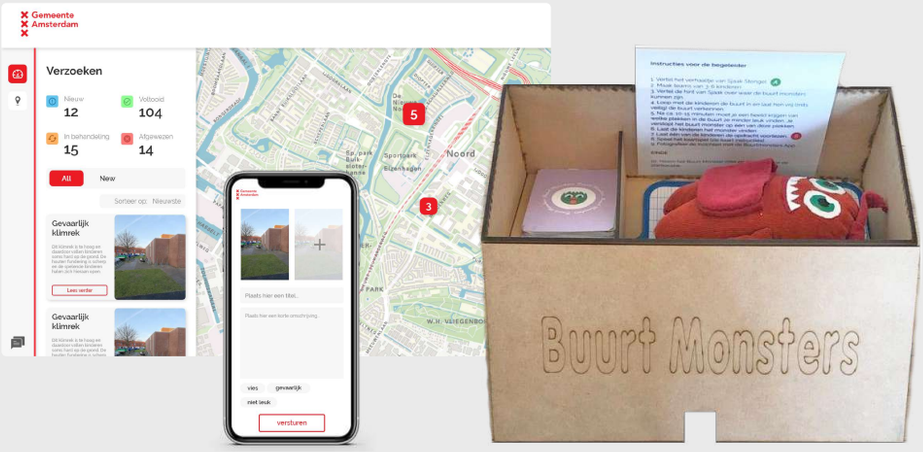
Wellbeing in the interim.

(Buurt Monsters)



Trail of Evidence

Team 2 Wellbeing in the interim | Yunus, Dirk, Channah, Robbin

Hogeschool van Amsterdam

Gemeente Amsterdam

Gedragsuitdaging

Probleem

"De gemeente Amsterdam verdiept zich niet goed genoeg in de bewoners, waardoor er minder effectieve openbare ruimtes ontstaan".

De huidige methodes zijn niet effectief genoeg en er is behoefte aan een andere insteek.

Meer weten?

Zie bijlage.

Onze missie

Het bedenken en realiseren van een methode waarmee meer kwalitatieve inzichten opgedaan worden.

Inzichten interviews Gemeente Amsterdam

Op basis van de originele gedragsuitdaging is er onderzoek gedaan naar de huidige manier van werken binnen de Gemeente Amsterdam. Dit is gebeurd in de vorm van interviews met Eduardo Green (opdrachtgever), Dave Coenders (gebiedsmanager Noord) en Marco Burgman (netwerkfunctionaris jeugd Noord).

"De vraag van de leefwereld komt niet verder in de systeemwereld."

- Dave Coenders (gebiedsmanager Noord)

"Een groot deel van het probleem zit in de doorkoppeling van de data. Het doorkoppelen naar de juiste partij is vaak lastig omdat wensen uit de leefwereld zich slecht laten indelen."

- Dave Coenders (gebiedsmanager Noord)

"Kinderen worden vaak niet echt mee de publieke ruimte in genomen. Gesprekken vinden bijvoorbeeld plaats op de bassischool. Hierdoor ontbreekt soms input over de publieke ruimte."

- Dave Coenders (gebiedsmanager Noord)

"De gemeente heeft vaak zelf geen direct contact met de kinderen. Dit gaat via subsidiepartijen die het dan weer naar de gemeente doorspelen."

- Marco Burgman (netwerkfunctionaris jeugd Noord)

Inzichten en aannames op basis van interviews.

1. De gemeente doet soms weinig met de informatie die ze van bewoners krijgen. Dit komt vaak door geldgebrek of slechte organisatie en doorkoppeling.

2. Kinderen worden vaak gevraagd mee te werken op een volwassen manier. Dit is geen efficiënte manier om de juiste informatie van de kinderen te vergaren.

3. De gemeente heeft zelf geen direct contact met de kinderen. Dit gaat via subsidiepartijen die het dan weer naar de gemeente doorspelen.

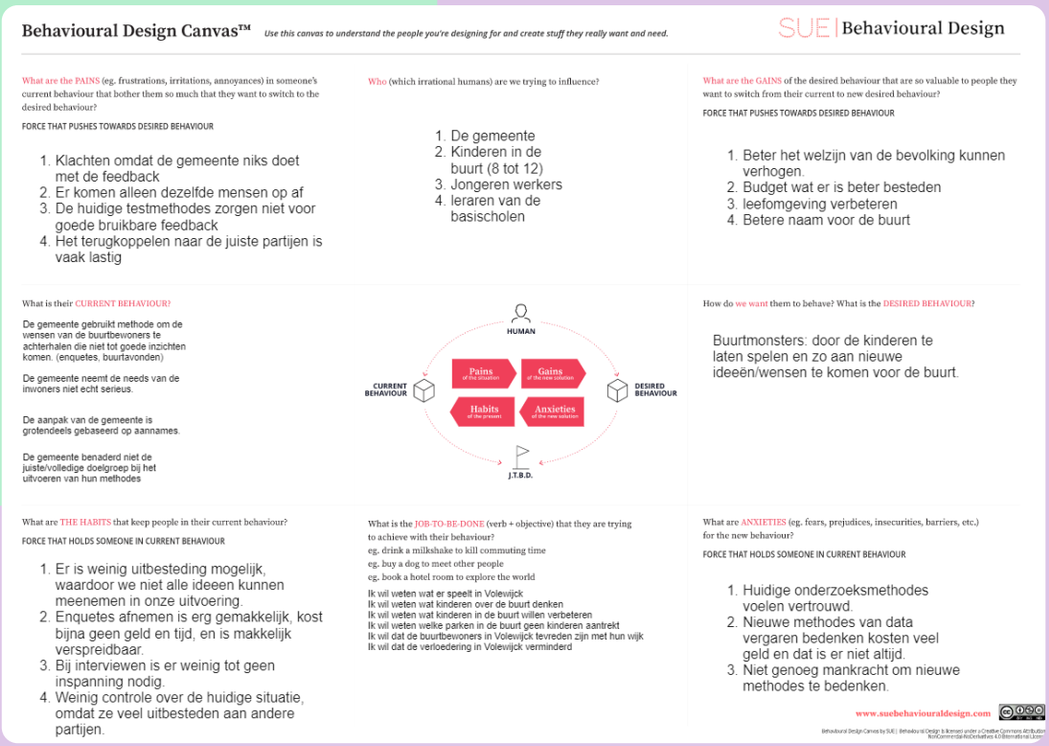
4. Het is onmogelijk om iets te doen met alle feedback die we krijgen dus moeten daar prioriteiten in gesteld worden.

5. De doorkoppeling van de data moet goed gaan. Kleine fouten kunnen voor grote onvreden onder de kinderen zorgen.

6. De buurt in gaan en echt in contact staan met de jongeren en de omgeving werkt veel beter. Er zal meer discussie ontstaan.

Zie bijlage voor meer inzichten.

Behavioural Design Canvas



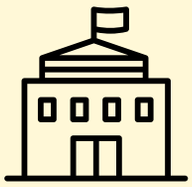
We hebben op basis van deskresearch en onze interviews met verschillende mensen uit gemeente Amsterdam dit model ingevuld om te snappen wat de punten zijn die gedragsverandering tegenhouden of juist een stimulatie kunnen geven. Dit is essentieel om in kaart te brengen voordat er wordt nagedacht over een concept.

Zo zie je bij “Gains” en “Pains” de voordelen van de gedragsverandering.

En bij “Habits” en “Anxieties” de punten die de gemeente weerhoudt om te veranderen van gedrag.

Stakeholders

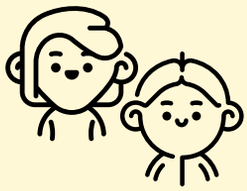
Wie zijn er betrokken, en wat zijn hun wensen?



School / Opvang

De kinderen komen vaak naar ons toe met verbeterpunten over de buurt maar wij kunnen daar niks mee. Graag zien wij dat de gemeente dit effectiever oppakt zodat de kinderen het gevoel hebben dat er naar ze wordt geluisterd.

Indirecte Stakeholders



Kinderen in Amsterdam

Wij willen gehoord worden! De huidige plannen van de gemeente komen niet overeen met wat wij willen.

Directe Stakeholders

Gemeente Amsterdam

Wij willen dat de buurt beter wordt, meer effectieve openbare ruimtes! Onze huidige methodes werken niet effectief genoeg. Wij zoeken naar een oplossing.

Ouders in Amsterdam

Wij hebben niet het gevoel dat de gemeente naar onze kinderen luisteren. Wij zouden graag zien dat de Gemeente naar onze kinderen luistert en iets met hun wensen doet.

Ondernemers in Amsterdam

Ik wil de gemeente Amsterdam helpen bij het oplossen van de wensen in de publieke ruimte. Zodat mijn onderneming hierdoor inkomsten krijgt.

Meer weten?

Zie bijlage.

Dilemma's

Clashes tussen stakeholders

De begeleiders spelen een grote rol in het verzamelen van data en zullen hier **verantwoordelijkheid** voelen over de kinderen. Ze willen mogeljik niet alle stappen nemen die de Gemeente vraagt.

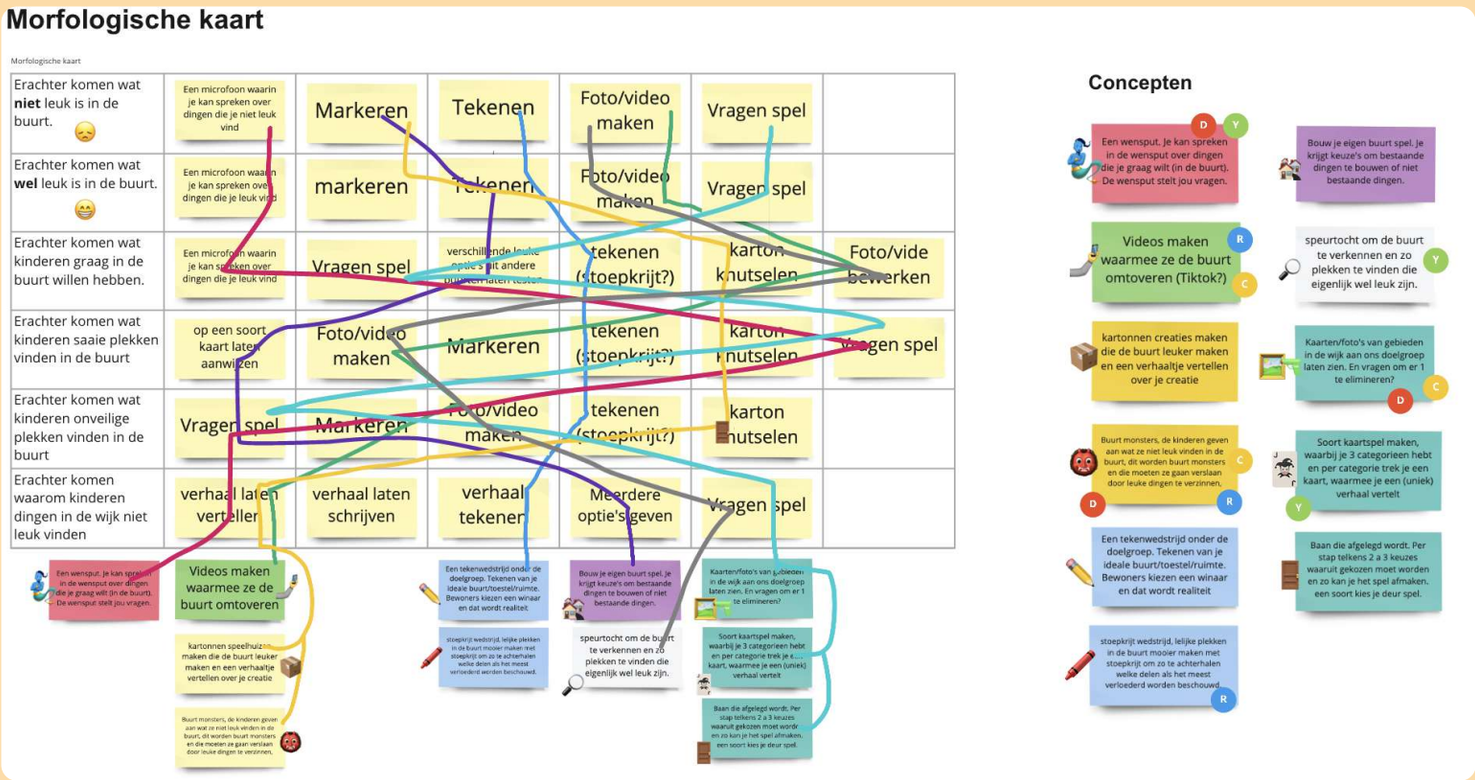
De Gemeente Amsterdam wilt veel data ontvangen alleen de kinderen willen ook **privacy**.

De ondernemer die het probleem moet oplossen heeft maakt een grote impact maar de Gemeente Amsterdam moet de **invloed** beschermen naar hun eigen waarde.

Kinderen krijgen veel grotere impact
en invloed dan ouders omdat deze
case alleen **op kinderen is gericht.**

Ideation

Het bedenken van een eerste concept met de inzichten en morele dilemma's in het achterhoofd.

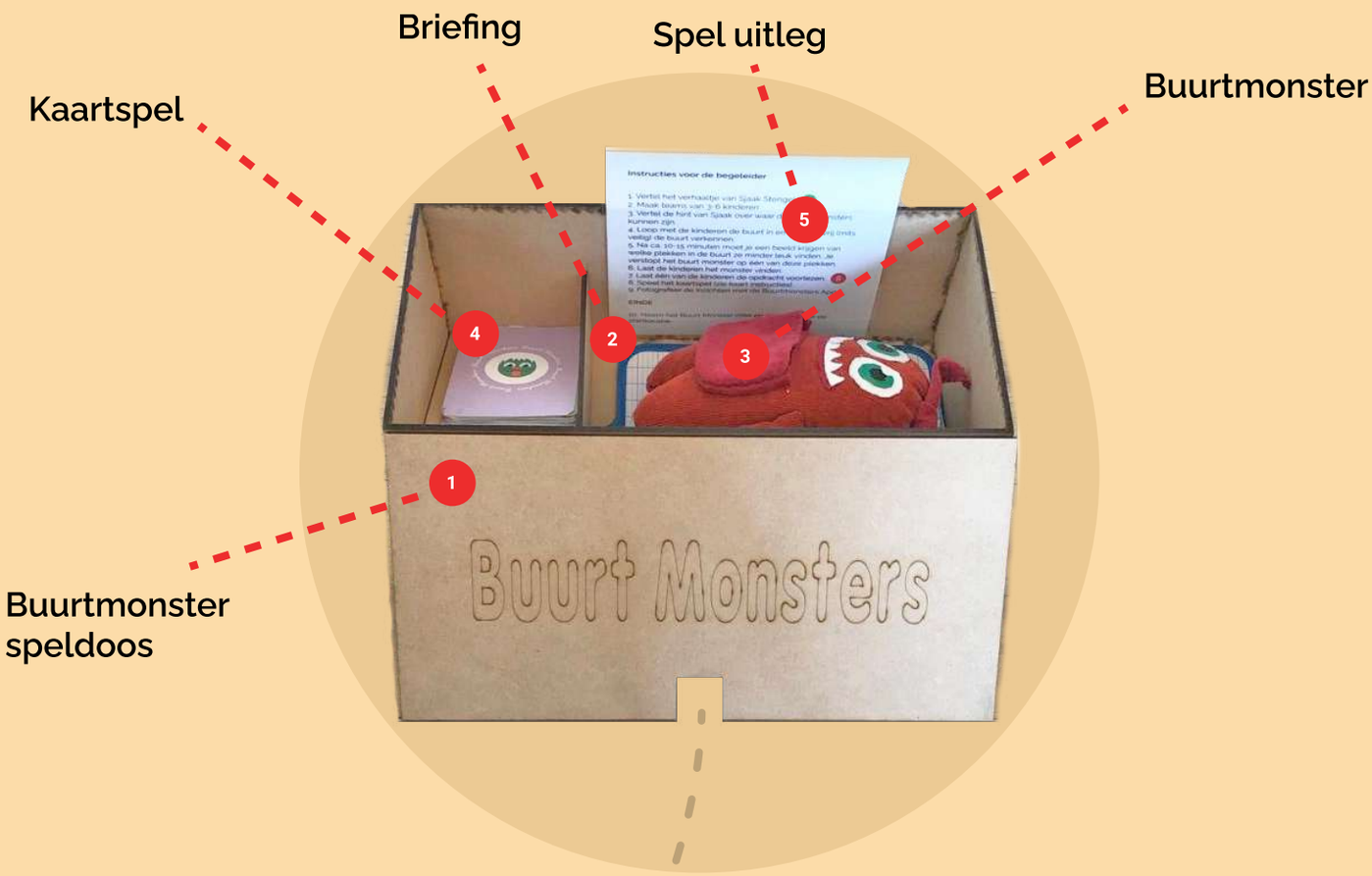


Morfologische kaart
Aan de hand van een morfologische kaart zijn er verschillende methodes verzonnen om inzichten onder kinderen van 8-12 jaar te kunnen verzamelen. Zo is er een concept bedacht waarin een wensput wordt gebruikt als ideeënverzamelaar en een tekenwedstrijd waarbij de kinderen samen ideeën gaan verzinnen. Uiteindelijk is gekozen voor een samenvoeging van het concept Buurt Monsters en een kaartspel.

Buurt Monsters vormt een speelse methode waarmee de kinderen aangeven welke plekken van de buurt ze minder leuk vinden. Ze moeten vervolgens samenwerken met het buurt monster om deze plek leuker te maken.

Een onderzoeks toolkit speciaal gericht op de doelgroep

Voor het verzamelen van inzichten over de publieke ruimte is het van belang dat er sterk rekening gehouden wordt met verschillende focusgroepen. Door een toolkit hier op in te richten kun je de personen interviewen op een speelse en intuïtieve manier die meer kwalitatieve data opbrengt. Voor ons eerste prototype hebben we gefocust op een jonge doelgroep (8-12 jaar) wonende in de Volewijck, Amsterdam.



1. De Buurt Monsters speldoos

Dit is de doos waar het gehele spel in geleverd wordt. Er is een vak voor het buurtmonster, speluitleg en een vak voor de kaarten.

2. Briefing vooraf

Vooraf aan het spel wordt een verhaaltje vertelt gericht op de kinderen. In dit verhaal wordt vertelt, dat de kinderen opzoek moeten gaan naar een fantasie monster.

3. Het Buurtmonster

Terwijl de kinderen opzoek zijn naar de saaie plek waar het monstertje zich zou bevinden, verstopt de begeleider de knuffel onopgemerkt. Het kind dat het eerste het knuffeltje vindt, vindt dan een kaartje (=spel uitleg) in het buidelzakje van het knuffeltje en leest vervolgens de opdracht. Deze opdracht verwijst naar het kaartspel.

4. Kaartspel

Het kaartspel bestaat uit 2 categorieën. Bij het trekken van de groene kaart tekent het kind wat hij om zich heen ziet op basis van de getrokken kaart. Vervolgens trekt het kind een paarse kaart. Nu voeren we een gesprek met het kind over wat er op de getrokken kaart staat.

Benieuwd naar voorgaande versies?

Zie bijlage

Instructies voor de begeleider

1. Vertel het verhaaltje van Sjaak Stengel A
2. Maak teams van 3-6 kinderen
3. Vertel de hint van Sjaak over waar de buurt monsters kunnen zijn.
4. Loop met de kinderen de buurt in en laat hen vrij (mits veilig) de buurt verkennen.
5. Na ca. 10-15 minuten moet je een beeld krijgen van welke plekken in de buurt ze minder leuk vinden. Je verstopt het buurt monster op één van deze plekken.
6. Laat de kinderen het monster vinden.
7. Laat één van de kinderen de opdracht voorlezen. B
8. Speel het kaartspel (zie kaart instructies)
9. Fotografeer de inzichten met de Buurtmonsters App

EINDE

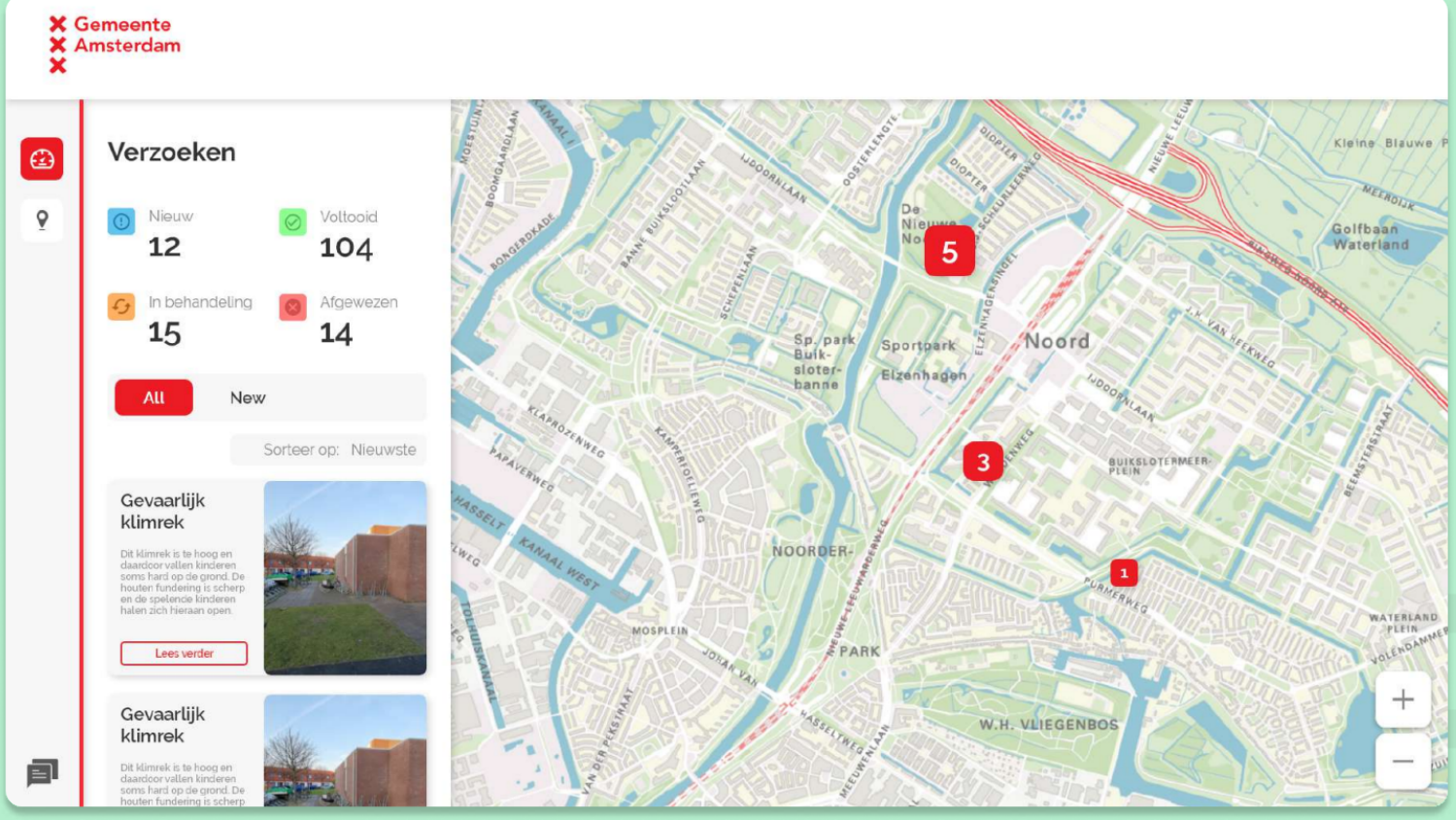
10. Neem het Buurt Monster mee en ga terug naar de startlocatie.

5. Spel uitleg

Dit zijn de instructies voor de begeleiders. Hierin kan de begeleider stap voor stap lezen hoe het Buurtmonsters spel voorbereid en gespeeld moet worden.

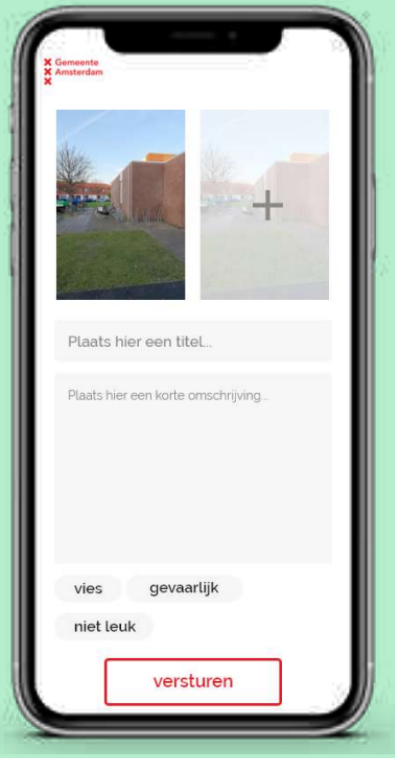
Het digitale dashboard dat alle stakeholders betrekt

Om de Gemeente Amsterdam zoveel mogelijk aan te zetten tot actie is er een digitaal dashboard waarop de inzichten en wensen uit de publieke ruimte worden gevisualiseerd. De Gemeente Amsterdam pakt deze inzichten verder op en geeft via het dashboard de buurtbewoners terugkoppeling over de vorderingen. Zo onstaat er meer directe communicatie tussen de bewoners en de gemeente. Projecten kunnen doormiddel van upvoting als belangrijker worden gezien. Tevens kunnen voorstellen door de Gemeente worden afgewezen met een geldige onderbouwing.

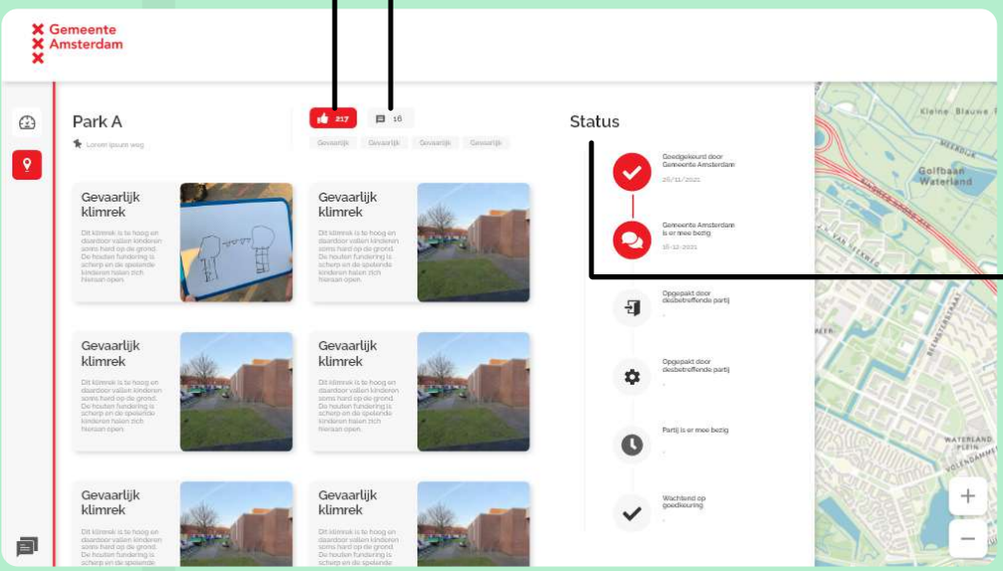


Een mobiele applicatie om inzichten mee vast te leggen

De begeleider(s) die het onderzoek uitvoeren moeten op een laagdrempelige manier inzichten kunnen noteren en doorsturen zonder dat dit hen te veel tijd kost. Hiervoor is een app bedacht waarmee de gebruiker een foto maakt van de locatie en het inzicht. Hier wordt een korte omschrijving aangegeven ter overdracht.



Inzichten



Likes & reacties

Door te laten zien hoeveel likes en reacties een case heeft, maken de bewoners een statement naar de gemeente Amsterdam.

Status

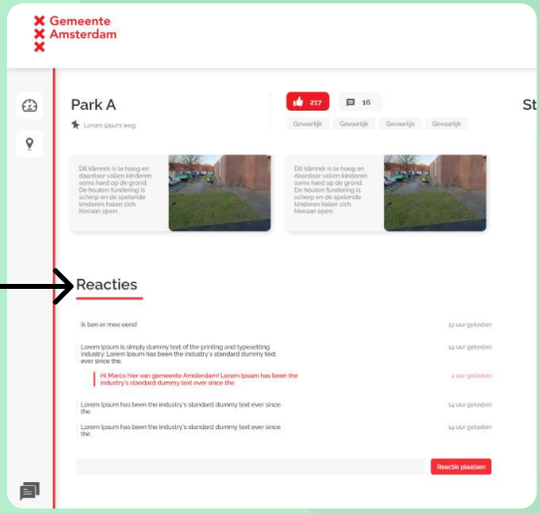
De gebruikers zien hier in 1 oog op slag wat de status is van een bepaalde case.

We zorgen voor een duidelijke terugkoppeling met de bewoners.

Reacties sectie

We hebben een reactie sectie gecreëerd, zodat gebruikers kunnen reageren op de geplaatste inzichten.

Gemeente Amsterdam heeft ook de mogelijkheid om te reageren op de bewoners. Deze reactie wordt uitgelicht in het rood.



Het totale proces in kaart gebracht

Het volledige proces betrekt alle stakeholders om zo eventuele botsingen in belangen en morele dilemma's te voorkomen.

School / Opvang

De begeleiders op school of opvang leggen het Buurt Monster spel uit aan de kinderen.

Kinderen in Amsterdam

De kinderen volgen de begeleiding op en voeren de Buurt Monster opdrachten uit.

Gemeente Amsterdam

Keurt de inzichten goed via het dashboard en zoekt naar een passende ondernemer.

Ondernemer in Amsterdam

Gaat aan de slag met de case en zorgt voor de realisatie van de oplossing.

Ouders

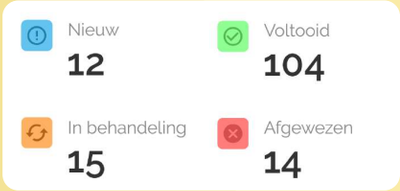
Bekijken de voortgang op het dashboard en steunen de case door het te liken en reageren.

Hoe stimuleert dit concept het gewenste gedrag?

Gamification & Framing

Aan de hand van framing en gamification zorgen we ervoor dat een gebruikersonderzoek niet meer voelt als een onderzoek maar als een leuke ervaring voor de kinderen die stimulerend werkt. In deze case wordt er gebruik gemaakt van storytelling, speelse visuals en een creatieve en belonende manier van data verzameling door de gebruikers te laten tekenen.

In het dashboard framen we de data zo dat de Gemeente Amsterdam sterk gestimuleerd wordt om iets met de vragen en wensen uit de leefwereld te gaan doen.



IKEA Effect

De kinderen werken mee aan verbeteringen in de buurt door actief mee te doen met het buurtmonster spel. Wanneer er verandering komt, zullen de kinderen dit meer waarderen en respecteren. Dit komt doordat ze bijdragen hebben geleverd aan het eindresultaat.

Peak-end Rule

Het zoeken en vinden van het Buurtmonster zorgt voor een piek in het spel en dit zal onthouden worden door de spelers. Uit het testen is gebleken dat dit als een zeer positieve handeling wordt ervaren. Zo blijven de spelers dus met een positieve blik naar het spel kijken.

Goal gradient effect

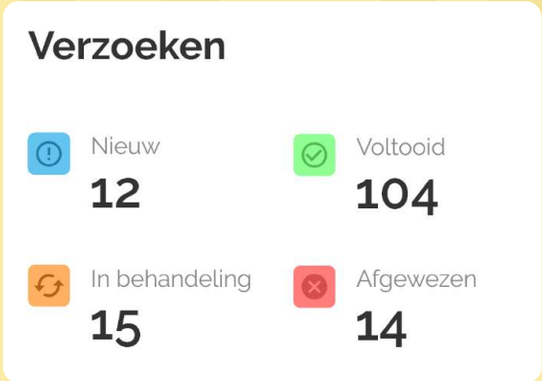
Op het dashboard is met een progressie balk te zien wat de status van een project is. Dit is motiverend voor de gemeente en stelt de gebruikers gerust. Ze weten dat er gewerkt wordt aan het project.

Social proof

In het dashboard kunnen problemen en ideeën geupvote worden. De gebruikers kunnen zien hoeveel upvotes en comments er zijn. Dit motiveert om actie te ondernemen zowel voor de gemeente als de andere stakeholders.

Anchoring bias

De eerste indruk heeft grote invloed op hoe de Gemeente Amsterdam naar het probleem kijkt. Daarom worden er op de home pagina van het dashboard een aantal belangrijke feiten getoont over welke problemen en hoeveel problemen er spelen. Dit ankert deze informatie bij de gebruiker waardoor zij gemotiveerd raken om iets aan dit probleem te doen.



Priming & Storytelling

We beginnen het spel met een verhaal wat ervoor moet zorgen dat de kinderen zich echt betrokken voelen gedurende het hele spel. Doordat de kinderen zich kunnen inleven in het verhaal, blijven de kinderen betrokken bij het spel.

Progressive Disclosure

Het gehele verloop van het proces is progresssief opgebouwd. Zowel de data verzameling als het dashboard. Het spel begint eenvoudig met een simpele opdracht (buurt monster zoeken) en verloopt progressief door tot steeds complexere taken (buurtmonsters kaartspel).

In het dashboard wordt de data eerst minimalistisch vormgegeven maar als je dieper de data induikt door in te zoomen op de kaart en op inzichten te klikken verschijnt er steeds meer informatie. Hierdoor blijven de gebruikers het overzicht houden en raken ze niet overweldigd door teveel informatie.

Zeigarnik effect

Door de gebruikers te laten zien dat bepaalde taken niet zijn afgerond blijven deze beter hangen en zal de gebruiker sneller tot actie komen om deze verzoeken op te lossen.

Het concept in de praktijk

Storyboard

1

De kinderen krijgen uitleg over het spel.

2

De kinderen rennen naar de plek die zij als niet goed ervaren.

3

Eenmaal aangekomen gaan ze zoeken naar het buurtmonster. Dit is het moment dat de begeleider het monster verstopt.

4

Het monster is gevonden.

5

Het tweede deel van het spel wordt uitgelegd. De kinderen trekken de eerste kaart (groen).

6

De kinderen gaan tekenen wat ze in de omgeving zien afhankelijk van welke kaart ze hebben getrokken. De andere kinderen moeten dit raden.

7

Er worden met de app foto's gemaakt van de tekeningen.

8

De tweede kaart (paars) wordt getrokken. Nu is het de bedoeling dat de begeleiders met de kinderen in gesprek gaan over wat er op de kaart staat.

9

De insights van de conversatie worden opgeschreven in de app.

Benieuwd naar de video?

Zie bijlage

Concept validatie & User Testing

Om het concept verder te valideren hebben wij een 2e en uitgebreidere gebruikerstest opgezet.

ROLLEN

Wie spelen een rol in deze situatie en wat doen ze?

- Wij de ontwikkelaars om te observeren hoe de test gaat.
- De kinderen waarmee we testen. Zij moeten het spel gaan spelen.
- De begeleiders. Zij leiden de kinderen door het spel heen en registreren de gewonnen data.

PROTOTYPES

Welke objecten spelen een centrale rol in dit experiment? Wat moet je gaan prototypen?

- Card Game (2 decks)
- Instructie vooraf (briefing)
- Locatie opdracht
- Buurt Monster knuffel
- Houten doos (toolkit)

METEN

Hoe ga je meten wat het effect van je experiment is? Wat leer je over je doel of aannames?

Valideren van onderstaande aannames:

Het spel en de manier van spelen is duidelijk voor zowel de kinderen als de begeleiders.

Tijdens het spelen van het spel komt er nuttige info naar voren over de wensen in de publieke ruimte

De data die uit het spel komt is overhandigbaar naar de Gemeente Amsterdam

Testresultaten & inzichten

1. Het spel past bij de doelgroep. Buurtmonsters associëren zij met de wezentjes van het kinderleerplatform Squla.

2. De kinderen zien het concept als een spel, elk kind wil zo snel mogelijk antwoorden op wat er was getekend, puur om de eerste te zijn binnen de groep.

3. Nadat we zeiden dat ze de buurt monster moesten zoeken, rende ze allemaal weg. Dit zou mogelijk een gevaar kunnen vormen in een drukke straat.

4. Er werd enorm uitgebreider dan verwacht toegelicht door de kinderen, goede argumentatie met voorbeelden. Ook dingen die omstanders niet zouden denken of zien.

5. Wat er wordt gedaan en gebouwd door de lokale school wordt niet voldoende gecommuniceerd naar de kinderen, ze hadden daarom ook veel te klagen.

6. De kinderen gingen met elkaar discussiëren wie eerst mocht beginnen. Hier moeten wij duidelijker en helder in zijn zodat er geen discussie ontstaat.

Key lesson

Buurt Monsters past bij de doelgroep en werkt goed als 'conversation starter'. De kinderen raakte zeer betrokken en kwamen met velen inzichten die wij zelf niet hadden voorzien. De beleefwereld van de kinderen was duidelijk anders dan die van volwassenen. De gegamificeerde elementen werden goed opgepakt en zorgde voor een groot spel plezier. Sommige van de inzichten die naar voren kwamen waren minder relevant dus er moet nog gekeken worden hoe de opdracht iets anders geformuleerd kan worden. Tevens moet er goed op de veiligheid van de kinderen worden gelet. Dit zou meer terug mogen komen in de instructies.

Zie bijlage voor meer inzichten

Aanname	Inzicht
Het spel en de manier van spelen is duidelijk voor zowel de kinderen als de begeleiders.	De kinderen vonden de uitvoering van het experiment duidelijk. Het was voor hun goed te volgen wat er van ze verwacht werdt. Door de instructiekaartjes was het voor de begeleiders ook eenvoudig om uit te voeren.
Tijdens het spelen van het spel komt er nuttige info naar voren over de wensen in de publieke ruimte.	De kinderen gaven veel feedback op de vragen die op de kaartjes stonden. Doordat ze zich in de omgeving bevonden kwamen veel punten naar boven doordat ze om zich heen konden kijken.
De data die uit het spel komt is overhandigbaar naar de Gemeente Amsterdam.	Uit de test kwamen verschillende nuttige inzichten die overhandigbaar zouden zijn in de vorm van verschillende foto's en een

omschrijving. Er kwamen ook inzichten uit die minder nuttig zijn zoals “ik vind dat een mooie auto”.

Advies

We hebben middels ons test en onderzoek onze aannames kunnen valideren, Kijkende naar onze inzichten kunnen we zeggen dat ons concept werkt in de praktijk.

Wij zijn er van overtuigd dat dit concept breed inzetbaar is en een goed alternatief is voor de huidige methodes die wordt toegepast door de gemeente Amsterdam om in gesprek te gaan met de bewoners.

We bieden met Buurt Monsters een uniek, out-of-the-box ervaring, die gelijktijdig voor alle stakeholders interresant blijft, het is een win-win situatie. De bewoners dragen bij aan het verbeteren van hun eigen buurt.

Aanbevolen acties en verder verloop

Buurt Monsters is een concept dat is opgezet als eerste case-study. Aan de hand van de verzamelde inzichten raden wij aan om het prototype verder te itereren en uit te werken. De gedragsverandering en het tot actie zetten van de Gemeente Amsterdam moet in combinatie met het nieuwe Dashboard verder getest worden. Niet alleen de Gemeente Amsterdam is hierbij als stakeholder belangrijk maar ook moet er goed geanalyseerd worden of de andere stakeholders voldoende betrokken zijn zodat er met zekerheid geen morele dilemma’s meer ontstaan.

Na het valideren van het Dashboard concept moet er nagedacht worden over het uiteenzetten van meerdere onderzoeken met verschillende focusgroepen door hier de onderzoeks-toolkit op aan te passen.

Zo kun je het concept op grotere schaal toepassen en de wensen over de publieke ruimte nog beter indexeren.

“Samen krijgen wij de vraag uit de leefwereld door naar de systeemwereld”

Made with ♥ by Yunus Emre Alkan, Dirk Groot, Robbin Jansen en Channah Kuipers

Team 2 | Behavior Design | 21-12-2021

Voor verdere onderbouwing en documentatie, zie ook de bijlage:
zie bijvoeging (PDF) of https://tinyurl.com/y6vd62z2