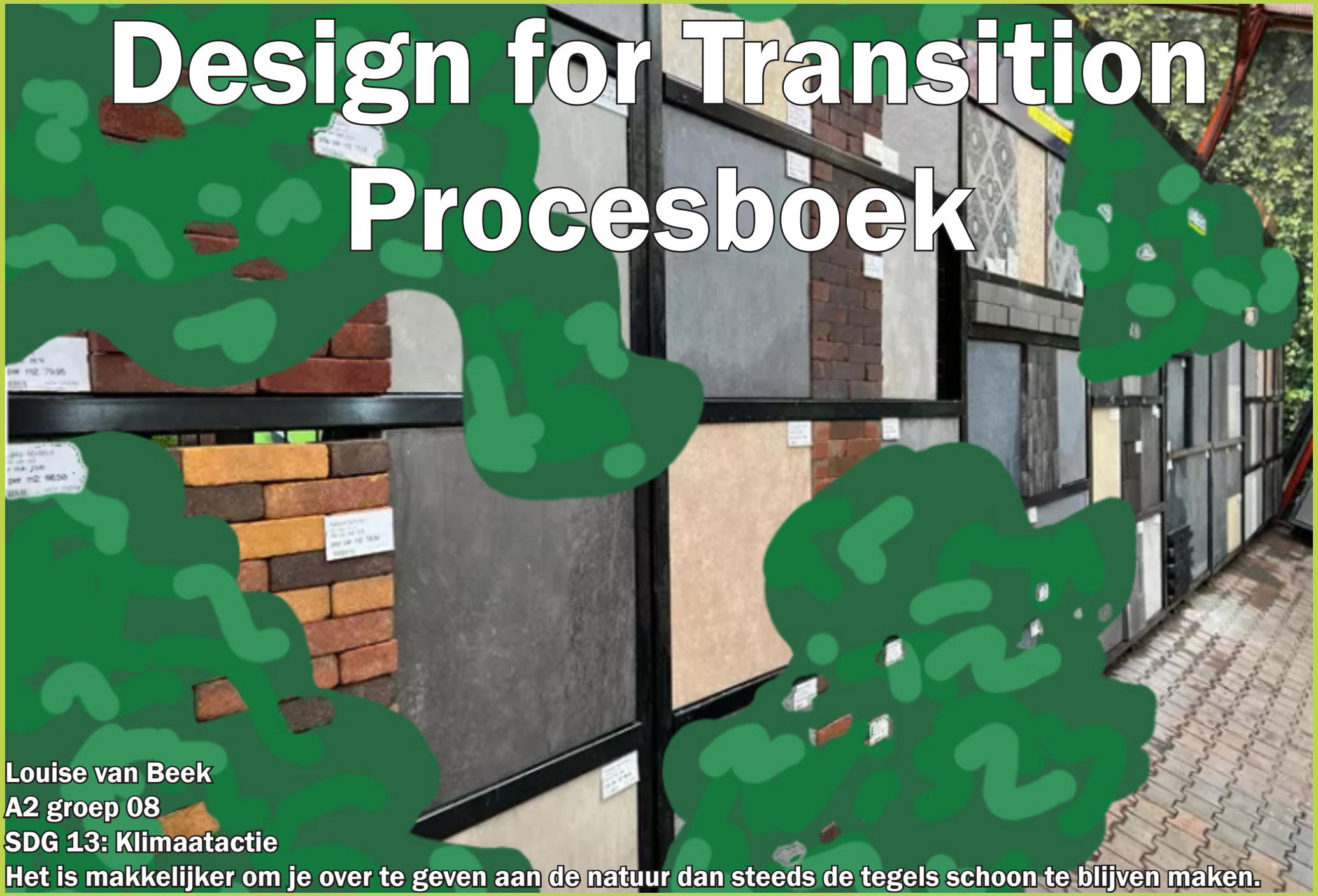
Design for Transition Procesboek



Louise van Beek
A2 groep 08
SDG 13: Klimaatactie
Het is makkelijker om je over te geven aan de natuur dan steeds de tegels schoon te blijven maken.

Analyse SDG

De door mij gekozen SDG is nummer 13: Klimaatactie.
Deze focust op het aanpakken van zowel de klimaatverandering als de gevolgen daarvan.

Gevolgen van klimaatverandering:
Het weer wordt steeds extremer weer. Waardoor er steeds meer klimaatrampen gebeuren, zoals overstromingen en droogte.

Hierdoor vallen er veel doden en wordt veel schade aangericht aan huizen en infrastructuur.

Nu doen mensen vrij weinig om dit tegen te gaan. Dit komt omdat mensen hun gemakt niet willen opgeven. Zelfs al voelen ze de directe gevolgen vallen ze later terug in het bekende patroon.

Hieruit heb ik de conversation starter "*Milieu gaat boven gemak*" gemaakt.

Deze stelling heb ik aan een aantal mensen voorgelegd. Een aantal interresante inzichten die daaruit naar voren zijn gekomen zijn;
'Mensen denken dat ze milieu onbewust gedrag kunnen compenseren op andere manieren.'
'Mensen denken dat er altijd in de toekomst een oplossing is.'

Statement:
"Als we niks doen dan wordt het milieu extremer, waardoor er meer natuurrampen zullen gaan gebeuren."

Conversation Starter:
"Milieu gaat boven gemak"



SDG 13: Climate Action - KIT. (2024, 11 januari). KIT. https://www.kit.nl/institute/sdg13/

Analyse SDG

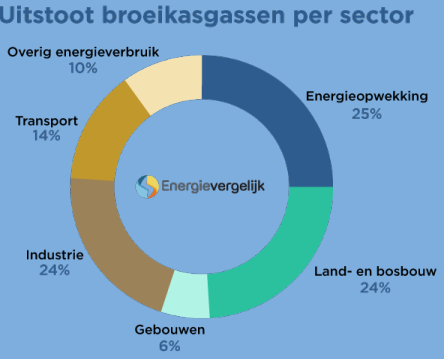
Door de voorgaande inzichten besef ik me dat mensen alleen actie zullen ondernemen als er directe gevolgen zijn op hun acties.

Met deze conclusie was het logisch om te focussen op een andere hoek van de SDG; namelijk het afremmen van de gevolgen. Door te focussen op gevolgen zullen mensen sneller geneigd zijn om een aanzet te maken tot gedragsverandering
Uit desk research over dit onderwerp bleek het volgende:

Het afremmen van klimaatverandering is lastiger dan het verminderen van de gevolgen. Dit komt omdat het grootste deel van de uitstoot die voor klimaatverandering zorgt veroorzaakt wordt door grote bedrijven en industrieën. Deze zijn lastiger te bereiken via een interventie.

Dit versterkte mijn reden om te kiezen voor het afremmen van gevolgen in plaats van de oorzaak aan te pakken.

Statement iteratie:
“Als we niks doen om de gevolgen van klimaatverandering af te remmen, zal er veel schade aangericht worden.”



SDG 13: Climate Action - KIT. (2024, 11 januari). KIT. https://www.kit.nl/institute/sdg13/

Aanscherpen statement

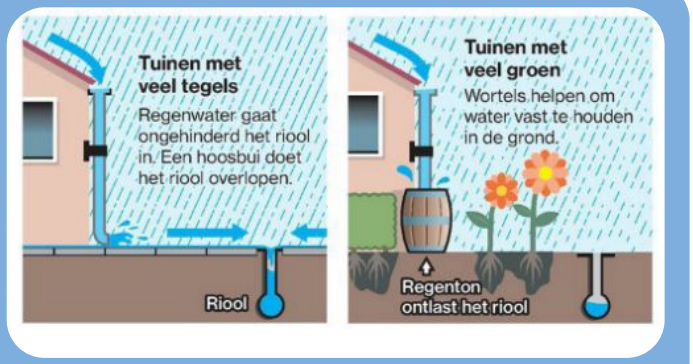
Omdat mensen de impact direct moeten kunnen voelen om in actie te komen heb ik besloten om te kijken naar gevolgen die in Nederland te voelen zijn, specifiek wateroverlast.

Hiervoor heb ik een tweede conversation starter ontworpen. Deze toont een persoon relaxend op het strand terwijl alles langzaam overstroomt door regen.
Helaas zijn hier weinig bruikbare inzichten uitgekomen omdat de vorm te afleidend was. Mensen snapte pas waar het over ging nadat ik het gesprek aanging. Nadat ze het snapte gaven ze hetzelfde antwoord als bij de eerdere conversation starter, namelijk: “Tegen die tijd hebben we er vast wel weer een oplossing voor.”

Door verdere desk research ben ik er achter gekomen dat wateroverlast vooral tegen te gaan is door tegels uit de tuin te verwijderen. Tegels zorgen er namelijk voor dat al het water in één keer het riool in moet, waardoor deze overbelast raakt.

Tegels verwijderen is vergeleken met je complete gedrag rondom milieu aanpassen een makkelijke gedragsverandering. Het is namelijk niet nodig dat mensen ergens mee stoppen, maar juist beginnen.





Redactie. (2017, 19 juli). Tegeltaks oplossing voor Rijswijkse verstening - Rijswijk.TV. Rijswijk.TV. https://rijswijk.tv/tegeltaks-oplossing-rijswijkse-verstening/

Statement iteratie:
“We moeten tegels uit de tuin halen om wateroverlast in de toekomst te voorkomen.

Doelgroep in kaart brengen

WIE ZIJN VEROORZAKERS /DADERS VAN HET PROBLEEM? (waarom doen ze dat?)

Mensen met (betegelde) tuin
- Luiheid (present bias)

Geen angst voor gevolgen (normalcy bias)

WIE ZIJN ER VERANTWOORDELIJK DAT HET PROBLEEM KAN ONTSTAAN? (hoe zijn ze betrokken?)

De hele mensheid (klimaatverandering)
Specifieker met de wateroverlast: mensen met betegelde tuin die de tegels niet willen vervangen voor groen

WIE HEBBEN ER VOORDEEL BIJ DAT HET PROBLEEM BLIJFT BESTAAN?

Mensen met betegelde tuin/luie mensen
Tegel verkopers

WIE ZIJN ER DIRECT SLACHTOFFER VAN HET PROBLEEM? (waarom zijn ze dat?)

Mensen met tegels in de tuin als het te hard regent
Is hun eigen schuld voor niet tegels weghalen, maar deels ook door klimaatverandering
Ze krijgen nu wateroverlast

WIE ZIJN ER INDIRECT SLACHTOFFER VAN HET PROBLEEM? (waarom zijn ze dat?)

Loodgieters ed, want die moeten al de waterschade oplossen

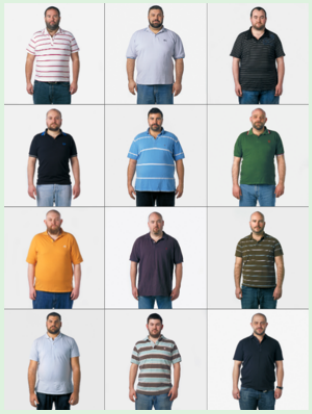
WIE ZIEN HET PROBLEEM WEL MAAR HANDELEN NIET? (waarom?)

Meeste mensen met tegels in tuin, omdat het te veel moeite en geld kost om te vervangen en er nog geen direct gevaar is

WHY 06

DOELGROEP BEGRIJPEN

https://exactitudes.com WELKE FOTO REEKS BESCHRIJFT JE DOELGROEP HET BESTE? VERVANG DE FOTO HIER



WELKE DOELGROEP OF SUBDOELGROEP KIES JE?
BESCHRIJF DE PERSOON ZO GOED MOGELIJK QUA KARAKTER, ANGSTEN WENSEN EN DROMEN

- Houd van simpele dingen
- Wilt niet te veel moeite doen
- Is graag met vrienden

BESCHRIJF ZO VEEL MOGELIJK WAARDES VAN JE GEKOZEN DOELGROEP
BESCHRIJF JE DOELGROEP IN KERNWOORDEN

- Geluk
- Cool zijn voor vrienden

Belangrijkste punten doelgroep:
- Heeft geen angst voor de gevolgen omdat ze ervan overtuigd zijn dat die later opgelost kunnen worden (normalcy bias)

- Ze verkiezen tijdelijke comfort boven potentiële voordelen in de toekomst (present bias)

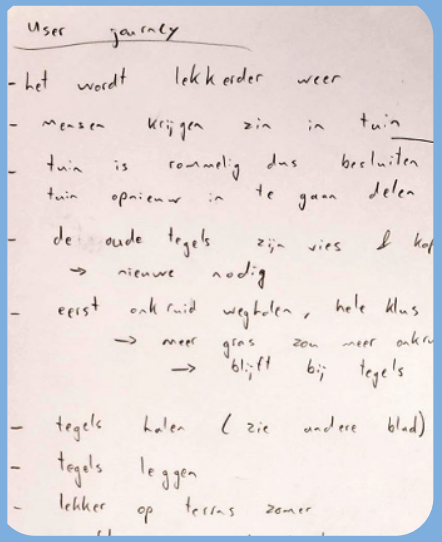
- Ze houden van makkelijke oplossingen en weinig werk.

Aanscherpen statement op basis van doelgroep

De doelgroep houd van weinig werk, dus de stelling moet zo gereframed worden dat men door tegels uit de tuin te halen minder werk heeft. Hiermee creeëren we tegelijk een gevolg dat zowel positief is als direct effect heeft.

Door de stelling op deze manier te reframen zal de doelgroep sneller geïntereseerd zijn. De aangeboden gedragsverandering speelt in op hun wensen.

Reframe stelling:
Tegels uit de tuin verwijderen zorgt voor minder onderhoud

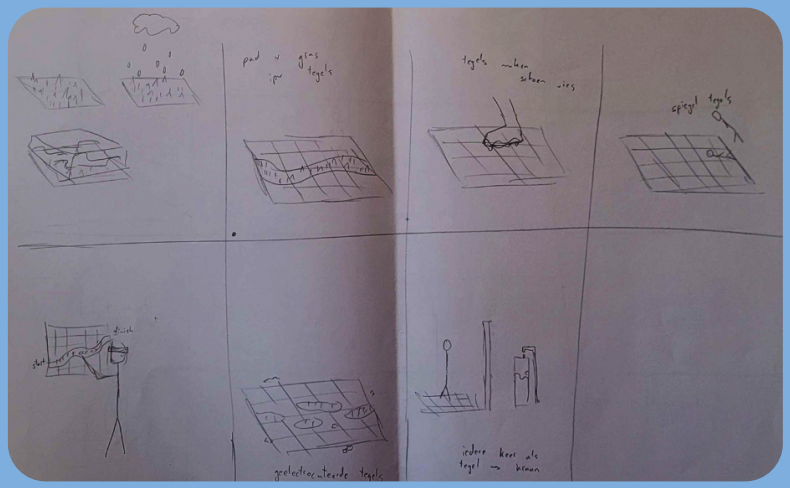


Beste plaatsen voor interventie gebaseerd op de user journey:
- In de stad (op de markt); mensen zijn samen met vrienden in een relaxte bui en hebben dus tijd voor de interventie. Ook laten ze graag aan vrienden zien hoe goed ze bezig zijn.

- Bij het tuincentrum; mensen zullen al aan het nadenken zijn over het onderwerp, en het is dus makkelijker om tot ze door te dringen.

- Bij mensen thuis (in de tuin); direct op de plaats van probleem en kan dus een sterkere indruk achterlaten.

Eerste ideeën



Ontwerp schetsen Media Design

De kern van deze ideeën is dat tegels slecht zijn maar mensen zien het niet. Het probleem is dus onzichtbaar.

Twee beste ideeën uit deze schetsen:
- een veld van tegels met een pad van gras
-> is visueel sterk, zorgt voor verwarring

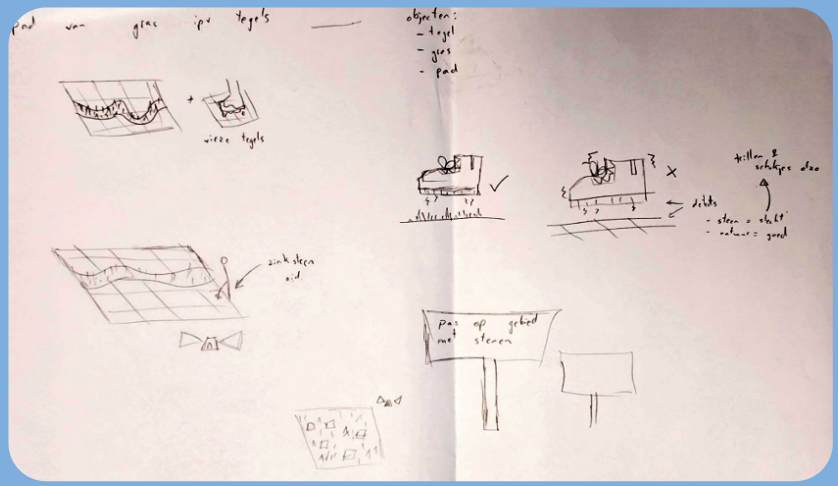
- tegels die je schoen vies maken
-> laten mensen pas nadenken over de tegels zodra ze er op staan

Die twee ideeën heb ik samengevoegd. Zodra de gebruiker op de tegels staat in plaats van op het gras wordt zijn schoen vies.

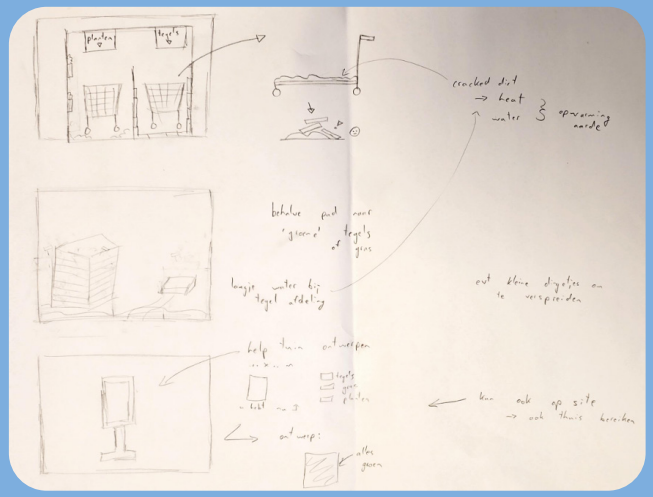
Dit kan extremer versterkt worden door een alarm af te laten gaan en de gebruiker een schok te geven zodra hij op de tegels staat.

Dit idee is vooral sterk omdat het het onzichtbare probleem tastbaarder maakt.

Verdere iteraties Media Design



Iteraties



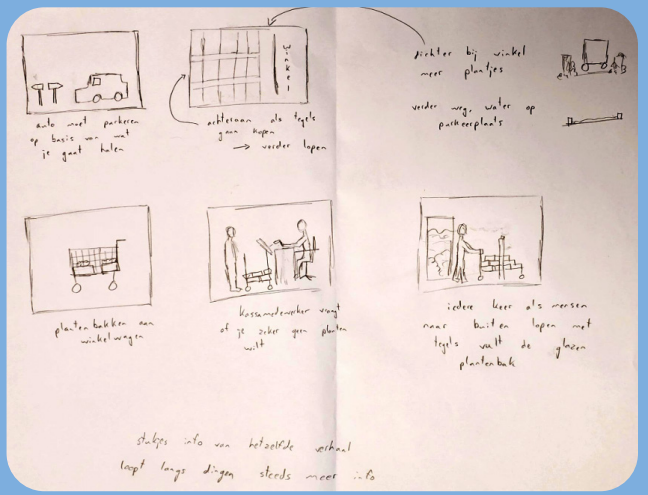
Losse touchpoints

Om de doelgroep minder af te schrikken heb ik een aantal ideeën geprobeerd die ervoor zorgen dat een groene tuin de makkelijkere optie wordt. In plaats van tegels afschrikwekkend te maken.

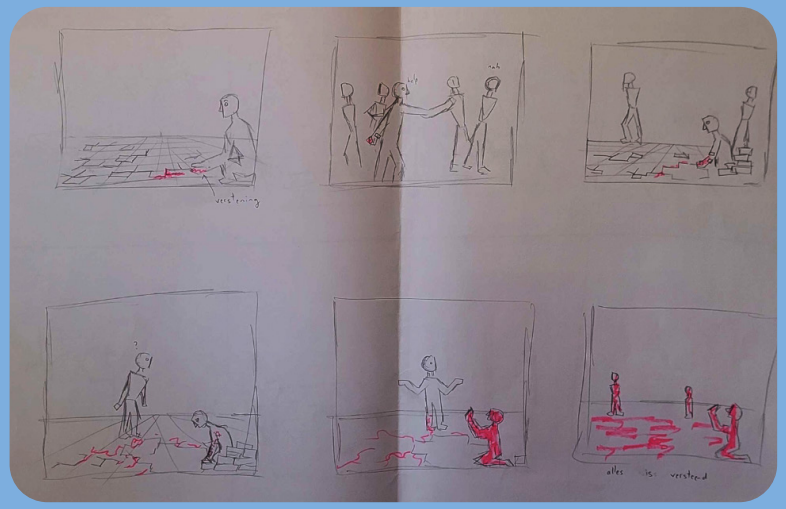
Deze ideeën maken het aanschaffen van tegels onaangenaam, maar niet afschrikwekkend veel. Door bijvoorbeeld de winkelwagen assymetrisch te maken of de grond rondom tegels nat.

In de volgende iteratie heb ik meer touchpoints toegevoegd om zo de hele winkelervaring een klein beetje aan te passen.
Tegels zijn naar achter in de winkel verplaatst, dit zorgt alleen voor licht ongemak in plaats van een verschikkelijke winkelervaring. Hierdoor voorkom ik dat mensenen boos worden en geen aandacht meer hebben voor het daadwerkelijke probleem.
verpreid in de winkel zijn planten geplaatst om mensen op te warmen naar het idee van een groene tuin.

Idee interventie



Story



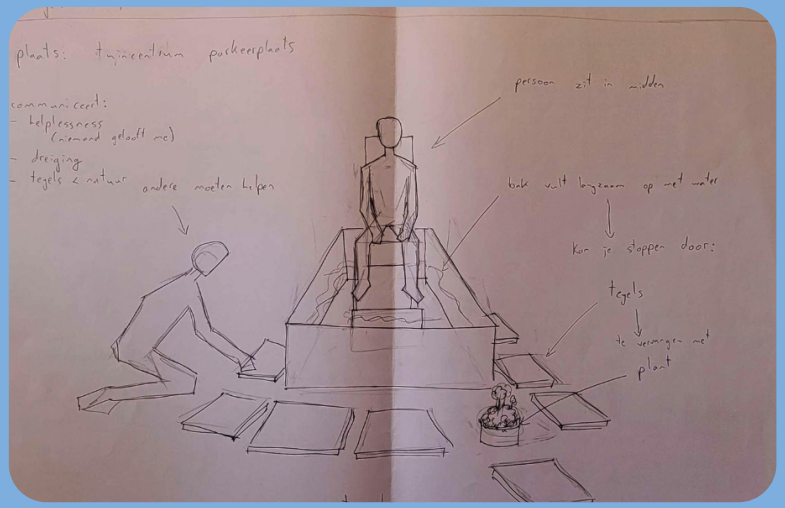
Storyboard

Tijdens de story lessen heb ik de probleemstelling weer van een andere kant gekeken. Door te kijken naar motivaties en het uitvergroten van problemen is er een verhaal gecreëerd waarbij de hoofdpersoon genegeerd wordt. Terwijl hij als enige doorheeft dat er een ramp aan de gang is.

De kern van dit verhaal is het gevoel van hulpeloosheid. Met deze interventie kan men dat gevoel ervaren.
Door een bak met water langzaam op te vullen waar de gebruiker in zit zonder er iets aan te kunnen doen. Alleen buitenstaanders kunnen door tegels weg te halen het water stoppen.

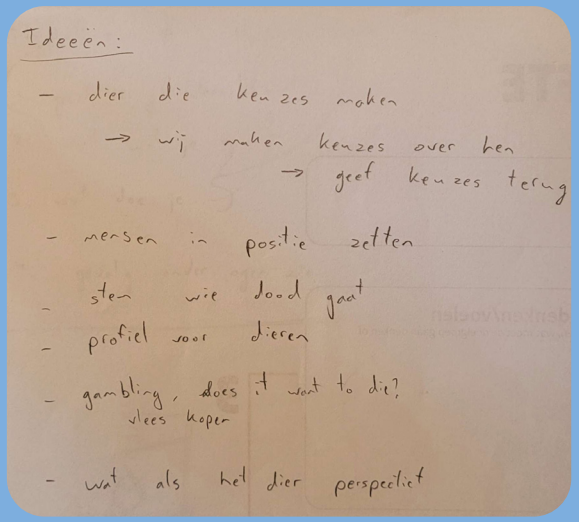
Mijn uiteindelijke interventie gebruikt dit gevoel van hulpeloosheid als een middel om mensen de strijd tegen steen te laten opgeven. Groen wordt op deze manier geframed als de makkelijke optie.

Interventie naar aanleiding van story

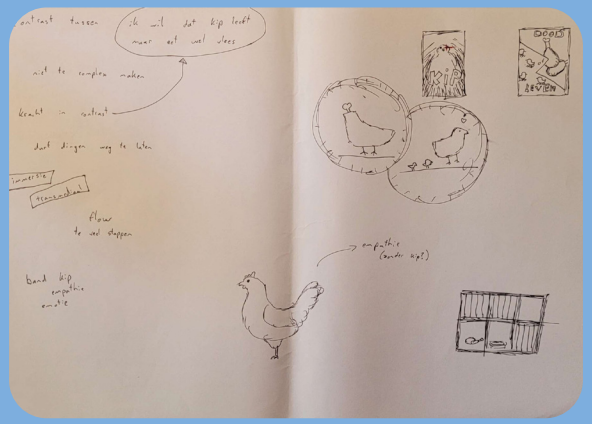


Groepsproject ideeën

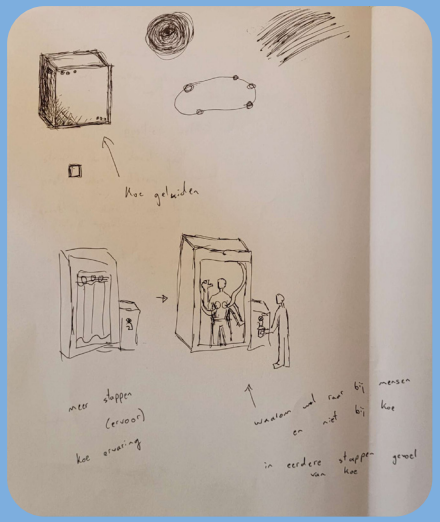
Tijdens het groepsproces hebben we een heel aantal verschillende ideeën geprobeerd. De kern van deze ideeën is het feit dat mensen te weinig gevoel hebben bij het eten van vlees. We proberen de machtspositie van de mens te bevragen.



Door mensen te laten kiezen of de kip moest blijven leven of niet bekritiseren we de macht van mensen over dieren. Een ander onderdeel van het idee is het feit dat mensen hypocriet zijn omdat ze de kip in leven willen houden, maar wel vlees eten.



Deze hypocrisie wilden we graag sterker naar voren laten komen. In dit andere idee doen we dat door een mens in de schoenen van een koe te plaatsen. Hiermee starten we een discussie over waarom dit wel bij dieren kan en niet bij mensen. Bij dit idee misten we echter de empathie voor het dier.



Om de empathie wel nog naar voren te laten komen (zonder een echt dier te gebruiken) hebben we er uiteindelijk voor gekozen om een game te maken. Hierin krijgt de gebruiker een kans om een band op te bouwen met het dier, waardoor de impact van het sterven van het dier sterker is.

Groepsproject media



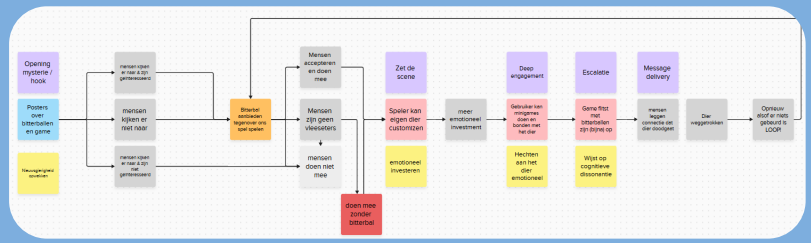
Verschillende versies poster voor de interventie van het groepsgedeelte. Later is ‘test’ veranderd naar ‘speel’ om ervoor te zorgen dat mensen minder letten op hoe het spel loopt en meer op de ervaring.

Omdat we mensen proberen te lokken met bitterballen hebben we ervoor gekozen om de tekst ‘Gratis Bitterballen’ groot in beeld te brengen.

De koe en de bitterballen staan niet direct naast elkaar om ervoor te zorgen dat er nog niet direct de link gelegd wordt tussen de koe en de bitterbal.

Om de media flow overzichtelijk te maken zijn we begonnen met het maken van een overzicht van welke mogelijke acties er allemaal kunnen gebeuren. Deze hebben we vervolgens in een logische volgorde gezet.
Later is deze media flow overzichtelijker gemaakt.

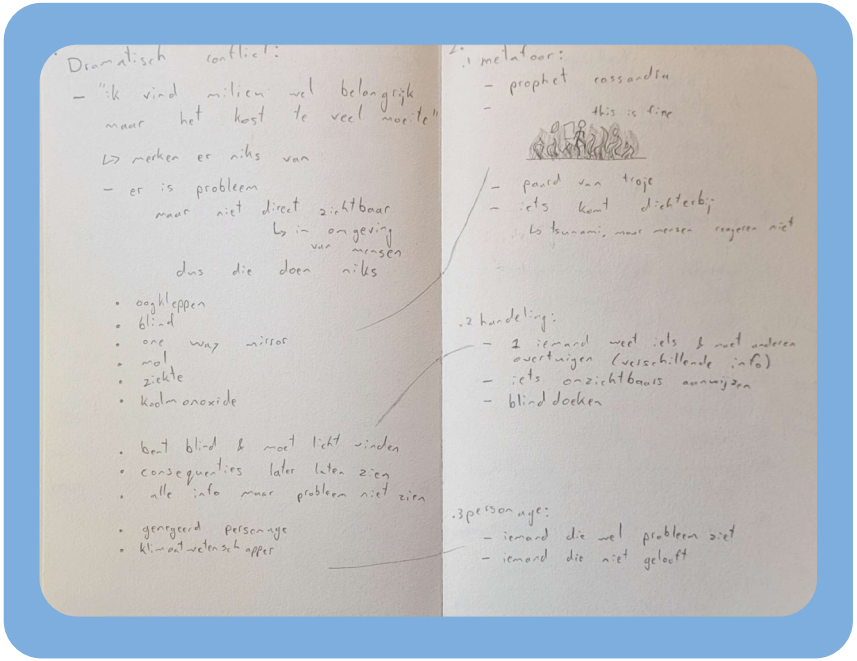




Story

Maken

Om op meer ideeën te komen heb ik bij de story les het verhaal geprobeerd te dramatiseren met behulp van metaforen, handelingen en karakters.



De opzet van het verhaal:
Het hoofdpersonage loopt langs op de stoep. Hij ziet dat er iets raars gebeurt met de tegels, ze verspreiden zich langzaam naar andere plekken. Het hoofdkarakter probeert het tegen te houden, maar er zijn te veel tegels en hij is maar alleen. Hij probeert andere mensen te waarschuwen, maar die luisteren niet naar hem of geloven hem niet. Het hoofdkarakter merkt dat hij zelf ook langzaam in steen veranderd en probeert wanhopig om het tegen te houden. Helaas versteent het hoofdkarakter uiteindelijk en kunnen de stenen zich verder verspreiden. Uiteindelijk zal iedereen versteend zijn.

Een fragment uit dit verhaal heb ik omgezet tot audio.
Audio fragment:
https://mymedia.avans.nl/media/Audio+opdracht+/0_06pjphta

Media design

Maken



Interactieve Media



XXS interventie

De XXS interventie is een minder ingrijpende versie van de XXS interventie. In plaats van mensen arresteren wordt hier alleen de suggestie gegeven dat men niet op de tegels mag staan.

Een schep op het handvat van een hamer als metaforisch beeld voor het weghalen van tegels & planten van groen.

Objectmutatie



Deze AR app plaatst groen over tegels. Dit zou ingezet kunnen worden als tuinplannings hulp, om zo mensen een gedragsverandering aan te bieden. Ook kan het ingezet worden als waarschuwing dat de natuur deze tegels zal overnemen.

Een straat waar een strook groen doorloopt om mensen bewuster te maken van hoe belangrijk de natuur is. De gebruikers die over de tegels lopen zullen ‘gearresteerd’ worden. Hierdoor wordt de tegel de antagonist

XXL interventie



Eigen interventie

Pecha Kucha dia's & script:
https://mymedia.avans.nl/media/DfT_PechaKucha_Louise/0_i1xnev6c

De uiteindelijke interventie bestaat uit een aantal touchpoints in en rondom het tuincentrum. Samen zorgen deze ervoor dat de doelgroep ervan overtuigd raakt dat de natuur uiteindelijk hun betegelde tuin zal overnemen. Waardoor ze ervoor zullen kiezen om de tegels vroegtijdig weg te halen om de lange strijd te voorkomen.

De interventie voegt de beste onderdelen van de experimenten samen:
- De taak die de gebruiker krijgt voelt onmogelijk
- Tegels zijn nog te verkrijgen, maar worden gepresenteerd als een moeilijkere optie
- Er zijn meerdere touchpoints verspreid door de winkel

De gebruiker krijgt de opdracht om al het groen in dit vak binnen 2 minuten weg te halen, een onmogelijke opdracht.



Later zullen ze zien dat de rest van het tuincentrum langzaam overgenomen wordt door de natuur.



Groeps interventie

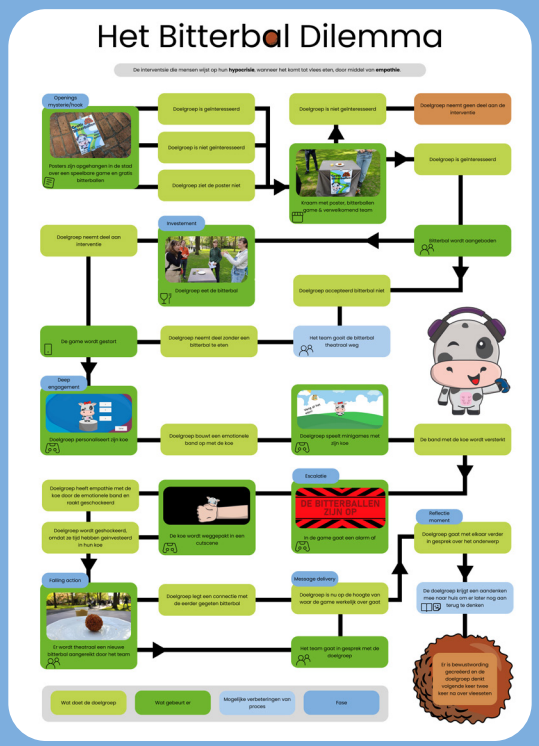
Maken

Gameplay:
https://mymedia.avans.nl/media/DesTran+Game+Walktrough/0_e13ssnej

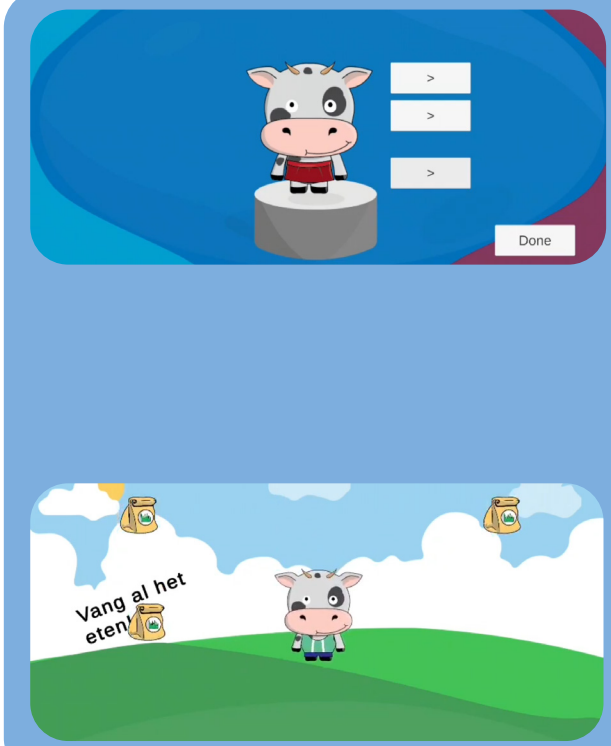
Poster om mensen naar de interventie te lokken. Ik heb samen met stijn verschillende iteraties gemaakt, maar uiteindelijk zelf de poster gemaakt. Door gratis bitterballen aan te bieden lokken we vleeseters naar de interventie.



De inhoud van de media journey is door mij en olivia opgezet. De vormgeving is door mij gedaan.



In de game heb ik het character customise scherm & het slepen van de koe gecodeerd.
De koe wordt uiteindelijk weggehaalt van de gebruiker, omdat de gebruiker een bitterbal op heeft. Hierdoor onstaat een shock factor en het besef dat er daadwerkelijk een dier achter vlees schuilgaat.



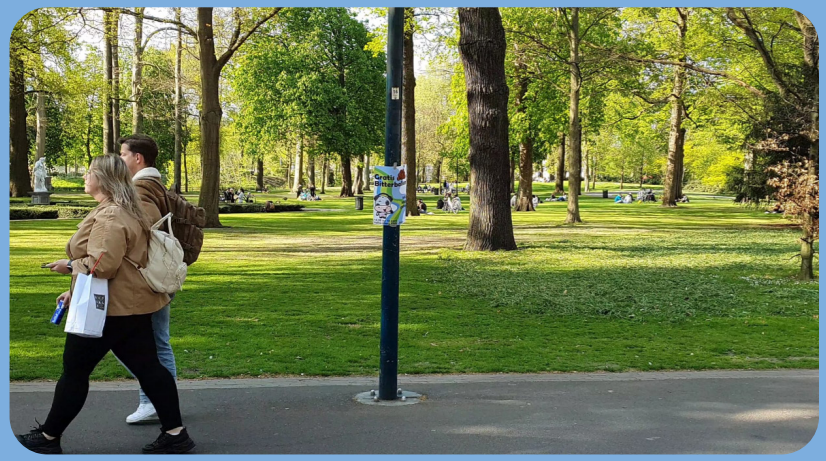
Casemovie

Case movie:
https://mymedia.avans.nl/media/Het+Bitterbal+Dilemma/0_csauwpvp

Stills case movie:









Professioneel handelen

De eerste vier weken van deze module vond ik erg lastig. Dit komt vooral omdat ik vaak te veel aan het nadenken was en geen enkel idee van mezelf goed genoeg vond. Hoewel dit vervelend was leidde dit wel tot veel verschillende invalshoeken voor interventies, ik heb dus erg veel verschillende ideeën gehad. Hierbij nam ik steeds de inzichten uit de vorige schetsen mee. Ik vind dat mijn uiteindelijke interventie bedacht in de eerste vier weken erg goed inspeelden op de wensen van de doelgroep. Dit komt omdat ik goed heb gekeken naar hoe ik mijn statement aantrekkelijk kon maken voor de doelgroep. Ondanks dat het onderwerp niet enorm veel invloed had op klimaatverandering denk ik dat een kleine verandering al een goed begin zou zijn.
Ook in het groepsgedeelte van de module zijn we vaak gewisseld van idee. Niet omdat ik de ideeën van mijn groepsgenoten niet goed vond, maar omdat we allemaal dezelfde instelling hadden, we waren niet snel tevreden. Bij de ideeën die we het besten vonden heb ik user flows gemaakt. Hierdoor werd het idee inzichtelijker en konden we makkelijker de goede en slechte kanten ervan bekijken. Tijdens dit groepsproces ben ik altijd aanwezig geweest. We hadden duidelijke afspraken over wanneer we op school zouden zijn en daar heb ik me altijd aan gehouden. Ook heb ik waar ik kon geholpen met het coderen van de game, ondanks dat ik daar niet erg goed in ben.
Ik ga bij toekomstige projecten proberen om sneller keuzes te maken. Om zo meer te kunnen itereren op bestaande ideeën in plaats van te veel wisselen.

Verschillende user flows (eerdere ideeën groepsopdracht)

