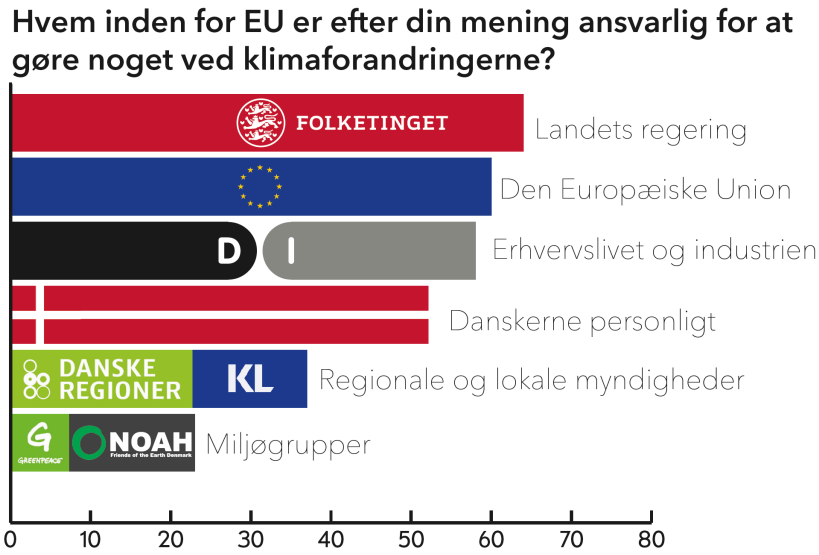
Når man fra politisk side skal tage beslutninger i forhold til den grønne omstilling, findes der ifølge økologisk økonomi forskellige værktøjer. Man kan foretage cost-benefit analyser og se på diskonteringsrenten. Fokus her er på de økonomiske effekter ved nye tiltag. En anden mulighed er samtale. Det kan lyde banalt, men ved at fokusere på kommunikation og det at interagere med hinanden og involvere offentligheden, så de kan komme med input til beslutningstagerne, dannes der grobund for at der skabes enighed og kompromisser omkring forskellige tematikker (Røpke et al., 2017).
Denne tilgang til politiske beslutningsprocesser går umiddelbart hånd i hånd med DI's ønske om at inddrage den almene dansker i deres Grøn Vækst plan, med fokus på at vi skal foretage denne omstilling i fællesskab.

DANSKERNE OG KLIMAFORANDRINGERNE

Danskerne er i den grad bevidste om klimaet og vigtigheden ved at reducere vores udledning af drivhusgasser. Ved det seneste folketingsvalg var klima- og miljøpolitik suverænt det mest afgørende politikområde for, hvor krydset blev sat (Holstein, 2019). Samtidig er danskerne blandt de mest klimabekymrede i verden, med 47 % af danskerne, som mener at klimaforandringerne er det mest alvorlige problem som verden står overfor lige nu, modsat et EU-gennemsnit på 23 % (*Special Eurobarometer 490 - Fieldwork April 2019 - "Climate Change" Report*, 2019).

Ifølge CONCITOs klimabarometer 2018, som "*siden 2010 har afdækket danskernes viden og holdninger til en lang række* klimaspørgsmål" (se bilag 1) (Minter, 2018), mener de 72 % af de 1076 adspurgte at det er enten vigtigt eller meget vigtigt at Danmarks klimaindsats er blandt de mest ambitiøse i verden, hvilket samtidig stemmer overens med resultatet af det seneste folketingsvalg.

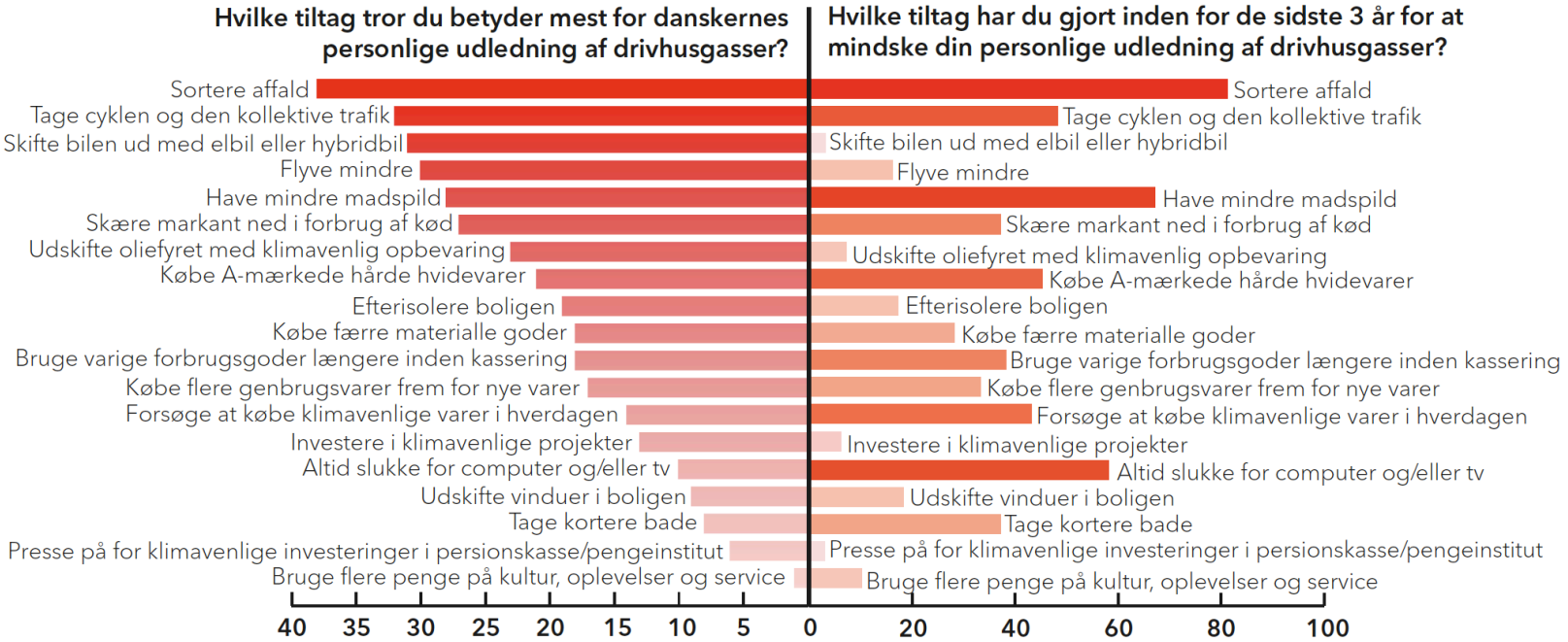
Ifølge både CONCITOs *klimabarometer* og *Special Eurobarometer 490* fra Europa-Kommissionen, ligger ansvaret for at gøre noget ved klimaforandringerne (og være blandt de mest ambitiøse i verden), særligt hos regeringen, EU, erhvervslivet og industrien, samt hos danskerne selv, se Figur 5.



Figur 5 - Svar fra Eurobarometer 490 ift ansvar for at gøre en indsats

Ser vi på hvad danskerne selv mener de kan gøre for at mindske deres personlige bidrag til udledningen af drivhusgasser, så tror størstedelen at affaldssortering er det tiltag, som har størst betydning, hvilket er interessant, da det samtidig er det tiltag, som flest af de adspurgte har gjort inden for de seneste tre år, for at mindske deres personlige udledning af drivhusgasser, se Figur 6 (Minter, 2018). Desuden er det interessant, da affaldssortering ikke har en stor effekt ift. udledningen af drivhusgasser, særligt sammenlignet med andre tiltag som fx at flyve mindre (Klemp, Rabøl, & Hansen, 2019). Men måske er affaldssortering så udbredt, fordi det er et krav i en voksende del af landets kommuner og samtidig er noget som danskerne relativt nemt selv kan gøre, uden at det har store økonomiske konsekvenser.

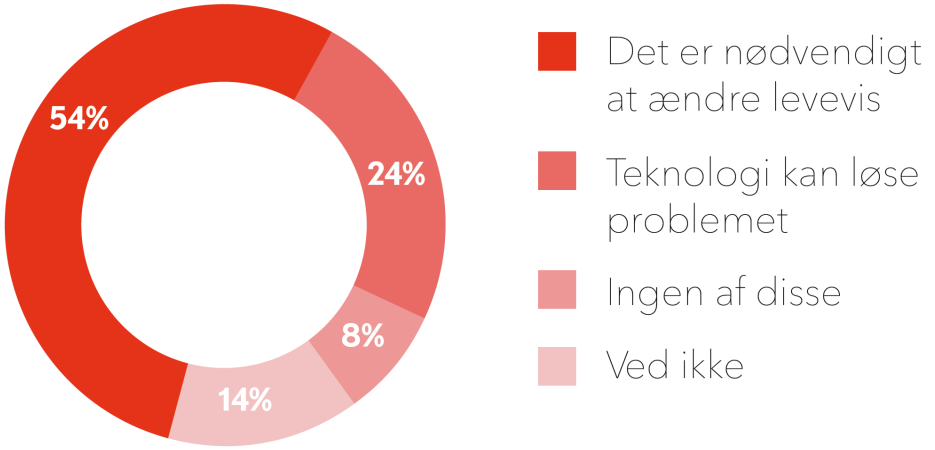
Netop sammenligningen af hvad de adspurgte mener har størst indflydelse og hvad de selv har gjort inden for de seneste tre år er utrolig interessant, fordi det viser hvor der er uoverensstemmelser mellem tanker og handling, se Figur 6. På tredjepladsen over hvad danskerne mener har størst effekt, er udskiftning af bilen med el- eller hybridbil, men det er samtidig det tiltag som færrest af de adspurgte har gjort, hvilket formentlig kan forklares ud fra økonomiske konsekvenser.
Generelt er der også størst misforhold mellem tanker og handling i de tiltag som er mest omfattende, særligt økonomisk. Størstedelen af de adspurgte svarer også at deres primære motiv for klimavenlige handlinger er for at spare penge. Dog er miljøskånende hensyn steget fra 2015 til 2018, samtidig med at det økonomiske motiv er faldet, hvilket igen viser at klimahensynet i høj grad bliver vigtigere for danskerne.



Figur 6 - Tiltag som respondenterne tror betyder mest for deres personlige CO_2-udledning vs. Det som respondenterne selv har gjort inden for de seneste 3 år.

Umiddelbart tegner der sig et mønster af at vi er mest villige til at udføre de tiltag som er nemmest at gennemføre, ofte har en økonomisk gevinst og samtidig også de tiltag, der er forventet af os, fx gennem krav om affaldshåndtering. Størstedelen af de adspurgte ønsker samtidig at der indføres tiltag som "*kan reducere klimapåvirkningen fra vores forbrug af mad, tøj, elektronik og andre forbrugsgoder, fx i form af afgifter, mærkning eller oplysningskampagner*" (Minter, 2018). Det hænger måske sammen med at de fleste har svært ved at gennemskue hvilke varer der er mest klimavenlige og at der i højere grad ønskes at dette ansvar tages politisk (Minter, 2018).

Til sidst i CONCITOs undersøgelse har de spurgt ind til, hvorvidt vi kan løse klimaudfordringerne gennem teknologi eller om det er nødvendigt at vi ændrer levevis, se Figur 7.
Siden 2015 er andelen, der tror at problemet kan løses teknologisk, faldet med syv procentpoint fra 31 % til 24 %, og i samme periode er andelen, som mener at det er nødvendigt at ændre levevis, steget fra 44 % til 54 %. Det peger på at vi, udover at blive mere teknologipessimistiske, måske, i højere grad end tidligere, også er klar til at leve mere klimavenligt.
Det er tydeligt at vi lever i en tid hvor bæredygtighed og reduktion af vores CO_2-udledninger fylder mere og mere, både politisk og i vores hverdag. Vi vil, som borgere, gerne tage en del i ansvaret og engagere os i at afhjælpe problematikken. Men hvordan skal man kunne navigere i de mulige tiltag når det hele er så komplekst? De adspurgte i CONCITOs *klimabarometer* ønsker politiske tiltag, der kan hjælpe til at borgerne kan navigere i disse tiltag. Tanken om at vi skal være mere bæredygtige er nem, men rent faktisk at være det i praksis er svært, især uden hjælp. Den almene borger har måske endda brug for hjælp, til at forestille sig, hvordan man kan leve anderledes i fremtiden, så vi kan reducere vores udledninger i fællesskab.



Figur 7 - CONCITOs Klimabarometer - svar ift hvordan klimaudfordringen kan løses

FOLKEMØDET

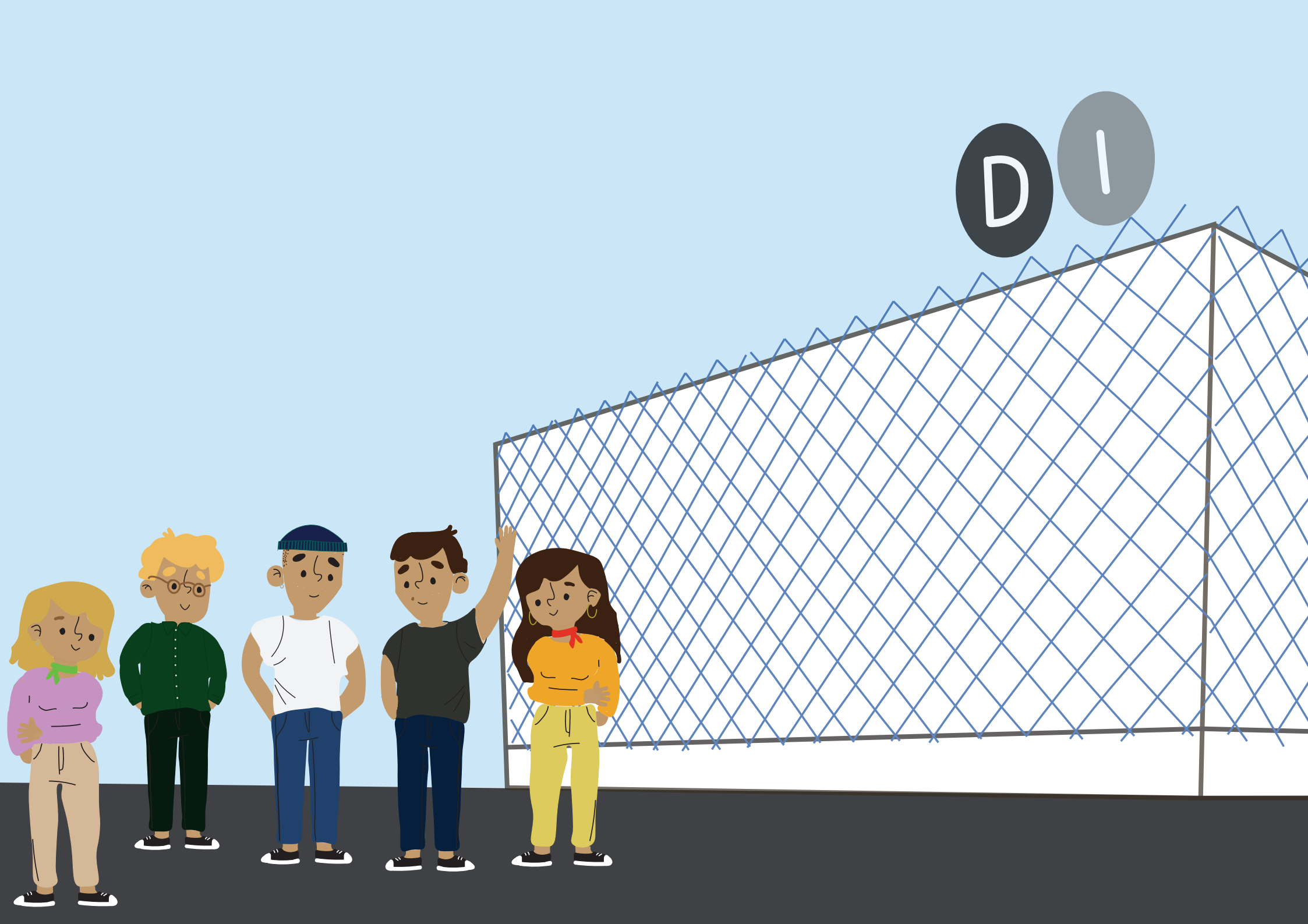
Folkemødet på Bornholm er en fejring af det danske demokrati og fællesskab, som foregår hvert år i uge 24, i Allinge. Folkemødet tiltrækker mere end 65.000 deltagere fordelt over de fire dage som festivalen forløber (Folkemødet, n.d.). Formålet med festivalen er at skabe et mere åbent forhold mellem borgerne og de danske beslutningstagere. Beslutningstagerne består af repræsentanter fra erhvervslivet, interesseorganisationer og politikere fra folketinget, EU, kommuner og regionerne. På Folkemødet har borgerne mulighed for at møde disse beslutningstagere ansigt til ansigt. Gennem disse interaktioner er håbet at man kan afmystificere noget af det der normalt foregår på Christiansborg og i andre forhandlingslokaler.
Da Folkemødet er til for demokratiet og vi i Danmark længe har haft tradition for at have et åbent demokrati, er det også en del af kernen i festivalen at alle events og debatter er gratis at deltage i. Samtidig, kan alle lovlige organisationer eller virksomheder, få en plads i eventprogrammet. Folkemødet skal være for alle med alle.
Dette ses ved:

"76% af Folkemødets arrangører oplever, at de får udbygget deres samarbejdsrelationer, og næsten halvdelen får indflydelse på lovgivning/regulering af deres fagområde. 82% af de personer, der deltager i privat regi, oplever, at de får ny og brugbar viden om politiske spørgsmål, og mere end halvdelen vender hjem med lyst til at blive mere politisk aktiv."
(Folkemødet, n.d.)

Virksomheden *Operate* udarbejder hvert år en analyse af, hvilke emner og debatter der trækker flest deltagere. Gennem disse analyser, kan man skabe sig et overblik over hvilke emner der fylder meget på den politiske dagsorden. I 2018 fokuserede kun 5 % af arrangementerne på temaet Klima og Energi. Selvom deltagerne på Folkemødet også udpeger Bæredygtighed, Verdensmål, Miljø mm. som emner der blev diskuteret mere og mere gennem årene, så er det i 2018 stadig ikke et af hovedtemaerne (Operate & Foreningen Folkemødet, 2018)

I 2019 blev den bæredygtige udvikling dog for alvor en del af dagsordenen på Folkemødet, dette i form af et overordnet tema, nemlig FN's 17 Verdensmål. Folkemødet satte et mål om at 70 % af alle events på Folkemødet skulle have minimum ét af de 17 Verdensmål som omdrejningspunkt. Dette medførte at *Klima og Energi* lige akkurat arbejdede sig op i top 5 over de mest anvendte eventtemaer hos arrangørerne. Ser man derimod på deltagernes dagsorden i 2019, så er Klima og Energi klart i top. Her nævner 50 % af de adspurgte deltagere af det er det tema der fylder mest på deres dagsorden. Noget tyder altså på at deltagere i højere grad er opmærksomme på, og har et ønske om, at denne omstilling er en omstilling vi skal arbejde på i fællesskab.

Folkemødet sætter nogle oplagte rammer for dette, da hele Danmarks befolkning kan og bør være repræsenteret her, både i form af almene borgere, virksomheder, politikere og medierne.


D
I

PROBLEMATISERING OG FORHANDLING MED DI

I det følgende gennemgås vores første aktørnetværk og umiddelbare analyse af det felt projektet befinder sig i. Dette første aktørnetværk, og vores analyse af relevante aktører, dannede basis for udviklingen af scenarier som vi brugte til at indgå en forhandling med DI, om i hvilken retning projektet skulle bevæge sig. Til dette møde brugte vi *Negotiation spaces* (forhandlingsrum) og *Intermediary objects* (intermediære objekter) , samt de førnævnte scenarier, som strategisk værktøj. Vi vil gennemgå dette forløb og hvad der kunne etableres enighed om og fælles forståelse for, mellem os og aktørerne i DI. Desuden vil vi diskutere i hvor høj grad vi lykkedes med at etablere et forhandlingsrum ved brug af intermediære objekter, og hvilke kompromiser og nye indsigter der blev frembragt.

AKTØRNETVÆRK

For at forstå DI's netværk og hvilke relationer de har til de relevante aktører omkring DI, benyttede vi os af aktørnetværksteori (ANT).

Aktørnetværksteori

Særligt for et aktørnetværk ser man ikke på den enkelte aktør, men i stedet på de relationer der er mellem disse og aktører er enten humane eller non-humane(Pineda & Jørgensen, 2019). Når man kortlægger det første aktørnetværk, har man for øje at dette ikke er det endegyldige. Et aktørnetværk er en dynamisk og iterativ proces og netværket og relationerne forandrer sig derfor i løbet af et projekt. I et netværk er det muligt at se hvilke aktører der har mest magt, hvilke agendaer de forskellige aktører har og selvfølgelig hvilke relationer der er mellem disse. Desuden kan et netværk aldrig give et "fuldt" billede, det er altid et resultat af en framing og en "forsimpling" af virkeligheden. Et aktørnetværk kan forstås som et kort, hvor den information der er relevant for kortets formål er med, og resten er udeladt. Framingen i aktørnetværket er således vigtig at have for øje, hvad er det man gerne vil illustrere?
I ANT handler det om at overbevise aktører i stedet for at styre aktører. Bruno Latour skriver; "instead of […] imposing some order beforehand, ANT claims to be able to find order much better after having let the actors deploy the full range of controversies in which they are immersed" (Latour, 2013 p. 23).

Aktørnetværket fokuserer på DI's rolle i grøn omstilling og klimaproblematikken og er udarbejdet på baggrund af desk-research omkring DI. Pointen med dette aktørnetværk var at kortlægge aktørerne omkring DI og deres relationer indbyrdes. På baggrund af dette blev der identificeret hvilke relationer DI havde til de andre aktører samt hvilke nye relationer der potentielt kunne etableres. Vi har prøvet at illustrere relationernes styrke samt hvilke nye relationer der skal skabes og styrkes.
Dette gav et afsæt for hvilke mulige fremtidige scenarier der kunne udarbejdes.

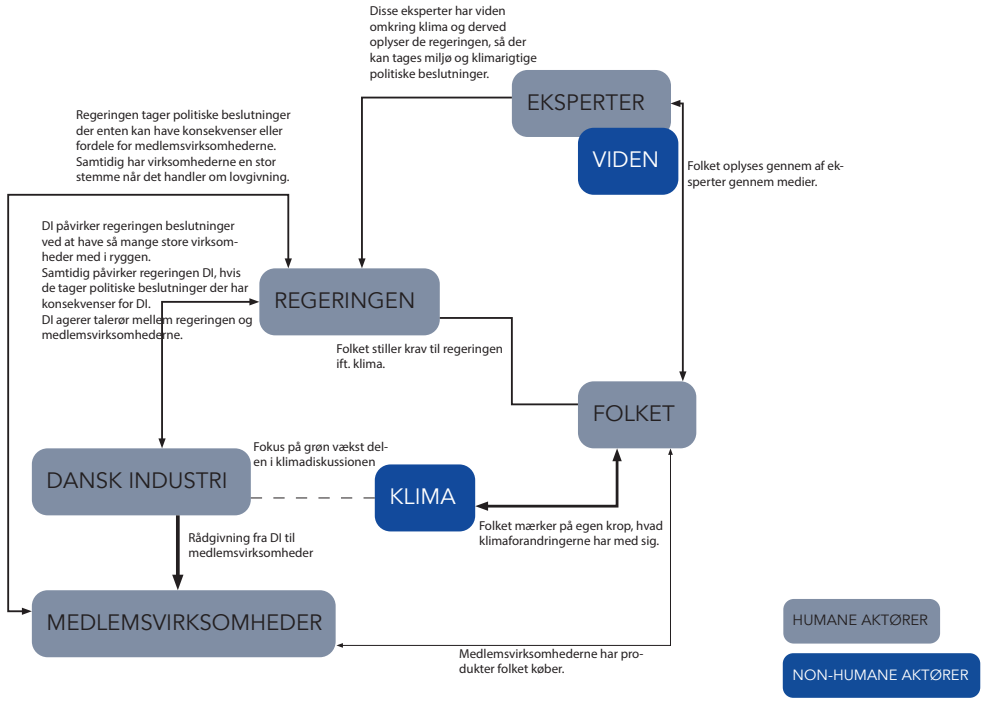
RELEVANTE AKTØRER

Som det ses på Figur 8 (se også bilag 2) er der en relation mellem DI og deres medlemsvirksomhederne, hvor DI agerer rådgiver og guider medlemsvirksomhederne, mod at medlemsvirksomhederne betaler en procentdel af deres samlede lønsum(Dansk Industri, 2020b). Derudover agerer DI også talerør mellem regeringen og medlemsvirksomheder – de politiske beslutninger der tages i folketinget kan have store konsekvenser for medlemsvirksomhederne, så DI og medlemsvirksomhederne har stor interesse i at påvirke de valg der tages i folketinget. Denne relation er gensidig og vigtig for både DI og medlemsvirksomhederne, da der er et tillidsbånd mellem de to aktører.
Aktøren "Eksperter og viden" oplyser og skaber opmærksomhed omkring miljø og klima. Det kunne eksempelvis være viden omkring IPCC-rapporter. Hvis regeringen skal tage grønne og bæredygtige beslutninger i fremtiden, kræver det at de har en relation til eksperterne og den viden de bærer rundt på. Dette gælder også for DI. Hvis DI har intentioner om at påvirke deres medlemsvirksomheder i en mere bæredygtig og grøn retning, kræver det også at de har en relation til eksperterne og viden om miljø og klima. Eksperterne oplyser også borgerne, særligt gennem medierne - samtidig oplever folket selv de konsekvenser der følger en ikke-bæredygtig levevis, fx kraftige regnskyl og tørke. Dette afføder klimademonstrationer og klimastrejker som kan være med til at presse regeringen. Der stilles i højere grad krav til klimalovgivning.
Det ses dog også tydeligt at DI på nuværende tidspunkt ikke har en direkte relation til folket. Dette kan skyldes at de først og fremmest er en interesseorganisation der lægger deres energi i medlemsvirksomhederne.[1]

Vi ser derfor fire forskellige relationer der enten kan styrkes eller etableres: mellem DI og beslutningstagerne (regeringen), mellem DI og medlemsvirksomheder, mellem DI og borgerne og mellem medlemsvirksomhederne og folket.

[1] Videreudvikling fra (Have, Madsen, Grue, de Neergaard, & Madsen, 2020)

Efter denne analyse var det vigtigt at få forventningsafstemt med DI for at få identificeret hvilke relationer de ønskede at styrke eller etablere. Derfor opstillede vi et forhandlingsrum.



Figur 8 - Aktørnetværk

NEGOTIATION SPACE

I det følgende afsnit vil vi benytte os af begreberne *iscenesættelse* og *negotiation spaces* til opnå forhandlinger af relevante aktørers concerns (Pedersen, 2020b).

Negotiation spaces

Når vi som designere skal iscenesætte et negotiation space, er det vigtigt at være bevidste omkring vores egen rolle, ikke bare som designere, men også som facilitatorer med et mål om at etablere et miljø hvor også vores egne holdninger kan udfordres (Björgvinsson, Ehn, & Hillgren, 2012; Pedersen & Clausen, 2017; Storni, Binder, Linde, & Stuedahl, 2015). Målet er ikke i sig selv at blive enige, men at være i stand til at indgå kompromiser trods kontroverser. Således kan dilemmaer hjælpe til at afsøge muligheder for løsninger (Björgvinsson et al., 2012). Dette er nogle af principperne indenfor *participatory design*. Negotiation Spaces bruges som et strategisk værktøj når vi skal kortlægge arenaen, da vi som designere fortolker forskellige concerns gennem forhandlinger som skaber grobund for det næste negotiation space (Pedersen, 2020b). Signe Pedersen beskriver tre steps man som designer og iscenesætter skal have for øje når man opstiller negotiation spaces;
"The framework (Negotiation spaces red.) consists of three main aspects: 1. Staging moves (interpretation, framing and inscription, setting up spaces for co-design); 2. Facilitating negotiations by circulating intermediary objects and improvising within the space and across space boundaries; and 3. Reframing as a result of negotiations."(Pedersen, 2020b)

Først og fremmest handler det om at se på, hvilke bevægelse der skal *stages* og hvilke forhandlinger der skal skabes. Aktørerne har hver især et *matter of concern(MoC)*, en agenda de tilslutter sig. Disse forskellige concerns skal kortlægges og det er derfor vigtigt at man inviterer de centrale aktører ind i et forhandlingsrum. I disse forhandlingsrum kan intermediære objekter cirkulere mellem forskellige aktører, som har til formål at repræsentere concerns, translatere objekter og mediere viden (Pedersen, 2020b), dette kommer vi ind på længere nede.

FØRSTE FORHANDLING MED DI

Sidst i februar havde vi et møde med DI, hvor vi skulle finde ud af hvilken retning projektet skulle tage, ved at få forstået deres MoC.
I dette forhandlingsrum var der seks repræsentanter fra forskellige afdelinger i DI, fem studerende fra DTU (studerende på Design & Innovation som arbejder med samme case som os) samt Marie Louise fra SHF. De seks repræsenterede fra DI var, Marie Gad (Head of Strategy and Org. Development), Marie Kousgaard (Chefkonsulent, kommunikation, fremstillingsindustrien), Marie Bujok (konsulent), Lars Pedersen (fagleder, corporate kommunikation), Marie Holst (energi- og klimapolitik) og Anna Nilsson (development policies SDG) som alle har en forbindelse til DI's tilstedeværelse på Folkemødet, eller til DI's 2030 plan. Mødet fandt sted hos DI.
Med udgangspunkt i aktørnetværket og de fire relationer som vi så det muligt at styrke eller etablere, designede vi fire forskellige scenarier, som skulle danne rammen for forhandlingen med de forskellige repræsentanter fra DI, se Figur 9. Vi designede disse scenarier for at få aktørerne i DI til at tage stilling til hvad de forventede af os, og for at finde ud af hvad de er interesserede i at få ud af samarbejdet.

SCENARIER I BRUG HOS DI

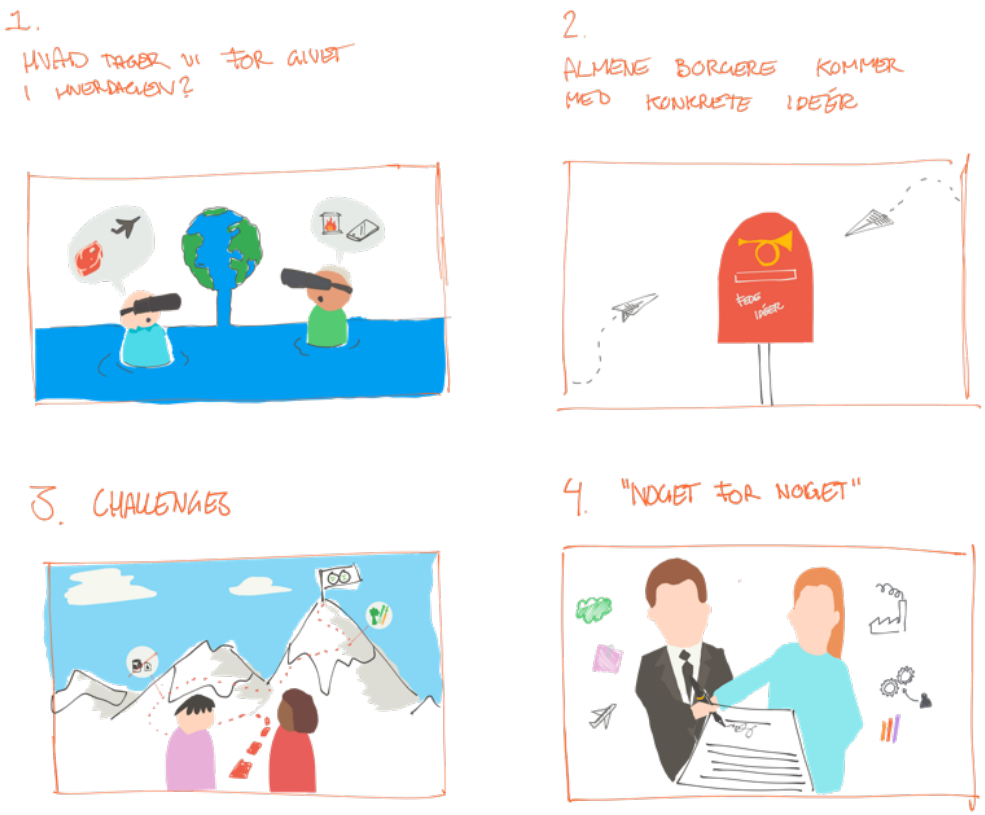
Ved denne forhandling var vi klar over at tiden var knap og at der var mange aktører repræsenteret. Det var derfor enormt vigtigt for os som designere at have formidlingen af disse scenarier for øje. Derudover udformede vi scenarierne med henblik på, at de skulle være eksplorative og formidle forskellige udviklingsveje projektet kunne gå, se Figur 9. Udover dette var det væsentligt at scenarierne var simple og nemme at forklare og at de lagde fokus på relationerne mellem aktørerne i de givende scenarier og ikke den endelige løsning, samt at de var rimeligt simple.

Scenarier

Generelt for scenarier har de til formål at formidle og forklare ideer, tanker og mulige fremtidsbilleder på baggrund af strategier og valg der tages i løbet af designprocessen (Anggreeni & van der Voort, 2008). Scenarier er et strategiværktøj som illustrerer sluttilstande og udviklingsveje der skaber dialog mellem relevante aktører. Scenarier kan derfor bruges som værktøj til at træffe beslutninger og vælge udviklingsveje. Scenarier er et udmærket dialog-værktøj i co-designprocesser da relevante aktører kan påvirke projektet med deres inputs til scenarierne og de udviklingsveje de præsenterer, idet de jo lige præcis er designet som værktøjer til kommunikation og forhandling. I *Classifying Scenarios in a Product Design* beskriver Anggreeni og Van der Voort forskellige scenarietyper. De ændrer sig i forhold til hvor i designprocessen de benyttes. Da dette var vores første forhandling med DI tog vi udgangspunkt i *explorative scenarier*(Anggreeni & van der Voort, 2008). Disse scenarietyper bruges ofte i starten af en designproces, hvor fokus ligger i at få aktørernes problematiseringer, eller concerns, i spil; *"Explorative scenarios help the design team to reflect on their design strategy, creating awareness of the threats and opportunities along their decisions"* (Anggreeni & van der Voort, 2008). Derudover giver denne scenarietype mulighed for som designgruppe at reflektere over hvilke nye designstrategier vi skal benytte os af, ved at lytte til aktørernes erfaringer.

1. *Hvad tager vi for givet I hverdagen?*:
   Scenariet illustrerer to mennesker der ser en fortolkning af hvordan fremtiden ser ud, hvis ikke vi ændrer vores vaner. Dette vil skabe refleksioner og indsigter fra brugerne som DI kan bruge i deres strategi ift. regeringen.

2. *Almene borgere kommer med konkrete idéer:*
   Dette scenarie tager udgangspunkt i Industriens Hus' lobby, hvor der på nuværende tidspunkt står en brevkasse de kalder "Danmarks største klimabrainstorm". I denne brevkasse kan man lægge konkrete ideer ned. Formålet med dette scenarie var at få en diskussion om hvad målet med en postkasse egentlig er, og om hvorvidt det handler om idéerne, eller om det i virkeligheden handler om indpakningen, altså brandingen af DI, hvor de fremstår som fremme i skoene når det kommer til grøn omstilling.



Figur 9 - De fire udviklingsscenarier

3. *Challenges:*
   Scenariet tager udgangspunkt i gamification og So-Me. Der kunne være forskellige udfordringer omhandlende klima, som folk kunne prøve kræfter med (inspireret af kampagner som ALS ice-bucket challenge). Ved at borgerne måske selv er med til at udforme denne challenge, som DI lægger navn til, vil der kunne etableres en relation mellem borgerne og DI.

4. *Noget for noget:*
   I dette scenarie er der fokus på forpligtelser mellem DI's medlemsvirksomheder og borgerne, hvorigennem denne relation styrkes i dette scenarie. Idéen med dette scenarie var at man på Folkemødet fik aktørerne til at forpligte sig til konkrete mål, så der er sker handling og ikke blot snak. [2]

Disse scenarier skabte dialog på tværs af aktørerne, da de bød ind på hinandens ideer. Der blev også sagt tydeligt og klart at deres ønske var at komme i kontakt med aktører de ikke på nuværende tidspunkt er i kontakt med, borgerne. Endnu en ting der stod klart var, at rammerne for dette projekt var løsere end først antaget.

Som nævnt er ideen med iscenesættelse at få de relevante aktører på banen med deres concerns, så de kan forhandles og vi kan nå frem til en mulig stabilisering i aktørnetværket. Scenarierne skabte alle grobund for forskellige samtaler og nyetableret forståelse aktørerne imellem. Scenarierne kan i denne henseende anskues som *intermediære objekter*:

Intermediære objekter

Når vi bruger iscenesættelse som strategisk værktøj, altså forholder os til, og prøver at forstå forskellige MoC med henblik på at opnå kompromiser og forhandling, som kan tages med ind i nye forhandlingsrum (Pedersen, 2020b), må vi designe vores scenarier med henblik på at gøre dem til intermediære objekter.
Et intermediært objekt kan bevæge sig imellem, og forstås af, forskellige aktører, og har tre centrale kvaliteter som kan bevirke aktivitet hos de involverede aktører: Et intermediært objekt er i stand til at *repræsentere, translatere og mediere* (Pedersen, 2020b). Det repræsenterer idéer, magtforhold, MoC osv. Det er i stand til at translatere de involverede aktører eller objekter og danne basis for vidensdeling, og det er i stand til at mediere, altså skabe mulighed for indgåelse af kompromiser aktørerne imellem.

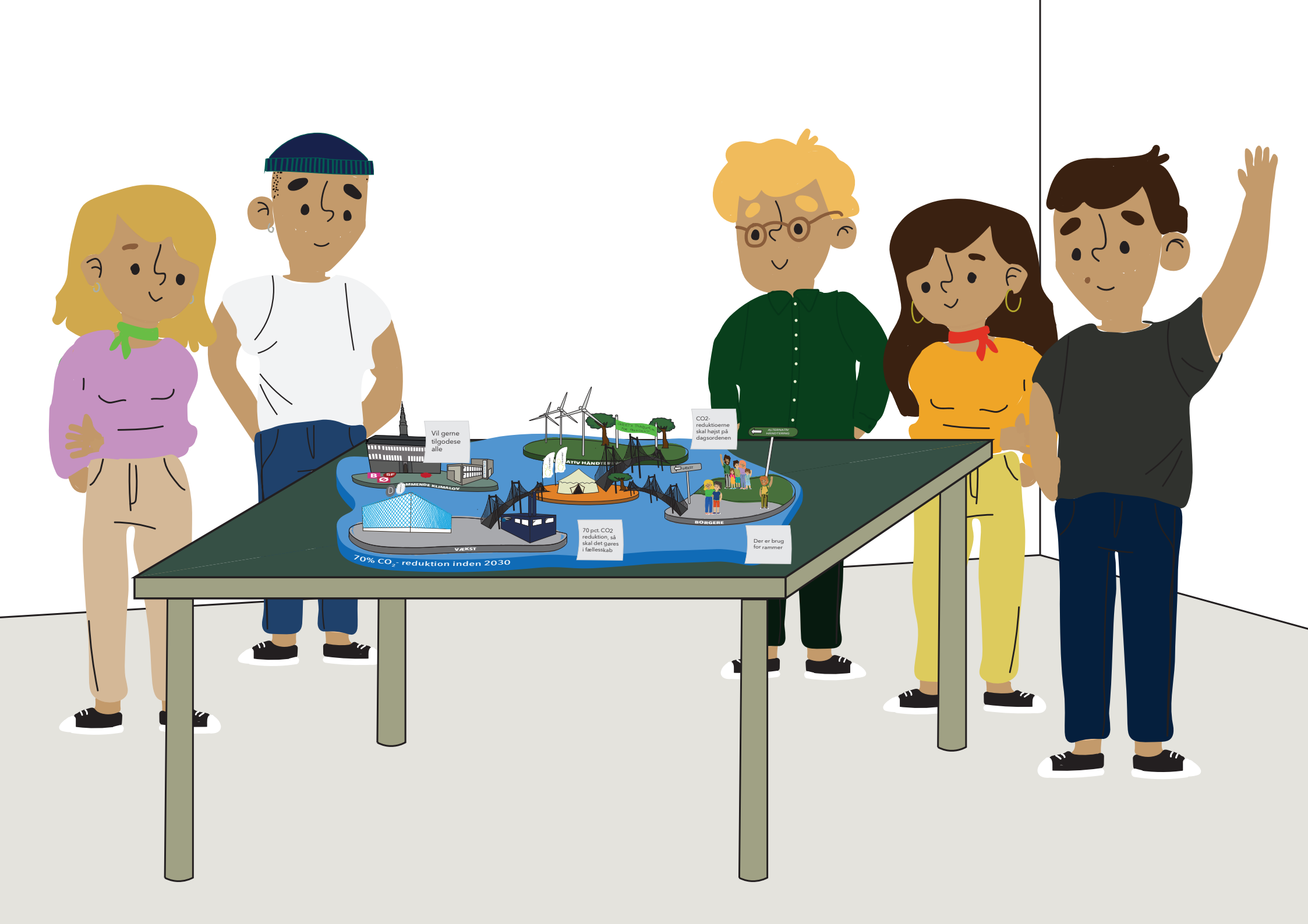
[2] Videreudvikling fra (Have, Madsen, de Neergaard, Grue, & Madsen, 2020)

Vores fire scenarier dannede basis for en samtale og translationsproces på forskellige måder; *Almene borgere kommer med konkrete idéer* var lavet med henblik på at forstå hvad tanken med at lave en idékasse egentlig er, og hvori DI ser kvaliteterne i det initiativ. Er der muligvis forskel på hvad aktørerne fra DI tænker om postkasseidéen, internt?
Dermed var der fra vores side indlagt en bestemt formodning, nemlig at idépostkassen muligvis handlede mere om branding end om indhold. Aktørerne fra DI fik præsenteret scenariet og en samtale gik i gang. Her blev vi til dels bekræftet i vores formodning, derudover fik aktørerne fra DI også en forståelse for hvor vores fokus ligger, og hvor vores evner ligger; nemlig at opfinde koncepter der kan danne grobund for vidensdeling og give kvalificeret feedback til DI.
Scenariet *Challenges* startede også en interessant samtale, og vores præsentation affødte nye idéer/inputs fra DI. Konkret blev det nævnt at udformningen måske kunne være en app som eksempelvis Endomondo. Scenariet resonerede altså og skabte nye associationer og idéer hos DI.

Scenarierne fungerede således som intermediære objekter idet de:

- Repræsenterede vores idéer om mulige retninger projektet kunne tage, samtidigt med at nogle af vores formodninger om hvad aktørerne fra DI muligvis tænkte, var indskrevet i scenarierne.
- Translaterede både os og DI, idet der blev etableret nye forståelser af projektet, og af hinanden. Objektet for vores projekt blev rammesat i en retning med stor frihed til os, og et erklæret ønske fra DI om at vi skulle tænke ud af boksen, og "hacke Folkemødet", dette ønske kom blandt andet også fra et underliggende ønske om at DI kunne skille sig ud på festivalen, og skabe opmærksomhed om dem selv.
- Medierede vidensdeling og en fælles retning for projektet, som alle kunne tilslutte sig. Vi fik et indtryk af at have meget frie tøjler, og dermed var det nemt at indgå i en forhandling om rammen, idet DI lod til at være ekstremt åbne.

Vi fik forståelse for DI's rammer for opgaven og DI fik indsigt i, hvordan vores tilgang til projektet var.
DI's aktører var specielt interesserede i en kombination af scenarie 3 og scenarie 4. Det var under præsentationen af disse scenarier at ideer og inputs især opstod hos DI. Det var her aktørerne bød ind på hinandens ideer, hvilket gjorde, at vi faktisk trak os en smule tilbage og lod dem brainstorme på disse scenarier.
Fortolkningen af denne forhandling er, at DI havde interesse i at nå den bredere befolkning på Folkemødet samt formidle deres plan. Derfor gik vores framing nu på at lave en løsning der kunne styrke relationen mellem DI og folket, med udgangspunkt i Grøn Vækst planen.


Vil gerne tilgodese alle
CO2-reduktioerne skal højst på dagsordenen
70 pct. CO2 reduktion, så skal det gøres i fællesskab
Der er brug for rammer
70% CO_2- reduktion inden 2030

UDVIKLINGSARENAEN

Nu har vi fået kortlagt de forskellige aktører der er relevante i forhold til projektet. Det står klart for os at det ikke udelukkende er DI, der skal aktiveres for at nå i mål med planen om 70 % CO_2-reduktion i 2030.

Det er ikke blot nødvendigt at kunne pege på de forskellige aktører der relaterer sig til vores felt, det er også vigtigt at forstå de indbyrdes konflikter, alliancer og relationer der befinder sig i spændingsfeltet omkring feltet. Vi har derfor set det oplagt at analysere den udviklingsarena vi mener omkranser planen om 70 % CO_2-reduktion i 2030 og klimaproblematikken generelt.

Udviklingsarenaen

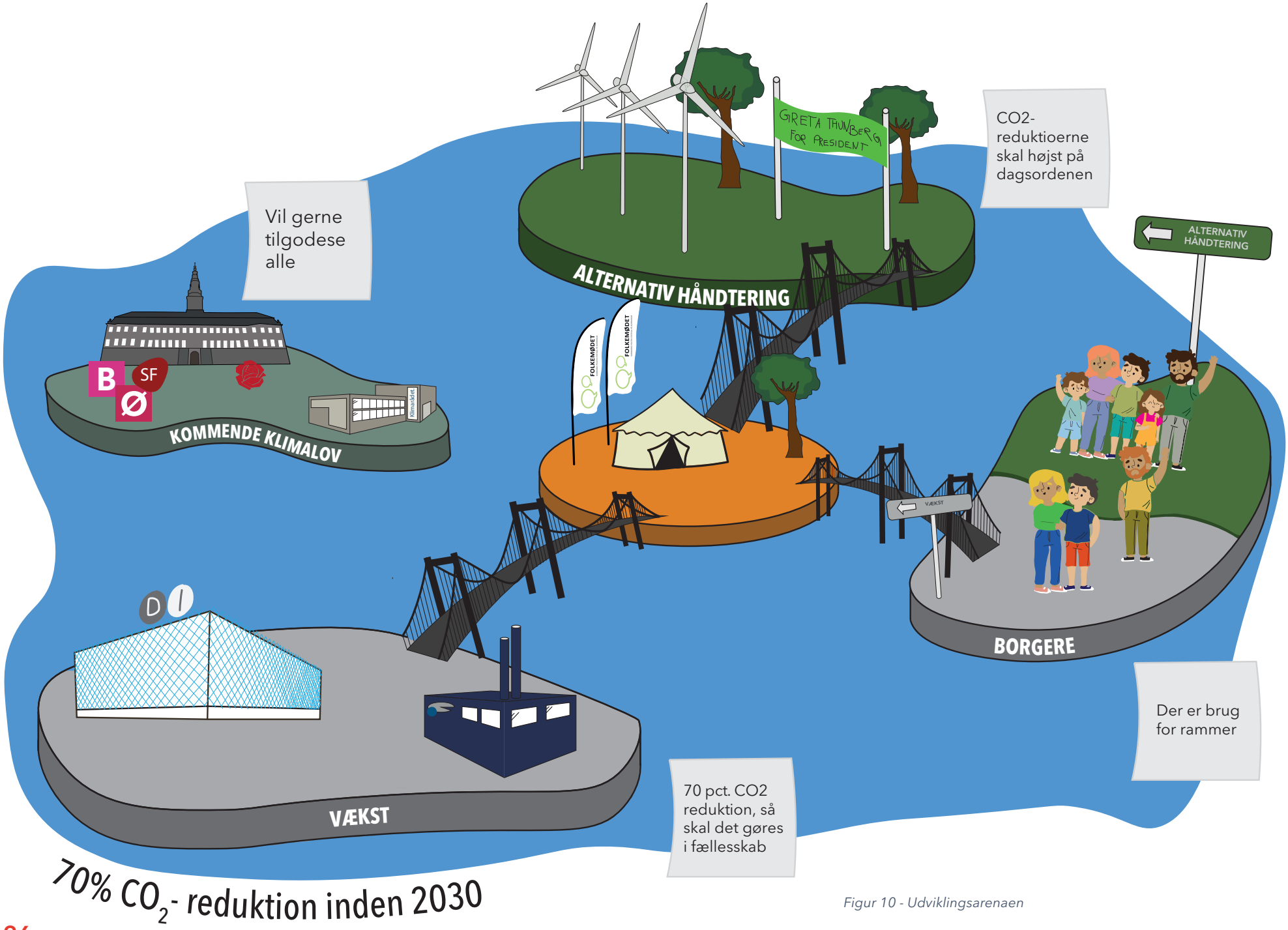
Jørgensen og Sørensen definerer udviklingsarenaen på følgende måde:
A development arena, in our definition, is characterised and delimited by a space that hold together the settings and relations that comprise the context for product or process development that includes:

- *a number of elements such as actors, artefacts, and standards that populate the arena,*
- *a variety of locations for action, knowledge and visions that define the changes of this space, and*
- *a set of translations that has shaped and played out the stabilisation and destabilisation of relations and artefacts.*

Our definition emphasises the different and dispersed elements of the space that comprise various localities of both a cognitive and physical nature. The 'development arena' does not generally have a specific locality or one single geographical space of existence or of central importance.
However, a number of specific locations will form the stages for action in relation to each other. They do so without any pre-specified order of importance or set of relations. (Jørgensen & Sørensen, 1999, s. 190)

Det er ud fra disse principper, vi har defineret vores udviklingsarena. Det er vigtigt at notere at udviklingsarenaen ikke er et fysisk sted, men rettere en metafor der bruges til at beskrive det overordnede "rum" produktudviklingen foregår i. Med dette metodeværktøj, kan vi overskueliggøre relationer og konflikter, der måske ikke havde vist sig i fx et aktørnetværk. Dette skyldes at der sagtens kan være forskellige aktørnetværk der arbejder mod samme mål, men som egentligt er frakoblet hinanden.

Med DI's Grøn Vækst Plan, har DI bevæget sig ind i en udviklingsarena, hvor Danmark inden 2030 skal reducere deres CO_2-udledninger med 70 % Ved at optegne udviklingsarenaen, se Figur 10*, får vi et visuelt billede af hvilke forskellige interesser der er i spil og hvilke aktører der kæmper om magten i areanen [sic] (Jørgensen & Sørensen, 1999) … .*



Figur 10 - Udviklingsarenaen

Der vil både være interesser, der er i konflikt med DI's interesser, mens andre interesser kan lægge op til et samarbejde mellem forskellige aktørverdener. En udviklingsarena er et sted hvor forskellige enheder har mulighed for at udveksle ideer til eksempelvis nye teknologier (Jørgensen & Sørensen, 1999). Jo mere magt en aktør har i udviklingsarenaen, des nemmere bliver det for denne aktør at indrullere andre aktører i deres aktørverden. I modsætning til at anskue feltet udelukkende gennem ANT, sikrer vi med udviklingsarenaen, at vi ikke ekskluderer relevante aktører, der ikke ville være en del af translationsprocesserne i en ANT tilgang (Jørgensen & Sørensen, 1999). Vi har dog brugt ANT i forlængelse af udviklingsarenaen, til at anskue de forskellige aktørverdener der eksisterer i denne udviklingsarena. … en aktørverden ses som en central aktørs opstilling af et scenarie eller en utopi (Jørgensen & Sørensen, 1999). Indenfor "70 % CO_2-reduktion" arenaen eksisterer der flere forskellige aktørverdener.
Der er blandt andet en aktørverden, "Grøn vækst". De centrale aktører i denne verden er oppositionen, DI, deres medlemsvirksomheder, samt andre danske virksomheder. Her fokuseres der på at CO_2-reduktionerne ikke må ske, på bekostning af samfundets vækst.
En anden aktørverden, der på nuværende tidspunkt har en del konkurrerende interesser i forhold til førnævnte aktørverden, er en aktørverdenen for "Alternativ håndtering". Her distancerer aktørerne sig, i en vis grad, fra vækst begrebet og sætter CO_2-reduktionerne højst på dagsordenen. Her finder man aktører som miljøgrupper og "Gretha Thurnberg-bølgen".

En tredje aktørverden, der er del af arenaen, er aktørverdenen "Kommende klimalov", der endnu ikke er præsenteret. I denne arena har vi den nuværende regering med deres støttepartier. Her er fokus at tilgodese så manges interesser som muligt, for at opnå samfundets støtte.
Sluttelig optræder en anden ret central aktørverden, i hvert fald når der tages udgangspunkt i den stillede opgave (Eksamensaflevering strategisk konceptudvikling red.): Denne aktørverden kalder vi "De danske borgere". Borgerne har ikke kun én specifik agenda, men har mange forskellige interesser. Deres interesser er også repræsenteret i de andre aktørverdener, netop fordi borgerne i høj grad er dem som er skyld i at denne udviklingsarena er vokset, da deres bekymring har dannet grobund for handling, fra andre aktører. (Hartmann, Madsen, de Neergaard, Grue, & Madsen, 2020, s. 3-4)

De ovenstående aktørverdener er beskrevet som værende homogene enheder. Det er dog værd at pointere at aktørverdenerne består af individuelle personer, mindre enheder og forskellige holdninger, som gennem interne forhandlinger, "oprør" og kompromisser, bredere betegnet translationer, er kommet frem til en fælles agenda, et MoC (Callon, 1986). I udviklingsarenaen præsenterer de forskellige aktørverdener deres MoC for hinanden. Det er ud fra denne udveksling man kan komme frem til en ændring på status quo, dog forudsætter denne ændring at en aktørverden har magten til at se denne ændring til ende, denne magt opnås gennem tilslutning til aktørverdenens MoC. Det er så at sige gennem forhandlinger man opnår en klar retning på udviklingen indenfor den problematik der danner grundlag for udviklingsarenaen.
Aktørverdener kan etablere nye MoC gennem forhandlinger med hinanden, og hvis disse kan opnå opbakning kan gamle MoC forkastes og nye kan indgås. Således skal udviklingsarenaen også ses som et sted, hvor forskellige aktørverdener præsenterer, forhandler om og tester deres MoC overfor hinanden (Jørgensen & Sørensen, 1999)

Ud fra betragtningen om at aktørverdener kan forhandle og etablere fælles MoC, har vi et mål om at tydeliggøre vores tilstedeværelse i udviklingsarenaen. Det er vigtigt at få etableret denne tilstedeværelse, for bedre at kunne navigere i de udfordringer der er forbundet med vores opgave fra DI. DI har et ønske om at nå ud til den bredere befolkning, og allerede gennem dette, har de et ønske om at inddrage en anden aktørverden i deres MoC.

Borgerne er på nuværende tidspunkt ikke en strømlinet aktørverden. De tilslutter sig til en vis grad både MoC for DI og "alternativ håndtering", dette afspejles også i deres eget MoC som lyder "*Der er brug for*

rammer". Hvis vi lykkedes med at danne rammerne for forhandling mellem disse aktørverdener, så har vi skabt en god løsning. Heri ligger også vores bevæggrund for at agere brobygger i udviklingsarenaen. Hvis vi ikke tager højde for de strømninger der befinder sig i udviklingsarenaen, uden for DI's aktørverden, formår DI ikke at rekruttere andre aktørverdener til at abonnere på deres MoC.
Det er også med dette udgangspunkt, at vi har prøvet at skabe forhandlingsrum i udviklingsarenaen. Dette er gjort for at prøve, at forhandle MoC med de forskellige aktørverdener. Derfor vil vi også præsentere det endelige koncept i udviklingsarenaen, så vi kan se om vi har fået det rigtige med, fra de forudgående forhandlingerne. Hvis dette ikke lykkedes i første omgang, vil de indsigter vi erhverver os gennem præsentationen af og forhandlingen omkring vores endelige koncept kunne bruges til at justere vores koncept.
Figur 10 viser hvordan vi forstiller os vores rolle som brobyggere ser ud, i den nuværende situation. Det ses også tydeligt, at vores rolle ikke relaterer sig meget til aktørverdenen; *Kommende Klimalov*, men dens tilstedeværelse i udviklingsarenaen kan ikke bagatelliseres, da den utvivlsomt vil sætte dagsordenen i udviklingsarenaen, når den annonceres, som Jørgensen og Sørensen beskriver det:

"In other words, new actor-worlds can be hidden backstage until they have acquired a certain momentum. They enter the arena with a massive presence, when objects have materialised, tests have been performed, selected contacts to other actors such as key customers and consultants have been made."
(Jørgensen & Sørensen, 1999, s. 201)

Dette er dog først noget vi kan tage stilling til, når udspillet kommer, hvilket også forklarer fokus i udviklingsarenaen på nuværende tidspunkt.

Vores forståelse af udviklingsarenaen har haft flere former og udtryk i løbet af vores arbejdsproces, idet vi har fået ny viden og omstændighederne har ændret sig – se bilag 3 og 4 for at se denne udvikling.

I DI's ønske om at vi skal gå sammen om at skabe grøn vækst, ligger også et krav til at DI får indrulleret de relevante aktører, således at disse aktører tilslutter sig det samme MoC som DI og DI's position i arenaen styrkes. Det er altså ikke blot borgerne vi ønsker at indrullere i DI's MoC, vi ønsker i ligeså høj grad at indrullere DI i et MoC, der ligger tættere på borgerne og andre aktørverdener i udviklingsaraen. Dette kan eksempelvis være *Alternativ Håndtering,* som vi tidligere i rapporten har redegjort for gennem *Økologisk Økonomi*, hvor der stilles spørgsmålstegn ved, om vi som samfund kan fortsætte med at vækste. Men før borgerne kan indrulleres, er det relevant at se på hvordan de agerer i udviklingsarenaen. Med denne viden, kan vi sikre at løsningen der designes, også forholder sig til borgernes problematisering. Når denne forståelse er etableret, skal det sikres at borgerne kan se fordelen, i at tilslutte sig et fælles MoC. Kan de ikke dette, så vil den aktørverden, vi forsøger at skabe omkring et fælles MoC, falde fra hinanden.
For at være i stand til at interessere borgerne, er det essentielt for os at inddrage dem i designprocessen, i første omgang ved at få belyst de problemstillinger de oplever og dernæst for at analysere på hvordan vi interesserer dem videre hen i processen, for til slut at have dem med, når en endelig løsning skal testes af.

VIDENSBANK

ERFARINGER FRA FORRIGE FOLKEMØDER

For at få en bedre forståelse for den kontekst som vores løsning skal passe ind i, har vi opsøgt erfaringer fra tidligere års Folkemøder, både fra en studiegruppe som har deltaget i sidste års SHF, og fra tidligere deltagere på Folkemødet, for at identificere problemstillinger.

KAFFETRÆET

Ved Folkemødet 2019 deltog studiegruppen *Circle Solutions* fra DTU i en challenge fra Peter Larsen til SHF. Udfordringen handlede om at skabe opmærksomhed på de sociale og miljømæssige fordele ved bæredygtig kaffe (Okwera et al., 2019). Projektet udmøntede sig i løsningen *Kaffetræet*, som giver deltagerne en indsigt i det arbejde som kræves af en kaffebonde for at plukke kaffebønner nok til én kop kaffe, og på den måde sætte deltagernes kaffeforbrug i et andet perspektiv, se bilag 5.

Vi fik igennem et semi-struktureret interview med Clara Brink Møller fra Circle Solutions indsigter omkring samarbejdet med Peter Larsen, praktiske forhold omkring Folkemødet og det at skille sig ud på festivalen.

Clara gjorde det tydeligt at det fra start var vigtigt at vi fik en god kontaktperson hos DI, som kunne sætte os godt ind i virksomheden og forhåbentlig hjælpe med bedre at sætte rammen for udfordringen. Lav-praktisk ift. løsningen og Folkemødet lagde hun vægt på at løsningen skulle være robust og nem at flytte rundt på Folkemødet, da de i løbet af Folkemødets fire dage skulle flytte den rundt til forskellige områder og skulle kunne håndtere at stå udenfor i forskellige vejrforhold. Hun havde særligt mange indsigter ift. at vække opsigt på festivalen, hvor hun gjorde os opmærksomme på at der er mange som kæmper om festivaldeltagernes opmærksomhed. Derfor burde vi også fokusere på at lave noget som kunne skille sig ud ved at være stort, simpelt og interaktivt. Det sidstnævnte element varmede folk op, hvorefter de havde lyst til at lære mere om emnet.

Ved vores første møde med DI blev Kaffetræet også fremhævet som en god og unik løsning, og derfor var det oplagt at høre Clara om, hvad det var som gjorde at deres løsning blev fremhævet. Hun mente at det netop var fordi deres løsning var stor og skilte sig ud, men i endnu højere grad fordi den var så simpel og bygget op omkring ét spørgsmål, som skabte nysgerrighed blandt festivalgæsterne.

Så vores løsning bør i høj grad tage en kompleks problemstilling og gøre den simpel og relaterbar på kort tid eller med få ord. Mødet med

Clara om Kaffetræet har været med til at give os indsigter i konteksten omkring Folkemødet og hjulpet os med at opstille kravspecifikationen.

SPØRGESKEMA

I forbindelse med kortlægningen af udfordringer omkring Folkemødet, fandt vi det oplagt at undersøge festivaldeltagernes erfaringer med forrige Folkemøder. Vi havde ud fra *Operates* analyse af Folkemødet fået et indblik i hvordan diverse arrangører og til dels deltagerne på Folkemødet oplevede eventet. Vi savnede dog et lidt mere nuanceret indblik i deltagernes oplevelser, det var ud fra dette ønske at vi udarbejdede spørgeskemaet. Vi brugte åbne spørgsmål, hvor respondenterne blev inviteret til selv at skrive om deres oplevelser. Spørgeskemaet havde 28 respondenter, som alle havde været på Folkemødet en eller flere gange. Respondenterne havde både været afsted i arbejdsøjemed, men også som privatpersoner.
Gennem spørgeskemaet blev vi bekræftet i nogle af de indsigter vi havde fra andre kilder. I bilag 6 kan man se svarene fra spørgeskemaet inddelt i temaer. En stor andel af respondenterne svarede at de synes der var for mange debatarrangementer til Folkemødet, og i forlængelse af det, var det et gennemgående tema at respondenterne ikke følte sig hørt til disse arrangementer.

"Det er mest organiserede debatter med inviterede debattører hvor de sjældent er plads til at indrage flere deltagere"

- Respondent fra spørgeskema

Denne problemstilling var den mest udtalte, og der blev peget på forskellige årsager til dette, men især dårligt styrede debatter, manglende tid til dialog, og debatter der ikke involverede lytterne effektivt, blev udpeget som hovedårsager. Svarene lå i naturlig forlængelse af *Operates* analyse som viste at 58% af events på Folkemødet er debatarrangementer, og passede yderligere godt sammen med DI's udsagn om, at de synes der var for mange debatter på Folkemødet, så de ville gerne lavet noget andet i 2020.

Igennem svarene blev det ligeledes tydeligt at de tidligere deltagere var opdelte ift. deres opfattelse og oplevelse af DI på tidligere Folkemøder (se bilag 6.3). Omkring halvdelen af respondenterne huskede eller oplevede DI's tilstedeværelse på Folkemødet, om end kun få virkede til at have interageret direkte med dem. Denne indsigt passede også godt sammen med DI's eget ønske om at nå bredere ud på Folkemødet 2020 og især at de gerne ville have vores løsning til at leve uden for DI's område. Hvis man kigger på respondenternes svar ift. deres ønsker til Folkemødet for fremtiden (se bilag 6.9), var temaet om mere inddragende events igen tydeligt.

Igennem vores analyse af spørgeskemaet sammenholdt med de indsigter vi havde i forvejen, blev det tydeligt at vi skulle prøve at lave en løsning som i højere grad inddragede den almene borger på Folkemødet og som tog deres inputs seriøst og lagde op til dialog med andre. Derudover blev det også tydeligt at vi skulle arbejde med at gøre DI's profil på Folkemødet mere "folkelig", men vi manglede stadigvæk at finde ud af hvordan dette gøres bedst i praksis.

DEN GODE LØSNING

Med udgangspunkt i DI's challenge, vores møde med dem herom og de indsigter vi har fået både igennem deltagere ved Folkemødet og vores arenakortlægning, ville vi undersøge hvordan vi kommer nærmere "den gode løsning". Med den gode løsning mener vi en løsning som netop formår at skabe opmærksomhed omkring sig selv, formidle DI's 2030-plan på en måde så det bliver relaterbart for deltagerne, og inddrage deltagerne i en meningsfuld grad så de kan gå derfra med følelsen af at være blevet hørt. Men hvordan får man alt dette til at lykkes i praksis?

DET GODE EVENT

I 2020 er temaet for Folkemødet *den demokratiske samtale*, hvilket ligger godt i tråd med den stillede opgave fra Dansk Industri om at facilitere borgerinddragelse ift. deres 2030-plan.
Det gode event er et inspirationskatalog, som forsøger at give inspiration til hvordan der skabes spændende og levende events som inddrager publikum, med udgangspunkt i erfaringerne fra tidligere Folkemøder og workshops afholdt i løbet af efteråret 2019.

Både temaet til dette års Folkemøde og deres inspirationskatalog har den styrke at der lægges op til at politik handler om samtaler og ikke om at være enige, men om at få hørt hinanden. Generelt lægger inspirationskataloget meget vægt på at give de fremmødte en stemme og gøre dem til deltagere. Det kan både ske ved at deltagerne skal tale sammen undervejs, eller ved at lade de fremmødte stemme om forskellige argumenter fra de forskellige partier eller eksperter, men kan også ske ved at få alle de fremmødte til at skrive deres egne meninger ned og hænge dem op, så alles ord gælder.
En interessant måde at få skabt en inddragende løsning er ved at fokusere på det som de i idékataloget kalder *mellemrummet*, altså det rum som ligger tidsmæssigt mellem events og måske fysisk ligger et sted hvor man er "tvunget" til at gå forbi. Ved at lave noget sjovt i *mellemrummet* kan man få folk til spontant blive deltager i et "event", fordi det fanger deres opmærksomhed og får dem til at stoppe op og interagere.

Netop det at fange folks opmærksomhed og skille sig ud er en af de helt store udfordringer, både ved Folkemødet og ift. klimadagsordenen generelt. Med over 3000 events og begivenheder fordelt over fire dage er konkurrencen meget stor, og det er derfor vigtigt at lave noget som skiller sig ud, men hvordan gøres dette i praksis?

KLAUSEN + PARTNERS

Vi har undersøgt hvordan en potentiel løsning bedst muligt fanger folks opmærksomhed. Der er mange spørgsmål der relaterer sig til dette spørgsmål, herunder:

- Hvordan fanger man folks opmærksomhed?
- Hvordan beholder man den?
- Skal man være opmærksom på det fysiske udtryk?
- Hvordan skaber man noget der gør indtryk?

Disse spørgsmål, var nogle af de usikkerheder vi havde i forbindelse med hvordan vi bedst muligt løste opgaven. Det var derfor oplagt at se om vi kunne få noget ekspertviden på området, da det ville kunne hjælpe os med at undgå faldgruber og samtidig spare os tid i udviklingsfasen, da vi ville kunne tilføje indsigter fra eksperten/eksperterne til vores kravsspecifikation.
Vi tog derfor kontakt til *Klausen + Partners*, et marketingfirma lokaliseret i København, som specialiserer sig i business to business marketing. En af deres spidskompetencer er kampagnedrift, og de var derfor oplagte at spørge til råds. Helt specifikt fik vi kontakt til Louise Plaun, som er kreativ direktør i Klausen + Partners, og afholdte et interview via Teams.
Inden regeringen lukkede Danmark ned, havde vi diskuteret muligheden for at Louise kunne afholde en workshop for os, hvor vi kunne medbringe nogle af de idéer vi havde i spil. Håbet var at vi kunne få inputs til nogle af de idéer vi kom med, og derved også de scenarier vi havde forstillet os kunne forekomme på Folkemødet. Da dette ikke længere var muligt i praksis, tvang det os til at se på andre muligheder. Vi endte derfor med at afholde interviewet efter principper bag det semi-strukturerede interview (Lindegaard, 2017).

Interviewet baserede sig på at vores løsning skulle kunne fungere på Folkemødet. Da Folkemødet blev aflyst pga. Covid-19, var vi nødsaget til at genoverveje konteksten af de svar vi havde fået i interviewet. Selvom der var nogle af svarene der ikke længere var relevante for vores projekt, var der stadig mange af indsigterne der ikke udelukkende gjaldt i en Folkemøde-kontekst. Det var derfor vigtigt at få re-kontekstualiseret indsigterne vi havde, til den nye virkelighed vi befandt os i – gennem projektforløbet har kravene til hvordan man må omgås med hinanden ændret sig næsten dagligt, det er også derfor det har været så vigtigt for os at få kogt interview svarene ned til de grundprincipper der ligger bag vores umiddelbare nysgerrighed. Dette lykkedes med en god del af interviewsvarene, og de indsigter der nu præsenteres skal derfor ses i lyset af vores forsøg på at tilpasse interviewsvar der tog udgangspunkt i en specifik situation til en mere generel situation.

INDSIGTER

Først og fremmest gjorde Louise det klart for os, at det ikke er nok at tænke på hvordan løsningen fungerer når den bliver taget i brug. Et vigtigt element i de overvejelser man skal gøre sig om et produkt, er hvad skal der gøres inden løsningen tages i brug, hvad skal der ske under, og hvordan vi behandler de data der er kommet ud af brugen af løsningen. Disse principper stemmer godt overens med vores egen faglighed og hvad vi forstår ved godt design.
Umiddelbart var disse punkter tænkt som en del af konteksten for Folkemødet. Men principperne er stadig vigtige, da vores løsningen stadig skal indeholde elementer af brugerinddragelse.

I forbindelse med brugerinddragelse, bruger Louise selv altid tre sætninger som skal opfyldes for at hun er tilfreds med produktets evne til at tiltrække og fastholde brugernes opmærksomhed. Disse tre regler følger hun altid, så de relaterer sig ikke nødvendigvis til Folkemødet – de havde en mere universal karakter:

"Make me look, Make me think, Make me care"

- Louise Plaun, Klausen + Partners

Disse tre principper bygger altså på, først at skabe en form for umiddelbar reaktion for brugeren alla "Wow – det har jeg ikke set før!", dernæst skal reaktionen gerne følges af tankegangen "Det lyder interessant" og til sidst gennem de to forrige reaktioner få folk til engagere sig i den, gerne på et følelsesmæssigt niveau. Man kan dog også nå dette engagement ved at gøre det nemt for brugerne at engagere sig, eller ved at få det til at se sjovt ud. Louises hovedpointe var, at hvis man ikke kan sige at løsningen lykkedes med disse tre kriterier, så får man rigtigt svært ved at engagere brugerne i løsningen.

For at gøre det nemmest muligt for os at opfylde de tre tidligere nævnte kriterier, understregede hun at alt skal være *"ultra præcist formuleret"*. Brugeren skal kunne forstå løsningen på 15 sekunder, samtidig skal der ikke kunne sås tvivl hos brugerne om hvad løsningen handler om. Slutteligt gav Louise nogle pointers til hvordan man kan skille de gode løsninger fra de dårlige – "Et godt koncept er *simple, memorable og relevant*". Udover disse indsigter, er der også nogle af svarene der relaterer sig mere til Folkemødet, de er præsenteret i bilag 7.

Af interviewet fik vi indsigter der kunne hjælpe os med at forme vores krav og kriterier og dermed hjælpe os til at idegenere ud fra et mere oplyst grundlag. Gennem interviewet erhvervede vi os viden om, hvordan man udvikler en festivals stand, hvor der skal indsamles viden, ved at tænke på faserne inden, under og efter brugen af løsningen. Samtidig kan vi nu på en oplyst baggrund tage beslutninger omkring, hvorvidt vi mener at vores løsningen har potentialet til at interessere og skabe et indtryk hos brugerne.

GAMIFICATION

Indsigterne fra vores møde med Louise fra Klausen + Partners gjorde det tydeligt at vi har en opgave i at få folk til at gide at bruge vores løsning i et miljø som i forvejen er fuld af indtryk og distraktionskilder. Desuden havde vi også en ambition om at lave noget der er sjovt og vil skabe et indtryk der hænger fast, hos brugerne. Med disse kriterier giver det god mening at anvende elementer fra undervisningsbegrebet Gamification (spilificering).

HVAD ER SPILIFICERING?

Spilificering kan forklares kort som

"The use of game design elements in non-game contexts"
(Sailer, Hense, Mayr, & Mandl, 2017).

Her er der fire vigtige elementer:

Gamification

(1) *Game* referer til et system hvor spillere/deltagere indgår i en opstillet konflikt med regler, som resulterer i et målbart udfald (Sailer et al., 2017). Der er altså her nogle spil-aktiviteter styret af regler i en eller anden grad (game), men også et frit og eksplorativt element (play); målet er ikke nødvendigvis at vinde.
(2) *Elements* understreger hvordan spilificering og spil ikke er det samme. Spil er fuldt udviklede, med klart definerede regler.
(3) *Design* henviser til designprocessen, og de metoder, der skal til for at "gamifie" noget (Sailer et al., 2017).
(4) *Non-game contexts* definerer ikke(!) de miljøer der kan spilificeres og åbner dermed muligheden for at alt kan spilificeres til en vis udstrækning.

Det materiale vi har beskæftiget os med, gør udelukkende brug af digitale eksempler (Deterding, Dixon, Khaled, & Nacke, 2011; Mazurstommen & Farley, 2016; Sailer et al., 2017), men mange af de elementer spilificering indeholder opfordrer i lige så høj grad til analoge

løsninger, i vores øjne. Især giver det mening med spilsituationer, hvor der er en moderator eller vært; i disse situationer opstår der paralleller til designspil/prioriteringsspil (i form af den bilaterale samtale, målet om translation, og den ej helt løse ej helt faste struktur), som vi har beskæftiget os en del med.

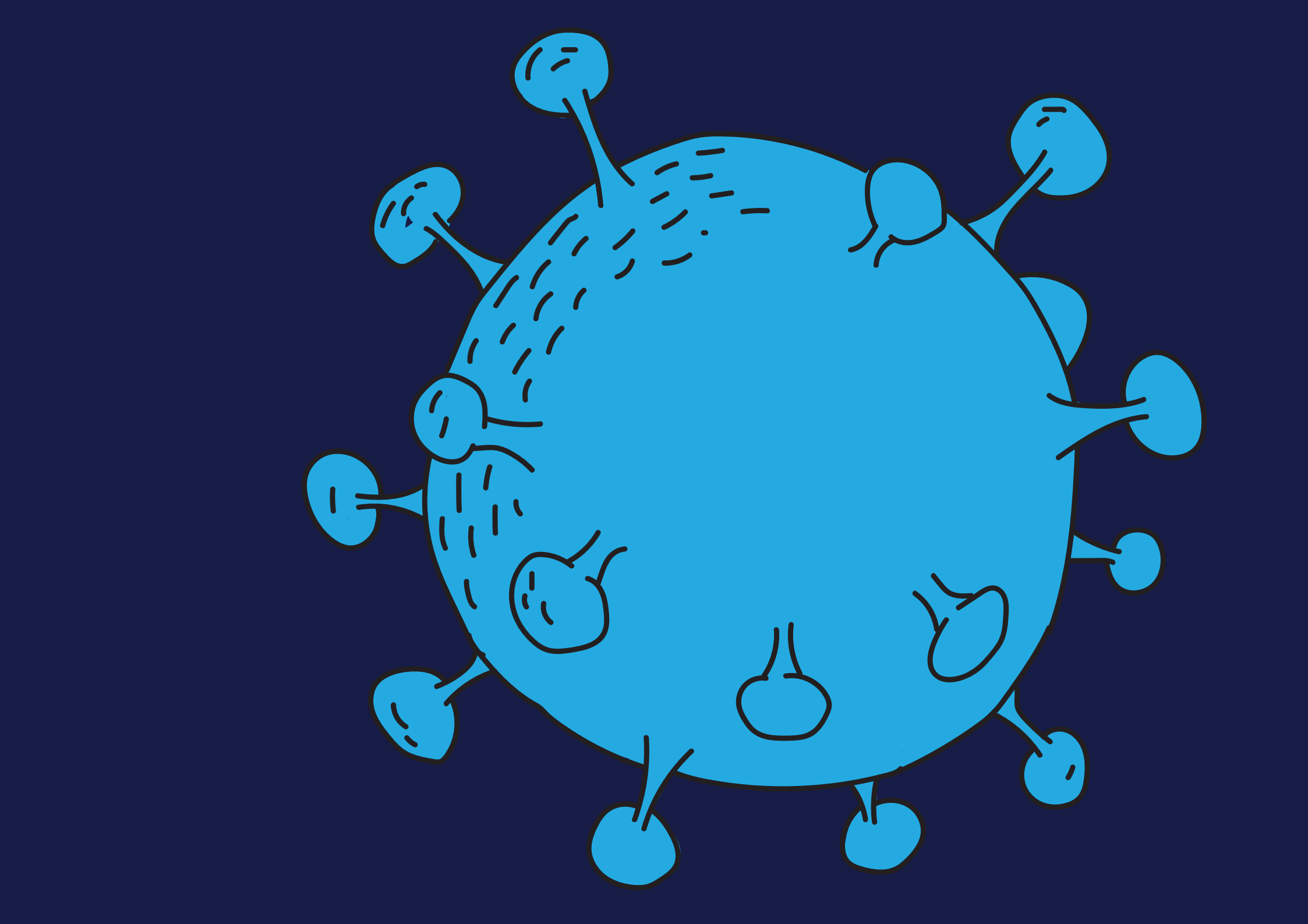
I forhold til vores opgave om CO_2-reduktion kan spilificering betragtes som et brugbart værktøj. Idet vores opgave på mange måder handler om, dels oplysning omkring både DI's 2030 plan, og dels om verdenssituationen i forhold til klimaforandringer generelt, giver spilicering god mening. Idet én af styrkerne ved spilificering ligger i muligheden for at formidle på en måde så information hænger fast, og når ud til en rimelig gruppe mennesker:

"The real promise of gamification lies in its theoretical ability to harness the attention of large numbers of people in order to change everyday behaviors in the home, office, at the store, or on the streets."
(Mazur-stommen & Farley, 2016)

Desuden er vi også meget interesserede i at tilvejebringe et design der kan skabe rum for, og facilitere diskussion og udveksling af meninger. Spilificering er i denne henseende meget brugbart idet den løse form kan danne rammerne for en diskussion, forhandling eller translation, som vi også har været inde på i tidligere afsnit om forhandlingsrum og intermediære objekter.
En anden force vi ser ved spilificering er dens potentielt brede appel, og muligheden for at opgaver kan løses på forskellig vis, af forskellige slags personer. Folk går til spil med forskellige indgangsvinkler og fokus, og udfaldet er derfor meget styret af hvilke personer der bruger artefaktet og i hvilken sammensætning (Mazur-stommen & Farley, 2016). Dette ser vi som en mulighed for at få mange, nuancerede holdninger og synspunkter frem, og dermed potentielt sætte gang i en translationsproces hvor DI's agenda kan formidles, og hvor kompromisser omkring DI's plan kan indgås i så bæredygtig en retning som muligt.

DELKONKLUSION

Vores projekt handler om at facilitere brugerinddragelse omkring DI's 2030-plan, hvilket har vist sig at passe godt sammen med både temaet for årets Folkemøde, men i lige så høj grad sammen med de indsigter som vi har fået fra tidligere års deltagere. Men før vi kan facilitere brugerinddragelse, er vi nødt til at få folk til at deltage. Fra det øjeblik at vi vidste, at vi skulle arbejde med at skabe en løsning til Folkemødet, har vi vidst at vores opgave til en vis grad også handler om hvordan man skaber en løsning som kan skille sig ud blandt 3000 andre events, som kæmper om den samme opmærksomhed. Indsigterne fra sidste års SHF viste også hvor vigtigt det er at lave en løsning som skiller sig ud og Louise Plaun fra Klausen + Partners gav os indsigter i hvad der kræves for at få folk interesseret. For hvis vi gennem sætningen "make me look, make me think, make me care" kan få folk til at deltage og interagere med vores løsning, kan vi forhåbentligt skabe meningsfulde samtaler som i sidste ende gør at folk føler sig hørt. Teorien fra gamification kan være med til at gøre at folk synes at det er sjovt og herigennem, som fremhævet af Louise Plaun, sørge for engagement. Samtidig kan elementerne fra gamification være med til at skabe et legende rum hvorigennem DI's 2030-plan kan formidles samtidig med at det er acceptabelt at være uenige og have forskellige synspunkter.



KLIMA, GRØN VÆKST OG COVID-19

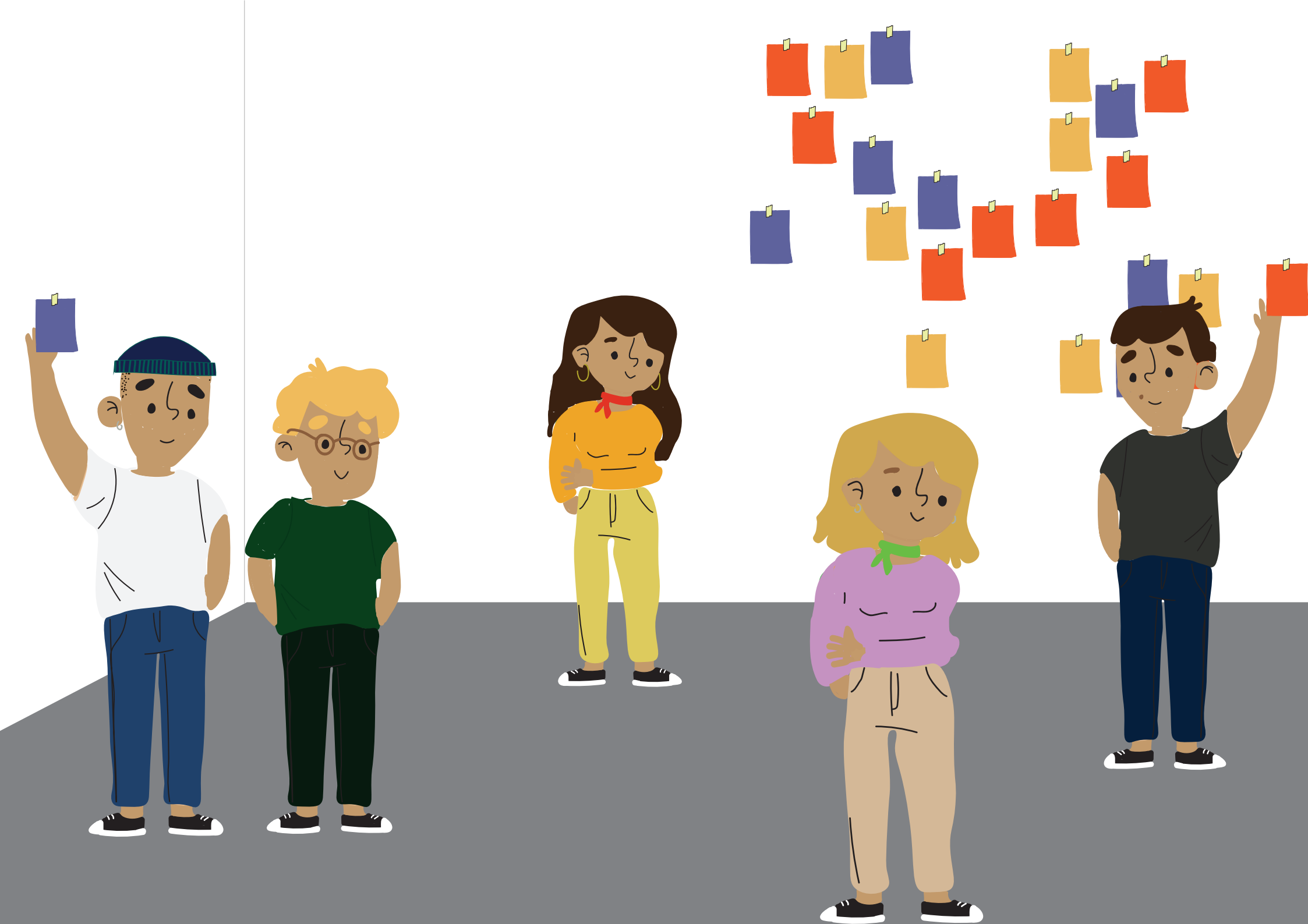
Alt imens vi var overbeviste om at intet kunne vippe klima og CO_2-reduktioner af pinden, som det forventede mest omtalte emne på Folkemødet i 2020, kom der hastigt en uforudset problematik på banen, som ikke kunne ignoreres. Corona havde udviklet sig fra at være et problem langt borte, til noget som vi i Danmark måtte tage seriøst. Før vi nåede at se os om, var hele landet i lockdown og alle nyheder og forhandlinger om CO_2-reduktioner blev byttet ud med Coronakrisen og snakken gik fra klimahandling til Covid19-handling.

Det skaber selvfølgelig en udfordring for os, ikke blot for vores mulighed for at mødes og arbejde sammen som gruppe, men i ligeså høj grad fordi CO_2-reduktioner ikke har den samme politiske og samfundsmæssige prioritet som før (Ritzau, 2020a). Men Coronakrisen trækker klare linjer til klimakrisen, og der har fra starten af mediedækningen, været fokus på de positive klimamæssige påvirkninger/effekter som lockdowns rundt omkring i verden har medført. Analyser har vist at CO_2-udledninger i Kina er reduceret med en fjerdedel, som direkte resultat af Covid-19 (Myllyvirta, 2020). Samtidig vurderer det internationalt anerkendte klimamedie *CarbonBrief* at Coronakrisen kommer til at medføre det største globale fald i CO_2-udledningerne i nyere tid med et estimeret fald på 5,5 % i forhold til 2019 (Evans, 2020). I Danmark ser vi ligeledes et fald i CO_2-udledninger, mellem 11. marts og 10. maj, på 16 %, og et estimeret årligt fald på 5 % (Rysgaard, Kirk, Friis, & Thøgersen, 2020). Flere medier og eksperter har udråbt Coronakrisen som en mulighed for at fortsætte i samme spor og tage ved lære af den samlede globale indsats (Figueres, 2020; Peters, 2020; Solnit, 2020). Der er dog stadig en udbredt enighed om at CO_2-udledningen vil accelerere når verden igen åbner (Knudsen, 2020; Lombrana & Warren, 2020).

Ligesom mange af de førnævnte artikler og analyser, vil vi prøve at vende Coronakrisen, og de udfordringer som følger med, til noget positivt og benytte os af at Covid-19 er på alles læber og i folks bevidsthed. For måske kan den nuværende situation hjælpe med at vise, at det rent faktisk er muligt at leve anderledes, når det kræves. Coronakrisen viser også at vores mål med at få forskellige aktørverdener til at nærme sig hinanden og arbejde mere på tværs af (politiske) interesser, er muligt.
Samtidig bliver DI's 2030-plan *Sammen Skaber vi Grøn Vækst* endnu mere relevant for flere af aktørerne i vores arena: Coronakrisen har store, både samfundsmæssige og økonomiske, konsekvenser for Danmark og der er formentlig ikke mange som sætter spørgsmålstegn ved at vi efter krisen skal skabe vækst for at genoprette vores velfærdssamfund, sammenlignet med før krisen, hvor vækstbegrebet i højere grad blev diskuteret. Dog er der stadigvæk et klimamæssigt fokus, og flere politiske partier og andre aktører på arenaen kræver en grøn genstart

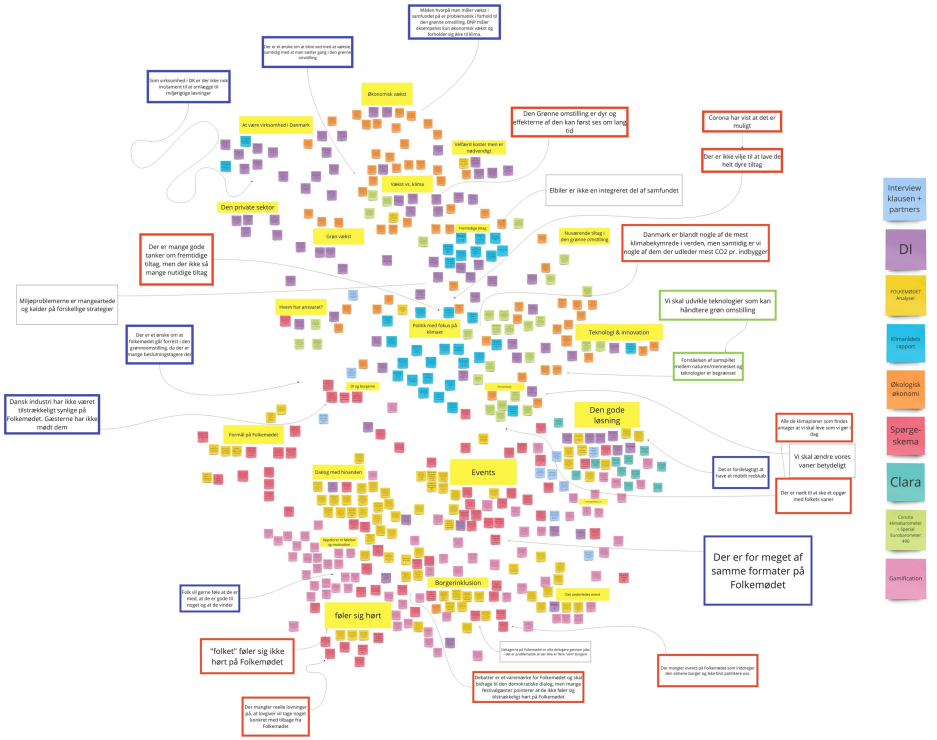
af Danmarks økonomi efter Coronakrisen (Climate Home News, 2020; Krausing & Ibsen, 2020; Ritzau, 2020b; Vestergren & Nielsen, 2020). DI har ligeledes været på banen med en plan banan for en grøn genstart af den danske økonomi, en plan som på mange måder er et uddrag og fortsættelse af deres 2030-plan. DI står derfor nu i en endnu stærkere position på arenaen, med deres budskab om grøn vækst, og det giver en øget mulighed for at samarbejde på tværs af arenaen, aktørverdener og interesser. Derfor er det også oplagt at vi prøver at skabe samarbejde mellem de forskellige aktørverdener og at vi, igennem vores materialitet, prøver på at bygge bro mellem dem.

Coronakrisen har måske længerevarende positive effekter for vores klima og udledning, men det er sikkert at krisen kan være med til at vise os at vi godt kan leve anderledes hvis det kræves af os og at vi godt kan samarbejde på tværs af interesser, for at nå et større mål. Ved at samarbejde for at løfte problematikker, kan vi for alvor gøre en forskel, og derfor er det oplagt at vi i vores projekt, drager paralleller til den nuværende krise i vores arbejde med at prøve at løse en endnu større krise. Dette er både i form af samarbejde på tværs af interesser, men også ved at fortsætte tankegangen om hvordan vi kan leve anderledes i fremtiden for at løse klimaudfordringerne.



STRUKTURERING AF VIDEN

Gennem projektet har vi løbende arbejdet divergerende med indsamling af indsigter og empiri for bedre at kunne træffe valg i designprocessen. For at kunne overskue og anvende empirien aktivt i vores beslutningsproces har vi været nødsaget til at strukturere denne empiri på en meningsfuld måde. Vi har brugt metoden affinitetsdiagram til at strukturere vores empiri så vi har kunne bruge den til gøre problematikker og tematikker tydelig, se Figur 11 og bilag 8.



Figur 11 - Affinitetsdiagram

Affinitetsdiagram

Affinitetsdiagrammet bruges hvis man vil strukturere empiri indsamlet i løbet af en designproces (Beyer & Holtzblatt, 1998). Den bruges til at vidensdele mellem projektgruppens medlemmer, fordi den sikrer at al empiri er tilgængelig og synlig for alle. Samtidig kan man gennem affinitetsdiagrammet tydeligt illustrere hvor empirien stammer fra og hvorvidt de enkelte problemstillinger eller tematikker er unikke for en enkelt aktør eller er mere gennemgående og understreges af mange forskellige kilder. For at illustrere forskellige aktører i affinitetsdiagrammet bruges forskellige farvede post-its til hver aktør og det er hurtigt at få et overblik over hvordan empirien er forbundet. Empirien og udsagnene bliver løbende tilføjet og grupperet efter tematik og det er særligt disse temaer som efterfølgende kan bruges til at finde frem til problemstillinger og elementer til kravspecifikationen. Arbejdet med affinitetsdiagrammet er en iterativ proces, og det er igennem arbejdet med indsigterne at man danner sig et overblik over indsigterne.

TEMATIKKER FRA AFFINITETSDIAGRAMMET

På grund af den meget åbne projektramme fra DI havde vi empiri som strakte sig fra tiltag i DI's 2030-plan til erfaringer fra Folkemødet og teori om gamification. Den "nordlige" del af affinitetsdiagrammet drejer sig om DI's vision om et samfund i vækst, og hvordan en stor del af reduktionerne af CO_2-udledninger skal ske ved at optimere og at der skal tages hensyn til virksomhederne i den grønne omstilling. Den "sydlige" del handler om at føle sig hørt og inddraget, både i form af indsigter som peger på, at en del ikke føler sig inddraget i politiske sammenhænge, som vi har set det fra svarene i blandt andet spørgeskemaet, men også om hvordan man designer en løsning som i højere grad inddrager deltagerne i den politiske eller demokratiske samtale. Omkring "ækvator" viste der sig en tematik omkring fremtidige løsninger og vores måde at leve på. På den ene side var der, som beskrevet omkring CONCITO's undersøgelse, en stor del som forventede at vi skulle leve anderledes i fremtiden, og samtidig var der fra DI's side en forventning om at vi ikke skulle ændre vaner. Denne tematik understreges også af en problemstilling som vi så ved at analysere arenaen, hvor det blev tydeligt at der blev arbejdet mod ét fælles MoC (Mindst 70 % CO_2 reduktion), men at uenigheder om vejen derhen gjorde at der ikke blev samarbejdet på tværs af arenaen.

PROBLEMSTILLINGER

Med udgangspunkt i indsigter og tematikker fra affinitetsdiagrammet kunne vi arbejde videre med at få defineret nogle konkrete problemstillinger, se bilag 9. Problemstillingerne grupperede sig ligesom indsigterne i affinitetsdiagrammet og vi kunne inddele dem i følgende problemstillinger.

Problemstilling 1

"Folket" føler sig ikke hørt og inddraget i den politiske debat og samtale

Problemstilling 2

Der mangler at blive taget stilling til hvordan vi skal leve i fremtiden hvis vi skal reducere CO_2-udledningen med 70 % i 2030.

Problemstilling 3

Der mangler samarbejde på tværs af politiske interesser hvis vi skal i mål med 70 % CO_2-reduktionerne i 2030.

Problemstilling 4

Klimadagsordenen er udbredt, men kompleks og det er ikke tydeligt hvilke tiltag der er mest effektive.

Problemstilling 5

DI mangler at udbrede deres 2030-plan hos befolkningen, men tiltagende er generelt ikke relaterbare.

Problemstilling 6

De fleste tiltag i klimaplanerne ligger langt ude i fremtiden og kun få tiltag tager stilling til nutiden, samtidig med at der er enighed om at vi skal handle nu.

FØRSTE PROBLEMFORMULERING

I følgende afsnit vil vi redegøre for vores første problemformulering, der lyder som følger:

Vi vil i samarbejde med DI designe en materialitet som bygger bro mellem deltagerne på Folkemødet 2020 og skaber gensidig dialog om hvordan vi når 70 % CO_2 reduktion inden 2030.

Med hjælp fra de problemstillinger, der opstod efter at have struktureret vores empiri i et affinitetsdiagram, samt vores analytiske arbejde med den udviklingsarena, vores løsning skulle eksistere i, kunne vi opstille løse rammer for problemformuleringen. En rammesætning, hvor der opstod tematikker, som bl.a. inddragelse af borgere, fremtiden med CO_2-reduktioner, klimaplaner og manglende forpligtigelser, se bilag 10.

På baggrund af DI's designbrief, kunne vi i første omgang opstille en betingelse for vores problemformulering: Løsningen skal være til Folkemødet 2020. I designbriefen fra DI, udtrykte de også et ønske om, at vi, med Folkemødet som location, skulle involvere den almene borger i Mission 70 % og lægge op til debat og diskussion omkring denne (Dansk Industri, 2020a). Dette ønske og indsigterne fra udviklingsarenaen satte rammen for problemformuleringen; den skulle sikre at vores endelige løsning inddrager borgerne og lægger op til diskussion.
Vi kan dermed inddele vores problemformulering i; mål, betingelse og kriterie (Juhl, 2018). Målet er at inddrage borgerne i Mission 70 %. Kriteriet for at opnå dette mål, er at designe en materialitet, der skal involvere borgerne i en gensidig dialog om Mission 70 % og betingelsen er at denne materialitet skal være til Folkemødet 2020.

UNDERSPØRGSMÅL

For at konkretisere vores problemformulering har vi udarbejdet underspørgsmål. Ved at udarbejde disse underspørgsmål, kan vi bryde vores problemformulering ned i mindre bider, der gør den mere håndgribelig, når vi skal designe en løsning til den. Samtidig med at få konkretiseret de vigtige elementer vi skal have besvaret.
De fire underspørgsmål tager afsæt i tematikker fra vores rammesætning; *gensidig dialog, klimabegreber, en anderledes fremtid* og *DI's budskab*. Underspørgsmålene ser ud som følger:

Underspørgsmål 1

Hvordan kan vi, med vores materialitet, sætte rammerne for en gensidig dialog, hvor alle bliver hørt og inddraget?

Underspørgsmål 2

Hvordan gør vi CO_2 udledninger og andre klimabegreber håndgribelige for den almene borger?

Underspørgsmål 3

Hvordan får vi festivalgæsterne på Folkemødet til at forestille sig denne anderledes fremtid og hvilke ressourcer og tiltag den kræver?

Underspørgsmål 4

Hvordan designer vi en materialitet som sikrer at DI præsenterer et budskab som borgerne kan tilslutte sig?

Det videre arbejde med vores problemformulering bestod i at opstille et antal krav og kriterier til vores løsning, der skal hjælpe til at sikre at løsningen vi designer, i sidste ende løser det problem vi har identificeret, samt gøre det muligt for os at sortere den gode løsning fra den mindre gode løsning.

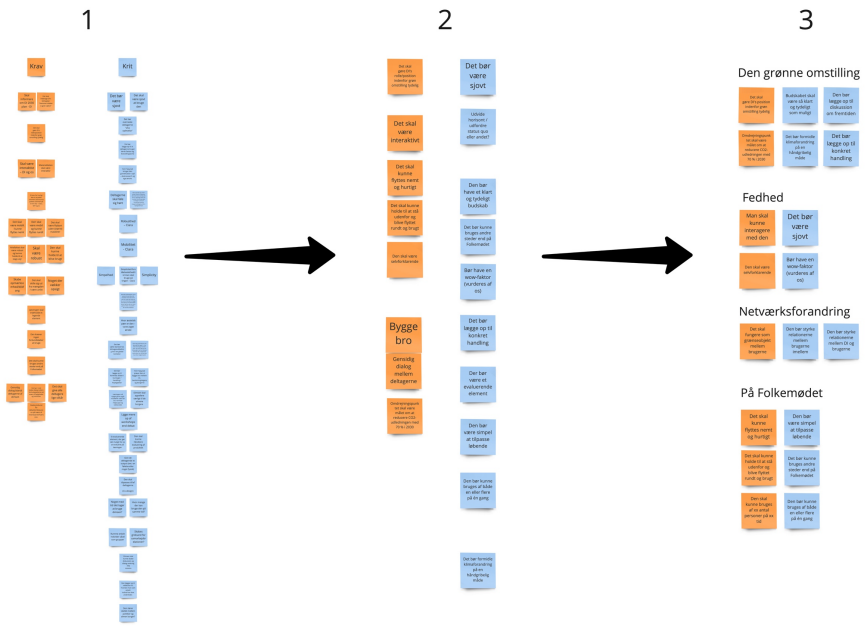
KRAVSPECIFIKATION

Under udformningen af kravspecifikationen var vi under restriktioner af Covid-19, og vi arbejdede derfor i programmet Miro. Dette gjorde, at vi i fællesskab, men hver for sig kunne arbejde ud fra samme udgangspunkt.

Kravspecifikation

Vores kravspecifikation tager afsæt i en problemformulering og affinitetsdiagram og er bestående af krav og kriterier som specificerer hvad løsningen skal indeholde.
Kravene beskriver hvad løsningen skal kunne – her er det vigtigt at kravene er konkrete og kvantificerbare så det er muligt at arbejde med disse. Når man opstiller krav, er det vigtigt at man kan svare ja eller nej til disse. Så snart man kan vægte dem på en skala kalder man dem kriterier (Cross, 2000). Kriterier fortæller noget om hvor god en løsning man designer. Man stiller sig selv det spørgsmål "i hvor høj eller lav grad lever løsningen op til kriteriet" – dette gør det muligt at vægte koncepter mod hinanden.
Gennem projektet har vi genbesøgt kravspecifikationen af mange omgange, og opdateret den. Kravspecifikationen tager udgangspunkt i den indsamlede empiri, så derfor er det vigtigt at man under hele projektet sikrer at kravspecifikationen stemmer overens med empirien. Ved at gøre sådan, sikrer man at løsningen i sidste ende stemmer overens med den indsamlede empiri og problemformulering.

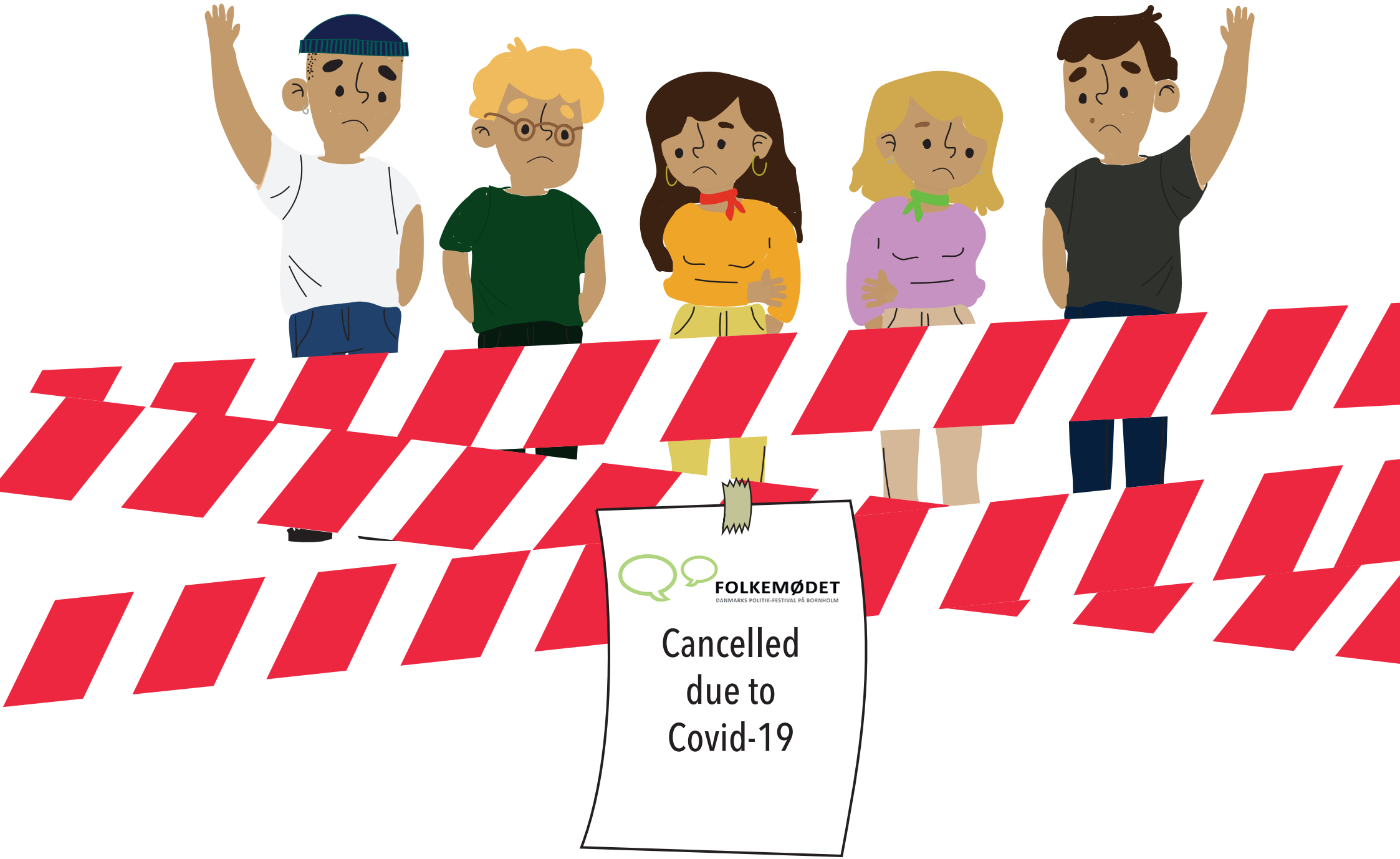
Figur 12 illustrerer processen af det første udkast til kravspecifikationen. På figuren ses blå og orange post-its. De blå post-its er krav mens de orange er kriterier. I første kolonne (se bilag 11) forsøgte vi hver for sig at opstille både krav og kriterier ud fra vores empiriske arbejde, dette endte med at vi stod med mange krav og kriterier der mindede om hinanden, hvilket kan forklares med at vi har set de samme tematikker og problemstillinger i affinitetsdiagrammet.
I anden kolonne ses at der er færre krav og kriterier, idet vi samlede de krav og kriterier der mindede om hinanden. Dette gjorde at vi til sidst kunne inddele kravene og kriterierne ind i kategorier med inspiration fra affinitetsdiagrammet.
På Figur 13 ses kolonne 3, hvilket illustrerer de krav og kriterier vi udarbejdede. Vi har inddelt kravspecifikationen ind i fire kategorier. Kategorierne blev lavet for at se, om de afspejlede problemformuleringen. Derudover skabte de overblik og repræsenterede elementer som beskriver den gode løsning.



Figur 12 - proces over første udkast til kravspecifikation

Kategorien *fedhed* tager højde for det aspekt i løsningen som skal tiltrække borgerens opmærksomhed og sørge for at borgeren har lyst til at interagere med den. *Den grønne omstilling* sikrer at vi ikke strider mod DI interesser ved at omdrejningspunktet i løsningen skal handle om at reducere CO_2 udledningerne med 70 % i 2030. Kategorien *På Folkemødet* forholder sig til udformningen af løsningen ift. Folkemødet. Her er det vigtigt at den fx kan flyttes nemt og at den er robust nok til at stå udenfor under brug. Den sidste kategori *netværksforandring* forholder sig til relationerne mellem borgerne og DI samt deltagerne imellem. Ved at opstille kategorier som er så forskellige, sikrer man, at løsningen både kommer omkring det funktionelle og hvordan løsningen bruges i praksis.
Konkrete krav og kriterier vil vi redegøre for i den endelige kravspecifikation senere i rapporten.

Figur 13 - Kolonne 3, der viser første udkast af kravspecifikationen


FOLKEMØDET
DANMARKS POLITIK-FESTIVAL PÅ BORNHOLM
Cancelled
due to
Covid-19

DANMARK LUKKER NED!

Den 11. marts blev det meldt ud fra statsministeren at Danmark lukker ned for at forhindre en coronakrise med uoverskuelige konsekvenser. Virksomheder, offentlige arbejdspladser, skoler, museer, caféer, etc., lukkede øjeblikkeligt ned, og Danmark var på den anden ende. Ligesom alle andre, står vi nu i en ny situation som vi skal indrette os efter, og regne med i vores strategi. Vi regnede i starten ikke med at Folkemødet, som jo lå i juni, ville blive omfattet af nedlukningen, men hurtigt stod det klart for os at dette ikke ville blive en kort forestilling.

Så hvordan ser en løsning ud til en festival der ikke længere er en realitet? Hvordan får vi testet prototyper, og har DI's indstilling overfor projektet ændret sig? Dette var alle spørgsmål vi måtte forholde os til. Der opstod altså en hel del navigerings - og strategispørgsmål som følge af nedlukningen.

Det har som nævnt tidligere, været diskuteret indgående under krisen hvorvidt vi måske burde skrue ned for forbruget og væksten, også når vi kommer ud på den anden side af krisen, og denne diskussion må man formode at DI følger indgående.

DI har haft meget travlt under krisen, og det har vist sig at være svært at få dem så aktiveret i projektet som vi havde håbet. De få møder med DI har tvunget os til at planlægge indgående og præcist, hvad vi ville have ud af dem, og være så strategisk forberedte som muligt.

Efter Coronakrisen står vi overfor en anden krise, af økonomisk karakter. Præcis derfor er DI's position i forhold til vækstspørgsmålet blevet gjort meget tydelig: Vi kommer ud af denne krise igennem vækst.

NY RETNING

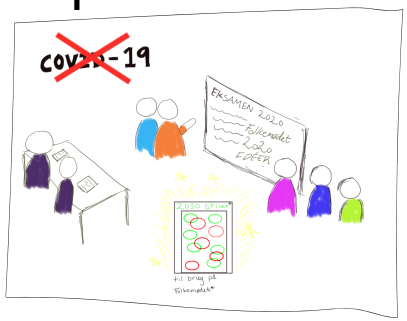
I lyset af den nye, ekstraordinære coronasituation, stod det klart for os at vi måtte drøfte i hvilke retninger vi nu kunne tage projektet, idet Folkemødet 2020 ikke blev en realitet. Disse scenarier blev udviklet med en hensigt om at kunne drøfte det med repræsentanterne fra DI, Marie Louise Pollmann-Larsen fra SHF, samt med vores medstuderende ved milepæl 2.

Vi lavede scenarier indenfor to kategorier: Slutresultat (hvad bliver resultatet/produktet?), og Test (hvordan tester vi, med afstandsregler osv?).

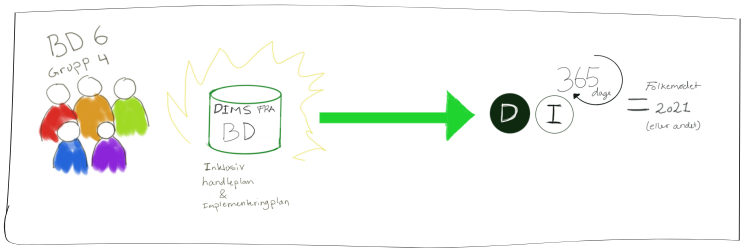
Slutresultat:

1. Skrivebordsprojekt. Vi fortsætter som om intet var hændt, vi holder os til framen om Folkemødet, og udvikler en materialitet til et Folkemøde der ikke længere er en realitet. Ved denne fremgangsmåde kan vi bruge det meste af vores hidtidige arbejde, og skal ikke ændre retning i for kraftig en grad. Dog er der også klare komplikationer i forhold til produktet, idet det nemt bliver et virkelighedsfjernt og ligegyldigt projekt. Det er svært at argumentere for ikke i en eller anden grad at forholde sig til de nye omstændigheder.
2. Vi laver et projekt indenfor nogenlunde samme framing, og fokuserer på at lave noget til vores samarbejdspartner, DI, som de kan bruge på Folkemødet i 2021, eller i andre sammenhænge når landet lukker op igen. Denne retning er især afhængig af at vi relativt hurtigt kan få bekræftelse fra DI om at Folkemødet 2021 er noget de er interesserede i, ellers risikerer vi at få et endnu mindre relevant projekt. Alternativt skal der forhandlinger på plads med DI om hvad de kan være interesserede i af mere generisk orienterede designs, som de kan bruge i andre sammenhænge end på Folkemødet, her tænker vi på konferencer, andre festivaler, mm.
3. Vi finder en anden setting, festival eller lignende der finder sted senere på året, og som har nogenlunde samme karakter som Folkemødet, med talks, debatter og lign. Mange musikfestivaler har efterhånden et

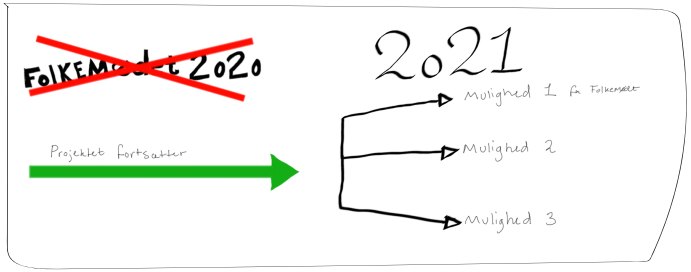
1



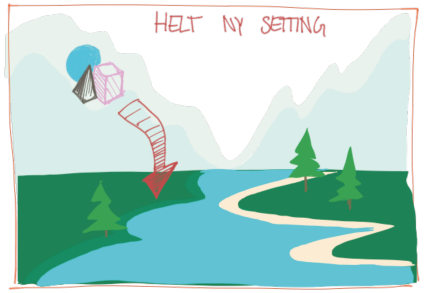
2



3



4



debat – og talkprogram, og eksempelvis Skanderborg finder sted i slutningen af sommeren (den blev også lukket, men det vidste vi ikke på daværende tidspunkt). Denne retning kræver at få et andet samarbejde op at stå, og det kan blive en udfordring i forhold til tidsaspektet. Desuden vidste vi ikke hvor længe landet ville blive lukket ned da vi udformede dette scenarie, og set i bakspejlet var det særligt godt at vi ikke begyndte at fokusere på noget andet som også ville vise sig at blive aflyst.

4. Vi finder en helt ny setting, Løsningen vil forblive en materialitet men med et andet udgangspunkt, hvor den ikke nødvendigvis skal stå på en festival. Denne retning er den med flest ubekendte, og det kan vise sig, at være enten en fordel eller ulempe. Vi var meget interesserede i at bibeholde samarbejdet med DI, og derfor lagde vi stor vægt på at vælge retning efter hvilken forhandling vi kunne få med DI, og sørge for at de stadig var med ombord.

Test:

1. Vi tester med os selv og med folk omkring os. Vi udvikler prototyper der kan testes i vores egne hjem, med mennesker vi omgiver os med. En retning der efterlader færrest ubekendte i forhold til den, på det tidsunkt, ret usikre coronasituation. Dog ville der kunne være problemer med at få oprigtig feedback, hvis vi testede med venner, kollegaer eller familie.
2. Vi laver prototyper der kan sendes ud til fokusgruppemedlemmer. Dette er selvfaciliteret i folks egne hjem, og testpersoner giver feedback online. Dette scenarie ville også nemt kunne leve op til coronareglerne, men her ville det blive en udfordring at udforme prototyper der fungerede online, og som vi kunne få kvalificeret feedback på.
3. Fokusgruppe hvor vi kommer ud og tester det sammen med dem. Vi får stablet en gruppe på benene hvor vi kan besøge dem og teste individuelt med dem. Her var der en potentiel udfordring i at finde testpersoner der ville være interesserede i at få os forbi, dog ville det være et testmiljø som mindede mere om noget vi ville være vant til, og ikke online. Det forhold at vi kunne undgå at skulle teste online, er en af forcerne ved dette scenarie.
4. Offentlig test. Vi tester et offentligt sted, i Fælledparken eksempelvis. Vi stiller os op en dag med mange besøgende, og tester med forbipasserende. Dette ville potentielt give os en masse feedback, og en park kunne på nogle parametre anses som et miljø tilsvarende til Folkemødet. Dog ville det her være uhyre vigtigt at tage forholdsregler i forhold til corona og følge myndighedernes retningslinjer.
5. Zoomfokusgruppe. Vi opstiller en online fokusgruppe, som vi kan holde møder med over Zoom, her kan vi teste prototyper, om end på et mere teoretisk plan. Igen er det online aspekt noget der virkelig skal justeres efter, dog ville det være en stor fordel at kunne teste med flere mennesker på én gang, og på den måde drage fordel af den vekselvirkning der kan opstå i disse situationer.

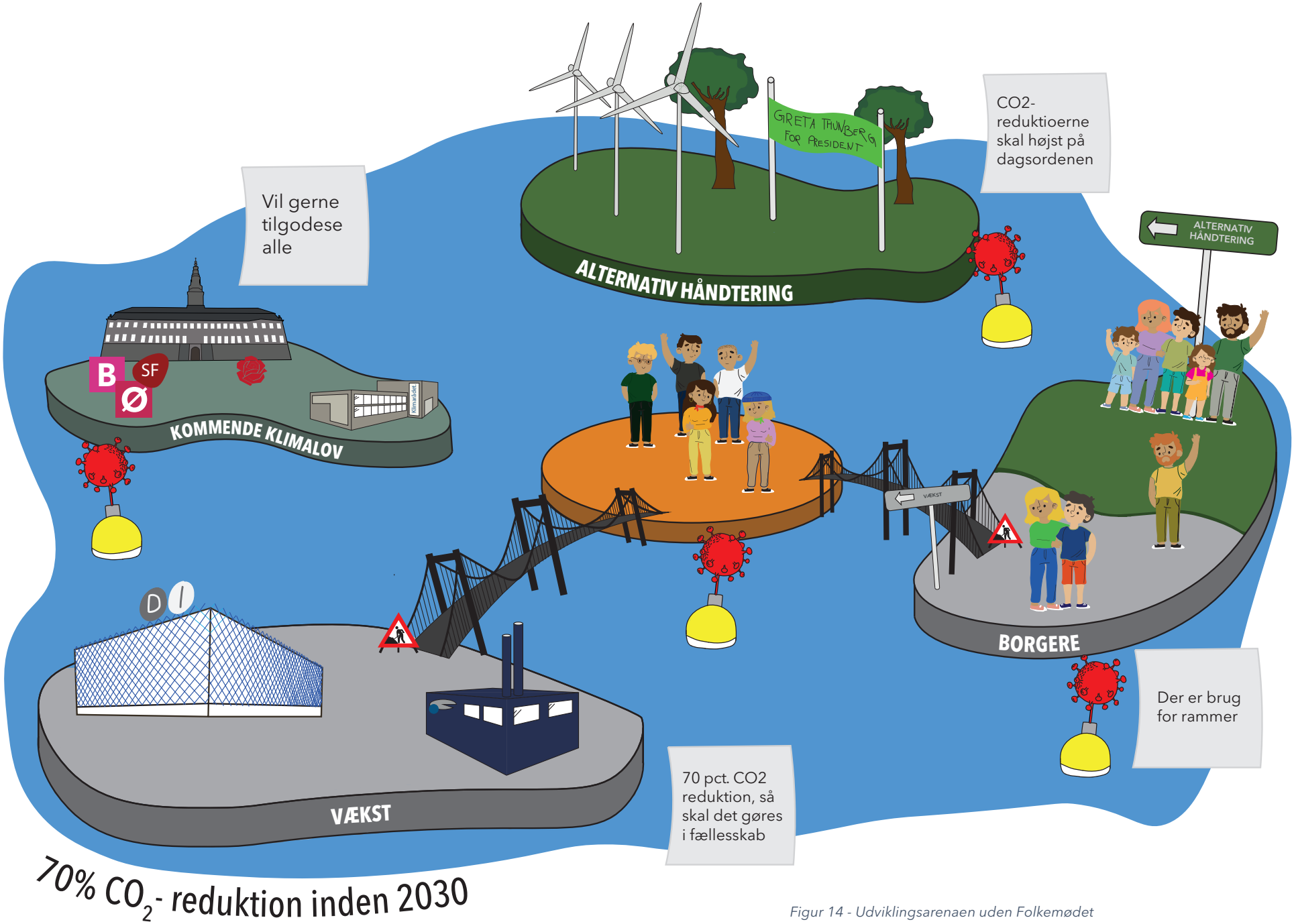
REVIDERET PROBLEMFORMULERING

Arbejdet med scenarierne gav os et indblik i de forskellige udviklingsveje vi kunne tage projektet i, men idet omstændighederne havde ændret sig, ændrede det også mulighederne for hvordan vi løste opgaven. Det var derfor nødvendigt for os at tage et kig på vores problemformulering, der på daværende tidspunkt tog udgangspunkt i at løsningen skulle designes til Folkemødet.

Da situationen var ny for os, og de nye omstændigheder krævede mere empiriindsamling, analyse og valg/fravalg, besluttede vi os for at lægge os tæt op ad vores tidligere problemformulering, dog tilpasset kendsgerningen at vi ikke kunne komme på Folkemødet. Dette flugter også med empirien vi havde på daværende tidspunkt, der stadig pegede på den valgte rammesætning. Derfor gav det nu mening at give udviklingsarenaen et genbesøg. Vi havde tidligere identificeret Folkemødet som en platform hvor alle tre aktørverdner (alternativ håndtering, borgerne og vækst) var repræsenteret og derfor gav det mening at forsøge at få alle tre aktørverdener til at tilslutte sig samme MoC.

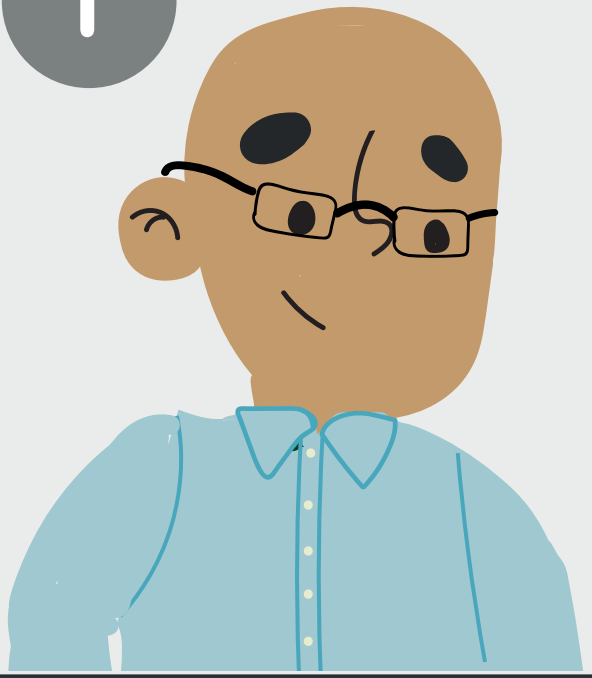
På Figur 14, på næste side, ses udviklingsarenaen uden Folkemødet som samlingspunkt – det ses også at aktørverdenen Alternativ håndtering ikke er til stede i den nye aktørverden for det fælles MoC. Dette skyldes at vi måtte prioritere vores samarbejdspartner i højere grad da det trods alt var dem som havde opstillet challengen. Derfor viser den nye udviklingsarena hvordan DI og borgerne tilslutter sig et fælles MoC i en ny aktørverden. Med dette in mente kom den reviderede problemformulering til at lyde:

Vi vil i samarbejde med DI designe en materialitet, hvorigennem forskellige aktører kan samarbejde om at forestille sig hvordan vi skal leve anderledes i fremtiden, hvis vi skal nå i mål med 70% CO_2-reduktionerne i 2030.



Figur 14 - Udviklingsarenaen uden Folkemødet

D I

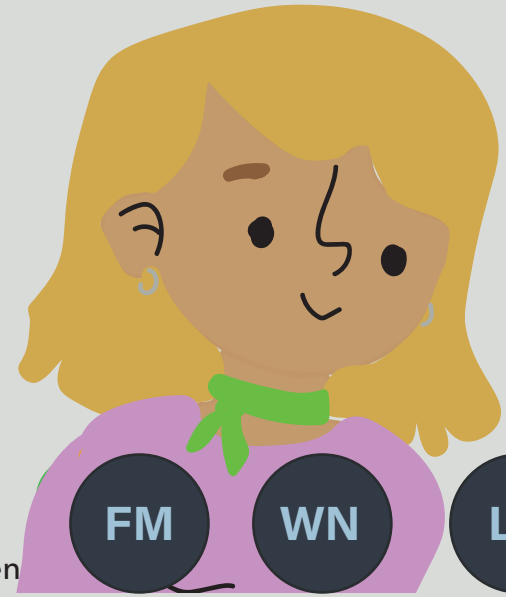


Lars

Niklas Have

MN

Marianne



FM WN LG AN

Mie Lykke Madsen

DIGITAL WORKSHOP

Der gik en måned fra vi udviklede scenarier som skulle afklare hvilken vej vi skulle gå med projektet til vi fik et møde med DI i kalenderen. I løbet af den måned nåede vi at blive ret frustrerede over at vi ikke kunne få kontakt til DI, og vi så det som en stor blocker for vores designproces. Da vi endelig fik et møde med DI, var det vigtigt for os at vi fik udnyttet dette bedst muligt og fik skabt et forhandlingsrum som kunne hjælpe os videre.

FRA SCENARIER TIL DESIGNSPIL

Vi ville gerne bruge scenarierne om udviklingsveje som udgangspunkt for vores møde, men erfaringerne fra første møde med DI var, at de havde svært ved at vælge en vej og i stedet lod det være op til os selv. Dette ville vi gerne undgå i det nye forhandlingsrum og på den måde få dem til at være mere aktive i udvælgelsen.
Da vi genbesøgte vores scenarier med dette in mente, blev det tydeligt at vi skulle "tvinge" dem til at vælge og fravælge og at det var disse beslutninger som vi gerne ville forstå begrundelsen bag. Vi gjorde scenarierne mere specifikke og mindre åbne og inddelte herefter de beslutninger som skulle lede frem til valget af løsningerne og scenarier i 3 kategorier. Disse kategorier var; *hvor og hvornår løsningen skulle tages i brug*, *hvilken form eller format, løsningen skulle have* og til sidst *hvem der skulle facilitere eller tage løsningen i brug*.

Igennem arbejdet med inddeling i kategorier, blev det tydeligt for os at det vi ville have DI til, var at træffe beslutninger om de forskellige scenarier og begrunde dem, men også at vejen til disse beslutninger hang sammen i forhold til de forskellige kategorier. Vi *brainstormede* over hvordan vi kunne tvinge DI til at træffe aktive valg igennem et designspil, vise dem at det medførte fravalg af andre udviklingsveje og til sidst præsentere dem for eksempler på løsninger. Vi blev enige om at udforme designspillet som et beslutningstræ (se Figur 15).

Beslutningstræets udformning var designet med henblik på at opfylde de kriterier vi havde til mødet med DI:

- Deltagerne er aktive i at vælge hvilken vej vi skal gå med designprocessen.
- Det tvinger dem til at prioritere, vælge og begrunde deres valg.
- Det viser dem at de ikke bare kan få det hele.
- Vi får indsigt i beslutningerne og forhandlingen af dette.
- Det tager genkendelige elementer fra det første forhandlingsrum og viser at vi har arbejdet videre på det.
- Det præsenterer nye idéer og viden for DI.
    - Igennem dette får vi forhåbentligt interesseret dem i en sådan grad, at vi kan få dem til at sige noget kvalificeret om i hvilken retning de kunne tænke sig projektet skal bevæge sig.

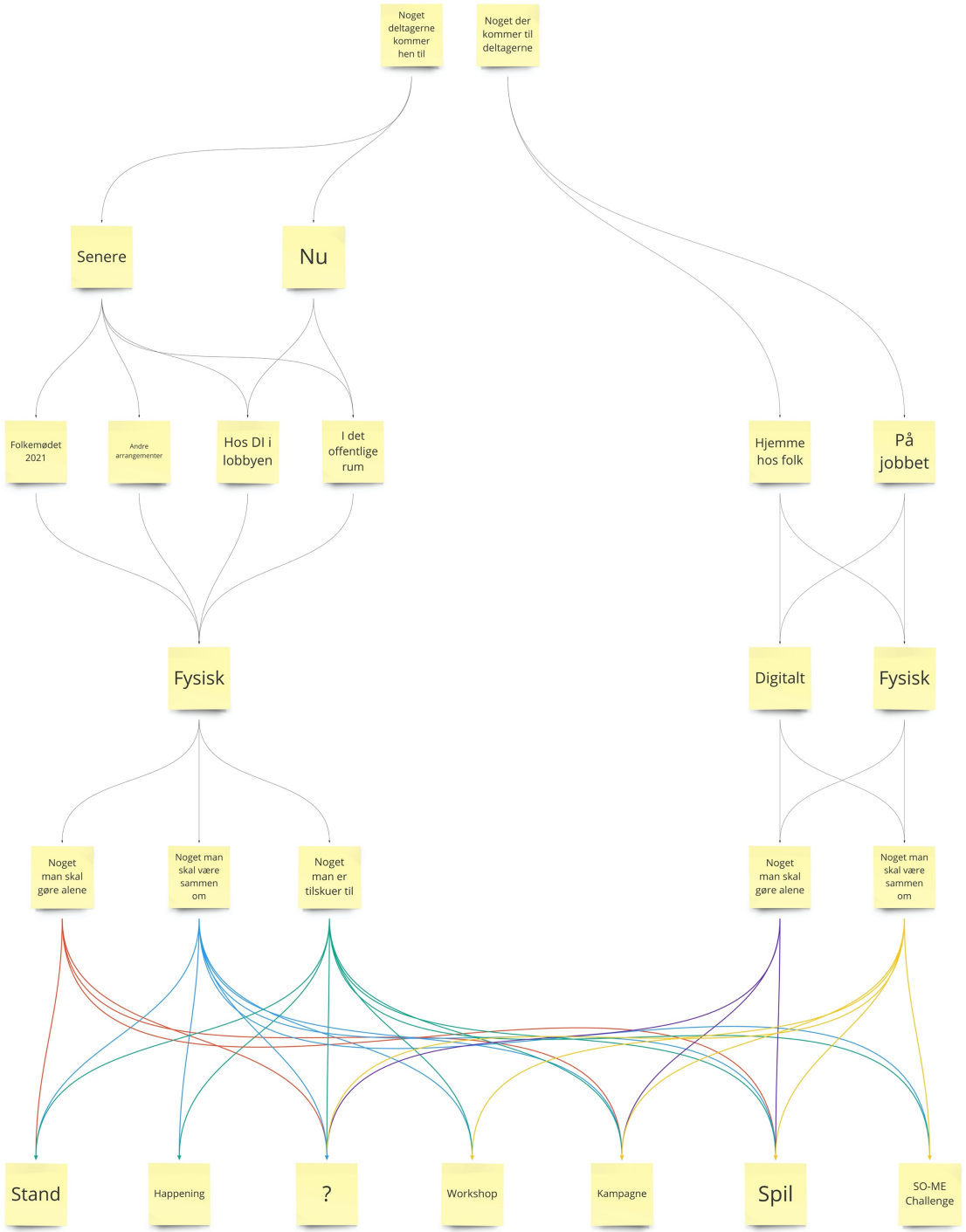
Beslutningstræet var designet som et *designspil*, som giver plads til improvisation og leg under kontrollerede forhold.

Designspil

Et designspil er en materialitet som iscenesætter at de deltagende aktører kan træde ind i et legende univers, og samtidig kan være med til at hjælpe designeren med at skabe en inkluderende designproces (Vaajakallio & Mattelmäki, 2014). K. Vaajakallio & Mattelmäki taler yderligere om 4 hovedformål med designspil:

1. *Research og analyse* af virkelige situationer i et kontrolleret og manipulerbart miljø. Spillerne er begrænset af regelsæt som opstilles omkring spillet.
2. *Udvikling af designkompetencer*. Formålet her er at give designeren (i dette tilfælde os) redskaberne til bedre at skabe sociale interaktioner til aktørerne i participatory design processer.
3. *At give magt til deltagerne* og skabe et fælles sprog mellem deltagerne og designeren.
4. *Inddragelse af aktører*. Give plads til at forskellige aktører kan forhandle og opnå fælles forståelse for brugerne og brugskontekst.

(Vaajakallio & Mattelmäki, 2014)



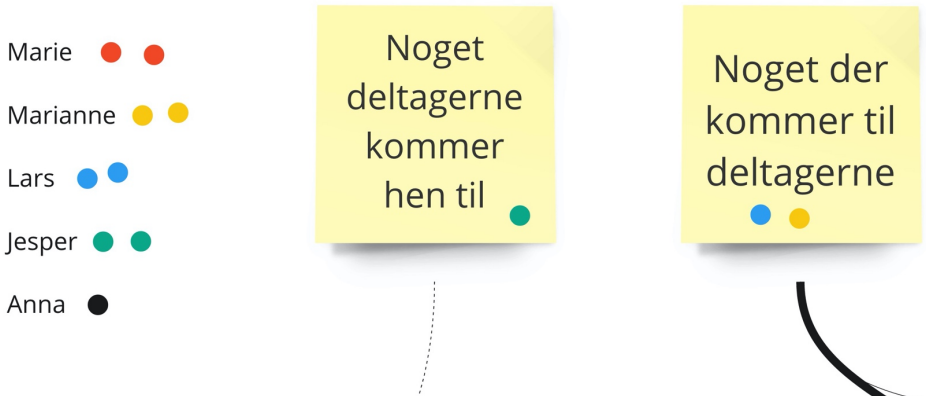
Figur 15 - Beslutningstræet til møde med DI

Beslutningstræet blev herefter udarbejdet. Som det ses på Figur 15 er det udformet så allerede den første beslutning har relativt store implikationer for hvilken vej de kan gå i resten af valgene, men kan alligevel føre frem til det samme løsningsformat i nogle af tilfældene. Hvert led i træet havde til formål at opklare tvivlsspørgsmål, som var opstået for os i løbet af perioden siden sidste møde, og særligt efter aflysningen af Folkemødet 2020.
I det første led skulle aktørerne fra DI tage stilling til hvorvidt vores løsning skulle komme til deltagerne eller om deltagerne skulle komme til løsningen. Dette handlede i høj grad om at vi, på grund af omstændighederne med Covid-19, ville have afklaret hvorvidt DI stadig mente, at det ville give mening at arbejde med en løsning som krævede at deltagerne skulle mødes i det offentlige rum, eller om de nye omstændigheder betød at vi burde arbejde mod en løsning som tog større hensyn til dette.
Andet led handler om tidsperspektivet i vores projekt. Vi ville prøve at illustrere at det godt kunne lade sig gøre at tilpasse til de nuværende omstændigheder, men at det vil betyde et anden løsningsrum end først forventet. Tredje led greb fat i løsningsrummets placering, fjerde led løsningens udformning eller format - altså digital eller fysisk. Femte beslutning lagde op til at de skulle beskrive brugskonteksten og brugerne af løsningen.
Til sidst skulle der forhandles om løsningsformatet, for at få en indsigt i deres tanker om dette.

Efter at der er blevet taget valg om løsningsformat ville vi prøve at give eksempler på hvordan deres valg kunne materialisere sig i en løsning. Derfor udarbejdede vi inden mødet eksempler på løsninger inden for de forskellige løsningsformater, som vi efterfølgende kunne trække frem og præsentere for DI. Vi havde i det indledende arbejde med beslutningstræet snakket en del om at vi skulle lave nogle provotyper som kunne fremprovokere en reaktion hos DI, men endte i sidste ende med kun at lave idéer som vi også kunne forestille os at arbejde videre med, da dette tjente formålet bedre. Alligevel viste det sig under mødet at flere af vores idéer fremprovokerede en reaktion a la det en provotype ville, dog uden vi havde indtænkt det fra starten. Det var ikke vigtigt for os at idéerne var "færdigbagte" (faktisk var det vigtigt at de ikke var), men mere at de kunne starte en samtale og forhandling og give os noget at arbejde videre med.

DIGITALT FORHANDLINGSRUM

På grund af omstændighederne med Covid-19 kunne vi ikke mødes fysisk og facilitere mødet, forhandlingen og beslutningstræet. Derfor måtte vi skabe et digitalt forhandlingsrum, som dannede rammerne for at forhandlingen kunne foregå, og her faldt valget på programmet Miro, som vi allerede var bekendte med igennem vores online gruppearbejde og vidensdeling.
Forhandlingen ved mødet var både mellem DI og os, men også internt mellem deltagerne fra DI. Især i forhold til det sidstnævnte var det vigtigt at vi skabte et rum hvor der var plads til uenigheder og hvor de forskellige deltagere ikke prøvede at *please* hinanden eller fremstå som én samlet enhed, hvilket vi havde fået et indtryk af havde været DI's interne strategi hidtil (altså at fremstå som én enhed). For at opnå dette tænkte vi en afstemning ind i faciliteringen, så forhandlingen kunne visualiseres.



Figur 16 - Afstemning med farvede prikker

Afstemningen skulle foregå ved at de hver især havde en farvet (digital) tusch, og når der blev talt ned fra 3-2-1 skulle de samtidig sætte deres prik på det valg som de hver især foretrak, se Figur 16. Først herefter skulle de argumentere for deres valg og nå til enighed. Det havde til formål at nedbryde facaden om den fælles front og at der måske var én person som besluttede udviklingsvejen, hvilket vi håbede vil betyde at vi kunne få bedre indblik i deres interne forhandlinger. Afstemningens visuelle karakter skulle samtidig gøre det tydeligt når der var uenigheder i gruppen og give dem en følelse af at de aktivt træffer valg i løbet af mødet. Det betyder samtidig at der er mindre sandsynlighed for at der går information tabt undervejs, da det hele tiden kan ses i rummet.
Det digitale rum i Miro skaber samtidig muligheden for at deltagerne træder ind i et forhandlingsrum og at det, gennem designspillets legende karakter, kan give deltagerne en følelse af ejerskab og medbestemmelse over forhandlingen. Udover at hver deltager havde sin egen digitale tusch, havde de også muligheden for selv at bevæge sig rundt i rummet og på den måde give mulighed for at aktivere deres nysgerrighed.
Vi lavede desuden en PowerPoint præsentation som skulle gennemgås før vi bevægede os ind i Miro. Formålet med denne, var at præsentere vores rammesætning, problemformulering og underspørgsmål og således have en forhandling om hvorvidt vi kunne enes om retningen i projektet.

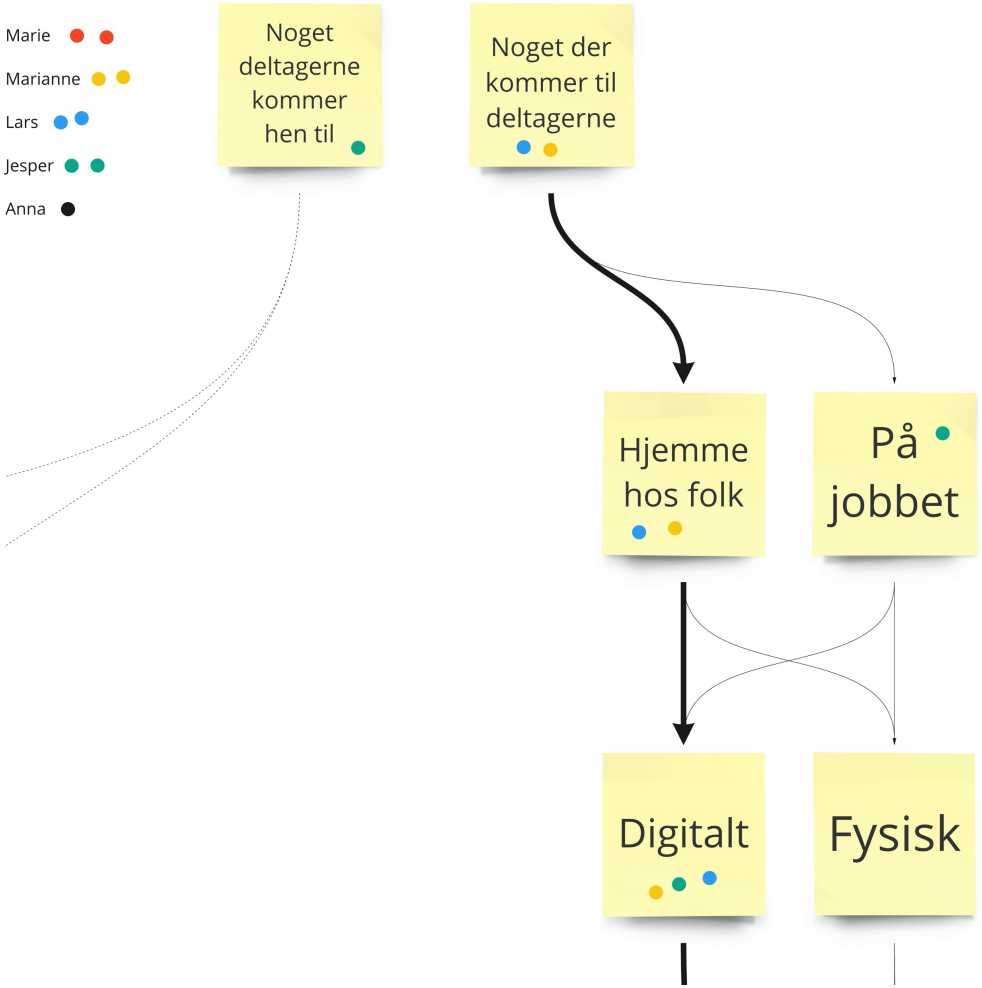
MØDETS FORLØB

Vi blev ringet op på Microsoft Teams af Marie Gad fra DI. Herefter tilsluttede Lars L. Pedersen, Marianne N. Ditlefsen og Jesper H. Strebøl fra kommunikationsafdelingen og Anna Nilsson fra Global Udvikling og Bæredygtighed sig mødet. Vi havde troet at hver af de deltagende fra DI, grundet omstændighederne, ville deltage igennem deres egen computer, men det viste sig at de tre fra kommunikationsafdelingen sad i samme rum, rundt om en computer, hvilket betød at vi blev nødt til at gentænke forhandlingsrummet i Miro.

Frederik tog ordet og gennemgik vores PowerPoint præsentation. I denne del var der i slutningen lagt op til at de skulle komme med deres kommentarer og syn på vores rammesætning, problemformulering og underspørgsmål. Lars og Marianne havde særligt bidt mærke i formuleringen "leve radikalt anderledes" og "leve anderledes i fremtiden". De gjorde det meget tydeligt at hvis vi arbejdede videre med denne rammesætning, så var det vigtigt at vi kunne vinkle det så det talte for erhvervslivet og ikke kom til at handle om at reducere sit forbrug eller ændre levevis som kunne betyde at deres medlemsvirksomheder vil blive ramt. Denne pointe var i høj grad gennemgående for resten af mødet og forhandlingen. Fx synes de at underspørgsmålet med at lære fra Coronakrisen, var interessant, men for dem handlede det mest om at arbejde mere effektivt og måtte igen ikke komme til at handle om at ændre forbrug.

WORKSHOP I MIRO

Efter præsentationen gik vi videre til Miro, og Marie og Anna blev nødt til at gå videre til et andet møde. Vi brugte lidt tid på at få Marianne, Lars og Jesper sat op med hver deres computer, da det alligevel viste sig at være den bedste løsning, hvis forhandlingsrummet skulle fungere som planlagt. Det viste sig altså at det digitale rum krævede en del navigation, som vi havde forventet og var forberedt på. Da de hver især var inde i "rummet" blev de instrueret i at vælge hver deres farve og meget hurtigt fandt de ud af hvordan de kunne navigere rundt og de begyndte også at tegne med deres tuscher og fjolle rundt. I løbet af workshoppen var det generelt lidt svært at holde deres opmærksomhed, og det viste sig at være svært at have en autoritet i faciliteringen digitalt når man ikke er i det samme fysiske rum og kan se hinanden, men samtidig var det positivt at de havde det sjovt, hvilket understregede formatets spilkvaliteter. Dialogen var ligeledes sværere at styre end vi havde forestillet os, måske særligt fordi vi ikke var i samme fysiske rum som dem, og fordi de sad sammen.



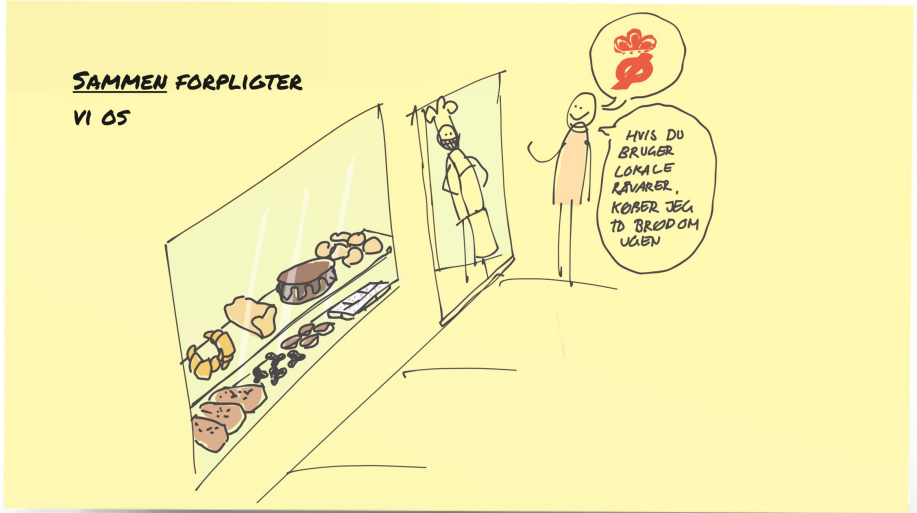
Figur 17 - De tre første valg i beslutningstræet

Vi fik forklaret det første valg i beslutningstræet og lavet en nedtælling hvorefter de med deres tusch stemte på det valg de foretræk. Allerede her viste der sig at være uenigheder i gruppen, hvor Jesper stemte for ét valg, mens de to andre havde valgt et andet, hvilket også skulle vise sig at være et gennemgående tema, se Figur 17. Generelt tegnede der sig et væsentligt mindre homogent billede af gruppen ved dette møde, sammenlignet med det forrige. Grunden til at Jesper ofte var uenig med de to andre kan måske skyldes at han ikke var med til det første møde, og derfor ikke har fået afstemt forventningerne både mellem os og internt. De valgte at gå videre med at vi skulle lave en løsning som kom til deltagerne og på den måde adskilte sig meget fra den første opgave de havde stillet før aflysningen af Folkemødet.

Igen i andet valg var Jesper uenig med de to andre, og han synes at det kunne være interessant at udarbejde en løsning som blev sendt ud til arbejdspladser og var målrettet virksomheder. Marianne mente modsat at vi skulle arbejde med en løsning målrettet den brede befolkning, da dette også var den originale tanke med deres udfordring til os. I denne forhandling var det tydeligt at der hos gruppen i DI er et etableret hierarki, som blev synligt da Lars afsluttede forhandlingen ved at sige "Medlemsvirksomhederne skal nok komme til at kende vores 2030-plan, vi skal have fat i de andre.", hvorefter Jesper "retter ind". I løbet af resten af workshoppen, blev der flere gange grint af, at Jesper var ved at træffe det modsatte valg, hvorefter han rettede ind. Dette var svært at styre fordi de sad i samme rum, og derfor havde afstemningens nedtællingsfunktion også begrænset effekt i forhold til det vi havde tænkt. I det andet valg, snakkede de desuden stadigvæk om løsninger som kunne være i det offentlige rum, som ellers ikke var en mulighed på grund af deres første valg, hvilket kunne tyde på at de ikke helt havde forstået det første valg på samme måde som vi havde tænkt det.

I den næste forhandling i beslutningstræet sagde Lars at han ikke kunne forestille sig at løsningen kunne være en fysisk materialitet som ville blive sendt ud til folk, og derfor valgte han en digital retning. Samtidig blev der også argumenteret for, at en digital løsning ville kunne nå længere ud og nå flere. Denne beslutning var de andre enige i. Dette viser at der er en klar diskrepans mellem os og aktørerne Fra DI, da vi sagtens kan forestille os en fysisk løsning, men DI aktørerne nemmere kan forestille sig noget digitalt, måske fordi det er det de kender. Hvis vi vil lave noget fysisk skal vi altså kunne overbevise dem mere om godheden af den, end ved en digital løsning.

Herefter var de hurtigt enige om at løsningen skulle være noget man skulle være sammen om at bruge og måske kunne samle folk, hvilket Marianne pointerede var noget som der var i særlig efterspørgsel efter i denne tid med coronaforanstaltningerne.
Efter alle deres valg gennem beslutningstræet, præsenterede vi kort de løsningsformater som, på bagrund af disse valg, var mulige. Vi indledte dette med at præsentere dem for formaterne og herefter spurgte vi ind til om der var nogle af disse som de fandt særligt interessante, eller som de var nysgerrige på. Alle tre deltagere sagde at de ikke troede på kampagneformatet, og her opdagede vi hurtigt at de lagde noget andet i dette begreb end vi gjorde, formentlig på grund af vores forskellige fagligheder. En translationsproces fandt altså sted, hvor vi fik fælles forståelse, og blev translateret i forhold til vores forståelse af projektet. De virkede lidt til at have en opfattelse af en kampagne som noget stort, omfattende og dyrt. De var også alle sammen interesserede i *So-Me challengen* og at hvis det kunne have spilelementer, ville det være positivt. Da vi gik videre til at præsentere mere konkrete idéer for dem, var



Figur 18 - Post-it med idé om lokal forpligtelse med fokus på grøn vækst

det igen tydeligt at der var visse termer og talemåder som de havde stærke holdninger til. DI repræsenterer nogle meget store virksomheder og derfor reagerede de på en idé, hvor det handlede om at lokale virksomheder forpligtede sig på bæredygtighedsmålsætninger mod at lokalforbrugerne forpligtede sig økonomisk, se Figur 18. I forhandlingen af denne idé var det tydeligt at vores værdier ikke stemte overens med deres. De gjorde det tydeligt at de havde store industrivirksomheder som medlemmer og sagde herefter at det for dem hurtigt bliver for "hippie-agtigt", når man snakker om at støtte den lokale bager eller kaferister. På den måde viste denne idé sig også lidt at fremstå som en provotype overfor DI.

Vi præsenterede flere idéer og undervejs var der flere gange formuleringer med *forbrug* eller det *at undvære noget* som skar i ørene hos deltagerne fra DI. Her blev det endnu engang understreget at vi skal have en positiv tilgang til industri, forbrug og CO_2-reduktionerne og vi følte at der var mange flere hensyn som skulle tages sammenlignet med deres feedback på første møde tilbage i februar. Denne ændring skyldes enten at rammerne for projektet har ændret sig i forbindelse med aflysningen af Folkemødet, en intern forhandling som har foregået i DI, som har ændret deres holdning eller at vi ved første møde ikke har fået god nok indsigt i hvilke interesser vi skulle varetage og i hvor høj grad. De konkrete idéer fungerede rigtigt godt til at få skabt en konstruktiv dialog og forhandling, og deltagerne var positivt stemte overfor vores arbejde. De var også gode til at bygge videre på idéerne, hvorved designspillets kvaliteter viste sig.
De sluttede mødet af med at rose os for den anderledes måde at tilgå arbejdet på, og bekræftede os i at de var blevet interesseret i højere grad end det tidligere havde lykkedes, man kan altså konkludere at aktørerne i DI blev indrulleret i projektet i højere grad, efter vores workshop.

INDSIGTER FRA WORKSHOPPEN

Mødet og forhandlingen gennem først PowerPoint præsentationen og senere beslutningstræet i Miro, var med til at give os afklaring i forhold til de tvivlsspørgsmål som vi havde inden.
Det forhandlingsrummet vi havde opstillet viste sig ikke overraskende at kræve fuld opmærksomhed løbende, og rimelig fast facilitering. Miro var heldigvis rimelig intuitivt, og vi var forberedte på at skulle kompensere for at man ikke kunne se hinanden og gestikulere, ved at være klare i vores formuleringer og præsentation. Det virkede at få aktiveret aktørerne fra DI, så de selv kunne deltage aktivt ved at interagere med designspillet.
I faciliteringen blev det klart at DI samlet indtog en lidt anden position end hidtil, dette kan skyldes at vi prøvede at få dem til at tage stilling og prioritere, men den kendsgerning at konteksten for vores endelige løsning er ændret, har nok også noget med det at gøre. Der fandt en forhandling sted omkring vores spil, og designspillet kan anses som et intermediært objekt på følgende vis: Det repræsenterede vores tanker om mulige retninger for løsninger, og det repræsenterede også et ønske fra vores side, igennem sin udformning, om at DI tog stilling til og prioriterede, på individuel vis og ikke som samlet aktør.
Det translaterede os, idet der blev skabt fælles forståelse for de konnotationer der forbindes med eksempelvis "kampagne" og "leve anderledes", og det lod aktørerne fra DI kommunikere igennem det setup vi havde lavet. Derudover transformerede selve spillet idet aktørerne fra DI satte prikker på spillet, som repræsenterede deres meninger. Det medierede idet der blev indgået kompromisser, eksempelvis i forhold til formuleringen "radikalt anderledes" osv. her kan man sige at DI lagde linjen, hvilket kan forklares med vores interne magtforhold, og vores strategi om at være kompromisvillige og løsningsorienterede i forhold til projektet.
Igennem forhandlingen blev det tydeligt at vi blev nødt til at fokusere på at lave en løsning som var strømlignet med DI's interesser og vi havde også fået langt større indsigt i hvad disse interesser dækkede over. Vi blev overraskede over at de var mindre åbne overfor opgaven og den måde vi rammesatte den på, og også over hvilken vej de valgte i beslutningstræet og begrundelserne bag, men det var alligevel brugbare indsigter. Workshoppen og beslutningstræet opfyldte således de fire hovedformål for designspil, og det formål som vi satte da vi udarbejdede det.
Det digitale forhandlingsrum var helt klart anderledes og mere udfordrende at facilitere end et fysisk rum, men har givet os mange indsigter som vi kan bruge til vores videre arbejde med at definere vores projekt og efterfølgende udarbejde løsninger på baggrund af dette.

FORVENTNINGSAFSTEMNING EFTER MØDET

Efter mødet med DI var det vigtigt at have en forventningsafstemning internt i designgruppen. De forhandlinger vi havde på mødet, skulle diskuteres, da disse kunne lede til nogle tilpasninger og kompromisser af projektet.
I det kommende afsnit vil vi derfor komme ind på, hvordan forventningsafstemningen forløb og hvad denne bragte med sig.

De indsigter vi fik på mødet, skulle vi have vendt til nogle aspekter, vi kunne arbejde videre med. Derfor blev vi hurtigt enige om, at vi blev nødt at gå på kompromis med nogle ting, hvis vi stadigvæk ønskede at designe en løsning til DI. Dette betød at vi var nødsaget til at give afkald på det vi i problemformuleringen havde formuleret som; at vi i fremtiden skulle leve anderledes, eftersom DI ikke kunne se sig selv være afsender på det "at leve anderledes i fremtiden", idet det nemt kan have direkte modstridende interesser i forhold til erhvervslivet.

Ved mødet var DI meget tydelige omkring hvilket budskab, de ønsker at være afsender på og det kan tyde på, at DI internt har haft en samtale/forhandling omkring, hvordan de nu skulle håndtere dette projekt, eftersom Folkemødet var aflyst. På baggrund af dette gav de udtryk for, at de også ser dette projekt som et *branding* projekt, hvor de ønsker deres *Grøn Vækst plan* kommunikeret. Dette er vi nødt til at tage højde for og til dels tilpasse vores projekt efter, idet det er DI vi designer en løsning til, og hvis vi skal sikre os, at denne løsning vil tages i brug i sidste ende, kræver det, at vi ikke strider direkte imod deres interesser.

Det der efter forhandlingerne stadig gjorde sig gældende var, at DI ønsker at etablere en stærkere relation til borgerne. Dette gjorde, at vi fortsat kunne arbejde ud fra denne afgrænsning i projektet.

Vi havde ikke så løs snor som der tidligere var givet udtryk for. Vi var ikke interesserede i at udarbejde et rent brandingprojekt for en plan vi ikke umiddelbart er 100% enige i, men vi ønskede endnu mindre at lave noget som vi vidste DI ikke ville være interesserede i. Heldigvis kunne vi også finde concerns som både vi og DI delte; borgerindragelse, klimamål, debat osv. Det var ud fra disse overvejelser at vi tilpassede vores problemformulering til at kunne favne både vores og DI's ønsker.

NYE INDSIGTER TIL PROBLEMFORMULERING

I det følgende afsnit vil vi redegøre for, hvordan vi efter vores 2. møde med DI, revurderede vores problemformulering, der lyder som følger:

Vi vil designe en løsning for DI, som påvirker borgerne til at reflektere over hvordan fremtiden kan se ud, hvis vi skal nå målsætningen om en 70 % CO_2-reduktion i 2030. Løsningen skal omdanne disse refleksioner til indsigter til DI.

UDVIKLINGSARENA UDEN FOLKEMØDET

Efter at have forhandlet med DI, med hjælp fra bl.a. Beslutningstræet, samt den interne forventningsafstemning i gruppen vendte vi tilbage til vores udviklingsarena.

Folkemødet var før vores *location* og et sted, hvor vi så en oplagt mulighed for at kunne translatere både borgerne, DI og *Alternativ Håndtering,* og samle disse om et fælles MoC, hvor alles interesser er varetaget. Folkemødet satte nogle bløde rammer, og vores tilknytning til SHF betød for DI, at de ikke var direkte afsendere på vores løsning og derfor var rammerne også mindre fastsatte.

Skal vi skabe en ny aktørverden, hvor de tre førnævnte aktørverdener i fælleskab kan arbejde mod at komme i mål med CO_2-reduktionerne inden 2030, kræver det at vi formulerer problemet således, at de tre aktørverdener ser fordelen i at arbejde mod målet i fællesskab. Er der blot én enkelt aktørverden vi ikke kan overbevise, så vil vi ikke kunne skabe denne aktørverden.
Med et aflyst Folkemøde skal vi placere os et sted i udviklingsarenaen, med et MoC, som både DI og borgerne kan indrulleres i. Det er ikke uinteressant at forsøge at indrullere alternativ håndtering i denne aktørvenden, men i første omgang prioriterer vi at få skabt en aktørverden hvori både borgere og DI eksisterer. I dette tilfælde udtrykkes det fælles MoC gennem vores problemformulering.

EN NY PROBLEMFORMULERING

Indsigterne fra de forhandlinger vi havde på vores 2. møde med DI og de tidligere indsigter fra affinitetsdiagrammet, hjalp til at opsætte nogle rammer for et nyt udkast til problemformulering. Nogle overordnede tematikker i den nye rammesætning var; måden vi skal leve på i fremtiden, DI's Grøn Vækst Plan og brugerinddragelse (se bilag 12).

For at sikre at disse tematikker kom til udtryk i den nye problemformulering, udarbejde vi underspørgsmål til denne problemformulering:

Underspørgsmål 1

Hvordan kan vi omdanne refleksioner fra individuelle deltagerne til data som DI kan bruge i deres fremtidige arbejde med 2030-planen?

Underspørgsmål 2

Hvordan gør vi DI's 2030-plan håndgribelig for borgerne så deres refleksioner kan forholde sig til planen?

Underspørgsmål 3

Hvordan kan vi, hjulpet på vej af Coronakrisen, hjælpe deltagerne med at reflektere og forestille sig hvordan vi skal leve i fremtiden?

Efter at have revurderet og tilpasset vores problemformulering, tog vi et kig på vores kravspecifikation, som også blev tilpasset, så kravene stemte overens med elementerne fra problemformuleringen og vores empiri.

ENDELIG PROBLEMFORMULERING

Vi vil designe en løsning for DI, der faciliterer at deltagerne forholder sig til hinandens meninger om hvordan vi skal leve i fremtiden, med udgangspunkt i konkrete tiltag fra DI's 2030 plan.

I dette afsnit vil vi redegøre for, hvordan vi, ved at planlægge vores idegenereringsproces, blev opmærksomme på at elementer fra vores problemformulering skulle specificeres, så rammerne for vores løsningsrum ikke blev for brede.
Vi vil gennemgå hvordan vi kom frem til vores endelige problemformulering, der lyder som følger:

DET BREDE LØSNINGSRUM

Under den spæde start af vores idegenereringsproces oplevede vi, at de idéer der kom på bordet, på baggrund af vores problemformulering og dertilhørende kravspecifikation, adskilte sig meget fra hinanden. Alle idéer forholdt sig til at løse problemet, men de var ikke sammenlignelige, hvilket tydede på et alt for bredt løsningsrum. Vi havde desuden alle sammen en idé om hvad vores problem var, uden at det var tydeligt afspejlet i problemformuleringen, man kan sige at vi havde en tavs problemformulering, og det var derfor på tide at få genbesøgt den skrevne problemformulering, og få argumenterne og indsigterne på plads.

Resultatet af mødet med DI gav os nogle indsigter der måtte holdes op mod tidligere indsamlet empiri. Problemformuleringen blev efterfølgende tilpasset, så vi, udover at tage højde for vores tidligere identificerede problematikker indenfor feltet, også kunne tage højde for DI's ønsker. Dette bragte os tilbage til affinitetsdiagrammet og en gennemgang af ny og gammel empiri. Ved at holde os tæt til den empiri, der var indsamlet gennem hele projektet, sikrede vi samtidig at vi ikke tog valg, vores empiri ikke kunne underbygge.

GENBESØG I AFFINITETSDIAGRAM

Hvis vi skal have snævret vores løsningsrum ind, og designe en endelig løsning, der i sidste ende kan translatere de relevante aktørverdener, så skal vi sikre at vores problemformulering er underbygget af konkrete indsigter fra vores affinitetsdiagram.
Genbesøget betød også at vi kunne sætte DI's ønsker og forventninger fra vores 2. møde, ind i en bredere kontekst i projektet og holde det op imod indsigter fra første iteration. Nye tematikker og indsigter kom til, men gamle tematikker blev i høj grad også underbygget og bekræftet. Genbesøget var en øvelse i at finde frem til de væsentligste problematikker, og hvor de præcist stammede fra, se bilag 13.

De vigtigste tematikker fra genbesøget ses på modstående side:

Tematik 1

Deltagerne skal inddrages og forstås – tovejskommunikation. Folk skal føle sig hørt og aktiveret

Tematik 2

Hvordan får vi skabt en løsning hvor der er plads til uenighed, men uden at det taler direkte imod DI?

Tematik 3

Løsningen skal være simpel at forstå og forholde sig til

Tematik 4

Klimaforandringerne og løsningerne er fyldt med dilemmaer

Tematik 5

Deltagerne skal gøre ting sammen. Der opstår noget interessant når man forholder sig til andre deltagere.

Med den nye og mere konkrete problemformulering, er det mere ligetil at idégenerere, og sammenligne idéer. Konkrete tematikker lader os vægte idéerne imod hinanden, da det er helt tydeligt hvilket problem de løser, og vi derfor kan have en kvalificeret diskussion og vurdering af, hvor godt de lykkes med det.

UNDERSPØRGSMÅL

Som med de tidligere problemformuleringer, opstillede vi også her nogle underspørgsmål, der fik udpenslet tematikkerne i problemformuleringen, DI's ønsker og vores empiri for "den gode løsning". Dette gjorde det nemmere for os at idegenere på de konkrete elementer, så vi sikrede at disse alle vil indgå i en endelig løsning:

Underspørgsmål 1

Hvordan kan vi hjælpe deltagerne med at reflektere over deres holdning til hvordan vi skal leve i fremtiden?

Underspørgsmål 2

Hvordan gør vi DI's 2030-plan håndgribelig for borgerne så deres meninger kan forholde sig til planen?

Underspørgsmål 3

Hvordan får vi skabt en løsning hvor der er plads til uenighed, men uden at det taler direkte imod DI?

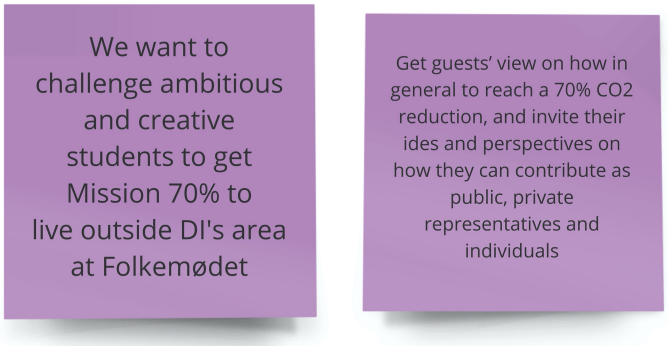
Det første underspørgsmål forholder sig til hvordan vi får inddraget borgerne, og tager udgangspunkt i tematikken omkring at deltagerne skal føle sig hørt, inddraget og forstået.
Næste underspørgsmål skal sikre at vi får etableret kontakt mellem DI og borgerne ind i løsningen, ved at gøre DI's plan og agenda tydelig og håndgribelig for borgerne.
Det sidste underspørgsmål skal sikre at vi får tænkt interaktion ind i vores løsning og der lægges især vægt på det interessante der opstår under dialog, med plads til uenighed og forskellige synspunkter, desuden ligger der også i dette underspørgsmål et oplæg til at udarbejde løsninger som DI vil tage i brug.

KRAVSPECIFIKATION

Både krav og kriterier til vores løsning har ændret sig undervejs. Vi har løbende tilpasset kravspecifikationen, så den hele tiden sikrede at en endelig løsning, ville være en løsning til det problem vi havde identificeret.
Nogle krav og kriterier har skiftet karakter, eller er blevet fjernet, løbende. Andre har været gennemgående for hele projektet.
Vi vil nu redegøre for specifikke krav og kriterier: Hvor stammer de fra og hvad betyder de for vores endelige løsning, se også bilag 14.

KRAV: OMDREJNINGSPUNKTET SKAL VÆRE MÅLET OM AT REDUCERE CO_2-UDLEDNINGEN MED 70 % I 2030

Det første input i projektet var DI's designbrief; vi og opstillede et krav om, at omdrejningspunktet for løsningen, skal være målet om at reducere CO_2-udledningen med 70 % i 2030 se Figur 19. Dette krav har overlevet alle iterationer, da det er opgavens udgangspunkt.



Figur 19 - Citater fra DI

KRAV: DET SKAL GØRE DI'S 2030-PLAN HÅNDGRIBELIG FOR BORGERNE

Det er tydeligt for DI's medlemsvirksomheder, hvad DI står for og hvad deres plan præsenterer, men det er i mindre grad tydeligt for den almene borger, eller noget de er opmærksomme på; se Figur 20.
DI har et ønske om at få fat i borgerne og få dem med i diskussionen omkring, hvordan vi når i mål med CO_2-reduktionerne. For at skabe et fælles sprog mellem DI og borgerne, vil vores løsning tage udgangspunkt i DI's Grøn Vækst plan, på en måde så den almene borger kan relatere til den. Derfor er det et krav til vores løsning, at den skal præsentere planen på en håndgribelig måde. Det er et krav der igennem processen kun har fået mere opbakning, da det ved 2. møde med DI stod klart for os, at DI har et stærkt ønske om at deres plan udbredes. Desuden ved vi at jo mere håndgribeligt vi kan kommunikere data, jo bedre hænger det fast hos folk. Planen skal præsenteres på en håndgribelig måde for borgerne, men der skal være plads til at man som borger kan være uenig.

Figur 20 - Citater fra DI

KRAV: MAN SKAL KUNNE INTERAGERE MED DEN

Folkemødet er kendt for sine mange debatter, men for Folkemødet 2020 var der et ønske om at nye og anderledes events, hvor den almene borger i højere grad kunne deltage aktivt, se Figur 22. For at skabe en mere inddragende løsning, har vi stillet et krav til vores løsning om, at man skal kunne interagere med den. Ved at lade deltagere interagere med vores løsning, kan vi samtidig engagere dem. Ved at lade vores løsning arbejde med input og output, skabes der også incitament for at deltagerne i højere grad vil føle deres mening/input kommer til orde. Selvom vi ikke designer en løsning til Folkemødet mener vi, at det stadigvæk er relevant at designe en løsning som deltageren kan interagere med, dette er bakket op af indsigter fra Klausen + Partners, design games, og Gamification.

Figur 22 - Citater fra "Det Gode Event" og spørgeskema

KRITERIE: DEN ENGAGERER BRUGERNE, GENNEM ET LEGENDE/SPILLENDE ELEMENT

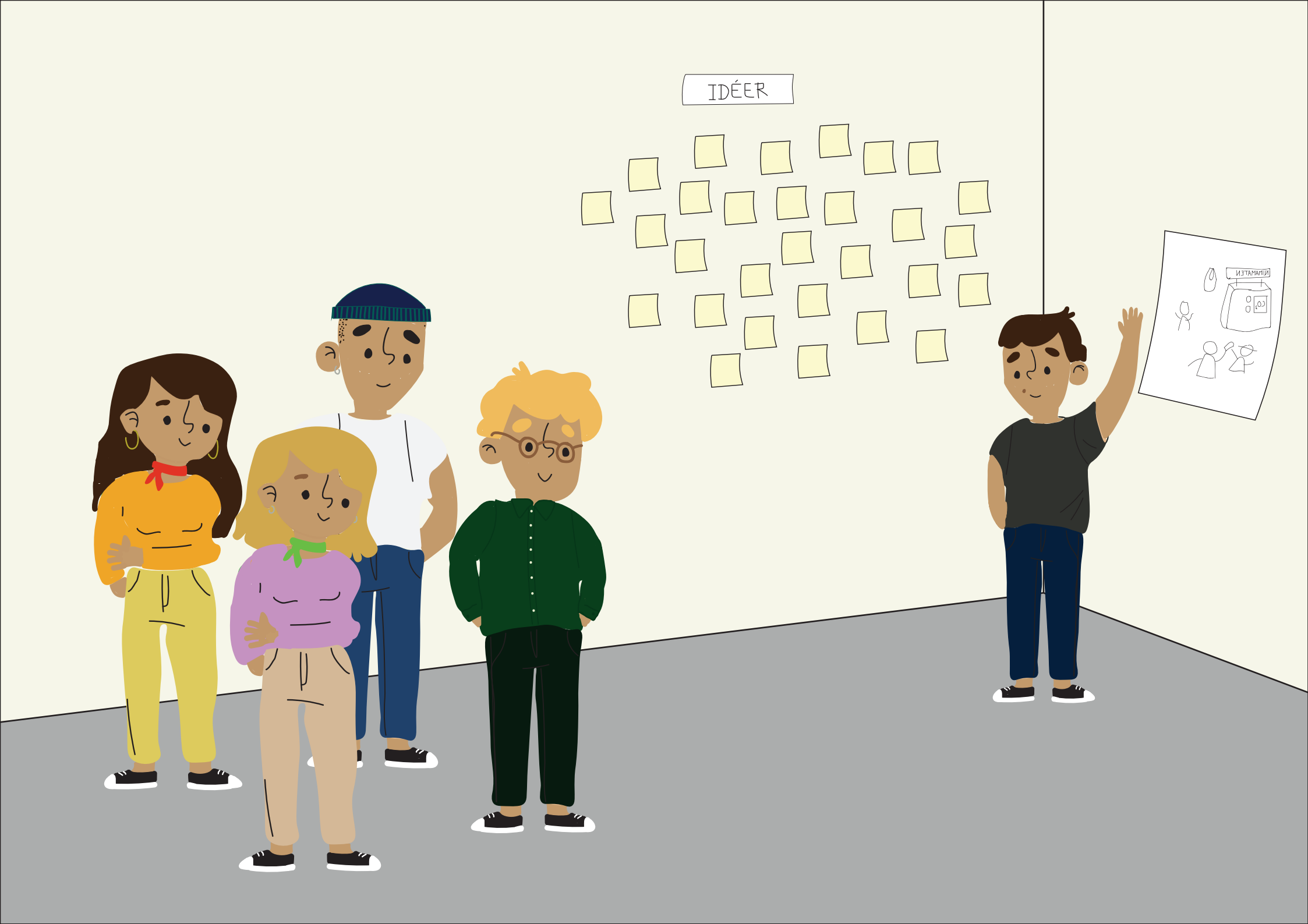
Gamification og design games, gav os indsigter om at en legende og involverende tilgang til komplekse emner kan være positivt ift. forståelsen og brugerens engagement, se Figur 21. Ifølge Klausen + Partners bør man tænke tre vigtige steps ind i sin løsning, hvis man skal have folk til at engagere sig i den: Først og fremmest skal den vække opsigt, men dernæst er det essentielt at få folk til at engagere sig. Vi har derfor opstillet et kriterie til vores løsning om, at der bør indgå et legende/spillende element, så vi i så høj grad som muligt, kan få folk til at engagere sig i et komplekst emne.

Figur 21 - Citater fra Gamefication, "Det Gode Event" og Klausen+Partners

KRITERIE: DEN LÆGGER OP TIL DISKUSSION UNDER BRUG OG EFTERTÆNKSOMHED EFTER BRUG

En problematik, der især gør sig gældende på Folkemødet, er at festivalgængerne ikke føler sig hørt, se Figur 23. Ofte lægger events op til at deltagerne er passive lyttere og ikke aktive deltagere. Ved at skabe rammer for en faciliteret dialog, eller på anden måde lægge op til dialog, vil der skabes incitament for at folkets holdninger og meninger kommer frem i lyset. Samtidig vil dialog mellem deltagerne lægge op til at synspunkter deles, diskuteres og forstås. Ifølge "Det Gode Event" er det samtidig vigtigt at der er plads til tvivl og dilemmaer. Vi ønsker at måle vores løsning på i hvor høj grad den ligger op til at der opstår dialog enten under brug af løsningen, eller umiddelbart efter brug.

Figur 23 - Citater fra "Det Gode Event", DI og spørgeskema


IDÉER

IDÉGENERERING

I det kommende afsnit vil vi beskrive vores idegenereringsfase og hvordan denne blev struktureret.

For at skabe en kreativ proces over idegenereringen opstillede vi benspænd vi kunne idegenerere over. Disse benspænd blev udarbejdet med udgangspunkt i kriterier fra kravspecifikationen; *bør gøre Grøn Vækst plan relaterbar for den almene dansker, bør have et legende element, bør være unikt og ikke set før, bør hjælpe deltagerne med at forestille sig en anderledes fremtid, bør lægge op til forpligtelse & handling* og *bør give viden begge veje*.

Vi brugte metoden blandt andet metoden *Crazy 8*, hvor man skal udvikle otte forskellige ideer, med samme problemstilling, på otte minutter. Denne metode sørger for, at der bliver genereret mange ideer med stor variation, på kort tid. Den korte tidsramme er med til at sikre at man ikke skærer de "skøre" ideer væk, men derimod frembringer dem. Vi idégenerede i starten ud fra metoder som fordrede mange idéer, ud fra devisen om at i starten af idégenereringsprocessen handler det om kvantitet; mange idéer hjælper til at komme ud i "krogene", og at vi inspirerer hinanden indbyrdes. Derfor idégenererede vi også hver for sig, så vi ikke blev "farvede" af hinanden.

Derefter idégenererede vi, inspireret af metoden *braindrawing*. Ideen bag denne metode er at man hver især får en idé som en anden har tegnet og hvorefter man har 2 minutter til at tegne videre på denne idé eller finde på ny idé med udgangspunkt i den første. Herefter sender man tegningen videre til næste deltager og dette gentages indtil man igen sidder med sin egen tegning. I denne metode lægges der ikke vægt på om man forstår hinandens ideer – misforståelse kan endda udvikle sig positivt da de kan medføre nye ideer baseret på "fejlfortolkninger" af tegningerne. Formålet med braindrawing er, at metoden er god til at generere mange forskellige idéer, og fordrer associationer, dermed bliver der lavet nye, anderledes, spontane idéer. Desuden er der en fordel i at man idégenerer med et udgangspunkt (en tegning), og dermed undgår *blank page syndrome*[3].

[3] Mangel på kreativitet og idéer som følge af ikke at have et udgangspunkt. En blank side på computerskærmen, eller kanvasset, gør det svært at komme i gang.

Efter nogle intense idégenereringsdage, samlede vi idéerne, se billedet på forrige side.
Nu begyndte vi at udfolde idéerne, og så småt konceptualisere. Dette gjorde vi ved at man hver især tog en idé, og prøvede at udfolde den. Hvis man kørte fast, tog man en ny. På denne måde fik vi så småt skabt nogle begyndende koncepter, se Figur 24.

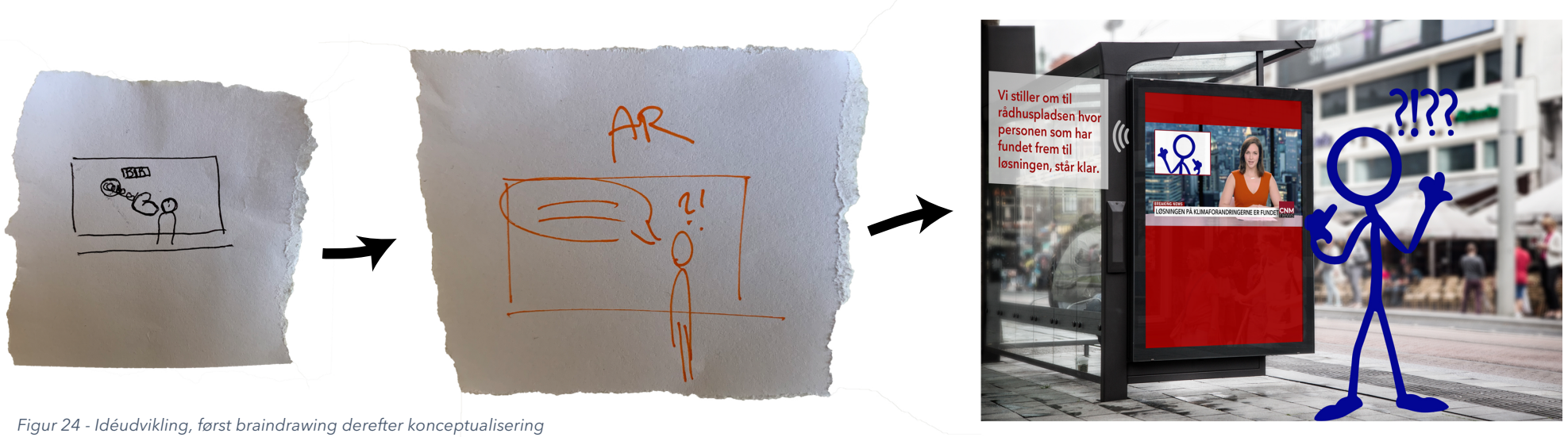
På figuren, ses en grundidé der er udviklet til en mere konkret ide. Nu stod vi med nogle ideer der var tænkt væsentligt mere igennem.
Som tidligere nævnt udarbejdede vi nye problemstillinger undervejs og dette gjorde, at vi kunne skille nogle af idéerne vi havde konceptualiseret, fra, da de ikke ville kunne leve op til den endelige problemformulering. Til sidst stod vi tilbage vi otte idéer som igen blev videreudviklet og detaljeret, så de passede til den endelige problemformulering.

FRA IDÉER TIL KONCEPTER

I dette afsnit vil vi redegøre for hvordan vi gik fra at have otte detaljerede idéer, til at have fire konceptforslag.
Gennem vores idégenering gik vi fra at have grundidéer, der var dannet med udgangspunkt i specifikke kriterier fra vores kravspecifikation, til mere udvidede idéer, der kom omkring langt flere kriterier. Disse udvidede idéer havde overlevet tilpasningen af vores problemformulering og kravspecifikation, men for at kunne holde disse idéer op mod hinanden og frasortere nogle, var vi nødt til at tænke det konceptuelle ind i dem.
Ved at tage et kig på realiserbarheden af vores otte detaljerede idéer og sætte dem i en tænkt kontekst, blev det tydeligt at nogle af disse idéer var mere oplagte end andre at arbejde videre med. Ved at anskue vores idéer på denne måde, blev det muligt for at snævre os ind til de idéer, der med yderligere detaljering ville kunne ende ud som konceptforslag, der levede op til kravspecifikationen.

Koncepter

Forskellen på en idé og et koncept er, at en idé er det spæde stadie til et koncept, hvor funktionelle egenskaber og brugskonteksten ikke i samme grad er detaljeret. Der er mange forskellige definitioner på, hvad et koncept er. Andreassen og Hansens betegner et koncept som et svar på de behov der eksisterer i brugskonteksten, men også de designovervejelser der gøres. Altså hvordan konceptet rent teknisk er designet, så det kan realiseres. Det er vigtigt, ifølge denne opfattelse, både at fokusere på realisering og positionering af konceptet (Hansen & Andreasen, 2002).



Figur 24 - Idéudvikling, først braindrawing derefter konceptualisering

SORTERING AF KONCEPTER

For at få afklaring på det konceptuelle i vores konceptforslag, og på den måde også finde ud af hvilke forslag der var stærke og hvilke, der var mindre stærke, gennemgik vi alle koncepter og så på *idéen med* og *idéen i* disse.

Idéen med og idéen i

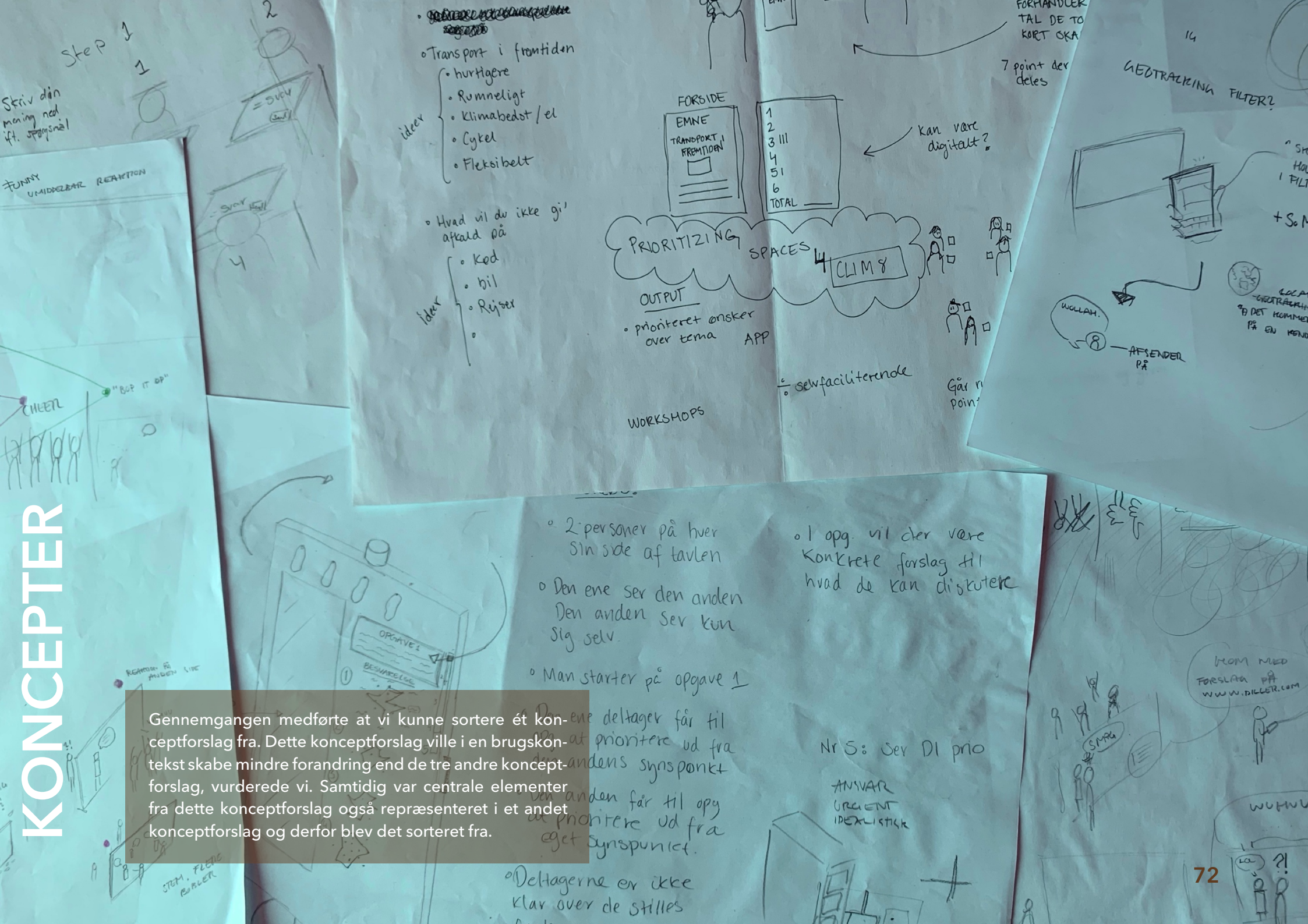
Begreberne *idéen med* og *idéen i* bruges når man skal forstå hvordan konceptet fungerer i en brugs- og designkontekst. Ser man på idéen med et koncept, fokuserer man på hvilken forskel konceptet vil skabe i en brugssituation. Hvilke behov opfylder konceptet i en brugskontekst. Hvorimod idéen med henviser til de tekniske aspekter, altså de funktioner der sikrer at konceptet kan gøre den forskel det lægger op til. Her lægges der vægt på hvordan konceptet realiseres (Hansen & Andreasen, 2002).

Vi gennemgik hvert enkelt konceptforslag for at detaljere hvilke behov forslaget ville opfylde i brugskontekst, samt hvordan vi rent funktionelt skulle designe løsningen.
Det vigtige her var ikke kun koncepternes individuelle styrke, men også om der var flere koncepter der mindede for meget om hinanden. Til vores videre proces, både når vi skal have feedback på koncepterne fra DI og til udvælgelse af et endeligt koncept, var det interessant for os at medbringe koncepter, der differentierede sig fra hinanden – altså havde forskellige tilgange til at svare på problemformuleringen.

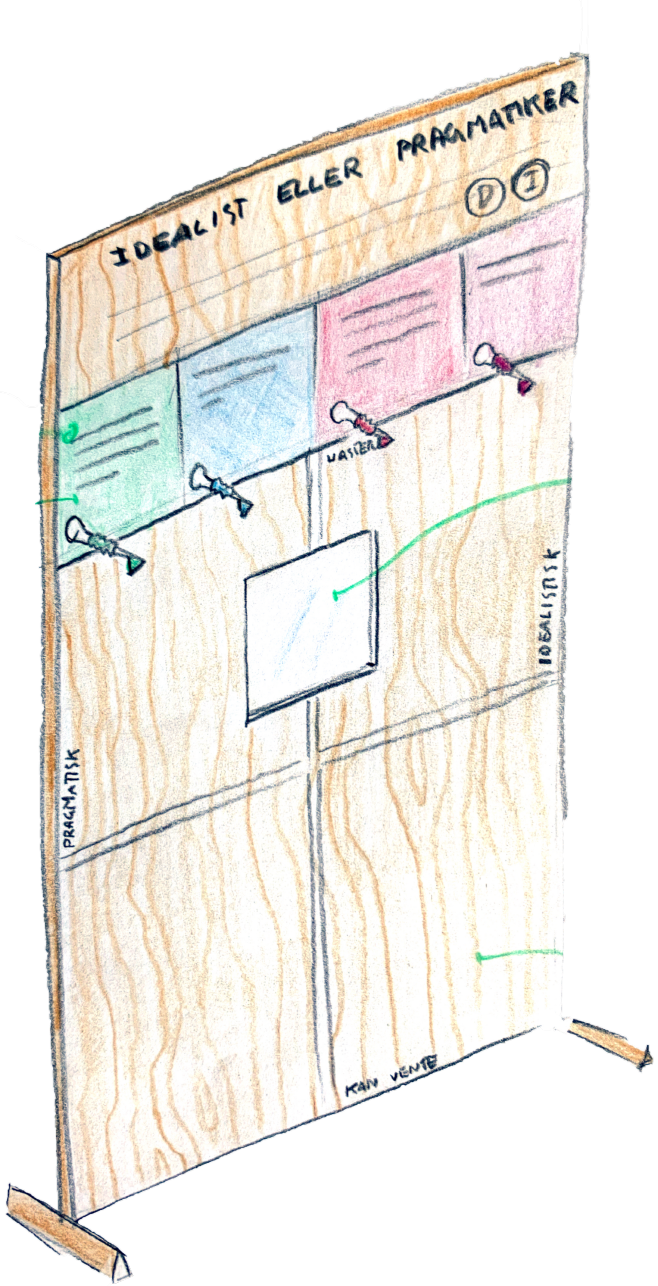
TRE KONCEPTFORSLAG

Gennemgangen medførte at vi kunne sortere ét konceptforslag fra. Dette konceptforslag ville i en brugskontekst skabe mindre forandring end de tre andre konceptforslag, vurderede vi. Samtidig var centrale elementer fra dette konceptforslag også repræsenteret i et andet konceptforslag og derfor blev det sorteret fra.

KONCEPTER



Gennemgangen medførte at vi kunne sortere ét konceptforslag fra. Dette konceptforslag ville i en brugskontekst skabe mindre forandring end de tre andre konceptforslag, vurderede vi. Samtidig var centrale elementer fra dette konceptforslag også repræsenteret i et andet konceptforslag og derfor blev det sorteret fra.

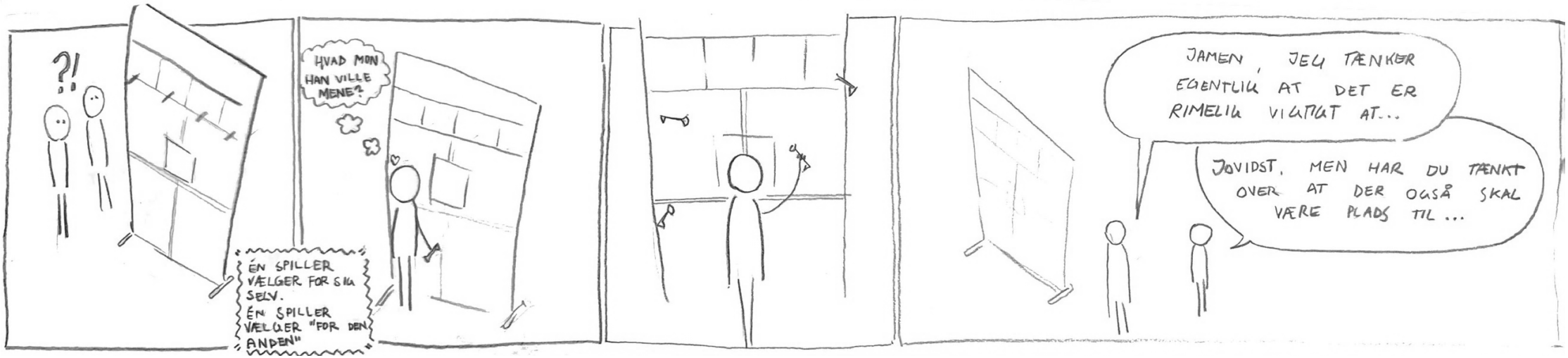


KONCEPT 1: IDEALIST ELLER PRAGMATIKER.

Vores første koncept kalder vi "Idealist eller pragmatiker". Ideen med konceptet er at påvirke brugerne til at tage stilling til udvalgte synspunkter eller initiativer, der relaterer sig til CO_2-reduktionsmålene, og derefter diskutere dem med hinanden. Dette opnås i form af en interaktiv væg af træ, hvor man flytter rundt på nogle små flag med sugekopper, som repræsenterer ens vurdering af bestemte synspunkter.

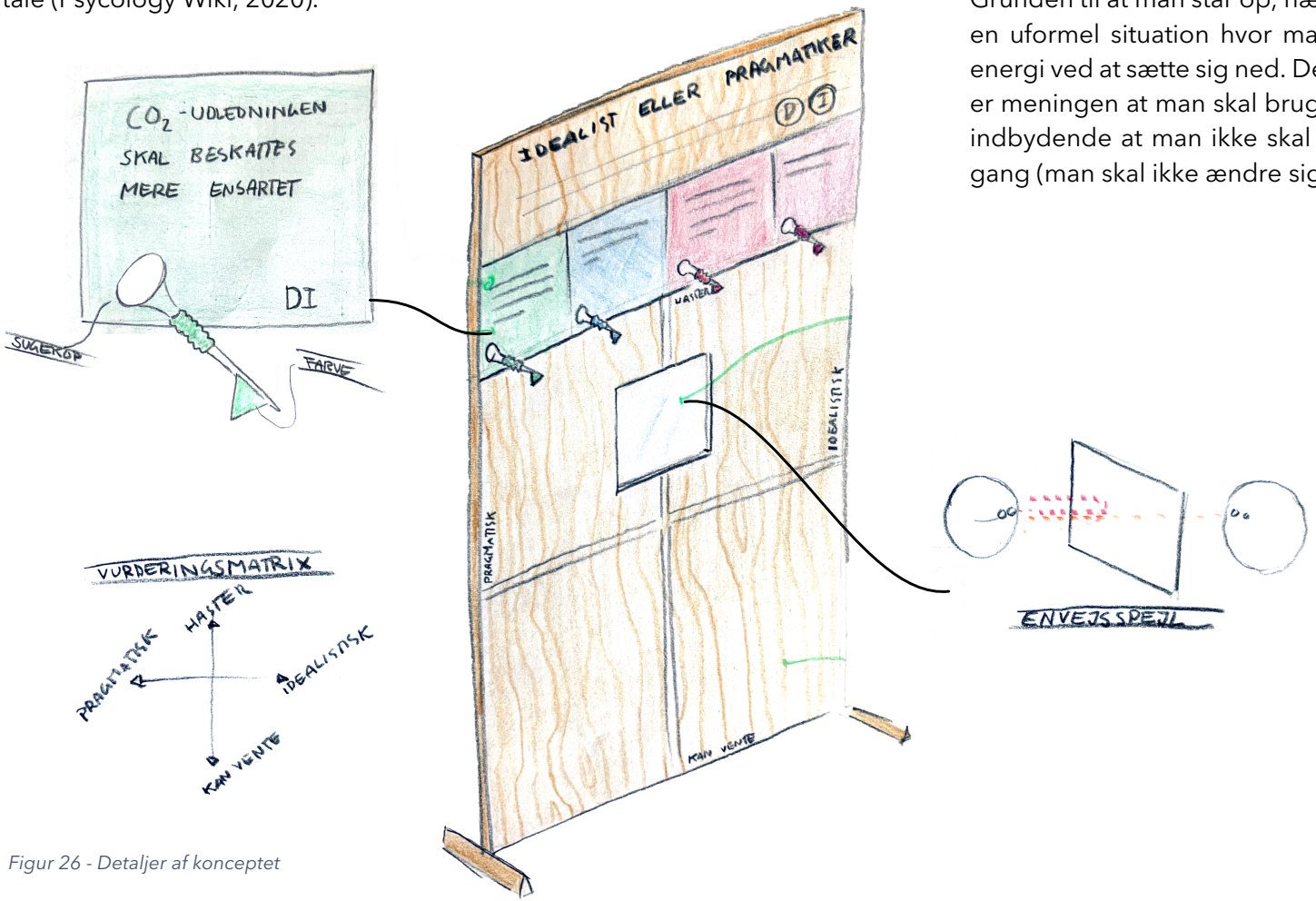
Vi vil nu gennemgå et handlingsforløb over hvordan konceptet kunne bruges, se Figur 25:

To mennesker er til en konference som handler om hvordan vi skal indrette os i fremtiden, i forhold til klimakrisen. DI har en stand, og her står der en væg, ca. 1,5 meter bred og 2,5 meter høj; vores koncept, Idealist eller pragmatiker. Der står med store bogstaver øverst på pladen et navn, samt en introduktion til hvordan man spiller.
Introduktionen kunne lyde noget i retning af: *"I skal være to spillere, en på hver side. I har hver fire pile, og hver pil repræsenterer hvert sit udsagn. I skal placere pilene på pladen der hvor i mener at personen i ser i spejlet mon synes de passer ind i matrixen. Er de eksempelvis meget pragmatiske og haster, skal de placeres et sted øverst til venstre."* Spillerne læser introduktionen og stiller sig så på hver side af pladen. Her vil den ene opdage at han kan se sin medspiller igennem ruden, og den anden spiller kan se sig selv, idet det er et envejsspejl, se Figur 26. Således svarer den ene spiller for sig selv og den anden for sin medspiller. Efterfølgende taler spillerne om deres valg, og sammenligner. Måske går det først op for dem her, at de ikke har haft helt samme opgave. Nu får de en god samtale om hvad vi i Danmark bør stille op, som del af en verden hvor *business as usual* tydeligvis ikke er en holdbar løsning og hvor modargumentet er at hvis vi ændrer noget og lægger bånd på os selv, er det heller ikke holdbart. En svær diskussion, vil nogen mene.
Konceptet er designet med interaktion i fokus. Det er meningen at man taler med, og forholder sig til hinandens holdninger og syn på verden. Derudover er konceptet tænkt ind i et specielt miljø. Det er tænkt ind i en sammenhæng hvor der er meget at forholde sig til, mange distraktionskilder, og hvor folk har meget de skal nå. Derfor er væggen designet til at man hurtigt kan sætte sig ind i den, og at man ikke skal bruge lang tid på at bruge den. Den er en samtalestarter som forsyner temaerne, og hvor man selv skal forsyne indholdet, så at sige. Vi forsøger med konceptet at fordre en interaktion mellem de to spillere, idet den ene skal gætte på hvad den anden mon synes. Dette er gjort for at påvirke folk til efterfølgende at tale om hvor galt de gik i byen, eller hvor meget de havde ret. På den måde mener vi at der er en større chance for at der vil blive startet en samtale efterfølgende, og måske vil designet endda hjælpe med at nedbryde fordomme. Desuden er idéen med envejsspejlet også at man får en meget fysisk repræsentation af hvad hinanden mente, og på den måde bliver det helt tydeligt hvor tæt man kom på hinanden, idet man jo begge skulle svare for den samme person.



Figur 25 - Handlingsforløb for konceptet

Emnerne man skal forholde sig til kan skiftes ud, dette er for at man kan tilpasse konceptet til andre lejligheder, eller gøre det mere specifikt hvis det nu er en konference der handler om skibsfart udelukkende, se Figur 26. I vores oplæg, er det man skal forholde sig til, udsagn fra DI's 2030 plan. Idéen med at man skal aktiveres fysisk for at placere sugekop-pilene har også et formål af hukommelsesmæssig karakter. Det har hele tiden været et mål for os at lave noget der hænger fast, noget som man kan huske efterfølgende. En måde at opnå dette på er at få folk til at bearbejde hvad de bliver præsenteret for, eksempelvis i form af en samtale (Psycology Wiki, 2020).



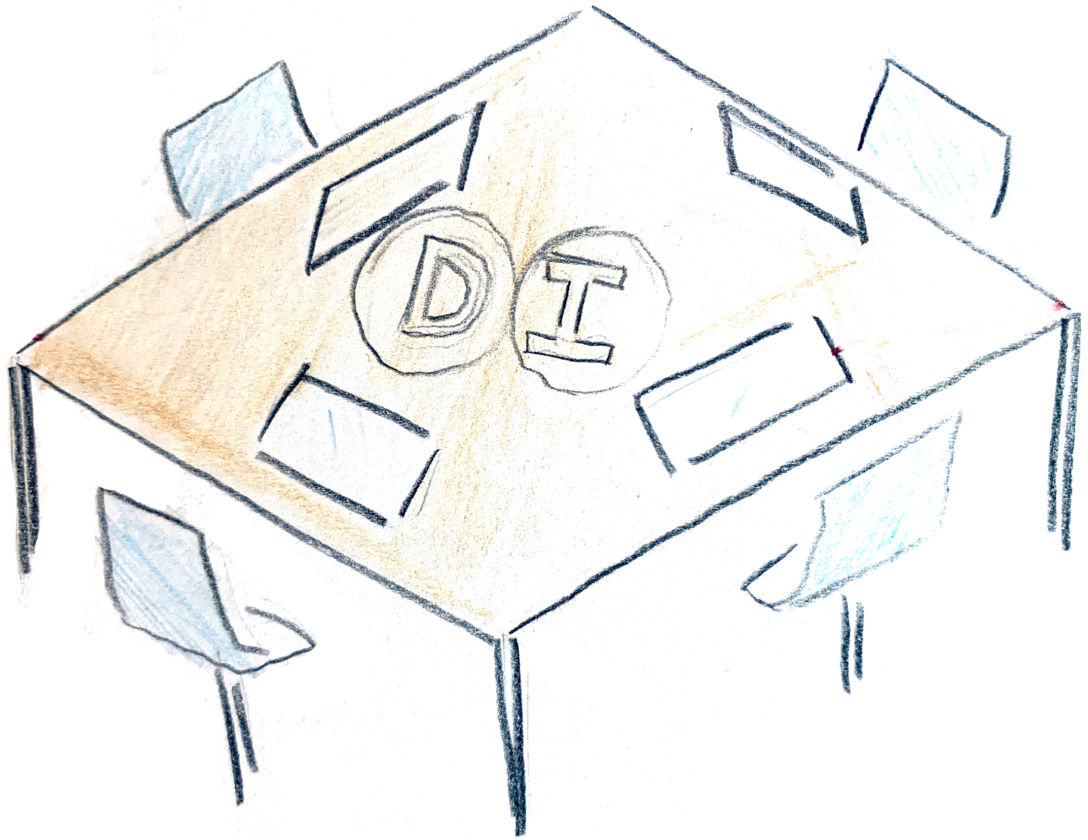
Figur 26 - Detaljer af konceptet

En anden måde er at kombinere tankeaktiviteten med noget fysisk. Dette er det samme der gør sig gældende når man går en tur i byen og pludselig bliver mindet om den podcast man hørte sidste uge, da man kørte forbi sammen sted. Eller når man dufter en bestemt duft der sender tankerne tilbage til mormors sommerhus og hendes citrontærte. Dette link mellem minde og kontekst er et udgangspunkt vi har haft da vi skulle idégenerere over hvordan vi kunne gøre varende indtryk. Kort sagt er idéen at det der sker, hænger bedre fast, fordi man bevæger sig på en sjov måde imens.

Grunden til at man står op, hænger sammen med at vi gerne ville skabe en uformel situation hvor man ikke skal investere for meget tid eller energi ved at sætte sig ned. Dette lyder måske simpelt, men når det ikke er meningen at man skal bruge konceptet i så lang tid, virker det mere indbydende at man ikke skal ændre på sin "holdning" for at komme i gang (man skal ikke ændre sig fra at stå til at sidde, blot stoppe op).

KONCEPT 2: ORDET PÅ BORDET

Vores næste koncept hedder "Ordet på Bordet". Idéen med konceptet er at skabe en situation hvor fire mennesker kan udveksle holdninger, og sætte sig i hinandens sted, ud fra en modereret ramme. Ideen i konceptet er et bord med plads til fire siddepladser rundt om, én på hver side. Alle spillere har en touchscreen som de interagerer med, og det er igennem denne at spillets forløb styres.



Dette koncept har mange ligheder med det forrige, når det kommer til indhold, men det adskiller sig dog på en række parametre, som vi vil komme ind på her.

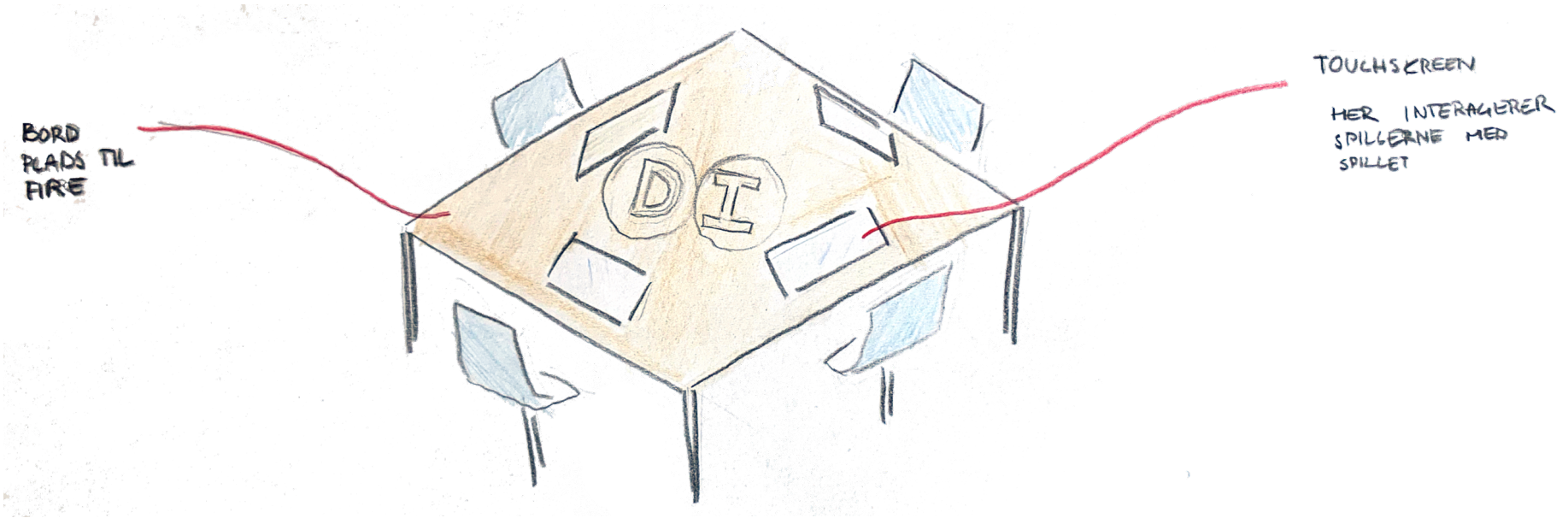
Først vil vi gennemgå det handlingsforløb der udspiller sig i interaktionen med konceptet, se Figur 27:
Fire mennesker er på konference; de enten ser, eller bliver kaldt hen til, et bord med fire stole omkring, og en touchscreen ved hver siddeplads. På bordet står der noget i retning af: *"Ordet på Bordet. Samtalespil om CO_2-målene"*. Skærmene lyser op, og spillerne bliver præsenteret for et spørgsmål der relaterer sig til målet om CO_2-reduktioner, og DI's 2030 plan. Dette kunne eksempelvis være: *"Skal CO_2 beskattes mere ensartet?"*.

Nu har spillerne noget tid til at skrive et svar, ud fra hvad de mener. Svarene bliver "blandet" og hver spiller bliver nu præsenteret for et svar de ikke selv har skrevet, på deres skærm, sammen med introduktionen *"Du skal nu argumentere for følgende synspunkt, i en debat med de andre spillere"*. Derudover er et af svarene forsvundet helt, og i stedet har én spiller fået et svar som repræsenterer DI's mening om emnet. Nu begynder en diskussion. Den starter med at hver spiller får noget tid til at argumentere for "sin" holdning, og derefter begynder en åben diskussion i plenum. Efter noget tid bliver spillerne præsenteret for et nyt spørgsmål og forløbet gentager sig.

Figur 27 - Forløb for koncept

Dette koncept er ligesom det forrige designet til at fordre interaktion og udveksling af meninger. Dermed er målet at det fordrer en translationsproces mellem deltagerne, og mellem deltagerne og DI. Det sidste sker i kraft af at, én af meningerne bliver skiftet ud med én af DI's. Idéen med dette er at spillerne ikke bare bliver præsenteret for DI's idéer, men også tvunget til at sætte sig ind i dem, for at kunne agitere for dem.
Der er selvfølgelig en del detaljering og afprøvning i form af tekstforfatning. Præmissen for at dette koncept virker, er nemlig at spørgsmålene er noget der lægger op til relativt nuancerede svar, som der også kan være flere holdninger til, OG som kan forfattes rimelig kort og præcist så andre kan sætte sig ind i dem. Især er det vigtigt at der lægges op til forskellige svar; det er ikke så interessant hvis vi skriver: "skal vi nedbringe vores CO_2-emmisioner?" og der så kommer fire *"JA"*. Dermed er der noget arbejde i at udforme åbne spørgsmål, der ligger op til debat.
En styrke ved dette koncept er at udover at spillerne har en diskussion, og forhåbentlig kommer hinanden nærmere hvad angår forståelse og meninger, at det også fungerer som et *survey*, idet svarene der bliver skrevet kan indsamles som data af DI.

Måden hvorpå dette koncept adskiller sig fra det forrige, er i tilgangen til det; de fysiske rammer lægger op til mere fordybelse og også mere investering i legen, end det forrige. På den måde adskiller det sig konceptuelt fra *Idealist eller Pragmatiker*, idet der her er lagt op til en længere interaktion med materialiteten og dermed også en større grad af isolering fra omverdenen. Dette kommer konkret til udtryk i at der lægges op til at man sætter sig ved et bord, i stedet for at stå op. Dette koncept adskiller sig yderligere idet der lægges op til at man svarer med sætninger, i stedet for at placere udtryk i en matrice. Man forholder sig altså til et spørgsmål, i stedet for at vurdere et udtryk. Dette stiller nogle krav til deltagerne; de skal kunne forholde sig til noget umiddelbart, og reagere på det med egne ord. Men det sætter som sagt også nogle krav til udformningen; det skal være let at forstå og lægge op til at man har noget at sige om det.

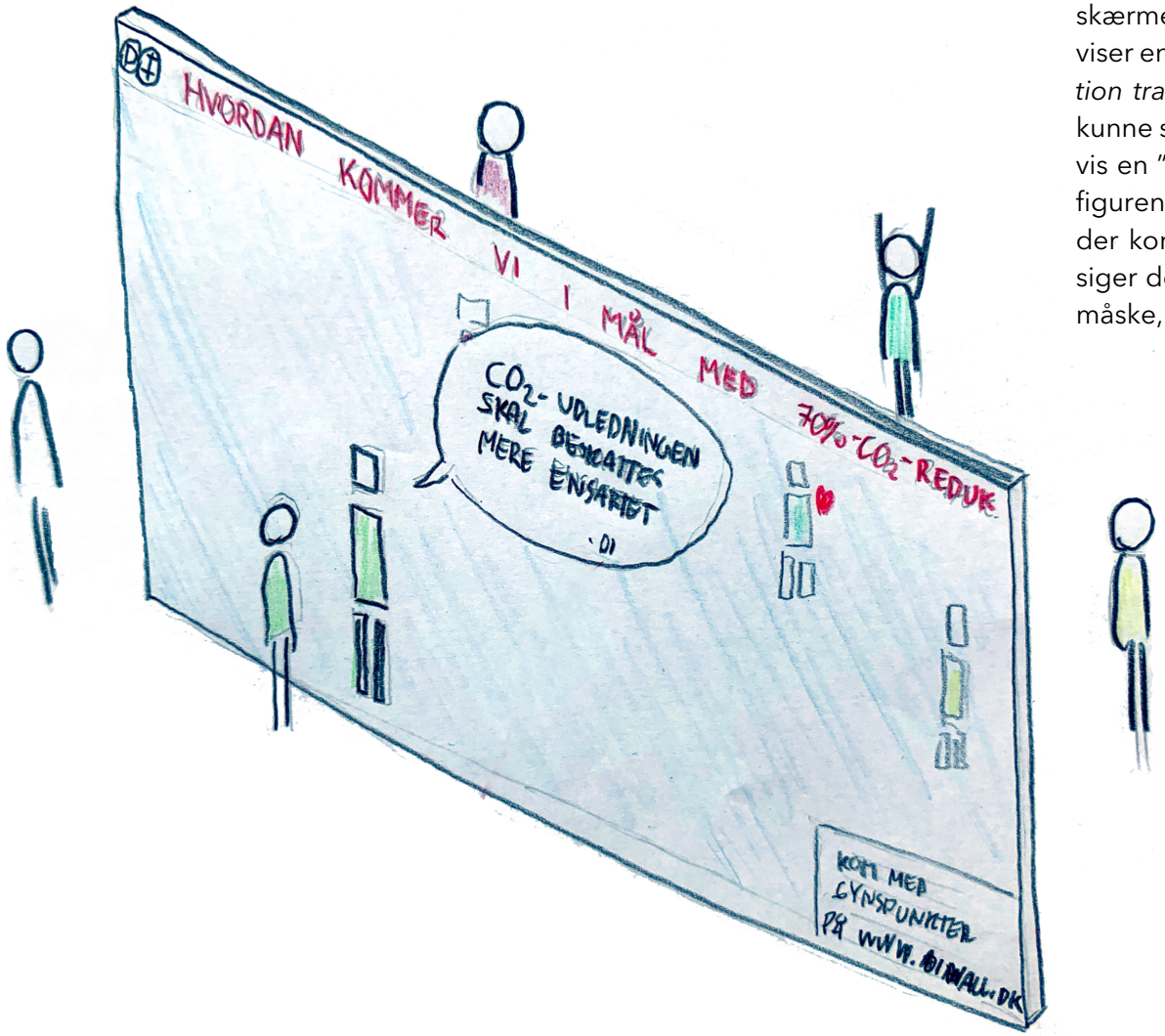


Figur 28 - Ordet på bordet

KONCEPT 3: KLIMAKORET

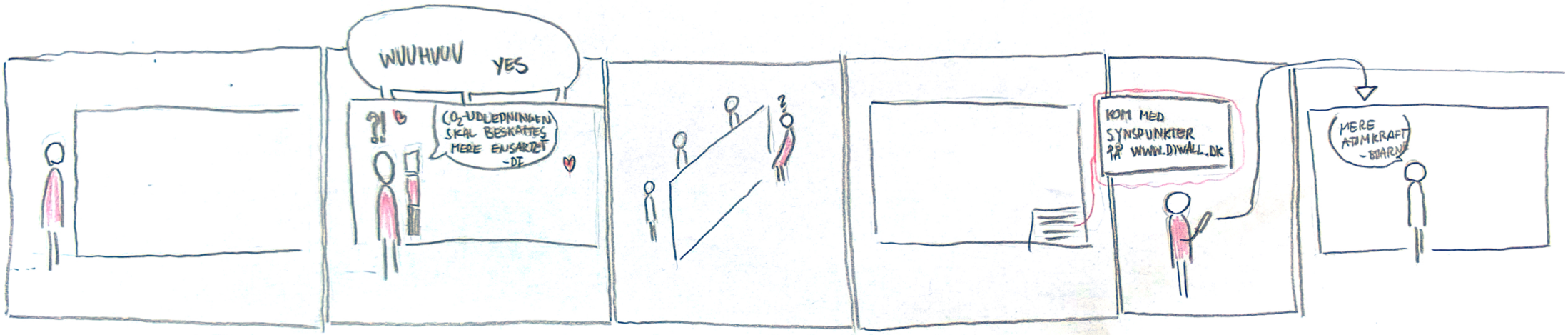
Det sidste koncept kalder vi "Klimakoret". Idéen med dette koncept er at præsentere forholdsvist mange folk for DI's 2030 plan på en forståelig måde, og invitere forbipasserende til at involvere sig, og komme med supplerende eller modsatrettede synspunkter.

Idéen i konceptet er en stor *Augmented Reality* (AR) væg: To store skærme (omkring 5x2m), med ryggen vendt imod hinanden. Skærmene viser en repræsentation af forbipasserende, filmet af kameraer med *motion tracking*. Hvis en person går forbi en skærm, vil hun/han således kunne se sig selv (eller en repræsentation af sig selv, i form af eksempelvis en "stick figur" eller en "*blob*", (målet er at man ikke er i tvivl om at figuren er "en selv", idet den bevæger sig som en selv). På skærmen vil der komme talebobler op, så man får indtrykket at det er én selv der siger det, der står i taleboblen. I taleboblerne står der udtryk som man måske, måske ikke, er enige i.



Nu går vi igennem et interaktionsforløb med konceptet, se Figur 29:
En person går ned ad gaden, måske på gågaden i Horsens, fordybet i sine egne tanker. Pludselig ser hun noget i sit perifere syn, noget lyser op, hun kigger op, og ser en tændstiksperson der bevæger sig som hende. Fra tændstikspersonens hoved kommer en taleboble. I boblen står der *"CO_2-udledningen skal beskattes mere ensartet"*. Vores hovedperson er interesseret, hvad er dog dette? Hun kan nu se på skærmen at der også er andre figurer, og fra nogle af dem kommer der hjerter op. Hun er interesseret i hvad dette mon er, hun lægger mærke til at der er en bjælke øverst på skærmen, hvor der står: *"Hvordan kommer vi i mål med 70 % CO_2-reduktionerne i 2030?"* og et "DI" logo. Hun går rundt om skærmen og ser et par andre mennesker som reagerer på de talebobler der kommer fra tændstikspersonerne der går forbi på siden hvor vores hovedperson lige befandt sig. De reagerer ved at løfte armene i vejret på udsagn de er enige i, og dukke sig ved udsagn de er uenige i. Dette repræsenteres på skærmen med hjerter og dødningehoveder. Vores hovedperson er interesseret nu, og måske ikke helt enig i de synspunkter der kommer op på skærmen. Heldigvis(!) lægger hun mærke til at man selv kan skrive meninger ind til skærmen. Denne information ser hun nede i hjørnet, sammen med en hjemmeside. Hun besøger hjemmesiden og her er alle de talebobler der kan komme op på skærmen, og hun kan selv supplere til bunken af bobler.

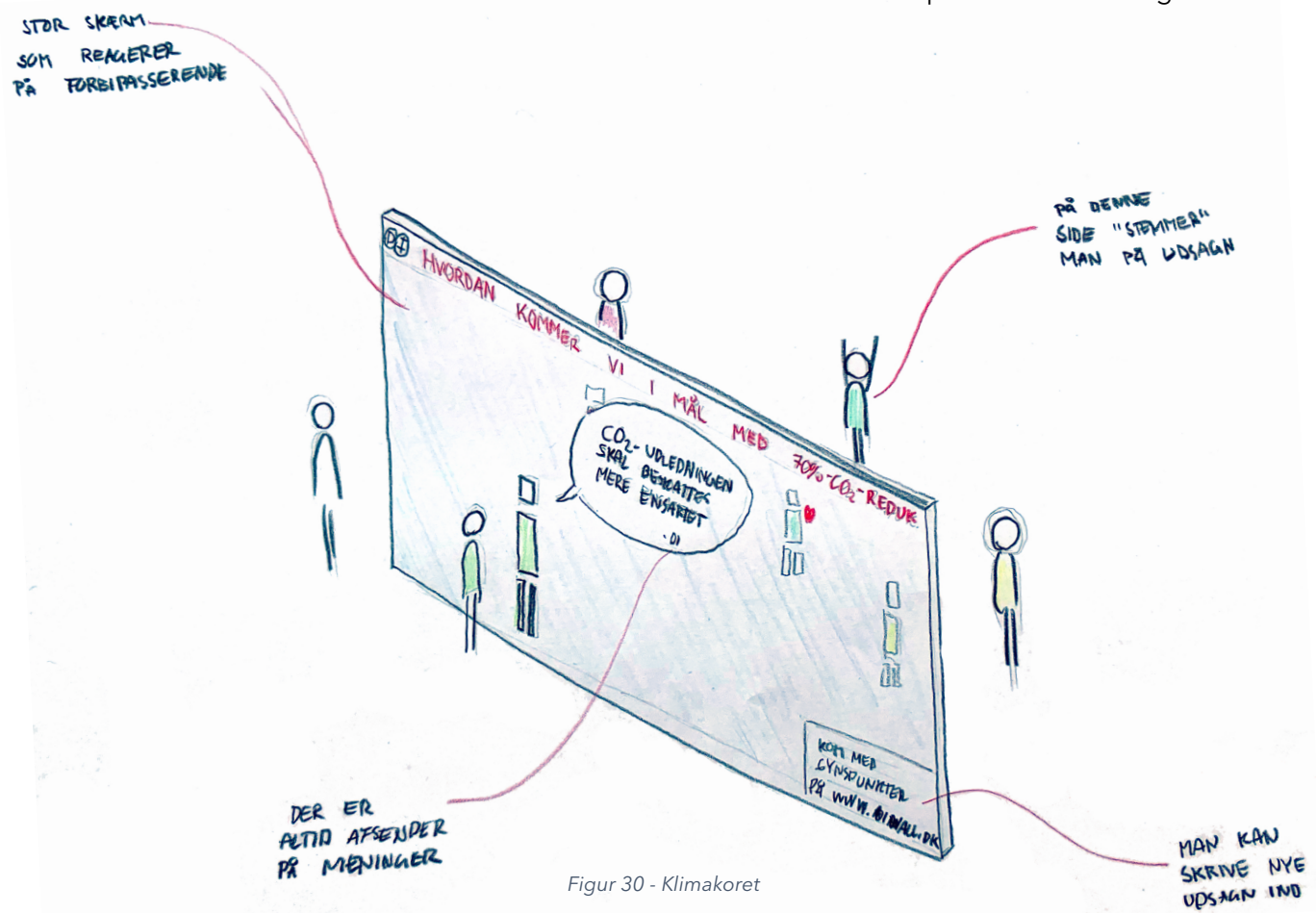
Konceptet er designet til, i første omgang at nå bredt ud. Omdrejningspunktet er vores kriterier om at få formidlet DI's plan til mange, og på en forståelig måde. Helt konkret er mængden af data der bliver præsenteret pr. tidsenhed, og antallet af mennesker der ser det, langt højere i dette koncept, end ved de andre. Konceptet handler også om at få fat i personer der ikke umiddelbart ville opsøge et miljø hvor disse tematikker bliver vendt. Det er designet til at kunne stå på strøget, eller i metroen, eller andre steder hvor der er mange forbipasserende. En kvalitet ved dette koncept ligger altså i mængden og demografien af de mennesker det når ud til, som har været et erklæret ønske fra DI. Derudover er det tænkt ind at man kan deltage i konceptet på flere planer, man kan gå forbi, se og bearbejde et synspunkt, og traske videre. Eller man kan blive stående og engagere sig, og på den måde blive præsenteret for flere synspunkter. Hvis man er ellevild, kan man også engagere sig så meget at men enten begynder at "stemme", eller at man skriver ind med sine egne meninger. Væggen vil på den måde være i udvikling og ændre karakter alt efter hvad der bliver skrevet ind. Dette kan og vil højst sandsynligt modereres af DI.



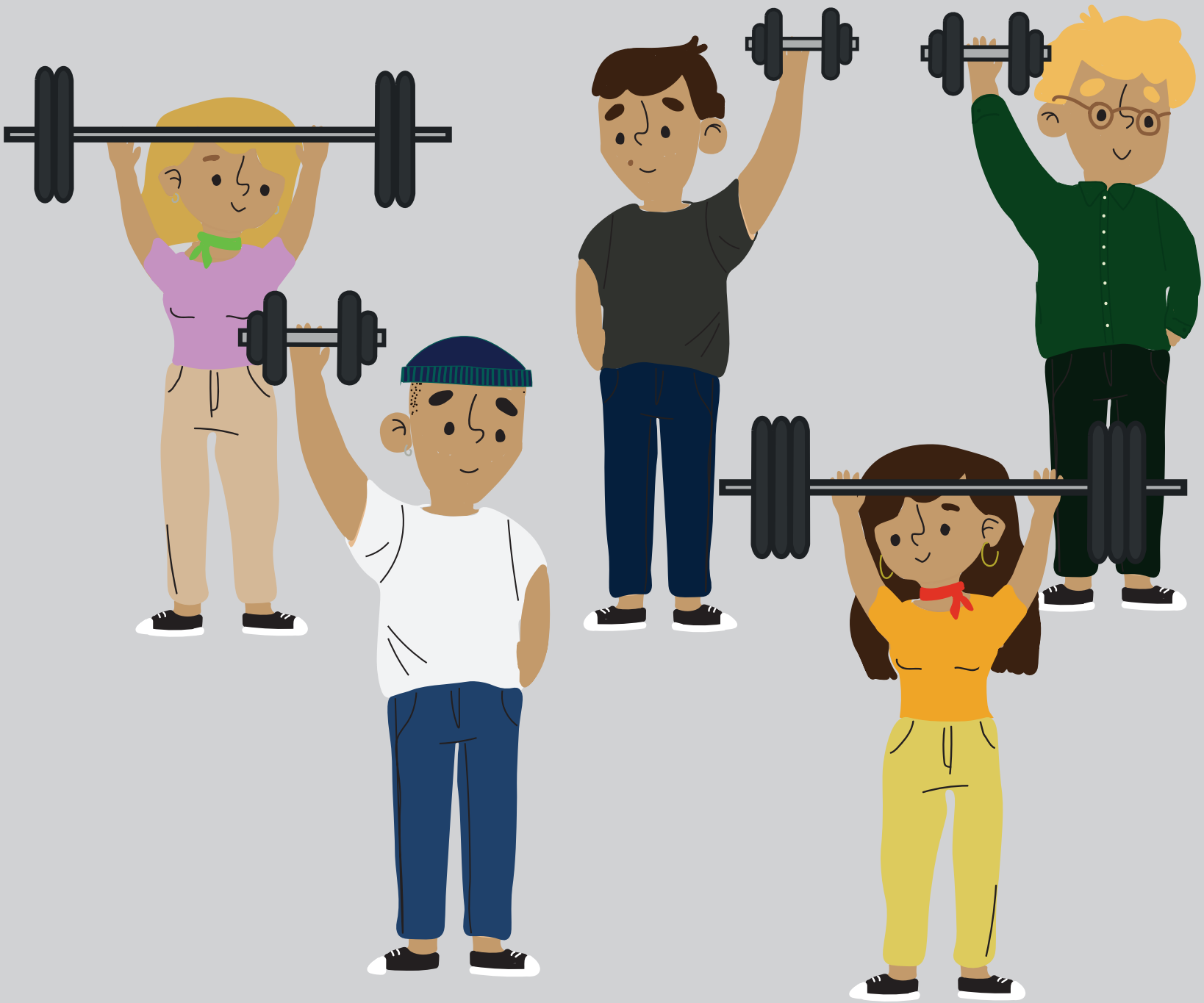
Figur 29 - Forløb for konceptet

Tanken bag "stemmeelementet" er at få aktiveret folk, og påvirke dem til at bruge længere tid med materialiteten. Der er nogle af de samme elementer som i første koncept, med at kombinere indlæring med fysisk aktivering, og dermed skabe en forbindelse mellem minde og kontekst. Ligesom ved de andre koncepter kan dette også ændres til at passe ind i en anden kontekst, hvilket, især ved dette koncept, er en fordel, idet konceptet økonomisk set kræver flere ressourcer at realisere. Da indholdet og *framen* kan skiftes, og det i virkeligheden kan bruges til en hver form for meningsudvekslingsplatform, er det mere realistisk at DI kunne tænke sig at realisere det.

Konceptet er desuden bevidst designet til at kunne overraske, eller inddrage forbipasserende, og heri ligger der noget *testing* i udformning i forhold til størrelse, farver, lys osv. således at man opdager at "man er på" når man går forbi, men ikke før. En AR skærm er i sig selv ret interessant, og derfor tror vi at en del ville stoppe op, i hvert fald for en stund. Men heri ligger der også en udfordring, nemlig at konceptet risikerer at blive udelukkende til wow-effekt, og især dette er noget vi skal være opmærksomme på i vores *pitch* til DI, så det kan vurderes, også på indholdet og det konceptuelle, og ikke kun formen.
Dette koncept lægger mindre op til fordybelse end de to forrige, og mere op til bred formidling.



Figur 30 - Klimakoret



VÆGTNING AF KONCEPTER

I dette afsnit vil vi præsentere vores vægtning af kriterierne, samt en vægtning af koncepterne.

Først og fremmest opstillede vi kriterierne fra kravspecifikationen og vægtede disse internt i designgruppen på en skala fra 1-5 (hvor 1 er mindre vigtigt og 5 er meget vigtigt). Dernæst tog vi koncepterne én efter én og vægtede dem ud fra de enkelte kriterier – her benyttede vi os at metoden *planning poker,* som går ud på, at man stemmer fra 1-5 (Ewel, 2013). Ved at bruge *planning poker* sørger man for, at alle gruppens medlemmer forholder sig til konceptet og det enkelte kriterie, og afgiver deres vurdering samtidig – dette afføder som regel uenigheder og diskussioner som i sidste ende gerne resulterer i at man kan give konceptet en score, alle i gruppen er nået til enighed om. På den måde sikrer vi, at alle har samme forståelse af kriteriet.

Vægtning

Vægtningen tager udgangspunkt i problemformuleringen og kravspecifikationens kriterier. Vægtningen lægger op til at man sammenligner koncepterne med hinanden (Cross, 2000). Derudover skaber den grobund for konstruktive dialoger i forhold til koncepterne. I en vægtning er det ikke nødvendigvis den endelige score men derimod at få delt viden mellem alle gruppens medlemmer, så der er enighed omkring hvad der skal diskuteres. *[...] they externalize design thinking, i.e. they try to get your thought and thinking processes out of your head and into the charts and diagrams [...] providing means by which all members of the team can see what is going on* (Cross, 2000).

Alle kriterier bliver tillagt en vægtningsfaktor der fortæller noget om, hvor vigtige de er for en god løsning. Denne faktor bestemmes af gruppens medlemmer. Efterfølgende bliver hvert koncept gennemgået hvor de hver især vurderes på en skala fra 1-5 i hvor høj grad kriterierne opfyldes.

Vægtningen skiller den gode løsning fra den mindre gode løsning – samtidig kan man vha. skemaet se hvor koncepterne adskiller sig fra hinanden. Det kan være svært at gennemskue hvordan den gode løsning adskiller sig fra den mindre gode løsning blot set ud fra kravspecifikationen.

På Figur 31 ses de faktorer der er givet til kriterierne. Her ses at kriterierne *"den bør i høj grad formidle 2030-planen til borgerne så den er håndgribelig for dem og de kan forholde sig til den"* og *"løsningen bør sætte rammer for at deltagerne kan tage stilling til hvordan fremtiden ser ud hvis vi skal i mål med 70 % CO_2-reduktionerne"* har scoret fem i vigtighed. Dette skyldes at de begge sørger for, at løsningen opfylder den challenge der er stillet af DI og derfor også er relevante at vægte vores koncepter ud fra.

På Figur 31 ses det også, at vi har et kriterie der hedder "*den bør i så høj gad som muligt være en løsning som DI er interesserede i*" – dette skyldes at vi i vores proces var nødsaget til at vægte før vi havde fået feedback fra koncepterne fra DI. Derfor udarbejdede vi dette kriterie, som scorede 5 i en faktor på hvor vigtigt det er, da det er essentielt for vores løsning at DI har interesse i at tage den til sig. Samtidig udarbejdede vi et kriterie der hedder "*DI's feedback*" som fik en faktor på 0, men lige så snart denne indsigt var på plads, ville disse to faktorer skifte, så kriteriet om DI's feedback ville score 5 og vores forestilling om at løsningen ville interessere DI ville score 0 – da DI's reelle feedback er mere relevant end vores egen vurdering af, hvor interesserede vi tror DI er i konceptet.

Det koncept der scorede højest, var Klimakoret, med 115 point. Ordet på Bordet fik 99 point og Idealist eller Pragmatiker fik 89 point (se bilag 15).

Klimakoret scorer blandt andet 5 i kriteriet *den bør i høj grad formidle 2030-planen til borgerne så den er håndgribelig for dem og de kan forholde sig til den* blandt andet fordi den præsenterer mange konkrete tiltag fra Grøn Vækst planen på kort tid. Derudover præsenteres tiltagene en ad gangen, hvilket gør det håndgribeligt for læseren.
Et andet kriterie den scorer 5 i er *den bør i høj grad tiltrække folks opmærksomhed* da vi mener konceptet er opsigtvækkende og man umiddelbart ikke kan ignorere løsningen i gadebilledet, så vækker den opmærksomhed. Når man så har fået borgernes opmærksomhed, kan man håbe de har lyst til at interagere med den.

Kriterier	**Faktor**
Formidler 2030-planen til borgerne så den er håndgribelig for dem og de kan forholde sig til den.	5
Hjælper deltagerne med at reflektere over deres holdning om, hvordan fremtiden ser ud hvis vi skal i mål med 70% CO2 reduktionerne.	5
Den er så simpel at afkode som muligt.	3
Den engagerer brugerne, gennem et legende/spillende element	3
Den tiltrækker folks opmærksomhed	4
DI's Feedback	0
Den lægger op til diskussion under brug og eftertænksomhed efter brug.	4
Den bør i så høj grad som mulig være en løsning som DI er interesserede i	5

Figur 31 Kriteriernes faktorer

Det sidste kriterie klimakoret scorer 5 i er *det bør i høj grad engagere brugerne, gennem et legende/spillende element*. Klimakoret engagerer udelukkende deltageren gennem et legende element. Den skaber en legende tilgang til DI's Grøn Vækst plan.

Disse overvejelser omkring vægtningen skulle selvfølgelig stilles op mod feedbacken fra DI, da deres interesse for en endelig løsning vægtede højt.

VIDEO TIL DI OG DERES FEEDBACK

Efter endt arbejde med vægtningen af koncepterne var det vigtigt for os, også at få inddraget DI i udvælgelsen af koncepter, da vi efter 2. møde havde indtrykket af, at de har stærke holdninger til udformningen af koncepterne, og især de budskaber de indeholder. Umiddelbart havde vi ikke nogen forventning til at der ville komme svar tidsnok til at vi kunne gøre noget meningsfuldt med deres feedback, hvis den overhovedet kom (jf. at vi havde et kriterie, hvor vi gættede på hvad DI mente). Ikke desto mindre forsøgte vi at komme i kontakt med dem.

Vi gjorde os en del overvejelser omkring, hvordan vi maksimerede vores chance for at få svar fra DI. Vi var alle enige om at formatet, feedbacken skulle gives i, skulle være formet sådan at DI ikke skulle bruge mange ressourcer på at tage stilling til koncepterne, men formen skulle stadig kunne repræsentere vores tanker bag koncepterne tilstrækkeligt. Valget faldt derfor på at udarbejde en video, hvor vi præsenterede de tre koncepter og derefter bad vi DI om at give de forskellige koncepter en score på mellem 1-5, og knytte et par ord til deres valg af score.
Mod vores forventning reagerede DI hurtigt på vores forespørgsel, og skrev at de gerne ville diskutere koncepterne på et teams møde tre dage efter vi havde sendt videoen. Teams mødet gav bedre mulighed for at komme lidt mere i dybden med koncepterne, samtidig med at vi havde mulighed for at komme med supplerende spørgsmål til de udsagn de kom med.

DET SIDSTE FORHANDLINGSRUM

Det sidste forhandlingsrum blev opstillet ud fra de fortolkninger og indsigter vi havde fra de foregående forhandlingsrum med DI – derfor var de strategiske overvejelser også gjort ud fra de analysepunkter vi havde tilegnet os gennem disse. Da vi flere gange havde oplevet at det var svært at forhandle om DI's MoC *grøn vækst*, var det et fokuspunkt vi havde med ind til forhandlingerne: Vi ville ikke stille os i konflikt omkring dette under disse forhandlinger.

Forhåbningen med forhandlingsrummet var derfor at DI's skulle kunne se deres MoC repræsenteret i koncepterne.

Da formålet med mødet var at bringe vores koncepter i spil overfor DI, var vi nødt til at gøre os nogle strategiske overvejelser omkring hvordan vi gjorde det bedst muligt. Idet mødet var med DI, var det også givent at det var den aktørverden, vi skulle gøre vores strategiske overvejelser ud fra.
Ved på forhånd at sende vores video, med koncepterne, vi havde, var koncepterne allerede til en vis grad sat i cirkulation. Formålet med denne forhandling, var at nå til enighed med DI omkring, hvilke koncepter der bedst muligt indkapslede DI's MoC's. Det var vigtigst for os at finde ud af om vi i vores arbejde med koncepterne havde fanget essensen af DI's formål med projektet. (Pedersen, 2020a)

Gennem deres feedback, var forhåbningen at vi kunne tilegne os opbakning omkring koncepterne, og i bedste fald, få bekræftet mindst ét af koncepterne som værende en mulig endelig løsning. Ved at lade koncepterne indgå i denne slags forhandlinger, gjorde vi os også sårbare i den forstand, at der var mulighed for at koncepterne ikke var stærke nok. Der var en chance for at koncepterne ikke ville aligne med DI's MoC's, og vi var derfor parate til at lade koncepterne translatere for at opnå dette, eller at DI ikke kunne se deres MoC repræsenteret i koncepterne. Men denne form for sårbarhed, er nødvendig for at vi kan blive klogere på vores koncepter, og det var med den overbevisning at vi gik ind til mødet. Hvis vi ikke var parate til at lade koncepterne transletere ville vi ikke få det optimale ud af mødet.

MØDET

Mødet blev afholdt med Marianne Ditlefsen, fagleder, *corporate events* inden for *Rådgivning & Events,* og Anna Nilsson, chefkonsulent for *Global Udvikling & Bæredygtighed,* som de eneste deltagere fra DI. Vi lagde ud med at få bekræftet at de havde set videoen. Dette lagde udgangspunktet for mødet, da vi dermed ikke skulle bruge tid på at

forklare koncepterne og ideen med at de skulle give dem nogle point. Det virkede til at DI havde forstået essensen af koncepterne, og udtalte i den forbindelse at de alle: "*var sjove ideer, der alle rammer det med at skabe dialog mellem mennesker*". Denne udtalelse kunne tyde på, at vi havde formået at etablere et fælles MoC, sammen med et fælles sprog som vi kunne bruge til at tale om dette – At skabe *dialog mellem mennesker* har længe været et fokuspunkt for os.

Dog stod det hurtigt klart for os, at de havde en favorit på forhånd. Vi forsøgte at få skabt dialog omkring alle tre koncepter, men det viste sig lettere sagt end gjort, da dialogen hurtigt blev drejet over på konceptet Klimakoret, og det meste af mødet havde dette koncept som omdrejningspunkt. Vi kunne have ønsket mere uddybende feedback på de andre koncepter, men den udtømmende snak om Klimakoret bød samtidig på en masse indsigter, vi kan tage med videre til detaljering. Man kan diskutere om vi skulle have taget styringen mere under mødet, for at få en bredere feedback på alle tre koncepter, men det var tydeligt for os at de allerede havde en favorit. Da det var formålet med mødet at finde ud af hvilket koncept de bedst kunne lide, så vi ikke grund til at styre samtalen over på de andre to koncepter i så høj grad.

Marianne Ditlefsen og Anna Nilsson gav udtryk for at Ordet på bordet og Pragmatiker eller Idealist, ikke var interessante for DI idet de ikke var "*corona-venlige*". De kunne ikke tages i brug her og nu, da de kræver en ramme, såsom et event og samtidig kræver at deltagerne kommer i tættere kontakt, end hvad retningslinjerne tillader på nuværende tidspunkt. Dog blev der fra DI's side forslået at man kunne tænke de to koncepter som digitale løsninger i stedet, vi havde overvejet muligheden, men valgte ikke at gå videre med det, da vi ikke kunne se en god løsning i formatet.

DI så til gengæld potentiale i Klimakoret. De lagde især vægt på at Klimakoret var det mest "*corona-venlige*" koncept. De påpegede også aspekter i konceptet, som vi ikke selv havde tænkt over. I og med konceptet har den form som det har (en motion-sensor skærm), giver det også konceptet fleksibilitet i forhold til den kontekst den skal befinde sig i. Den kan fx også tages i brug under valgkamp med andet indhold. Samtidig blev det også foreslået at man kan bruge baggrunden til at "*trigge*" folk til at deltage, samtidig med at baggrunden kan hjælpe med at sætte kontekst for emnet på skærmen.

Disse ideer gav anledning til kommentaren: "*Har i overvejet bæredygtigheden i selve konceptet*" [4]. På daværende tidspunkt, havde vi ikke overvejet muligheden for at bruge konceptet i andre henseender, samtidig var detaljeringsgraden ikke nået til sådant et punkt, hvor materialevalg osv. var blevet gjort. Hensigten med kommentaren var at sætte fokus på at konceptet umiddelbart er dyrt at realisere. Skulle vi have nogen forhåbning om at DI, ville sætte sådant et projekt i søen, så skal konceptet være alsidigt, og kunne tages i brug i mange forskellige henseender. Prisen for at realisere konceptet var den eneste anke, de havde. Det forhindrede dem dog ikke i at favorisere dette koncept og vi ville i detaljeringen kunne tage højde for denne anke.

AFSLUTTENDE TANKER

Efter mødet stod vi tilbage med en følelse af, at det var lykkedes os at mediere den viden vi havde om projektet gennem koncepterne. Der var ikke nogen af koncepterne, som ikke formåede at repræsentere DI's MoC, dog var det også klart, at Klimakoret var mere robust overfor de nye omstændigheder og behov der er opstået i forbindelse med Covid-19, og opfyldte DI's ønske om at nå ud til mange bedre. Klimakoret blev samtidig brugt til at mediere vores fremtidige intentioner omkring projektet, og det lykkedes os at forventningsafstemme i forhold til, hvad DI

[4] Konteksten til kommentaren, blev givet i forbindelse med at sådan et "stort" projekt, skulle kunne genbruges – så der snakkes om økonomisk bæredygtighed og miljømæssig bæredygtighed.

forventer at få overleveret af os. Samtalen omkring Klimakoret lagde samtidig op til en samtale med DI, omkring den fremtidige test og videreudvikling af konceptet, og især i hvilket retning vi skulle tage disse.

Efter forhandlingerne var vi heller ikke længere i tvivl om at Klimakoret både passede på DI's MoC og samtidig også var det der vækkede størst begejstring hos DI. Det faktum vægter tungt i vores valg af endeligt koncept.

FRA VÆGTNING TIL ENDELIG LØSNING

Vores egen vægtning samt DI's feedback gjorde det klart at konceptet Klimakoret vægtede højest. Derfor var det oplagt at gå videre med denne løsning. DI's interesse og holdning til koncepterne vægtede højt – da dette i sidste ende kan sikre en mobilisering af løsningen hos DI. Vi valgte derfor at gå videre med Klimakoret.

KLIMAKORET

I konceptet var der stadig mange elementer som manglede at blive detaljeret. Denne ændring og detaljering af delfunktioner foretages både på baggrund i feedbacken fra DI, men også ift. vores egen vægtning, hvor vi gerne ville forsøge at forbedre måden den løste forskellige kriterier.

HARDWARE OG SOFTWARE

Det mest blackboxede element i vores tidligere koncept, må siges at være hvordan væggen rent faktisk skulle fungere i praksis i forhold til hardware og software. Vi har taget udgangspunkt i at både løsningen og *proof of concept* kan benytte sig af Microsofts Kinect.

Microsoft Kinect er en bevægelsessensor, som oprindeligt er udviklet til at være en *controller* til Xbox(spilkonsol) hvorigennem brugerne kan spille ved at bevæge sig og interagere gennem fjernsynet. Den benytter sig af infrarøde projektorer og detektorer og et kamera, som kortlægger dybde og brugernes bevægelser, som overføres til en figur i spillene.

Fordelen ved Kinect er at den er billig og kan kobles sammen med en computer hvorigennem outputtet, igennem forskellig *open-source software*, kan manipuleres og projekteres op på en skærm i realtid. Vi er bevidste om at der potentielt ligger en meget stor opgave i at få outputtet fra Kinect til at interagere med udsagnene og resten af elementerne som skal være en del af Klimakorets interface.

Kinect har nogle begrænsninger som har indflydelse på udformningen og Klimakoret. De infrarøde sensorer er mest præcise op til 4 meter, hvorefter de bliver mindre pålidelige (Microsoft, 2013). Derudover er der en begrænsning i at der maksimalt kan kortlægges seks personer per bevægelsessensor, heraf kan skellettet af to personer kortlægges. Kortlægningen af hver person består af 25 individuelle punkter. Dog kan der bruges flere sensorer på én gang. Vinklen som sensoren skal registrere deltagerne i og lysforholdene er ligeledes afgørende for, hvor godt kortlægningen af deltagerne fungerer, og skal tænkes ind i udformning og placering af den endelige løsning.

PLACERING OG MILJØ

DI var under mødet glade for at vi havde formået at tænke de nuværende rammer med Coronakrisen, ind i løsningen. Ved at udnytte at pladser, gågader og gangarealer er opdelte og placere en løsning herimellem, passer løsningen naturligt ind og man kunne forestille sig at det var nemmere at få lov til at placere den her, fordi den er med til at få folk til at overholde disse hensyn. Som de ses på Billede 1 og Billede 2 har vi prøvet at tænke over hvilke forskellige placeringer som passer til denne kontekst. Fælles for stederne er, at det er steder hvor der er et naturligt flow af mennesker som passerer i begge retninger, men vi har også gjort os overvejelser om hvorvidt placeringerne lægger op til at folk har tid og plads til at stoppe op og interagere med væggen. Vi har valgt at løsningen passer bedst ind i gangarealet mellem den nye og gamle metrolinje ved Kongens Nytorv. Valget handler udover det førnævnte kriterier om at lysforhold forholdes forholdsvis statiske, da området er under jorden, hvorved bevægelsessensoren har bedst mulige betingelser (Microsoft, 2013).

Billede 1 - Klimakoret i metromellemgangen ved Kongens Nytorv

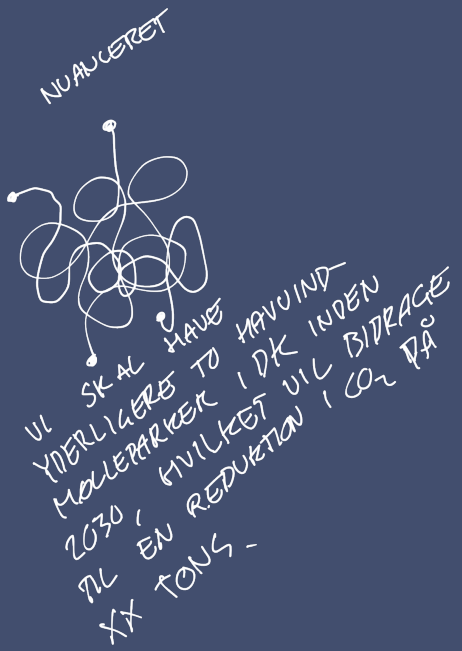
Billede 2 - Klimakoret på Rådhuspladsen

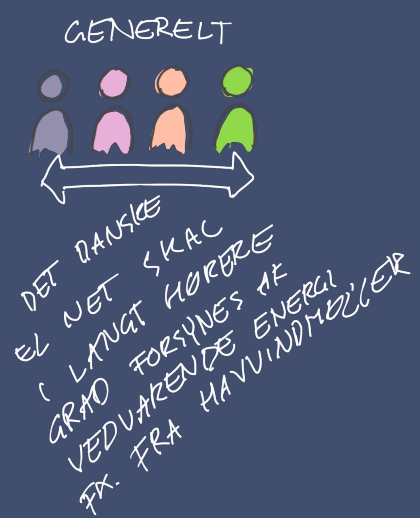
DIMENSIONERING

Højden på væggen skal være ca. 3 meter fra gulv til top, for at vi forestiller os at den kan imødekomme forskellige brugerhøjder, have plads til udsagn og give en *immersive* oplevelse. Derudover forestiller vi os at væggen skal være omkring 10 meter lang, men dette er noget som i høj grad handler om hvad DI kan få lov til og derudover er det selvfølgelig dyrere desto længere væggen er. Vi forventer desuden at vi i løbet af brugertesten af interaktionen med udsagnene får et bedre indblik i hvor hurtigt deltagerne opdager at udsagnene følger efter dem, og hermed også en idé om hvor lang væggen minimum bør være.

FORMIDLING AF DI'S TILTAG OG UDSAGN

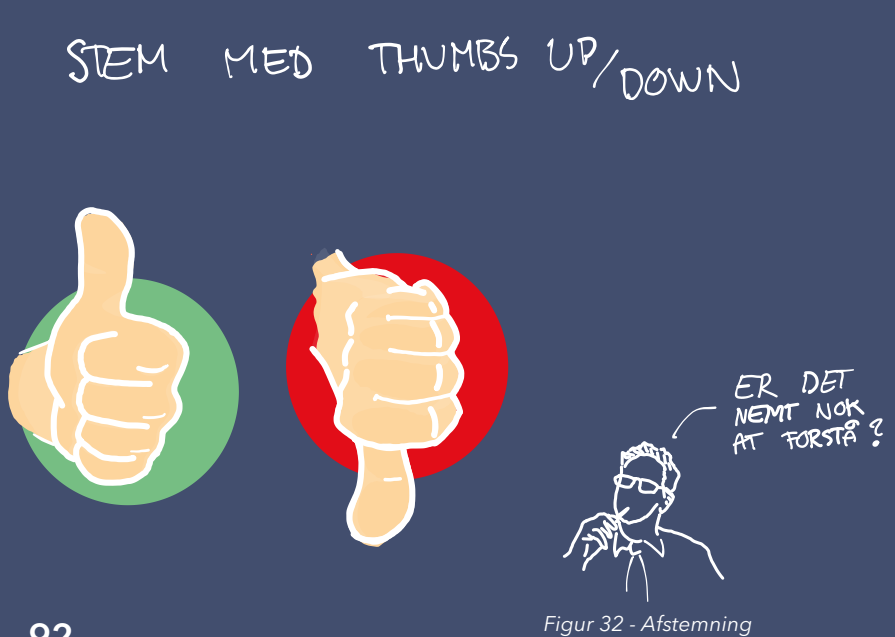
Der ligger en stor opgave i at finde ud af hvordan man formidler DI's tiltag på en måde som interesserer brugerne. Hvis man som forbipasserende skal kunne forholde sig konstruktivt til DI's tiltag er det vigtigt at de er relaterbare og formidlet på en måde som ikke kræver at man kender indholdet af hele deres 2030-plan. Derfor skal der igennem brugertest udvælges en retning for dette. For at afsøge dette felt, har vi udarbejdet udsagn der placerer sig på forskellige spektrum (fx *personligt-generelt* eller *sjovt-alvorligt*). Udsagnene formidler tiltagene på forskellige måder, se illustrationerne her på siden. Brugernes reaktion og feedback ift. disse kommer til at være afgørende for hvordan de endelige talebobler skal se ud.



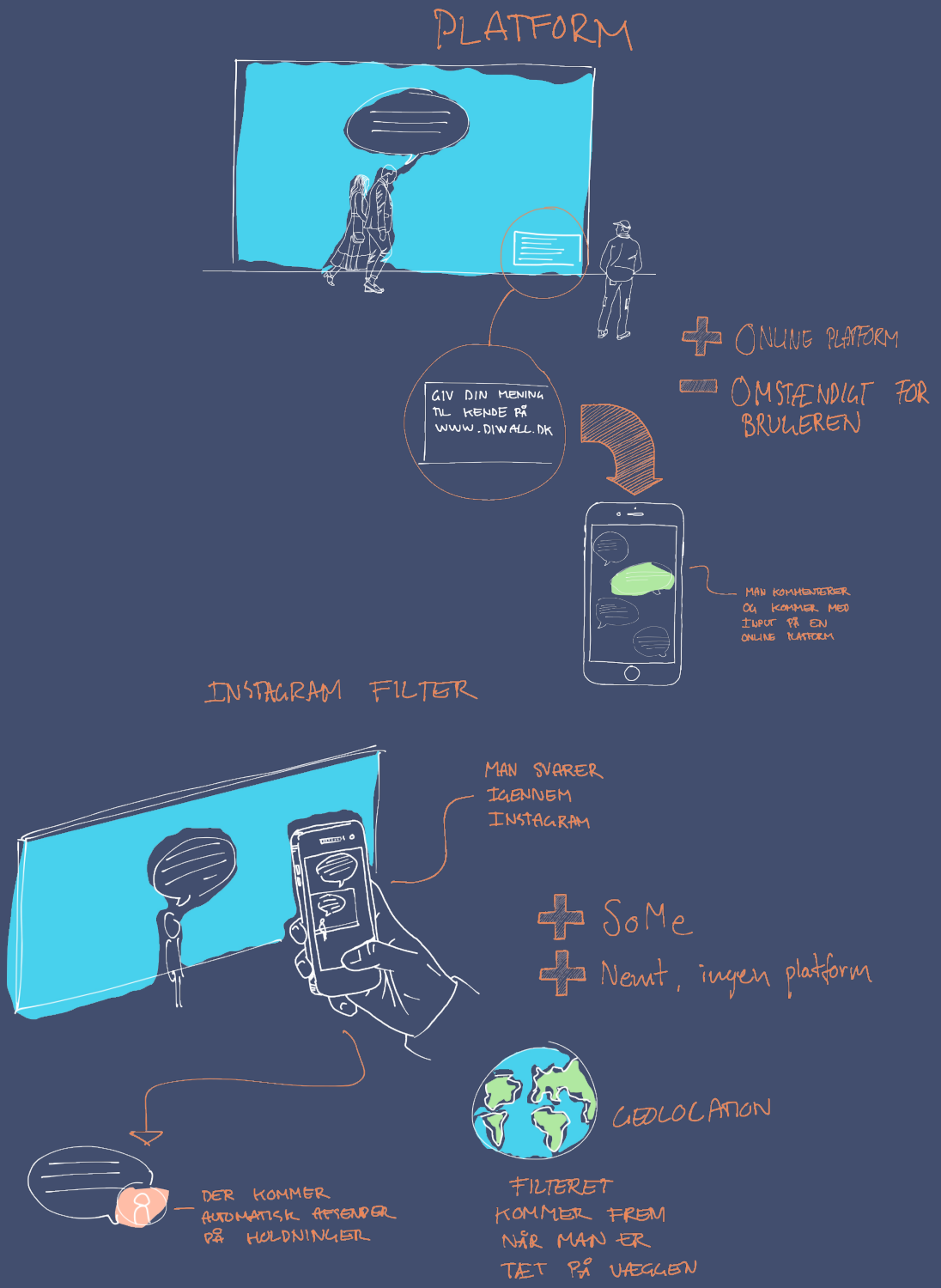


AFSTEMNING

DI var i deres feedback ikke helt afklarede med hvordan afstemningen ift. tiltag og udsagn skulle foregå i praksis, og vi måtte nok erkende at dette heller ikke var tænkt helt til ende. Vi besluttede at det var vigtigt at en positiv og negativ stemme krævede det samme aktivitetsniveau af brugerne, så afstemningen ikke blev påvirket af dette, se Figur 32, men samtidig var det vigtigt for os at afstemningen var en fysisk bevægelse som aktiverede brugerne og kunne skabe interesse fra forbipasserende. Samtidig lå der nogle naturlige begrænsninger i Kinetics kortlægning af brugerne som gjorde at afstemningen helst ikke skulle bruge individuelle legemsdele, som fx hænder, som referencepunkt. Konceptet havde i vægtningen ikke scoret specielt højt ift. interaktion mellem deltagerne, og vi ville gerne prøve at gøre dette bedre gennem detaljering.
Ved at få deltagerne til enten at gå til den ene eller anden side for at tilkendegive deres holdning, sørger man for at de førnævnte ønsker til løsningen bliver opfyldt. Samtidig er det en meget simpel interaktion, hvilket er afgørende for om brugerne forstår at hvordan de skal kunne interagere med den (Microsoft, 2013).



Figur 32 - Afstemning



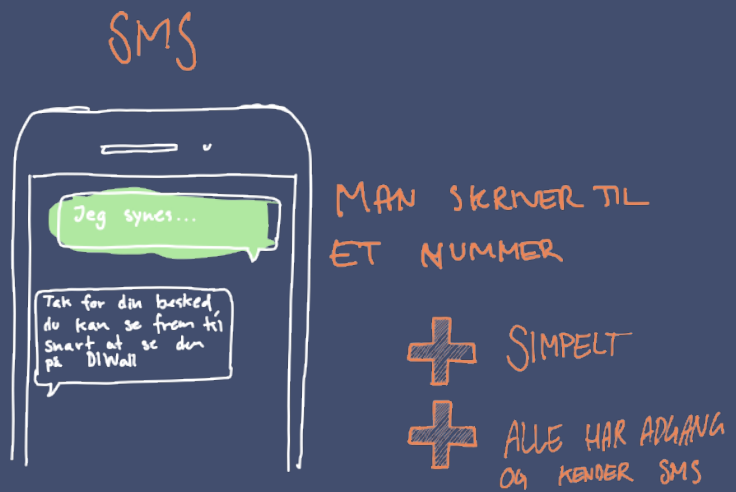
DELTAGERNES UDSAGN

En central del af løsningen er at de deltagende også skal have mulighed for at tilkendegive deres holdninger og skrive udsagn som kan komme op på væggen, se Figur 33. Vi vil gerne have at dette skal være en naturlig forlængelse af deltagelsen og ikke kræve for meget praktisk af deltagerne. Det skal for eksempel helst ikke kræve at brugerne opretter et separat login før de kan skrive udsagn, men i stedet være forbundet med fx sociale medier da det samtidig er vigtigt at der er synlig afsender på udsagnene. Samtidig har både vi og a(især) DI et ønske om at løsningen lægger op til at blive delt på de sociale medier, hvorved den kan nå flere brugere.

42 % af danskerne har en profil på instagram og er efter Facebook, det mest brugte sociale medie i Danmark (Slots- og Kulturstyrelsen, 2019).

På instagram kan man lægge *stories* op; små øjebliksbilleder fra hvad man kommer forbi på sin vej. På disse stories kan man bruge filtre, og nogle af disse kommer frem vha. geolocation (teknologi), dvs. at vi kunne have et filter som man kunne bruge når man var ved væggen, og filterets funktion var at man selv indtastede en kommentar eller mening på det man så.

Man kan skriver sit udsagn eller holdning i *billedskriften*, hvilket er den tekst som senere kommer op på væggen som en taleboble, sammen med et profilbillede eller navn, så afsenderen kan ses.



INTERFACE

Dette er et punkt som skal detaljeres efterfølgende og her skal der formentlig indhentes eksperter i spil- og grafisk design. Det vigtige i dette element er dog i høj grad at interaktionen med interfacet gøres så simpelt som muligt og at brugerne oplever at få feedback på deres handlinger (Microsoft, 2013).
Interfacet skal være intuitivt og ikke kræve forkundskaber for at kunne bruges, desuden kan en legende tilgang i interfacet være med at gøre at brugerne vil fortsætte med interaktionen (Microsoft, 2013).

SPIL+

I løbet af det sidste møde med DI, gjorde de det klart at de synes at Klimakoret var en interessant løsning fordi den fanger brugerne på en sjov måde. De foreslog at man gjorde den endnu sjovere, så det eksempelvis så ud som om at deltagerne "stod ovenpå en vindmølle". Herefter har vi arbejdet videre med at gøre løsningen endnu "sjovere", hvilket forhåbentligt også kan være med til at både flere har lyst til at bruge den, men også *nudge* dem til at bruge den i længere tid ad gangen.
Vi forestiller os at der indimellem kommer et kortvarigt spil op på skærmen som kræver at deltagerne bevæger sig fysisk rundt. Dette ligger i tråd med Kinects baggrund og tiltænkte formål og er derfor oplagt. Samtidig er det vigtigt at spillene i en eller anden grad forholder sig til klimaforandringerne og CO_2-reduktion. Vi har kun brainstormet kort på hvad dette kunne være, se illustrationerne her på siden, og udviklingen af dette er også i høj grad en opgave som afhænger af DI's økonomiske og tidsmæssige interesser, da det ikke er essentielt for at løsningen kan fungere i brug.

Figur 33 - Muligheder for tilkendegivelse af mening og udsagn

BÆREDYGTIGHED

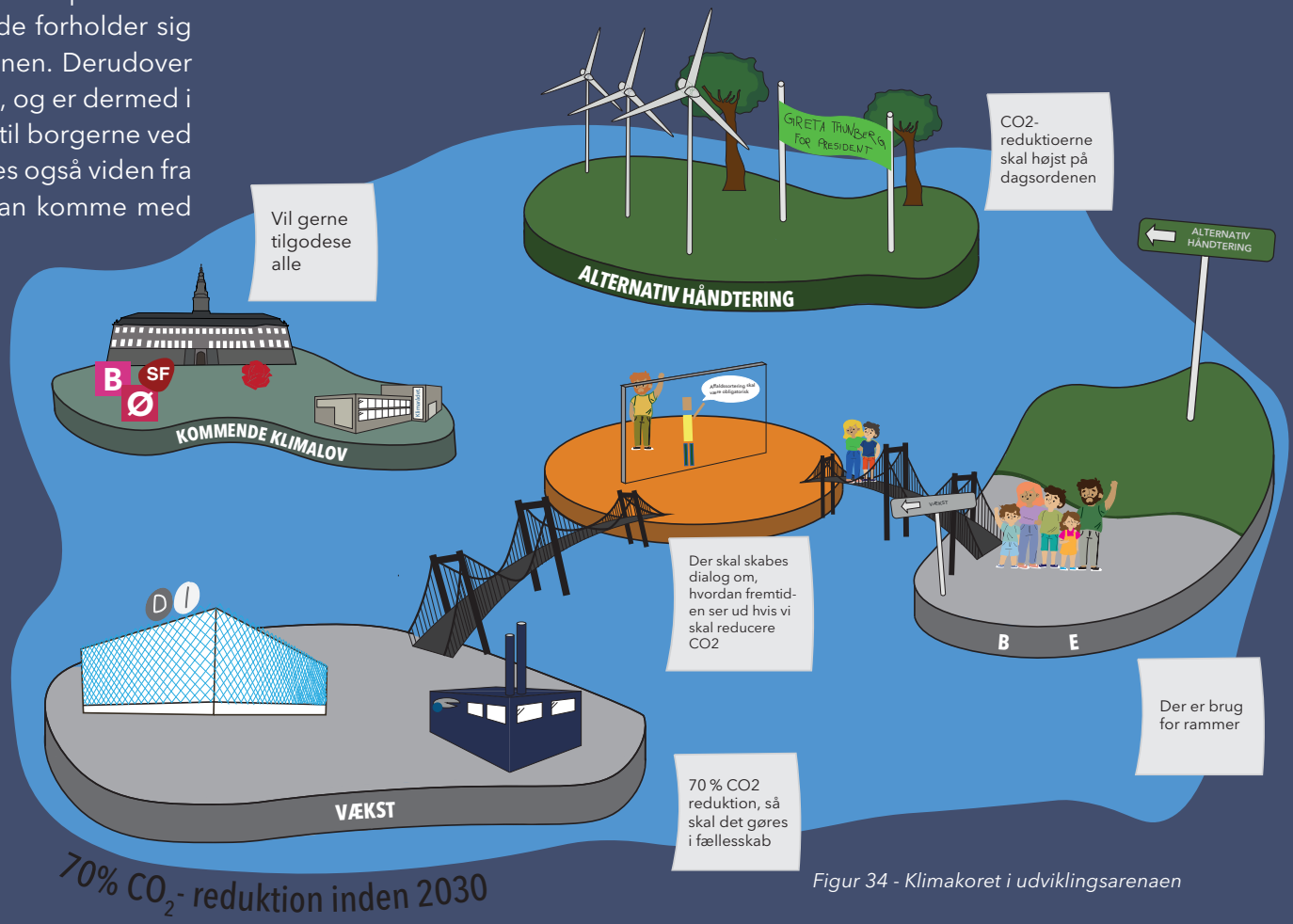
Marianne Ditlefsen fra DI pointerede at de godt kunne tænke sig hvis løsningen kunne "genbruges" i forskellige kontekster. Fordelen ved denne løsninger er netop at hardware og software kan gøre at brugskonteksten kun er begrænset af fantasien og DI's ønsker og prioriteringer. Designet kan ændres til at handle om andre kontekster end CO_2-reduktion og 2030plan – eksempelvis folketingsvalg, DI's eget landsmøde eller andre problematikker hvor DI har et ønske om at være synlige, og facilitere en debat.

HANDLEPLAN

Elementer af løsningen skal testes af os, i løbet af de næste 2 uger. Dette kommer til at foregå langt mere analogt end løsningen er tænkt, men kan være med til at beslutte afgørende retninger for den endelige løsning.
Herefter forestiller vi os at DI kan få nogen til at bygge et *proof of concept*, som tester hardware og software i en brugskontekst. Efterfølgende skal der udvikles software og interface, og dette skal testes løbende med brugerne i en designproces for at sikre at løsningen fungerer bedst muligt (Microsoft, 2013).
Først herefter kan en endelig version produceres, hvilket måske kan betyde at valget af hardware ændres, alt efter hvem der skal producere den.
Spil+, kan desuden designes, udvikles og implementeres løbende..

KLIMAKORET I ARENAEN

På Figur 34 ses Klimakoret placeret i den fælles aktørverden, hvor både DI er repræsenteret gennem løsningen og hvor borgerne bevæger sig fra deres aktørverden over mod den nye aktørverden, hvor det fælles MoC er at der skal skabes dialog om hvordan fremtiden skal se ud hvis vi skal nå i mål med CO_2-reduktionerne. Ved hjælp af klimakoret skabes der en stærkere relation mellem DI og borgerne. DI overtager rollen som oversætter og skal have translateret borgerne gennem løsningen. Klimakoret sørger for at interessere og indrullere borgerne i en ny translationsproces og derved styrkes relationen mellem borgerne og DI.
Derudover agerer Klimakoret intermediært objekt da den repræsenterer DI's MoC. Løsningen translaterer borgerne ved at de forholder sig til, have meninger om og ændre holdning til 2030 planen. Derudover translateres løsningen også gennem input fra borgerne, og er dermed i konstant udvikling. Slutteligt medierer den viden fra DI til borgerne ved at borgerne forholder sig til DI's 2030 plan. Der medieres også viden fra borgerne til DI gennem det element hvor borgerne kan komme med deres inputs til konkrete forslag fra DI's 2030 plan.



Figur 34 - Klimakoret i udviklingsarenaen

DISKUSSION

I januar havde vi et samarbejde hvor vi så frem til at lave en materialitet, til Folkemødet 2020, i marts var alt på gyngende grund og i april stod det klart at vi ikke kom på Folkemødet og det var usikkert hvordan det stillede os i forhold til DI og vores samarbejde, idet den umiddelbare præmis for samarbejdet, var Folkemødet og SHF. Dette har selvsagt tvunget os til at skulle navigere i nye farvande.
Undervejs i projektet har vi taget valg, samt gjort os nogle antagelser. Vi vil i dette afsnit diskutere hvad disse har betydet for vores endelige løsning, og vores projekt.

En bred *framing*, er vanskelig hvis den ikke afgrænses. Efter første forhandling med DI og deres respons som kan opsummeres: "Bare hack it", manglede vi i den grad afgrænsning. Vi havde frie rammer. Det viste sig dog hurtigt at DI havde flere meninger til projektet, nok fordi rammerne ændredes og vi ikke længere designede til Folkemødet, men skulle finde en ny sammenhæng.
Vi har haft et par forhandlinger med DI, hvor det har stået klart for os at vi ikke har været meget enige med dem. I vores kortlægning af arenaen gjorde vi i starten en del ud af at pointere at der var den aktørverden DI tilhørte, og så var der "Alternativ Håndtering", disse forsøgte begge at nå borgerne, og derigennem politisk indflydelse. I lyset af vores forhandlinger med DI, og eksemplificeret i vores første problemformulering (hvor vi taler om at leve radikalt anderledes i fremtiden), kan man argumentere for at vi som team til en vis grad agiterer for meget af det samme som Alternativ Håndtering. Dette kan forklare hvorfor forhandlingerne med DI har været svære, men understreger også vigtigheden af dem. Måske havde det været en fordel for os, tidligere i projektet at få gjort klart at vi også selv måtte ses som handlende, politisk aktør, med en agenda. Dette har vi nok alle været bevidste om, men det er ikke kommet skarpt til udtryk i eksempelvis vores arenakortlægning.

Vi gjorde meget ud af, igennem projektet, at prøve at være så agile som muligt, og holde døre åbne, dette var en nødvendighed fordi der til en vis grad har været en følelse af, at man ikke kan spå om i morgen, i løbet af det sidste halve år. Men dvælede vi for længe i den brede *framing* i frygten for at træffe valg? De umiddelbart løse rammer fra DI's side tillod os at tænke i hvordan vi, i udviklingsarenaen, kunne arbejde med at trække aktørverdener tættere på hinanden. En omfattende opgave, bestående af mange translationsprocesser og forhandlinger, som bør brydes op i mindre dele. Disse mindre dele kom til udtryk i vores affinitetsdiagram, gennem problemstillinger. Problemstillinger der i høj grad adskilte sig fra hinanden. Nogle problemstillinger fokuserede på Folkemødet, mens andre fokuserede på klimaudfordringer generelt. Med et sådan sæt af problemstillinger, kunne det have givet mening at bruge et *feasibility study*, der kunne hjælpe med at afgrænse opgaven. I processen valgte vi ikke at gøre brug af denne metode.
Vi brugte ikke denne metode, idet vi langt hen ad vejen tog udgangspunkt i DI's problemstilling, men måske havde netop udarbejdelsen af et feasibility study, kunne hjælpe os til at blive opmærksomme på, hvad der kendetegner en vigtig problemstilling, og derigennem kunne vi måske være blevet opmærksomme på hvad vi lagde vægt på, og hvad DI lagde vægt på, tidligere i projektet.

Intentionen ved opstarten af projektet, var at gøre brug af det metodeapparat vi kender fra participatory design. I en participatory designproces, inddrages aktørerne (især slutbrugeren og aftageren af produktet), i afgrænsningen såvel som i idegenreringsfasen. Dette sikrer at der etableres en forståelse af de aktører der er i berøring med en endelig løsning. De nye omstændigheder, har ligeså vel påvirket os og vores designproces, såvel som det har påvirket resten af verden. Centrale værktøjer fra participatory design, såsom at intervenere og prototype med aktører, vanskeliggjordes, og medførte at vi i højere grad måtte arbejde ud fra antagelser og ikke i lige så høj grad afprøvninger.
Hermed kan man sige at vores projekt indtil videre har mere karakter af et brugerorienteret designprojekt, idet vi som kompensation for ikke at samudvikle med slutbrugere, har forsøgt at sætte os i brugernes sted i

idégenereringen. Idet vi ikke fik skabt den ønskede interaktion med slutbrugerne, mangler vi stadig indsigter fra tests, før vi rigtigt kan konkludere hvorvidt løsningen tilfredsstiller vores problemformulering i praksis. Det kan diskuteres om ikke vi burde have gjort en større indsats for at udvikle med brugerne, undervejs i projektet. Selvfølgelig kunne det i en udstrækning lade sig gøre. Der blev prioriteret at bruge tiden med DI, og få rammesat og forhandlet projektet igennem. Dette som følge af, at vores frame blev nulstillet da Folkemødet blev aflyst. Det har i virkeligheden også været svært for os at finde præcist ud af, hvem slutbrugeren var efter Folkemødet blev aflyst.

Vores fokus gennem projektet har været at designe en løsning, der i lige høj grad varetager DI's interesser og borgernes interesser. Et fokus der på den ene side har spændt ben for os, ved at gøre afgrænsningen vanskeligere, i det vores viden om borgernes interesser bygger på analyser og tvinger os til at arbejde ud fra en anden tilgang end den ønskede. Men som på den anden side har gjort forhandlingerne mere interessante, da disse har kredset omkring flere perspektiver end blot vores, som designingeniører, og DI's. Desuden har vi gjort det klart at borgerne ikke er en heterogen aktørverden, og man kan diskutere, om vi i virkeligheden har projekteret vores egne holdninger over på den gruppe vi kalder "borgerne". Det skal dog siges, at dette ikke nødvendigvis er et problem når man ser på slutresultatet, men det kan nok forklare en af grundende til at det har været udfordrende at nå frem til et MoC, som både vi og DI kunne tilslutte os.
Vi har igennem projektet egentlig været ret beviste omkring diskrepansen mellem vores egne, og DI's holdninger, og har måtte manøvrere i hvor vi stillede os overfor det, de meldte ud, men dette har også resulteret i et projekt hvor det er lykkedes at indgå kompromisser og et fælles MoC. Dog har det underlæggende magtforhold, mellem os og DI, stået klart; Vi har været mere investerede i dette projekt, af gode grunde, og anskuer man vores forhold med DI som et kunde-konsulentforhold, har vi været rimelig vellykkede med også at få vores meninger til orde. Det kunne nok have hjulpet os at være mere klare overfor DI, i forhold til hvor vores kompetencer lå; nemlig i design, testing og generering af indsigter. For der blev flere gange, fra DI, bedt om løsninger af meget kampagnemæssig karakter, og dette kan skyldes at det ikke har stået helt klart, hvad det er vi kan bidrage med, fra start.

KONKLUSION

Dette projekt tog udgangspunkt i en case fra DI, hvor vi blev bedt om at udvikle en materialitet til Folkemødet 2020. Ønsket fra Dansk Industris side var:

Develop and test solutions facilitating involvement in Denmark's Mission 70 % CO_2 reduction.

Gennem en kortlægning af arenaen og dennes identificerede aktørverdener, blev der etableret en ramme for projektet, og defineret hvilke forhandlinger vores løsning skulle hjælpe med at facilitere.

Og gennem empirisk arbejde og en kortlægning af denne, i et affinitetsdiagram, blev matters of concern, problemstillinger, og krav til en endelig løsning, formuleret:

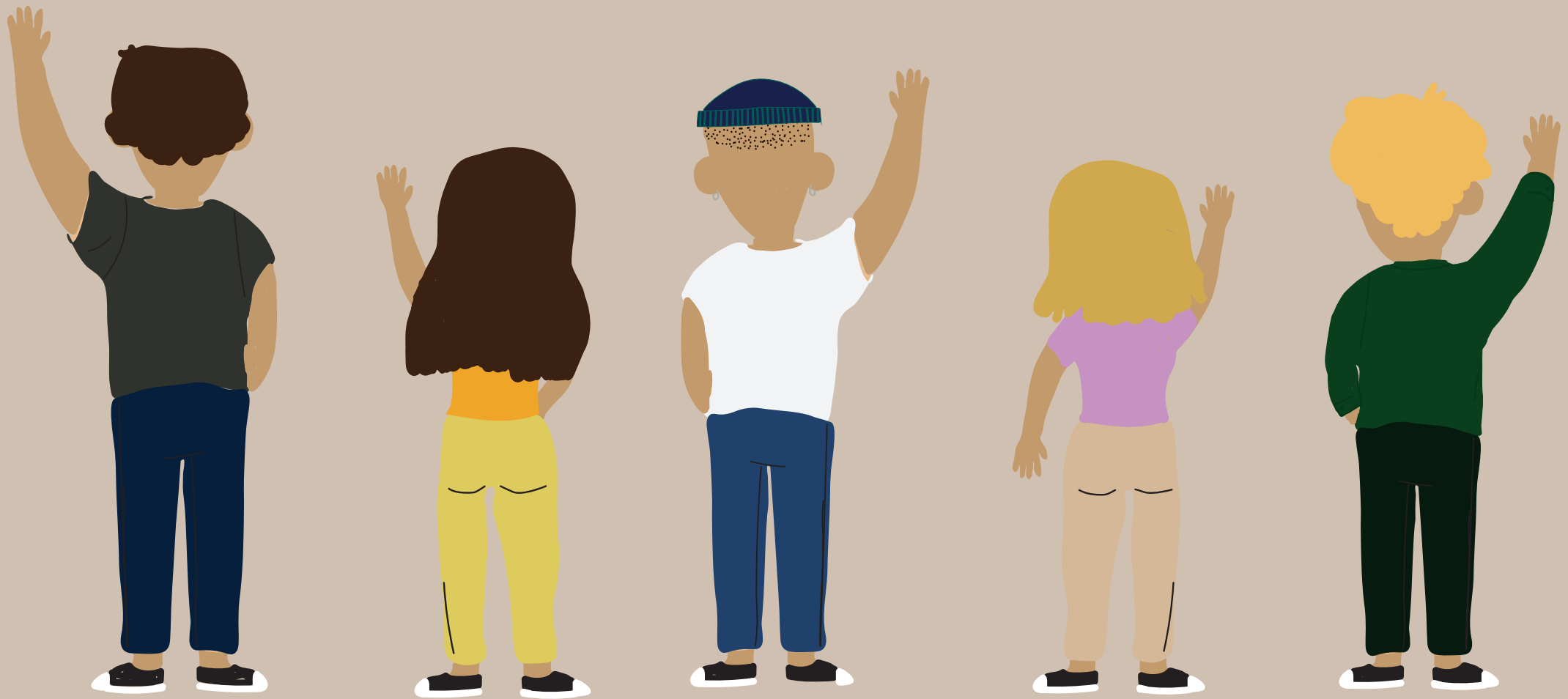
Deltagerne skal have hjælp til at reflektere over deres holdning til hvordan vi skal leve i fremtiden. Dette skal gøres gennem en materialitet, der kan sætte gang i refleksion hos brugerne af løsningen. Materialiteten skal altså være til stede, et sted hvor brugerne kan interagere med den.

DI's 2030-plan skal gøres håndgribelig for borgerne, så deres meninger kan forholde sig til planen. DI's 2030-plan er ikke almen kendt viden, samtidigt relaterer nogle af forslagene, i planen, sig ikke direkte til borgerne. Det er derfor svært for den almene borger at have en holdning til den. Derfor skal løsningen gøre planen håndgribelig for borgerne, så deres meninger skaber værdi for DI.

I løsningen skal der være plads til uenighed, men den må ikke tale direkte mod DI. Der er mange meninger og holdninger til hvordan vi løser klimaproblematikken. DI ønsker at indgå i denne debat på en konstruktiv måde, løsningen skal derfor give mulighed for at brugerne kan komme med konstruktiv feedback, der forholder sig lødigt til emnet DI præsenterer.

Vores bud, på hvordan en løsning omfavner disse parametre, er Klimakoret. Klimakoret giver mulighed for at invitere borgerne til en konstruktiv debat, gennem et legende/overraskende miljø. Den vil give DI mulighed for at præsentere borgere, rundt omkring i Danmark, for deres plan. Samtidig giver Klimakorets udformning DI mulighed for at præsentere deres plan på en håndgribelig måde, gennem brug af talebobler, der fortæller om enkelte tiltag, derved overvældes brugerne ikke af alle 170 tiltag på én gang. Dertil giver denne udformning også muligheden for, at borgerne kan komme med feedback på konkrete tiltag, hvilket giver DI muligheden for at se, hvordan borgerne forholder sig til planen. Da feedbacken er tænkt ind i konceptet på en sådan måde, at de kan svare på enkelte tiltag, lægges der dermed også op til debat, da borgerne har noget konkret at forholde sig til. Denne måde at håndtere feedbacken på giver værdi til DI, da de får et klart billede af de holdninger der knytter sig til de enkelte tiltag.

Vi ser denne løsning, som en hensigtsmæssig måde at inddrage og invitere borgerne til at dele deres meninger omkring DI's 2030 plan, samtidig med at den lykkedes med at formidle DI's 2030 plan på en håndgribelig måde. Løsningen agerer intermediært objekt og er designet med det formål at etablere fælles forståelse og translationer på tværs af aktørverdener indenfor grøn omstilling. Samtidig danner den en platform for meninger og dermed bidrager den til forhandlinger og etablering af et fælles matter of concern, eller i hvert fald bred forståelse for modstridende holdninger. Dette er gjort for at skabe en debat om, hvordan vi i Danmark skal komme i mål med 70 % CO_2-reduktion i 2030.



REFERENCER

Bahn, M., & Gjerding, S. (2020). *Dansk Industris klimaplan vil skabe historisk stor ulighed – særligt de rigeste får mere*. Retrieved from https://www.information.dk/indland/2020/05/dansk-industris-klimaplan-skabe-historisk-stor-ulighed-saerligt-rigeste-faar-mere

Beyer, H., & Holtzblatt, K. (1998). Contextual Design: Defining Customer-Centered Systems. In *Contextual design* (pp. 154–163).

Björgvinsson, E., Ehn, P., & Hillgren, P.-A. (2012). Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges. *Design Issues*, *28*, 101–116. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00165

Callon, M. (1986). The Sociology of an Actor-Network: The Case of the Electric Vehicle. In *Mapping the dynamics of science and technology: Sociology of science in the real world* (pp. 19–34).

Climate Home News. (2020, April 9). European Green Deal must be central to a resilient recovery after Covid-19. Retrieved April 30, 2020, from Climate Home News website: https://www.climatechangenews.com/2020/04/09/european-green-deal-must-central-resilient-recovery-covid-19/

Connors, S., & Pidcock, R. (2018, December). Frequently Asked Questions. *The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)*. Retrieved from https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2018/12/SR15_FAQ_Low_Res.pdf

Cross, N. (2000). Engineering design methods: Strategies for product design Nigel Cross John Wiley. In *Materials Design* (3rd ed., Vol. 16).

Dansk Industri. (2019). *Sammen skaber vi Grøn vækst*. Retrieved from www.climatecalc.eu

Dansk Industri. (2020a). *DI case*.

Dansk Industri. (2020b). Hvad er DI - DI. Retrieved February 16, 2020, from https://www.danskindustri.dk/om-di/hvad-er-di/

Den Store Danske. (2015). Dansk Industri. Retrieved June 1, 2020, from https://denstoredanske.lex.dk/Dansk_Industri

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification." *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 9–15. https://doi.org/10.1145/2181037.2181040

Emissions Gap Report. (2019). Retrieved from http://www.un.org/Depts/Cartographic/english/htmain.htm

Evans, S. (2020, April 9). Analysis: Coronavirus set to cause largest ever annual fall in CO_2 emissions | Carbon Brief. Retrieved April 30, 2020, from CarbonBrief website: https://www.carbonbrief.org/analysis-coronavirus-set-to-cause-largest-ever-annual-fall-in-CO_2-emissions

Ewel, J. (2013, January 22). Winning at Planning Poker. Retrieved May 29, 2020, from https://www.agilemarketing.net/winning-planning-poker/?fbclid=IwAR0YL9I1rJIGJvYEJMrZ89qFy8smBYq3lgVTPYe9wi7jjxu3YH9qddBRbsg#more-1358

Figueres, C. (2020, March 24). How Coronavirus Can Teach Us to Better Tackle Climate Change | TIME. Retrieved May 21, 2020, from TIME website: https://time.com/5808809/coronavirus-climate-action/

Folkemødet. (n.d.). Om Folkemødet | Folkemødet. Retrieved March 11, 2020, from https://folkemoedet.dk/om-folkemoedet/om-folkemoedet/

Frederiksen, M., Østergaard, M., Olsen Dyhr, P., & Skipper, P. (2019). Politisk forståelse mellem Socialdemokratiet, Radikale Venstre, SF og Enhedslisten: Retfærdig retning for Danmark. *Udannelses- Og Forskningsministeriet*, 1–18. Retrieved from https://ufm.dk/ministeriet/regeringsgrundlag-vision-og-strategier/regeringen-mette-frederiksens-forstaelsespapir

Frieler, K. (2015, December 11). This is what will happen to the climate in the next 100 years. Retrieved May 23, 2020, from The Conversation website: https://theconversation.com/this-is-what-will-happen-to-the-climate-in-the-next-100-years-52051

Hansen, C. T., & Andreasen, M. M. (2002). *Content an Nature of a design concept*.

Hartmann, N. H., Madsen, F. S., de Neergaard, W. H. F., Grue, L. T., & Madsen, M. L. (2020). *Strategisk konceptudvikling*.

Have, N. H., Madsen, F. S., de Neergaard, W. H. F., Grue, L. T., & Madsen, M.

L. (2020). *Strategisk konceptudvikling*.

Have, N. H., Madsen, F. S., Grue, L. T., de Neergaard, W. H. F., & Madsen, M. L. (2020). *Kreativ Projektledelse*.

Holstein, E. (2019, May 13). Ny måling: Den grønne dagsorden tager en suveræn førsteplads - Altinget - Alt om politik: altinget.dk. Retrieved April 28, 2020, from Altinget website: https://www.altinget.dk/artikel/ny-maaling-den-groenne-dagsorden-tager-en-suveraen-foersteplads

Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth?*

Jex, C. (2017, October 16). Danske husstande har EU's femtestørste CO_2-aftryk. Retrieved June 2, 2020, from Videnskab.dk website: https://videnskab.dk/naturvidenskab/danske-husstande-har-eus-femtestoerste-CO_2-aftryk

Jørgensen, U., & Sørensen, O. H. (1999). Arenas of development - A space populated by actor-worlds, artefacts, and surprises. *Technology Analysis and Strategic Management*, *11*(3), 409–429. https://doi.org/10.1080/095373299107438

Juhl, J. (2018). Slides: Designsyntese 2.

KEFM. (n.d.). Parisaftalen 2015. Retrieved June 1, 2020, from https://kefm.dk/klima-og-vejr/klimaforhandlinger/parisaftalen-2015/

Klemp, A., Rabøl, L., & Hansen, S. K. (2019, September 21). Danskerne genbruger og sorterer som aldrig før, men i virkeligheden burde vi gøre noget helt andet - TV 2. Retrieved March 10, 2020, from TV2 Nyheder website: https://nyheder.tv2.dk/2019-09-21-danskerne-genbruger-og-sorterer-som-aldrig-foer-men-i-virkeligheden-burde-vi-goere-noget

Klimarådet. (n.d.). Klimarådet. Retrieved from https://klimaraadet.dk/

Knudsen, J. K. (2020, March 16). Fly holder stille, og kinesiske fabrikker ligger øde hen: Men er coronavirus egentlig godt for klimaet? | Klima | DR. Retrieved April 30, 2020, from DR Nyheder website: https://www.dr.dk/nyheder/viden/klima/fly-holder-stille-og-kinesiske-fabrikker-ligger-oede-hen-men-er-coronavirus

Konsekvenser af klimaforandringerne. (n.d.). Retrieved May 23, 2020, from Europa-Kommissionen website: https://ec.europa.eu/clima/change/consequences_da

Krausing, J., & Ibsen, C. (2020, April). En grøn genstart. *CONCITO*.

Latour, B. (2013). Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory (translated by Irina Polonskaya). In *Journal of Economic Sociology* (Vol. 14). https://doi.org/10.17323/1726-3247-2013-2-73-87

Lindegaard, H. (2017). Etnografiske interviews - til brug i en socio-materiel analyse ETNOGRAFISK INTERVIEW. *1. Semester - Kursusgang 5. - Feltstudier Og Socia-Materiel Analyse*.

Lombrana, L. M., & Warren, H. (2020, May 8). A pandemic that cleared skies and halted cities isn't slowing global warming. Retrieved May 21, 2020, from Bloomberg website: https://www.bloomberg.com/graphics/2020-how-coronavirus-impacts-climate-change/

Mazur-stommen, S., & Farley, K. (2016). *Games for Grownups : The Role of Gamification in Climate Change and Sustainability*.

Microsoft. (2013). Human Interface Guidelines. *Kinect for Windows*, *v1.8*, 1–142. Retrieved from http://www.microsoft.com/en-us/kinectforwindows/develop/learn.aspx

Minter, M. (2018). *Klimabarometeret 2018*.

Myllyvirta, L. (2020, February 19). Analysis: Coronavirus temporarily reduced China's CO_2 emissions by a quarter. Retrieved April 30, 2020, from Carbon Brief website: https://www.carbonbrief.org/analysis-coronavirus-has-temporarily-reduced-chinas-CO_2-emissions-by-a-quarter

Okwera, T., Møller, C. B., Thomsen, C., Storm, K., Cloos, C., Ørting, M., & Koefoed, J. (2019). The Coffee Tree - A gamified marketing solution for Peter Larsen Kaffe at festivals. In *DTU - Circle Solutions*. Retrieved from https://drive.google.com/file/d/19wd1eRcFDBa1mySLuJzge5clPM71WHDX/view

Operate, & Foreningen Folkemødet. (2018). *Folkemødeanalysen 2018*.

Paris Agreement. (2015).

Pedersen, S. (2020a). *Koncepter - Lektion 7 - 24/3 eftermiddag*.

Pedersen, S. (2020b). Staging negotiation spaces: A co-design framework. *Design Studies*, (xxxx), 1–24. https://doi.org/10.1016/j.destud.2020.02.002

Pedersen, S., & Clausen, C. (2017). *Staging Collaborative Innovation*

Processes (E. Huizingh, O. Kokshagina, I. Bitran, S. Conn, M. Torkkeli, & M. Tynnhammar, Eds.). ISPIM Conference .

Peters, G. (2020, March 16). How changes brought on by coronavirus could help tackle climate change. Retrieved April 30, 2020, from The Conversation website: https://theconversation.com/how-changes-brought-on-by-coronavirus-could-help-tackle-climate-change-133509

Pineda, A. F. V., & Jørgensen, A. G. (2019, February 14). The difference between Stakeholder Analysis (SHA) and Actor-Network Mapping (ANT) – sustainabletransitions. Retrieved May 29, 2020, from https://planningforsustainabletransitions.design.blog/2019/02/15/the-difference-between-stakeholder-analysis-sha-and-actor-network-mapping-ant/

Psycology Wiki. (2020). Context-dependent memory. Retrieved June 2, 2020, from Wikia.org website: https://psychology.wikia.org/wiki/Context-dependent_memory?fbclid=IwAR0jddqy-hFzpw4vtzT-xV__XZUv807NPQYCbaPddGHSATilN86VRzCW-1I

Ritzau. (2020a, March 19). Regeringen: Corona kommer før klima, udligning og pension - Politik. Retrieved April 30, 2020, from Jyllands-Posten website: https://jyllands-posten.dk/politik/ECE12022678/regeringen-corona-kommer-foer-klima-udligning-og-pension/

Ritzau. (2020b, April 29). Wammen: Corona-genopretning er enestående grøn mulighed - Politik. Retrieved April 30, 2020, from Jyllands-Posten website: https://jyllands-posten.dk/politik/ECE12107252/wammen-coronagenopretning-er-enestaaende-groen-mulighed/

Røpke, I., Urhammer, E., Georg, S., & Jensen, J. S. (2017). *Økologisk Økonomi*.

Rysgaard, K. K., Kirk, T., Friis, V. S., & Thøgersen, S. H. (2020, April 30). Få svaret: Så meget batter corona og tomme lufthavne for klimaet | Indland | DR. Retrieved April 30, 2020, from DR Nyheder website: https://www.dr.dk/nyheder/indland/faa-svaret-saa-meget-batter-corona-og-tomme-lufthavne-klimaet

Sailer, M., Hense, J. U., Mayr, S. K., & Mandl, H. (2017). How gamification motivates: An experimental study of the effects of specific game design elements on psychological need satisfaction. *Computers in Human Behavior*, *69*, 371–380. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.033

Shaftel, H. (2020, May 19). The Causes of Climate Change. Retrieved May 23, 2020, from NASA website: https://climate.nasa.gov/causes/

Simonsen, J., & Robertson, T. (2013). *Routledge International Handbook of Participatory Design*. https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203108543

Slots- og Kulturstyrelsen. (2019). *Mediernes Udvikling i Danmark 2019 - Internetbrug og enheder*.

Solnit, R. (2020, April 7). "The impossible has already happened": what coronavirus can teach us about hope | World news | The Guardian. Retrieved May 21, 2020, from The Guardian website: https://www.theguardian.com/world/2020/apr/07/what-coronavirus-can-teach-us-about-hope-rebecca-solnit

Special Eurobarometer 490 - Fieldwork April 2019 - "Climate Change" Report. (2019). https://doi.org/10.2834/00469

Storni, C., Binder, T., Linde, P., & Stuedahl, D. (2015). Designing things together: intersections of co-design and actor–network theory. *CoDesign*, *11*, 149–151. https://doi.org/10.1080/15710882.2015.1081442

Vaajakallio, K., & Mattelmäki, T. (2014). Design games in codesign: As a tool, a mindset and a structure. *CoDesign*, *10*(1), 63–77. https://doi.org/10.1080/15710882.2014.881886

Vestergren, J., & Nielsen, M. (2020, April 2). Radikale kræver "grøn genstart" af økonomien for at nå klimamål - TV 2. Retrieved April 30, 2020, from TV2 Nyheder website: https://nyheder.tv2.dk/politik/2020-04-02-radikale-kraever-groen-genstart-af-oekonomien-for-at-naa-klimamaal

BILAGSLISTE

1 Klimaforandringer og danskerne
2 Aktørnetværk
3 Arena m. Folkemødet
4 Arena u. Folkemødet
5 Clara indsigter
6.1 Spørgeskema
6.2 Spørgeskema
6.3 Spørgeskema
6.4 Spørgeskema
6.5 Spørgeskema
6.6 Spørgeskema
6.7 Spørgeskema
6.8 Spørgeskema
6.9 Spørgeskema
7 Klausen + Partners
8 Affinitetsdiagram
9 Problemstillinger 1
10 Problemformulering 1
11 Udvikling af kravspecifikation 1
12 Problemformulering 2
13 Problemstillinger 3
14 Kravspecifikation
15 Idegenerering
16 Vægtning