

PSO 343-065 - SPILLET OM ENERGIEN

SLUTRAPPORT



SLUTRAPPORT 31.12.2012

PSO 343-065 -Spillet om energien

Slutrapport 31.12.2012

Projektansvarlige virksomhed:

Nectar Kbh ApS

Store Kannikestræde 6

1169 København K

Cvr nr. 28487177

Projektleder: Xenia Nedergaard

Projektdeltager: Lykke Pasbøl

Projektdeltager: Jacob Vennelboe Haagensen

Projektdeltagende virksomheder:

Experimentarium A/S

Tuborg Havnevej 7

2900 Hellerup

Projektdeltager: Bent Poulsen

Projektdeltager: Karina Goyle

Projektdeltager: Lisa Klöcker

Living Strategy ApS

Soho House

Flæsketorvet 68, 1. sal

1711 København V

Projektdeltager: Bo Holst-Mikkelsen

SAMSKAB

Sodemarksvej 65

3230 Græsted

Projektdeltager: Anne Leopold

Kuben Management

Gl. Køge Landevej 22

2500 Valby

Projektdeltager: Andreas Vinner

SEAS-NVE

Hovedgaden 36

4520 Svinninge

Projektdeltager: Anne-Birgitte Grønvall

Teknologisk Institut

Gregersensvej 2

2630 Høje Taastrup

Projektdeltager: Claus Schön Poulsen

DTU Byg

Institut for Byggeri og Anlæg

Nils Koppels Allé

2800 Kgs. Lyngby

Projektdeltager: Svend Svendsen

Ludo Consult

Asmindrupvej 29

4390 Vipperød

Projektdeltager: Thomas Vigild

Indhold:

| | |
|---|----|
| 1. Resume | 6 |
| 2. Projektets forudsætninger..... | 8 |
| 2.1 Formål..... | 8 |
| 2.2 Relevans..... | 8 |
| 2.3 Markedet for brætspil..... | 9 |
| 3. Mål | 9 |
| 4. Gennemførelse..... | 9 |
| 4.1 Projektforløbet:..... | 9 |
| 4.1.1 Udviklingsplanen | 9 |
| 4.1.2.2 Proces og roller..... | 12 |
| 5. Opnåede resultater | 20 |
| 5.2.1 Formål: Evaluering og test af spillet | 21 |
| 5.2.2 Executive summary..... | 22 |
| 5.2.3 Beskrivelse af spillet | 22 |
| 5.2.4 Beskrivelse af spillets læringssyn | 24 |
| 5.2.5 Analyse design | 24 |
| 5.2.6 Analyseresultater..... | 25 |
| 6. Den fremadrettede plan | 39 |
| | |
| Bilag 1: Kvantitativ analyse – spørgeskema | 42 |
| Bilag 2: Kvalitativ analyse – spørgeramme | 46 |

1. Resume

Med udgangspunkt i resultaterne af forprojekt 342-073 – Spillet om energien – er det dette projekts formål at understøtte dansk energipolitik og Dansk Energis 41 punkts plan med anbefalinger til en aktiv energipolitik for det næste årti. Spillet om Energiene færdigudvikles. Prototypen og konceptet er udviklet og testet i forprojektet. Formålet er at færdigudvikle, formidle og forankre spillet i familien Danmark, med det mål at motivere familien til gennem fokusering på eget og familiens energiforbrug, typisk det ikke kvotestyrede energiforbrug at optimere forbruget bl.a. gennem adfærdsændringer.

Formålet er desuden at skabe viden om spillet virkning som medie for læring, formidling af viden og adfærdsændringer

Nectar KBH har været projektleder og indgået i alle faserne.

Experimentarium har primært medvirket med udviklingen af spillets spørgsmål og opgaver samt overholdelsen af det anvendte læringssyn samt deltagelse i de løbende familietests med pædagogisk feed back på spillesituationen.

Kuben Management, SEAS-NVE, Teknologisk Institut og Byg DTU har deltaget omkring sikring af spørgsmål og opgavers rigtighed.

LUDO Consult har deltaget med spilfaglig ekspertise og givet tilbagemeldinger på spillets struktur, underholdningsværdi mv.

SAMSKAB har deltaget i forbindelse med familietests undervejs i projektudviklingsforløbet med henblik på pædagogisk feed back på spillesituationen.

Living Strategy har tilrettelagt og gennemført endelig test, vurdering og analyse af spillet.

Færdigudviklingen af spillet er sket i to spor, som er gennemført parallelt og har krydset hinanden undervejs ved en række milepælstests.

De to spor er:

- Spildynamik og -struktur/design
- Spørgsmål/indhold/viden

Undervejs i udviklingsforløbet er spillet blevet spillet af testfamilier under pædagogisk overvågning og efterfølgende dialog med henblik på at sikre, at spillet bliver både lærerigt og ”spilleværdigt” – dvs. underholdende, sjovt og spændende at spille.

Projektet har færdigudviklet brætspillet ”Den store EnergiGEVINST”.

Sideløbende med udviklingen af spillet er der udviklet formidlingsplan med henblik på at skabe distribution af spillet.

Der er udviklet website for spillet – www.energiegevinsten.dk. Der er udviklet salgfoldere for spillet, og der har været indrykket annonce for spillet i et husstandsomdelt magasin om energi.

Der er udsendt salgfoldere til udvalgte potentielle distributører og virksomheder. Undervejs i projektforsøget er der etableret kontakt til nogle potentielle distributører, som skal følges op nu, hvor spillet er endeligt færdigt.

Spillet er desuden solgt direkte til nogle virksomheder og til privatpersoner.

Formidlingsarbejdet med henblik på distribution og markedsforankring stopper ikke med projektafslutningen. Nectar Kbh fortsætter dette arbejde egenfinansieret.

For så vidt angår besparelspotentialet har spillet potentiale til at nå en stor andel af de danske energiforbrugere og her bidrage med viden om energiforbrug og energibesparelser. Familiespillet henvender sig til alle familier i Danmark. Ifølge Danmarks Statistik findes der i dag 765.800 familier bestående af minimum en voksen og et barn i Danmark.

Et gennemsnitsforbrug for en familie på fire personer i et enfamiliehus vurderes til at ligge på 5.200 kWh/år. Børn får typisk elforbruget til at stige med 500-1.000 kWh/barn/år. Her kan særligt teenagere ses på elregningen, da mange har pc, tv, dvd og musikanlæg på værelset. For lejligheder er det tilsvarende gennemsnitsforbrug 2.900 kWh/år.

Det vurderes, at spillet både vil have mulighed for at påvirke energiforbruget gennem adfærdspåvirkninger, og at der samtidig er et potentiale for at generere energibesparelser gennem ændringer i installationer og klimaskærm, som følge af en større opmærksomhed på mulighederne herfor.

Med helt enkle ændringer i de daglige energivaner kan der let skæres 10 % af elforbruget, uden at det går ud over familiens komfort i det daglige. Det er vel at mærke besparelser alene på elforbruget, hvorfor der samtidig kan tilføjes lignende potentialer for forbruget af vand og varme, alt afhængig af de tekniske installationer i husstanden.

Evalueringen af Den Store Energigevinst viser, at spillet opfattes som et sjovt og underholdende spil. Det har en meget høj læringsværdi, og spillerne får gennem spillet en række aha-oplevelser, som de både synes er sjove og anvendelige.

Spillet vurderes som fuldt på højde med tilsvarende konkurrerende spil som fx Trivial Pursuit, Besserwizzer, Ego, Matador mv. Dog er det en smule svært for spillet at 'løbe fra dets DNA'. Det opfattes som et moralsk spil, hvor der er rigtige og forkerte svar. Det er ikke kun 'sjov og ballade'. Dette bør tænkes ind i den måde det bringes til markedet.

Spillet fungerer udmærket i sin nuværende form og kan med enkelte ændringer gøres endnu bedre.

Spillet og det læringssyn, som det repræsenterer, skaber tilsyneladende en høj energibevidsthed, og konkrete erkendelser vedr. forskellige apparaters energiforbrug og fører til ændret adfærd i boligen.

Spillet er anvendeligt som familiespil, og analysen viser, at det vil være særligt anvendeligt til undervisningsbrug i skoleklasser på 6-8. klassesetrin. Her kunne det fx indgå i projektforsøg omkring energiforbrug og -adfærd. Det vurderes, at både børn, forældre, lærere og skoler vil synes, at spillet vil repræsentere en attraktiv undervisningsform.

2. Projektets forudsætninger

2.1 Formål

Med udgangspunkt i resultaterne af forprojekt 342-073 – Spillet om energien – er det dette projekts formål at understøtte dansk energipolitik og Dansk Energis 41 punkts plan med anbefalinger til en aktiv energipolitik for det næste årti. Spillet om Energin færdigudvikles. Prototypen og konceptet er udviklet og testet i forprojektet. Formålet er at færdigudvikle, formidle og forankre spillet i familien Danmark, med det mål at motivere familien til gennem fokusering på eget og familiens energiforbrug, typisk det ikke kvotestyrede energiforbrug at optimere forbruget bl.a. gennem adfærdsændringer.

Formålet er desuden at skabe viden om spillet virkning som medie for læring, formidling af viden og adfærdsændringer.

2.2 Relevans

Besparelsespotentialer er fortsat stort i Danmarks ca. 2,6 mio. private husstande. Både i form af renovering af klimaskærm, konvertering fra olie- og gasfyr til varmepumpe, boligens installationer og den adfærd boligens beboere udviser. Men det kræver, at ejere og beboere realiserer dem.

Spillet har potentialer til at nå en stor andel af de danske energiforbrugere og bidrage med viden om energiforbrug og energibesparelser. Samtidig undgås "den løftede pegefinger", i stedet leges viden ind i familien. Viden formidles, så folk selv får lejlighed til at tænke og "selv få ideen" – og dermed også tage stilling og ejerskab til projektet, frem for at få det trukket ned over hovedet.

Set rent på elforbrug og på adfærd vil det selv med enkle ændringer i de daglige vaner være muligt at skære 10 % af elforbruget, hertil kan lægges potentialer for besparelse i forbruget af vand og varme.

Tabellen giver et overslag på det samlede besparelsespotentialer for spillet:

| | Hustande, villaer | Hustande, lejligheder | I alt |
|---|----------------------|--------------------------|---------------|
| Samlet antal i DK | 1.589.268 | 964.117 | 2.553.385 |
| Forbrug pr. husholdning, [kWh/år] | 5.200 | 2.900 | - |
| Samlet husholdningsforbrug i DK, [MWh/år] | 8.264.194 | 2.795.939 | 11.060.133 |
| Procent husholdning, der køber POWERengle | 3% | 3% | - |
| Antal husholdning, der køber POWERengle | 47.678 | 28.924 | 76.602 |
| Procent husholdning, der influeres af ejere af POWERengle | 2% | 2% | - |
| Antal husholdning, der influeres af ejere af POWERengle | 31.785 | 19.282 | 51.068 |
| Ejerne af POWERengles samlede forbrug, [MWh/år] | 247.926 | 83.878 | 331.804 |
| Samlet forbrug for husholdning der influeres af ejere af POWERengle, [MWh/år] | 165.284 | 55.919 | 221.203 |
| Gennemsnitligt besparelsespotentialer | 10% | 10% | - |
| Samlet besparelsespotentialer for husholdning der ejer eller er blevet influeret af ejere af POWERengle, [MWh/år] | 41.321 | 13.980 | 55.301 |

Tabel 1: Udregninger af potentielle energibesparelser gennem Spillet om energien

Projektet bygger på de resultater som er opnået i projekt 342-073.

Projektet har relevans i forhold til PSO udbuddet fsva. adfærdsændringer – opnået gennem udvikling af nye værktøjer/virkemidler, som gennem effektiv formidling/forankring kan medvirke til at skabe adfærdsændringer, der kan resultere i mere effektiv energianvendelse. Og til at opnå ny viden om leg som værktøj/motivation til læring og adfærdsændring.

2.3 Markedet for brætspil

Markedet for spændende brætspil er stadig stort. Typisk spilles brætspil, når familien samles, forældre og børn, bedsteforældre mv.. En meget stor del af brætspilsalget foregår i Danmark i november og december men også i sommerferieperioden er der fokus på brætspil, særlig somre med knapt så godt vejr. Markedet for brætspil i Danmark er på over 250 mio. kr. pr. år. Danmark er det land i verden, hvor der er solgt flest Trivial Pursuit pr. indbygger. Et andet spil – Bezzervisser har siden lanceringen i oparbejdet en kundekreds på 150.000 mennesker i Danmark, og er nu gennem samarbejdsaftale med Mattel udbredt internationalt. Tjek tal!!

3. Mål

Det overordnede mål er at generere energieffektivisering gennem ændret adfærd forårsaget af læring gennem leg/spil. Og at skabe viden om spillet som medie for læring, formidling af viden og adfærdsændringer. Projektets mål er at færdigudvikle, teste og forankre Spillet om Energien – som i forprojektet fik det foreløbige navn POWERngle hos familien Danmark.

Spillet færdigudvikles inkl. spørgsmålsudvikling, testes og færdiggøres klar til produktion.

Endelig er det målene:

- At etablere kontakt med distributører med henblik på at få spillet ud i butikkerne. (fx Dagligvarekæder, boghandlerkæder, legetøjskæder og lignende.
- At etablere samarbejde med eller distribution gennem med et eller flere energiselskaber (fx ved at anvende spillet som gave, til salg, som præmie ved kundekonkurrence eller andre marketingtiltag).
- At etablere kontakt med en eller flere virksomheder omkring anvendelse af spillet fx. som firmagave til medarbejdere og/eller kunder mv.
- At spillet findes på landets biblioteker.

4. Gennemførelse

4.1 Projektforløbet:

4.1.1 Udviklingsplanen

Færdigudviklingen af spillet er sket i to spor, som er gennemført parallelt og har krydset hinanden undervejs ved en række milepælstests.

De to spor er:

- Spildynamik og -struktur/design
- Spørgsmål/indhold/viden

Undervejs i udviklingsforløbet er spillet blevet spillet af testfamilier under pædagogisk overvågning og efterfølgende dialog med henblik på at sikre, at spillet bliver både lærerigt og ”spilleværdigt” – dvs. underholdende, sjovt og spændende at spille.

Desuden inddrages spilekspert i test og dialog af spillets underholdningsværdi.

Projektet afsluttes med egentlig test af såvel lærings- som underholdningsværdi.

Sideløbende gennemføres formidlingsaktiviteter med det mål at skabe en fremtidig distribution af spillet.

Projektplanen var således:

1. Færdigudvikling inkl. test af spil
2. Produktion og distribution af spil
3. Evaluering af spillet som kanal for læring og adfærdspåvirkning
4. Formidling - forankring - markedstræk

| | År 2011 | | | | År 2012 | | | |
|--------|---------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Fase 1 | x | x | x | | | | | |
| Fase 2 | | | x | x | | | | |
| Fase 3 | | | | x | x | x | | |
| Fase 4 | | x | x | x | | | | |

Vi måtte undervejs i forløbet erkende, at planen var for stram. Faktum er naturligvis, at projektet ikke kan starte, før den endelige bevilling er givet. Vi skulle naturligvis først have angivet start i 2. kvartal. Projektet havde kick off den 21. marts. Vi måtte også erkende, at det tog længere tid end først antaget at udvikle alle spørgsmålene og få dem ekspertgodkendt. Endelig skulle tidsplanerne også passe sammen for alle – inkl. testfamilierne – når vi undervejs i spiludviklingsprocessen gennemførte familietests. Projektet er derfor forsinket ½ år og afsluttes i stedet den 31.12.12.

Den effektuerede tidsplan ser således ud:

1. Færdigudvikling inkl. test af spil – inkl. produktion af 2 spil til testformål.
2. Produktion og distribution af spil
3. Evaluering af spillet som kanal for læring og adfærdspåvirkning
4. Formidling - forankring – markedstræk

| | År 2011 | | | | År 2012 | | | |
|--------|---------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Fase 1 | | x | x | x | | | | |
| Fase 2 | | | | | | x | x | x |
| Fase 3 | | | | | | x | x | x |
| Fase 4 | | | x | x | x | x | x | x |

4.1.2 Spiludviklingsprocessen

Udviklingsprocessen starter med kick off møde den 21. marts 2011.

4.1.2.1 Læringsynet

Spillets formål er at formidle energi og energirigtig adfærd. Det kan, selv indenfor spilgenren, gøres på mange måder. Vi har derfor truffet en række valg baseret på en bestemt holdning til, hvordan man lærer.

Overordnet taler vi om affektiv læring – en læring, der aktiverer positive følelser og motivation – men også om, at deltagerne selv skal konstruere deres viden.

Den afgørende forskel på selv at konstruere viden og at få den læst og påskrevet er, at den har langt større chance for at give 'mening'. Der er afgørende forskel på at vide, at 'man bør lukke køleskabsdøren efter sig' og så til at omsætte det til, at 'jeg skal lukke min køleskabsdør efter mig'.

Læring er en aktiv proces.

Kundskaber bliver til gennem en aktiv proces – de konstrueres. Vi konstruerer vores egne forestillinger om verden omkring os. Vi overtager ikke bare passivt andres kundskaber og færdigheder.

I spillet formidler vi ved at aktivere spillerne og få dem til at forholde sig til hinanden og omverdenen – særligt til deres reelle energiforbrug, husstand og energivaner. Vi stiller fx opgaver, hvor de skal vise kendskab til hinandens adfærd med det 'skjulte' formål at få spillerne til at diskutere, hvad hinanden egentlig gør.

Læring er en social proces.

Den konstruktive proces sker hos hvert individ, men den sker i en social sammenhæng.

I spillet bruger vi gruppen (primært familien) som udgangspunkt. Ved at spille sammen med andre, får erkendelser effekt i hele gruppen og bliver dermed til en fælles viden om, at det fx betyder noget at lukke køleskabsdøren efter sig. Hermed bliver den "løftede pegefindex" også mere usynlig, da gruppe mentaliteten i familien gør det automatisk belønner acceptabelt og i denne sammenhæng energibesparende adfærd i familiens hverdag.

Spillernes motivation er afgørende

Menneskets hoved er ikke en "tom kasse", som blot kan fyldes op med kundskab. Det indeholder allerede en stor mængde struktureret kundskab. Den, der lærer, har selv motiver, interesser, mål og meninger.

I spillet arbejder vi med en mængde motiverende faktorer for læring. Vi lægger vægt på opgavernes relevans, at emnerne skal være 'tæt på' deltagerne, at vi bruger humor og et stort glimt i øjet. Vi arbejder desuden med at brede problemstillingerne ud, hvor alle kan være med.

Det er vigtigt, at både børn og voksne med helt forskellige forudsætninger kan spille sammen på lige fod.

Den eksisterende kundskab har stor indflydelse på ny læring.

Enhver læring må starte der, hvor eleven selv befinder sig. Enhver konstruktion af ny kundskab sker ved en ændring eller forkastelse af den, som allerede findes. Man må bygge på elevernes erfaringer og kundskaber.

I spillet tager vi udgangspunkt i kendte størrelser. I stedet for fx at tale om abstrakte begreber som Kilowatt-timer, kan vi bruge mere relevante størrelser som fx en Tivolitur, en times Playstation. Relevans betyder i denne sammenhæng mere end præcision.

4.1.2.2 Proces og roller

Proces

Udviklingen er gennemført som en cirkulær proces, hvor input opstår i og passerer mellem grupperne, indtil der er enighed om såvel det faktuelle indhold som om relevans. Grundig testing og research omfattede begge grupper.

Spillets færdigudvikling deltes i to spor - spørgsmål/indhold og spildynamik/design. De to spor udvikledes parallelt og krydsede hinanden ved en række milepælstests som skulle afdække den indbyrdes indflydelse de to spor havde på hinanden. Den endelige færdiggørelse af spillet foregik i en helt integreret proces. Til udvikling af spørgsmålene var identificeret en række nødvendige kompetencer. De fordelte sig i tre områder:

- **Idé/livskompetence.** Slutbrugerne er eksperter på, hvad der er relevant for dem. Derfor skal de repræsenteres i processen som testere og inputgivere.
- **Faglig kompetence.** Det er en forudsætning, at den viden, som formidles gennem spillet, er korrekt og gennemresearchet. Til spørgsmåludviklingen knyttedes derfor fagpersoner fra relevante institutioner/områder (Husholdning, IT/elektronik, bolig, transport mm.). Disse personer bidrog også i mindre omfang med forslag til relevante spørgsmål.
- **Formidlingskompetence.** Samtænkningen af det faglige input med slutbrugernes livsverden, samt den overordnede redaktion og formulering af spørgsmål så den formidlingsmæssige og didaktiske linje holdes.

Såvel slutbrugere som fagpersoner knyttes til projektet i referencegrupper. Referencegrupperne deltager i udviklingen og bindes sammen af formidlingsgruppen, som har det endelige redaktionelle ansvar.

- **psykologisk/social kompetence.** Vi lægger i vores didaktiske tilgang stor vægt på, at spillets læring foregår i en positiv, social kontekst. Dette stiller krav til gennemtænkning af de roller, som spillerne har og tillægges. Vi vil meget gerne undgå at pege fingre af nogen eller male nogen op i en krog - fx teenageres pga. deres høje el-forbrug, forældres brug af bilen etc. Vi ønsker derfor at indlægge en fase, hvor vi inddrager psykologisk/pædagogisk kompetence for at sikre, at spillet kan spilles i og skabe en positiv og tryk stemning (som er en absolut forudsætning for god formidling/læring). Dette betyder ikke, at vi giver afkald på at have et 'glimt i øjet' - tværtimod.

Roller

Nectar Kbh har været projektleder og indgået i alle faserne. Nectar Kbh har stået for design og udformning, sammenfatning, konklusion og fremadrettet projektplan.

Roller – spørgsmålsudvikling

Antallet af spørgsmål var så højt, at arbejdet med redaktion og indhentning af ideer deltes i en redaktionsfunktion og en formidlingsfunktion.

- Projektledelse – varetog overordnet proces herunder koordinering af redaktion og formidlingsgruppens arbejde. (Nectar Kbh)
- Redaktionsgruppe – ansvar for endelig formulering af spørgsmål, afstemning med læringsyn, testing, udarbejdelse af eksemplariske spørgsmål, ledelse af formidlingsgruppen samt referencegrupperne af slutbrugere. (Nectar Kbh og Experimentarium)
- Formidlingsgruppe – varetog udvikling og research samt kontakt med faglige eksperter. (Nectar Kbh og Experimentarium)
- Fageksperter – stod for den faglige gennemgang af spørgsmål og svar og knyttedes til projektet gennem kontakt med formidlingsgruppen. (Kuben Management, SEAS-NVE, Teknologisk Institut, DTU Byg)

Spildynamik/design:

Med udgangspunkt i forprojektets test blev den endelige spildynamik og design tilpasset. Spillet blev herefter spillet i testfamilier ad flere omgange og mellem testene tilpasset og justeret med det formål at opnå den bedste lærings- og underholdningsværdi.

Fsva. de spildynamiske/designmæssige kompetencer deltog følgende:

- Nectar Kbh
- Experimentarium
- Ludo Consult

Den pædagogiske/psykologiske/sociale kompetence:

- SAMSKAB, Pædagogisk konsulent Anne Leopold

Test, vurdering og analyse:

- Living Strategy, Bo Holst Mikkelsen

4.1.2.3 Spørgsmålsudvikling

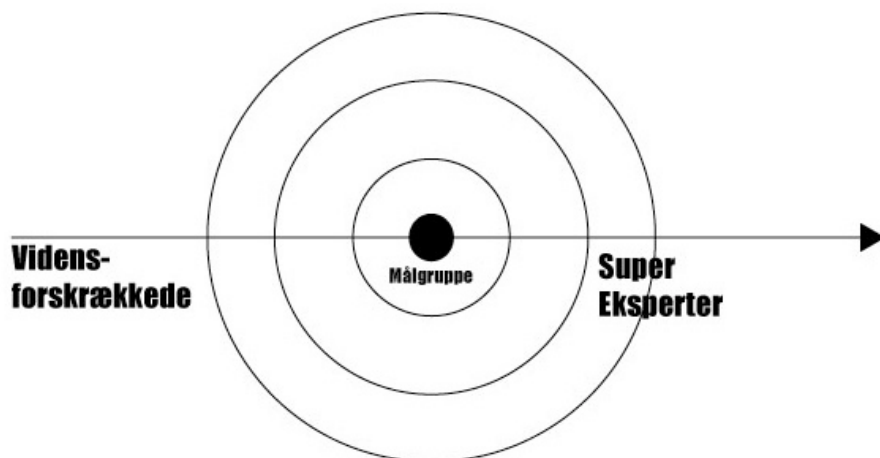
Der gennemførtes en workshop af en dags varighed med deltagelse af hele projektgruppen med henblik på dels at drøfte struktur – men hovedsageligt at drøfte spørgsmål – emner, krav til spørgsmålenes karakter mv.

Oplæg til drøftelse var:

Hvem:

Hvem er målgruppen? Vi ønskede en så præcis målgruppe som muligt. En præcis målgruppe gav os mulighed for at dyrke målgruppens kompleksitet og karakteristika specifikt – hvilket paradoksalt nok ofte giver nøglen til generel appel. Familiens selvbillede og værdier har indflydelse på valg og fravalg i

forbindelse med spil. Vi beskrev vores målgruppe som vidensbegærlige uden at være eksperter. de skal føle, at spillet beriger dem med konkret viden – blandt andet.



Spillet erklærede målgruppe er børnefamilier. Denne meget brede gruppe afgrænsede vi yderligere med to generelle betragtninger til **familier med børn i alderen 10-13 år**.

- Målgruppen skal kunne læse og abstrahere på rimeligt niveau. Det peger på børn, som er fra ca. 10 år og opefter.
- Målgruppen tænder på at lege og konkurrere. Det peger på børn i alderen op til 13 år.

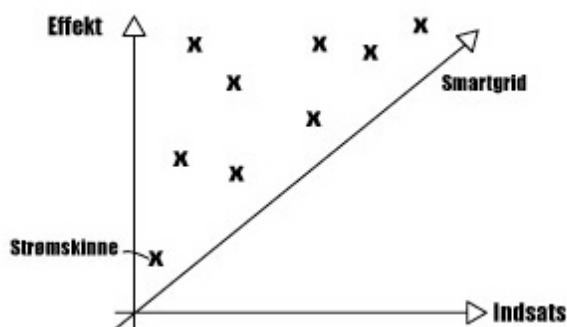
Hvad

Hvilken viden skulle vi formidle?

Overordnet befinder vi os i det vidensfelt, som er **relevant og tilgængeligt** for den målgruppe, vi definerer under 'Hvem?'

Samtidigt har vi nogle konkrete fokusområder for ELFORSK at forholde os til

- Husholdning, adfærd og forbrug
- Installationer og apparater
- Klimaskærm
- Køle- og varmepumpe teknik
- Konkret går vi efter viden om ændringer, som har et godt forhold mellem indsats og effekt. Er der en lille effekt (fx hvis du køber en strømskinne) så skal indsatsen også være lille for at det konkrete vidensområde optræder i spillet. Omvendt – hvis en indsats er stor, så skal effekten også følge med (fx hvis du bygger et helt nyt energioptimeret hus). Opgaven er at identificere vidensområder og vurdere indsats kontra effekt.

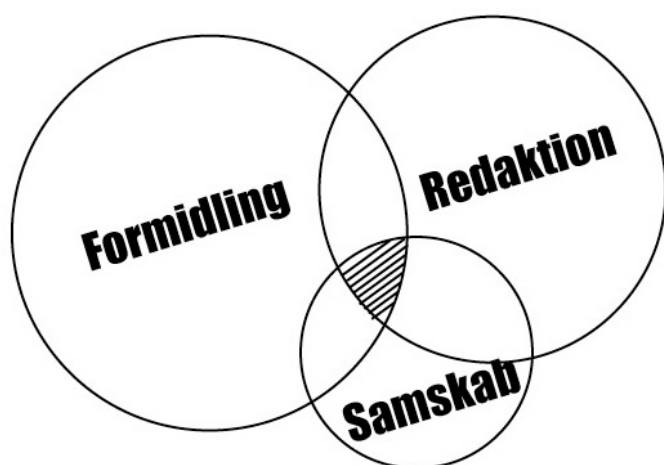


Opgaven varetages af de tilknyttede fagpersoner i samarbejde med Formidlingsgruppen. Konkret foregår det ved et heldagsmøde, som afholdtes på Experimentarium.

Hvordan

Hvordan formidler vi den viden, vi identificerer under 'Hvad?'

Målet er at skabe og dele **en række helt konkrete spørgsmålstyper**, som vi kan variere efter den viden, vi skal formidle. De skabes på baggrund af viden om formidlingssituationen. Opgaven ligger i krydsfeltet mellem SAMSKAB, redaktions- og formidlingsgruppen



Opgaven var at fastlægge et billede af målgruppens karakteristika for at besvare spørgsmålet: Hvad er sjovt for alle? At identificere situationer, roller eller relationer, som fungerer i forhold til at introducere viden i det sociale fællesskab, som en familie er? Svaret på disse spørgsmål skulle lede os i retning af de redskaber/spørgsmålstyper, vi ledte efter.

Med udgangspunkt i workshoppen blev en række emner fastlagt, og redaktion, formidlingsgruppe og eksperter begyndte udviklingen af spillets spørgsmål.

4.1.2.4 Udvikling af spilstruktur og design

Sideløbende med spørgsmålsudviklingen blev spillets struktur og design justeret med udgangspunkt i de tilbagemeldinger som vi havde fået i forprojektet. Struktur og design blev yderligere udviklet og tilpasset efter familietest i juni.

4.1.2.5 Familietests

Der gennemførtes familietests i maj med deltagelse af redaktionsmedlem og pædagogisk konsulent, som overvågede spillet og efterfølgende i dialog med familierne modtog feedback på såvel spørgsmål, som spilstruktur, design, dynamik i spillet, lærings og underholdningsværdi. Familietests blev gennemført igen i juni måned.

Nedenstående er refleksioner fra familietest 1 og 2:

Familietest 1 og 2 af energi spillet – Klimaklog/Energi geni.

I test 1 deltog tre familier med hver to børn. Børnenes alder 8 år til 16 år.

I test 2 deltog tre familier, med hver to børn. Børnenes alder 8 år til 13 år.

Fokus i denne beskrivelse er kommunikation, samspil og læring.

Hvad tænker vi når vi ser spillet i butikken?

Temaet energi appellerer til drenge

Tag strøm på din modstander – dejligt med humor

Klimaspil – det vil jeg gerne spille med børnene – påvirke holdninger

Meget uro på låget – spørgsmålene er fine – måske nogle af dem på låget

Narrativerne på æsken siger meget om strøm og fysik- er det svært?

Hvad er det vi skal spille?

Test1

Her kunne en lille fortælling om spillets tema, udfordringer og lærings syn give familien og i måske især børnene en tydeligere ide om spillets tema og muligheder.

Familien vil fra starten kunne beskrive "Energi", relateret konkret til deres familie og bolig.

Test 2

Beskrivelsen af spillet og reglerne kræver koncentration og systematik for at i mødekomme ønsket om at komme i gang med spillet. Familiernes indbyrdes roller og kommunikation har stor betydning for forløbet med, at lære reglerne at kende fungerer.

Beskrivelsen af spillet og reglerne skal hjælpe til den tydelighed som familien ikke nødvendigvis skaber selv.

"Spillet handler om energi relateret konkret til netop min familie og bolig."

Flere familier efterspørger i starten "Hvad er det vi skal gøre?"

Beskriv elementerne og processen i spillet: Vælg spørgsmål – vælg strategi - flyt din brik – læg powerbrik - tilbage til startfelt. Fortællingen om hvad går det ud på, kunne beskrives mere fakta artigt og mere konkret helt i starten.

Hvordan kommer vi i gang?

Test 1

Alle tre familier havde en vis erfaring med at spille brætspil sammen og brugte erfaringer herfra til at få indledt spillet.

For at imødekomme familierne i opstarten af spillet kan det være en fordel, at reglerne starter med en trin for trin beskrivelse af æskens indhold og anvisning "Spillepladen lægges på bordet".

Dette gør det mere overskueligt når der henvises til spillets øvrige delelementer.

Eksempel vis: at "Kraftfelt" ikke nævnes før spillepladen er lagt ud på bordet, så kan man relatere til det ved at kigge på pladen.

Test 2

Den samlede spilleplade skal rykkes frem i første spalte, da der ofte er forvirring omkring hvordan pladen skal ligge eller om hver spiller har sin egen spilleplade.

Det er forskelligt hvor mange detaljer i reglerne familierne fanger lige ved første gennem læsning. Vigtig at der skabes logik mellem regler og præsentation af begreber.

Elementerne i Kendmispørgsmålene hvor det er medspillerens svar man skal gætte kan blive tydeligere.

Når der i familien er stort fokus på at præsenterer sin viden, kan det være vanskeligt at skifte til, at have fokus på sin medspillers forståelse.

I denne familie test blev det tydeligt, at det virker godt at spille nu har tre spørgsmåls kategorier. Det giver variations muligheder, strategiske muligheder og muliggør valg af spørgsmål som tiltaler alles fokus på viden eller det relationelle.

Brug af Hazardkort, blev kun tydeligt for én familie, nemlig ved forkert svar. Ellers kom de kun i anvendelse ved Kendmig kortene.

Hvad er vi mest optaget af mens vi spiller?

Det var forskel på familiernes forventninger og fokus på det at spille sammen.

- Samvær
- Hygge
- Konkurrence
- Læring

Test 1

Der viste sig forskellige måder i familierne, at inddrage børnene i spillet på.

Nogle forældre er meget omhyggelige med at beskrive og forklare om de forskellige emner, og dermed give børnene en mulighed for at reflekterer over spørgsmålene.

Eks. sparebruser

Nogle familier har meget fokus på konkurrence elementerne, både dem i spillet og i deres forståelse af at spille sammen. Det kan betyde, at det ikke direkte får forældrene til at være meget opmærksomme på inddragelse af især de yngre børn, men også børnenes perspektiver på hverdag, bolig og energi.

Der vil muligvis blive mere fokus på dette ved, at der i spille lægges op til konkret inddragelse af børnene og deres perspektiver. Dette kunne måske gøres gennem den "lille fortælling i indledningen til spillet", ved tydeliggørelse af, at læse op for hinanden og andet.

Nogle familier er vedvarende opmærksomme på at inddrage også mindre børn. Dette lykkes meget fint i den ene familie, hvor en dreng på 7 år blev inddraget med spørgsmål "Hvad tror du?" og brik flytning osv.

Kunne der på spørgsmålskortene være Junior spørgsmål? "Bruger en pære energi når den er slukket?"!!!!

Test 2

I alle tre familier virkede det fint at der nu er tre spørgsmål kategorier. Det skabte mulighed for mere variation og at blive opmærksom på de andres valg. Det fik både en betydning for de strategiske valg, men også dialog om hvilken type spørgsmål hver især foretrak.

Familierne bliver opmærksom på strategi mulighederne på forskelligt niveau. Der hvor familien oplever strategien hænger sammen med den enkelte tur bidrager strategi mulighederne til variation og fremdrift i spillet.

To af test familierne bliver optaget af, at overveje gennemgående strategi for deres spil. En far præsenterede familien for en samlet strategi mod ham, da ham havde samlet sine powerbrikker. På den måde virker strategi mulighederne som et element som spillerne kan inddrage på forskelligt niveau. Mange af børnene fanger hurtigt strategi mulighederne.

Der er forskel på hvor meget fokus familierne har på at få læst fakta højt. Der var flere bud på at teksten/eller en ramme omkring kunne tydeliggøre. En familie blev under spillet opmærksom på, at den viden de havde fået gennem tidligere spørgsmål og faktorbox, havde givet en viden som gjorde de kunne svare på efterfølgende spørgsmål.

Hvad kom vi til at tale om?

Test 1

"Man ved jo godt nogle gange hvad man skal svare når det er et spil om energi man spiller, men..."
En familie blev optaget af at tale om der er forskel på det den enkelte godt ved om energi og den måde den enkelte faktisk handler på i hverdagen.

Spørgsmål fra forældre til dreng på 11 år:

"Hvor meget lys har du faktisk tændt når du er alene hjemme?" "Jeg har lys over det hele." "Har du det? Det er også ok, nå .. det er jo heldigvis ikke så tit det sker, du er alene hjemme, vel?"

Refleksion i familie med dreng på 11år:

Stand by – Hvad er det? Hvad er forskellen på: "Du skal slukke nu eller du skal holde op med at spille nu?"

Test 2

"Det er sjovt med ærteposen der ikke kan komme ud af fryseren, det kender vi jo godt! Måske skulle vi rime af lidt oftere."

"Tørre vi også radiatorer af?" Her opdagede børnene at rengøring i deres hjem, var mere end de havde lagt mærke til.

"Jeg synes Aktionsspørgsmålene er gode, her taler vi om det vi opdager."

"Aktion kortene er gode når der er mindre børn med i spillet"

"Det er sjovt med elmåleren som er med i spillet, her er der ingen der kender svaret på forhånd."

Hvad er mest overraskende?

Test 1

Mulighed for at holde fremdrift i spillet.

Der var i alle tre familier en oplevelse af, at spillet tog lang tid og i hvert fald ind til alle havde overblik over de strategiske muligheder en oplevelse af det gik langsomt.

Spillets læringssynet, under *Den eksisterende kundskab har en stor indflydelse på læring* og ønsket om "fremdrift" fik mig til at tænke på muligheden med kort som trækkes tilfældigt i rækkefølgen af spørgsmålskort:

"Hvad har overrasket dig mest? – Et sjovt svar – et fjollet gæt – en overraskende nyhed" svaret på dette, som jo vil være helt vilkårligt fra spil til spil, kunne udløse en gevinst eller bare være et pudsigt indslag hvor spillerne lige stopper op og tænker, griner eller.....

Test 2

De strategiske muligheder i spillet supplerer fint familierne forståelse af mulighederne og det fokus de har på dette. Når familien var optaget af strategi mulighederne, blev de også anvendt med opmærksomhed på barn/voksen, svært/nemt og motivationsfaktor. Når familien ikke var så optaget af strategi mulighederne, gør reglerne det muligt at strategierne og variationsmulighederne holder fremdrift i spillet.

Der var forslag fra familierne om, at der som "superbruger" kunne anvendes benspænd som for eksempel: lægge nogle felter øde, "Gå sammen mod".

4.1.2.6 Eksperttest

Spillet er blevet drøftet med spilekspert, som løbende har givet feedback og prøvespillet det med en gruppe af "med-eksperter". Eksperternes tilbagemeldinger er blevet drøftet vurderet i forhold til spiludviklingen.

4.1.2.7 Testudvikling

Der er udviklet og gennemført test af spillet. Test og testresultater er beskrevet under "Resultater"!

4.1.2.8 Formidling og distribution

Der er gennemført en række aktiviteter med henblik på forankring i markedet. Dette er beskrevet under resultater.

5. Opnåede resultater



5.1 Spillet

Spillet "Den store EnergiGEVINST" er udviklet. Et brætspil for hele familien, der stiller fokus på energi. På en sjov og underholdende måde. Et spil, der rykker grænser, afslører meningsforskellig og holdninger til energiforbrug i familien. Gennem fælles leg sættes fokus på familiens energiforbrug – uden løftede pegefingre – men gennem en masse sjov og a-ha oplevelser. Hvad betyder det for energiforbruget, når du skruer op for varmen i huset, eller lader alle apparater stå på standby? Hvad tror du, at mor mener om atomkraft? Spillet er en kamp på viden, action, drilleri, held og en del taktik.

Spillet er for 2-6 personer. Den dynamiske spilleplade består af 6 trekanter, som lægges tilfældigt op, så de tilsammen danner en sekskant. Spillepladen kan således ændre sig fra gang til gang, og den kan også ændre sig undervejs i spillet. Hver spiller får en spillebrik og 3 "pointbrikker".

Vinder er den, der først får placeret sine tre pointbrikker på egne pointfelter på spillepladen og kommer tilbage til sit startfelt. For at få lov til at placere en pointbrik, skal spillebrikken stå på pointfeltet. Du bevæger dig rundt på spillepladen ved enten at hoppe fra felt til felt, eller ved at dreje den spilletrekant, du står på, enten højre eller venstre om og derefter hoppe til et felt på en anden spilletrekant. For at få lov til at hoppe og dreje skal du udføre en opgave fra enten VIDEN-, kendMIG- eller ACTION kassen. Du vælger selv hvilken type opgave, du vil have, når det bliver din tur. Løser du opgaven, må du hoppe og/eller dreje.

Med spillet følger også en el-måler, for nogle af ACTION kortene kræver, at du skal rundt i huset og finde ud af hvad forskellige apparater forbruger.

5.2 Evaluering af spillet

5.2.1 Formål: Evaluering og test af spillet

Evaluering og test af spillet er delt op i tre dele:

1. Evaluering af spillets kvalitet og potentiale

Testen vil søge at afdække:

- Hvordan spillet (og dets elementer) vurderes, herunder om spillet indeholder kritiske motivationsfaktorer for at spille et brætspil:
 - Underholdningsværdi (sjovt, aha-oplevelser og overraskelser)
 - Konkurrenceværdi
 - Social værdi
 - Læringsværdi (primært i forhold til energiforbrug)
- Hvordan spillet vurderes i forhold til andre populære brætspil?
- Om spillet bliver spillet i de familier, som har erhvervet sig spillet

2. Evaluering af spillets evner til at motivere til energirigtig adfærd

Testen vil søge at afdække:

- Om spillet medfører en højere "energibevidsthed" og om spillet har en adfærdsmæssig effekt.

3. Evaluering af spillets læringssyn

Testen vil søge at afdække:

- Lever spillet op til sit læringssyn?
- Virker spillets læringssyn i forhold til energibevidsthed og adfærd?

Med udgangspunkt i ovenstående konklusioner vil der endvidere blive givet input og forslag til eventuelle justeringer/forbedringer af spillet samt strategi for anvendelse og udbredelse.

5.2.2 Executive summary

Evalueringen af Den Store Energigevinst viser, at spillet opfattes som et sjovt og underholdende spil. Det har en meget høj læringsværdi, og spillerne får gennem spillet en række aha-oplevelser, som de både synes er sjove og anvendelige.

Spillet vurderes som fuldt på højde med tilsvarende konkurrerende spil som fx Trivial Pursuit, Besserwizzer, Ego, Matador mv. Dog er det en smule svært for spillet at 'løbe fra dets DNA'. Det opfattes som et moralsk spil, hvor der er rigtige og forkerte svar. Det er ikke kun 'sjov og ballade'. Dette bør tænkes ind i den måde det bringes til markedet.

Spillet fungerer udmærket i sin nuværende form og kan med enkelte ændringer gøres endnu bedre.

Spillet og det læringssyn, som det repræsenterer, skaber tilsyneladende en høj energibevidsthed, og konkrete erkendelser vedr. forskellige apparaters energiforbrug og fører til ændret adfærd i boligen.

Spillet er anvendeligt som familiespil, og analysen viser, at det vil være særligt anvendeligt til undervisningsbrug i skoleklasser på 6-8. klassestrin. Her kunne det fx indgå i projektforsøg omkring energiforbrug og -adfærd. Det vurderes, at både børn, forældre, lærere og skoler vil synes, at spillet vil repræsentere en attraktiv undervisningsform.

5.2.3 Beskrivelse af spillet

Spillet er opbygget af følgende elementer:

Spilleplade, der er delt op i 6 trekanter. Spillepladen kan lægges som man vil, så længe den udgør en 6 kant. Hver trekant kan drejes i løbet af spillet, hvilket kan give en spiller en fordel eller en ulempe.

6 spillebrikker, som hver spiller kan rykke rundt med på pladen.

6 x 3 pointbrikker, som spillerne skal placere på deres pointfelter på spillepladen.

Når det er en spillers tur, skal spilleren vælge en kategori, spørgsmålet eller opgaven læses herefter op af en anden deltager:

VIDENkort, der indeholder en række vidensspørgsmål vedr. energiforbrug. Spilleren får 3 svarmuligheder. Desuden indeholder kortet en fakta tekst om emnet, som kan læses op, efter svaret er givet. Svarer spilleren rigtigt må denne foretage 2 aktioner med sin brik – rykke den til et andet felt og/eller dreje spillepladen, som den står på. Der er frit valg, om man vælger at flytte sin brik to gange, dreje spillepladen to gange, eller rykke og dreje. Eller undlade at rykke sin brik, hvis det giver en fordel.

kendMIGkort, der indebærer, at spilleren vælger en duellant, som skal gætte, hvad spilleren vil gøre i en given situation. Der gives 3 scenarier. Svares der rigtigt, må spilleren rykke sin brik og/eller dreje spillepladen, som beskrevet ovenfor. Svares der forkert, bliver spilleren stående, og duellanten skal trække et chancekort, som skal bruges med det samme.

ACTIONkort, der indeholder spørgsmål/opgaver, som spilleren selv skal ud og undersøge i hjemmet, nogle af dem ved hjælp af den medfølgende strømmåler. Svarer spilleren rigtigt, må denne rykke sin brik og/eller dreje spillepladen, som beskrevet ovenfor. Svarer spilleren forkert på spørgsmålet, skal spilleren trække et chancekort, der skal bruges med det samme.

Som det fremgår, indeholder spillet også CHANCEkort, der indeholder en række handlinger, som både kan repræsentere en fordel eller en ulempe for spilleren.

Spillet går ud på, at hver spiller rykker sin spillebrik rundt på spillepladen. Når spilleren lander på et af sine pointfelter, kan en pointbrik lægges på pointfeltet. Når en spiller har placeret alle sine 3 pointbrikker på pladen, skal spilleren have sin spillebrik tilbage til start. Vinderen af spillet er den, som først får placeret sine pointbrikker og vender tilbage til sit startfelt.

Med spillet medfølger en strømmåler (med særskilt brugermanual)

Spillets regler guides via en spilvejledning.

Elementer i Den Store Energigevinst



5.2.4 Beskrivelse af spillets læringssyn

Den Store Energigevinst er udviklet med udgangspunkt i et specielt læringssyn, der består af en række komponenter, og som forudsætter, at læring og forankring af denne læring mest effektivt forgår:

- Når der er tale om 'affektiv' læring, dvs. at positive følelser og motivation i forbindelse med læringssituationen aktiveres. Altså typisk i sammenhæng med sjov leg.
- Når ny viden er noget, som deltagerne (fx i et spil) selv konstruerer – dvs. at ny viden sker som en egen-erkendelse (ofte i forbindelse med en aha-oplevelse i modsætning til viden, man bliver påduttet eller påskrevet som en "løftet pegefinger")
- Når læring og forankring er en social proces – dvs. at hele 'gruppen' lærer og erkender samtidigt og hermed også kan fastholde hinanden i ny læring og adfærd.
- Når læringen opfattes som relevant, nærværende, vedkommende – og tager udgangspunkt i (og udfordrer) eksisterende viden og holdninger.

5.2.5 Analyse design

Evaluerings og test foregår både via en kvalitativ og en kvantitativ undersøgelse.

Kvantitativ undersøgelse

Denne analyse gennemføres som en webbaseret dataindsamling. Respondenter identificeres ved at personer, der har købt spillet eller har fået det foræret som gave, opfordres til at registrere sig. Spørgeskemaet består af spørgsmål, hvor respondenterne bedes vurdere forskellige kvaliteter ved spillet samt bedes om at vurdere spillets effekt på energibevidsthed og adfærd. Spørgeskema fremgår af bilag 1.

Kvalitativ undersøgelse

Den kvalitative analyse foretages gennem gruppeinterviews med familier, der har spillet Den Store Energigevinst flere gange. Endvidere er der foretaget telefoninterviews. Den kvalitative analyse støtter op omkring den kvantitative analyse og undersøger respondenternes vurdering af spillets kvalitet og spillets adfærdsmæssige effekt. Fordelen ved gruppeinterviews er, at svarene kan blive uddybet og nuanceret, og at det kan kvalitetssikres, om der svares rigtigt og ærligt på spørgsmålene og ikke "politisk korrekt". Kvalitativ spørgeramme fremgår af bilag 2.

Data- og kildekommentering

Der er 32 respondenter, der har besvaret spørgeskemaet. Der er foretaget 5 gruppe/familieinterviews og 5 telefoninterviews med forældre. Dette er naturligvis en noget begrænset 'sample' (hvilket primært skyldes,

at spillets udbredelse på nuværende tidspunkt er begrænset). Tilbagemeldingerne fra både den kvalitative og den kvantitative undersøgelse peger dog i samme retning, og der er forholdsvis lille spredning i tilbagemeldingerne, og det vurderes derfor, at undersøgelsen giver en forholdsvis god indikation af spillet og dets kvaliteter. Der er en smule overlap mellem respondenterne i den kvalitative og den kvantitative analyse.

5.2.6 Analyseresultater

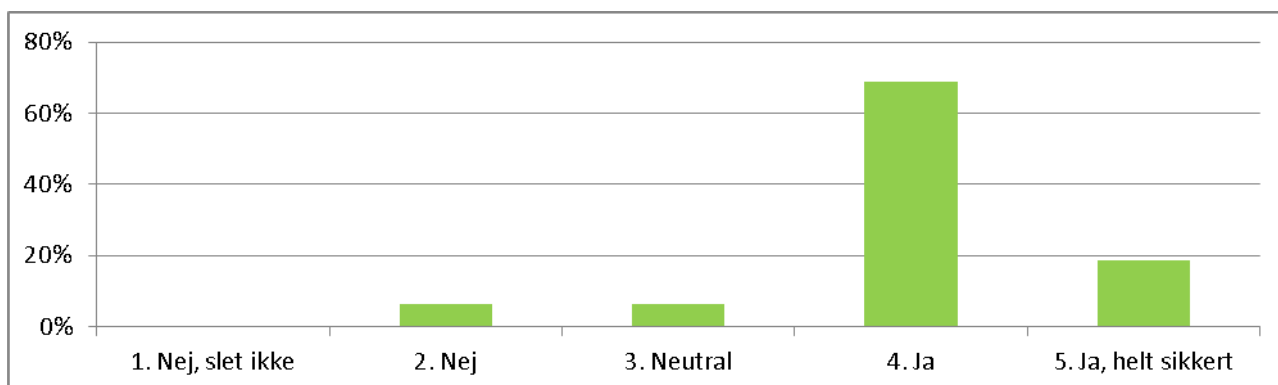
Både den kvalitative og den kvantitative undersøgelse giver overordnet set en meget positiv vurdering af spillet.

Underholdningsværdi

De fleste synes, at det er et rigtig godt spil, som er sjovt og underholdende at spille. Dette støttes af resultaterne fra både de kvalitative interviews og det kvantitative spørgeskema. Som det fremgår af figur 1, siger hele 78% "ja" eller "ja, helt sikkert" til spørgsmålet, om det er sjovt at spille Den Store Energigevinst. Kun 6% vender fingeren nedad til dette spørgsmål.

FIGUR 1

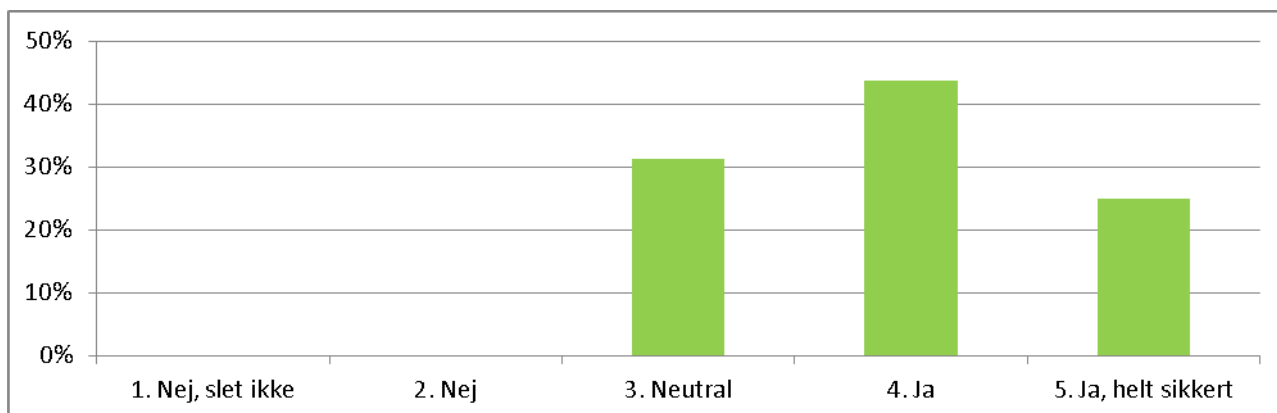
Spørgsmål: Syner du, det var sjovt at spille "Den Store Energigevinst"?



Det er især de 3 kort kategorier (Viden, kend mig, action), der fremhæves. Det er en sjov idé, at der kan veksles mellem 3 forskellige kategorier. Det skaber dynamik og afveksling – og gør naturligvis, at spillet har et stort spænd i forhold til præferencer, aldersgrupper, mv. At kortene generelt opfattes som gode støttes også af den kvantitative undersøgelse. I figur 2 kan det således ses, at 69% er positive (ja og ja, helt sikkert) i forhold til spørgsmålet, om spørgsmålene i spillet er gode. 31% er neutrale, og ingen er generelt negative.

FIGUR 2

Spørgsmål: Synes du spørgsmålene i "Den Store Energigevinst" er gode?



Spillerne får dog hurtigt en 'kort favorit', og da det er frit at vælge, hvilket kort der trækkes, betyder det desværre, at spillerne begynder at tage den samme type kort igen og igen. Dette går ud over dynamikken i spillet. Det bliver en smule monotomt, og enkelte siger også, at det faktisk kan skabe en smule irritation fra de andre spillere. "Åh altså far, du tager også altid kun videnkortene".

Vurdering af de forskellige kortkategorier

VIDENkort: Vurderes som en rigtig god kategori. Kortene giver en masse interessante aha-oplevelser i forhold til energiforbrug. Selv personer, der i forvejen havde stor viden om energi, kan blive overrasket og få disse aha-oplevelser. Det nævnes dog af flere, at der er stor forskel i sværhedsgraden i kortene. Og at der er mange spørgsmål, som de yngste børn ikke har mulighed for at svare på. Nogle af spørgsmålene er således meget tunge/lange (man har næsten glemt, hvad de går ud på, når man er færdig med at læse det op). Det nævnes også, at enkelte af spørgsmålene er for lette at regne ud. Det er for let at se, hvad det 'moralsk korrekte' svar er.

ACTIONkort: Vurderes om en rigtig sjov idé. Der, hvor det fungerer bedst, går hele familien på "skattejagt" efter energibesparelser. Der er dog også mange, som siger, at kategorien var sjov i starten, men at man hurtigt bliver træt af den. Den tager for meget tid og ødelægger det sociale samvær (hyggen) rundt om spillet, fordi man hele tiden bliver afbrudt. Afbrydelsen betyder, at spillerne begynder at gøre andre ting (sende sms, gå på facebook, mv.) og det er svært at bringe fokus tilbage på spillet. Der er også en vigtig anke på ACTIONkortene i forhold til den medfølgende strømmåler. Den er svær at aflæse og svær at bruge, da den kan både vise volt, ampere og Watt, uden at det fremgår hvilken måleenhed, der er tale om. Dette skaber irritation og opfattes som besværligt.

kendMIG kort: Denne kortkategori vurderes generelt som meget sjov og fører til fælles erkendelser omkring hinanden i forhold til energiforbrug. Det er de unges foretrukne kategori. Det virker dog ulogisk for mange, at begge parter får belønning, når "kend mig" gættes. Og at når der svares forkert, at 'duellanten' får et changekort (som kan være en fordel). "Den skulle vi lige læse to gange i manualen", som der var en, der sagde.

CHANCEkort. Denne "ekstra" kategori bidrager til at skabe dynamik, og stort set alle vurderer, at dette overraskende og tilfældige element er et sjovt og velkomment bidrag. Flere ønsker således, at der var flere CHANCEkort, og at de fik en mere fremtrædende rolle i spillet. Der efterlyses mere 'tilfældighed' og 'held' i spillet.

I denne forbindelse (tilfældighedselementet) bør det nævnes, at der er et stort flertal i de kvalitative interviews, der efterlyser en terning. Det er man ligesom vant til, når man spiller et spil, og det er ens tur. Der er således flere, der siger, at en eller anden form for terning kunne bibringe mere tilfældighed (fx i form af hvor mange gange, man må flytte, eller hvilket kort man skal vælge) og det anføres også, at man bliver mere fokuseret på, at nu er den ens tur, og nu skal man "tage sig sammen". Altså på samme måde, som man kender det fra spil som Ludo, Matador, Besserwizzer, Trivial Pursuit, mv.

Spillepladen fremhæves også som et unikt og spændende element. Det er interessant, at den kan vendes, og at en spillers planer derved kan forpurre. Og så er der også mange, der synes, at den er "skide flot" og "lækker".

Der er dog også dem, som siger, at spillepladen er sjovere i teorien end i praksis. Det er svært for mange at se, hvem der fører i spillet, og hvem man skal "efter" og rotte sig sammen imod. Der er flere, der efterlyser en eller anden form for mekanisme (enten på spillepladen eller på anden vis), der viser, hvem der er foran, og hvem "der skal til at tage sig lidt sammen". Som det er nu, kan man pludselig blive færdig/vinde, hvilket "gør det til en lidt flad fornemmelse at vinde". Konkurrence-elementet i spillet er på denne baggrund en smule sat ud af kraft.

At spillepladen kan drejes giver også det problem, især hvis det er få, der spiller spillet, er det hurtigt overstået. Det kan indimellem være overstået på kun 5-10 minutter. Og som flere siger "så skal man i gang med forhandlinger om, at spille spillet en gang til".

Læringsværdi

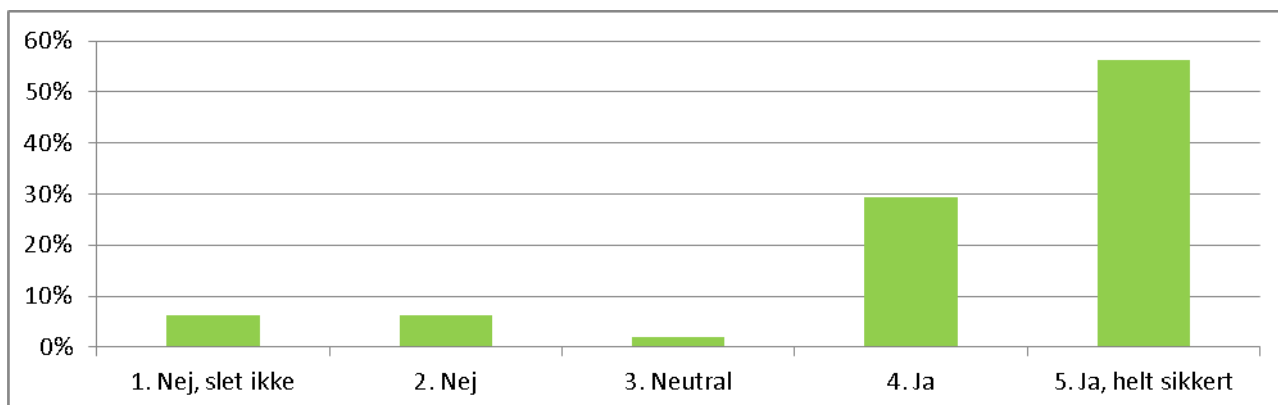
Spillet har meget stor læringsværdi. Det giver en masse aha-oplevelser i forhold til dagligdags energiforbrug. Der nævnes med stor entusiasme aha-oplevelser i forhold til sparepærer, kogning af vand i elkedel, værdien af at sætte log på gryden, vandforbrug ved brusebad, elforbrug ved standby, mv. Det er nærværende og sjovt og bidrager til en høj underholdningsværdi. Og som flere nævner, så er der tale om brugbar viden (i modsætning til fx spørgsmål i Besserwizzer og Trivial Pursuit).

Det, som især virker godt, er, at der er tale om en fælles aha-oplevelse/erkendelse i familien. Og hele familien kan derfor blive bevidst og blive enig om at ændre deres adfærd. Og det er interessant, at børnene/de unge faktisk begynder at opdrage på forældrene. "Far, det er altså dig som tager de længste brusebade her i familien ... men det tror du vist ikke hva'!"

At spillet har en meget høj læringsværdi støttes også af svarene i spørgeskemaet, som fremgår af figur 3. Her kan det ses, at hele 85% mener, at de lærer noget ved at spille Den Store Energigevinst.

FIGUR 3:

Spørgsmål: Lærte du noget ved at spille "Den Store Energigevinst"?



Det bør dog i fortsættelse af ovenstående også nævnes, at spillet netop qua den høje 'brugbare' læringsværdi opfattes som et "moralsk spil" med en "opdragende effekt" og dermed også en lille smule "løftet pegefinger".

Spillet har svært ved at løbe fra dets DNA. Og der er flere, der efterlyser, at dette skulle man måske være mere ærlig omkring. Det er let at gennemskue, at der er moralsk rigtige og moralsk forkerte svar. Det er ikke bare sjov, spas og leg.

Den sociale værdi / egnethed i forhold til målgruppe

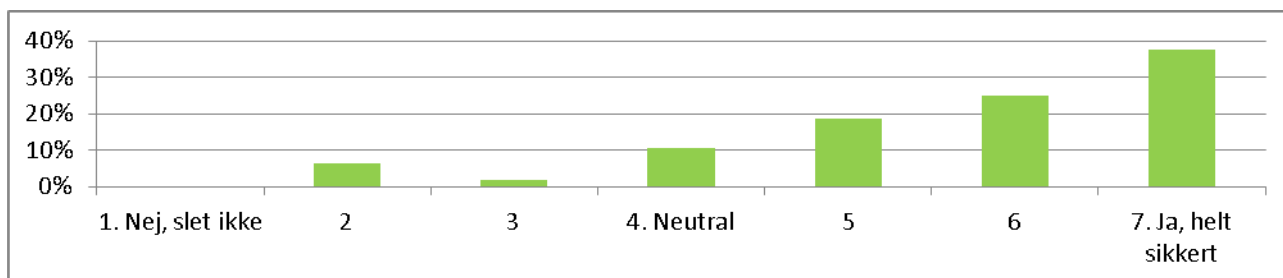
Den Store Energigevinst har en høj social værdi. Som nævnt, fører spillet til sjove fælles erkendelser omkring energiforbrug og omkring hinanden. Som om det også fremgår af det foregående, er der dog enkelte elementer i spillet, som har en negativ effekt på den sociale værdi, som fx når ACTIONkortene afbryder hyggen rundt om spillet/bordet.

Både den kvalitative og kvantitative analyse viser, at spillet vurderes til at være et godt spil at spille sammen med familien.

Tilbagemeldingerne på, om spillet er godt at spille sammen med venner, er mere blandede – både fra de voksne og fra børnene. Det vurderes for lidt for 'børneagtigt' af de voksne til at være noget, som de vil spille sammen med voksne venner (måske er det noget med spillepladen, som en nævner). Og omvendt er det er lidt for "seriøst", "opdragende" og "moralsk" til at være noget som børn ønsker at spille af egen drift sammen med deres venner.

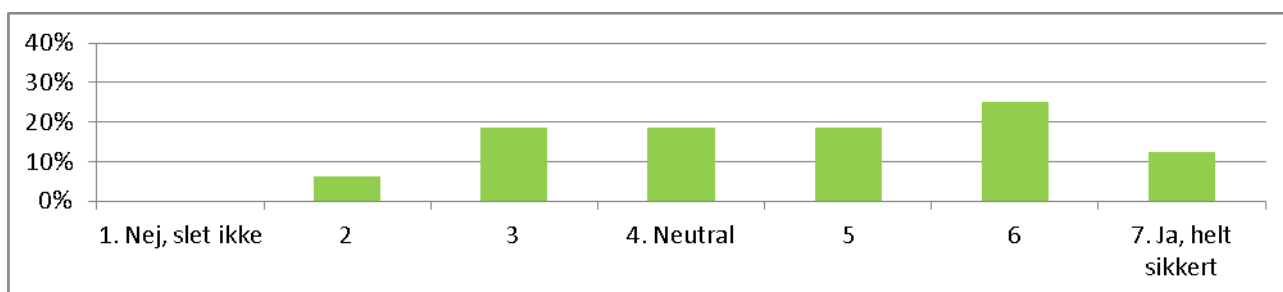
FIGUR 4:

Spørgsmål: Er "Den Store Energigevinst" et godt spil at spille sammen med familien?



FIGUR 5:

Er "Den Store Energigevinst" et godt spil at spille sammen med venner?



Det bør i fortsættelse heraf gøres opmærksom på, at stort set alle i de kvalitative interviews – både børn, unge og voksne – på eget initiativ nævner, at spillet vil være helt genialt til at sætte fokus på energiforbrug i en skoleklasse – ca. 6-8. klassestrin eller alternativt anvendes i en SFO. Alle vurderer, at skolebørnene vil tage imod det med kyshånd, fordi det er sjovere at spille Den Store Energigevinst end traditionel undervisning. Det kunne kombineres med, at børnene skulle låne spillet med hjem og spille det sammen med familien.

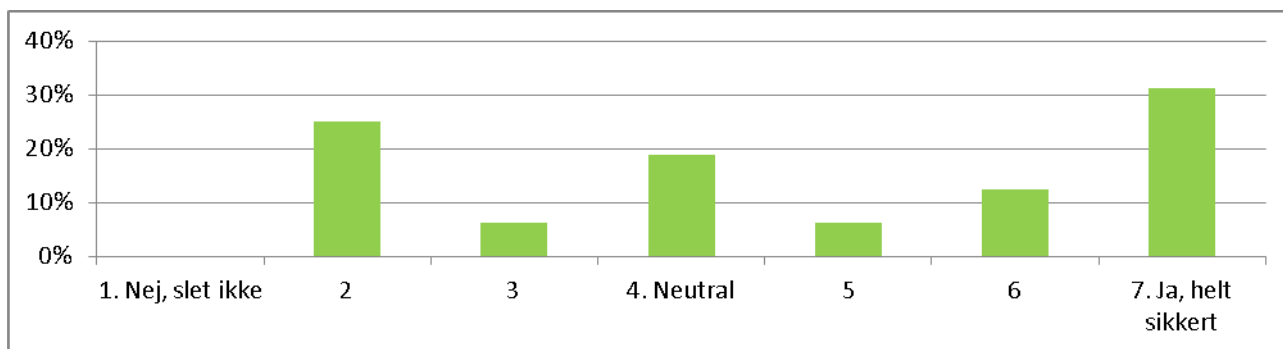
Vurdering af spillet i forhold til andre spil

Den Store Energigevinst er generelt et velfungerende spil, og spillet vurderes i de kvalitative interviews til at være på højde med konkurrerende spilkoncepter som fx Settlers, Partners, Matador, Besserwizzer, Borgen, Trivial Pursuit, Ego, m.fl.

Dette underbygges af den kvantitative undersøgelse, som viser meget fine resultater. I figur 7 kan det således ses, at hele 44% faktisk siger, de vil foretrække Den Store Energigevinst i forhold de spil, de normalt spiller. Dette tal er dog reelt set nok lavere, fordi der skal tages højde for nyhedens interesse, mv., men det er dog en klar indikation af, at spillet vurderes rigtigt godt i forhold til tilsvarende konkurrerende spil.

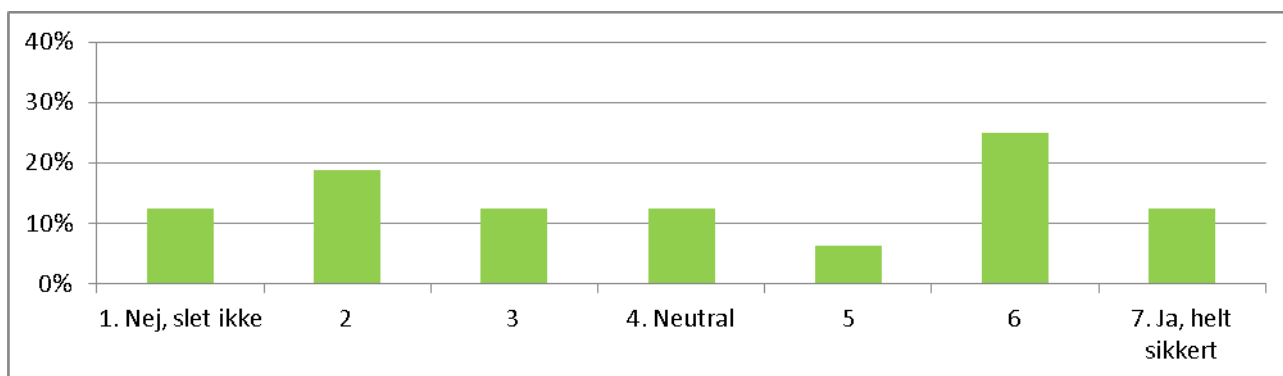
FIGUR 6

Spørgsmål: Er "Den Store Energigevinst" lige så godt som de spil, I normalt spiller?



FIGUR 7

Spørgsmål: Vil du foretrække at spille "Den Store Energigevinst" i forhold til de spil, som I normalt spiller?



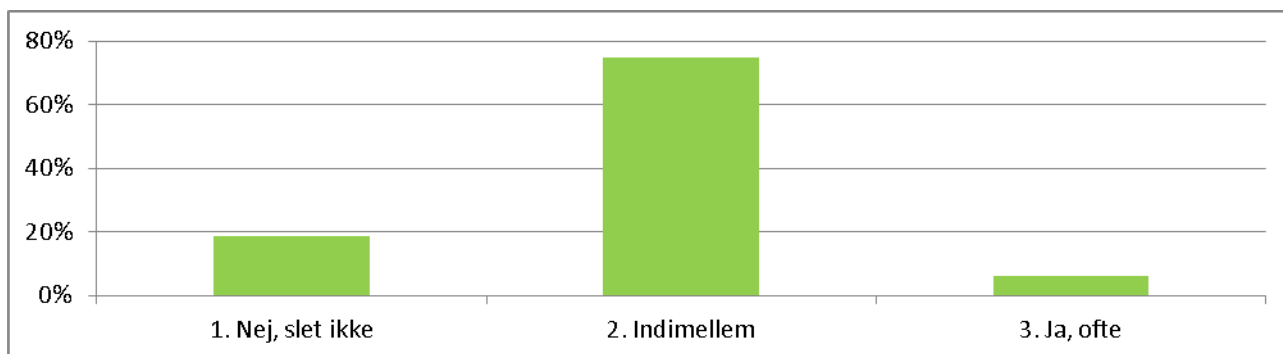
De meget fine bedømmelser af spillet i forhold til konkurrerende spil bakkes op af resultaterne fra de kvalitative interviews. Dog ikke entydigt. De familier, som havde fået Den Store Energigevinst foræret, svarede nej til et hypotetisk spørgsmål, om de ville købe det i fri handel.

Dertil vil det blive opfattet som for "moralsk" og for "belærende", som normalt ikke bliver opfattet som sjovt. Det vil ikke blive opfattet som et velegnet spil til at tage med i sommerhuset. Eller som nævnt være et spil, som kan spilles voksen til voksen eller i en gruppe af børn. Og derfor ville man vælge andre spil, hvis man skulle købe det.

Ovennævnte finding understreges også af, at Den Store Energigevinst var et spil, som mange havde spillet, men så ikke fundet frem igen. Se også figur 8, der viser, at kun et fåtal har spillet spillet "ofte".

FIGUR 8

Spørgsmål: Spiller I ofte "Den Store Energigevinst" i familien?



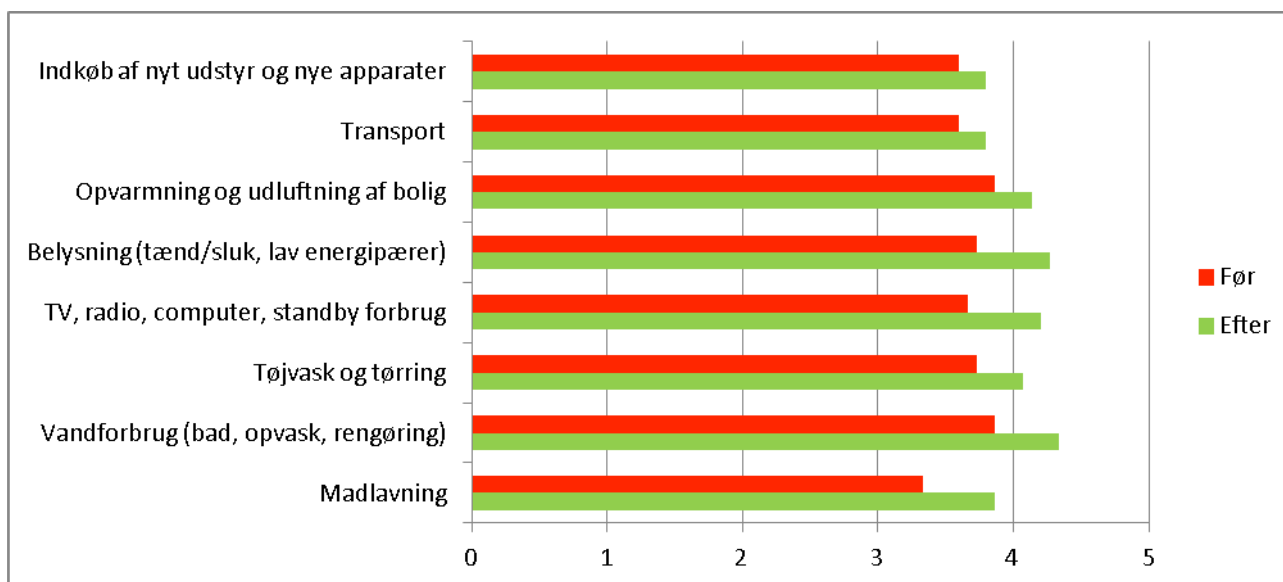
Energibevidsthed og adfærdsmæssig værdi

Der er meget, der tyder på, at Den Store Energigevinst fører til en højere energibevidsthed blandt de familier, som har spillet det. Og det er vel at mærke en *fælles* energibevidsthed, der er tale om. Og familiemedlemmerne er dermed med til at fastholde hinanden i denne bevidsthed (og adfærd).

Disse findings støttes af både de kvalitative interviews og af spørgeskemaundersøgelsen. Se figur 9.

FIGUR 9 – Energibevidsthed før og efter

Spørgsmål: Før/efter du spillede "Den Store Energigevinst", hvor meget tænkte du så over energiforbruget i forbindelse med ...



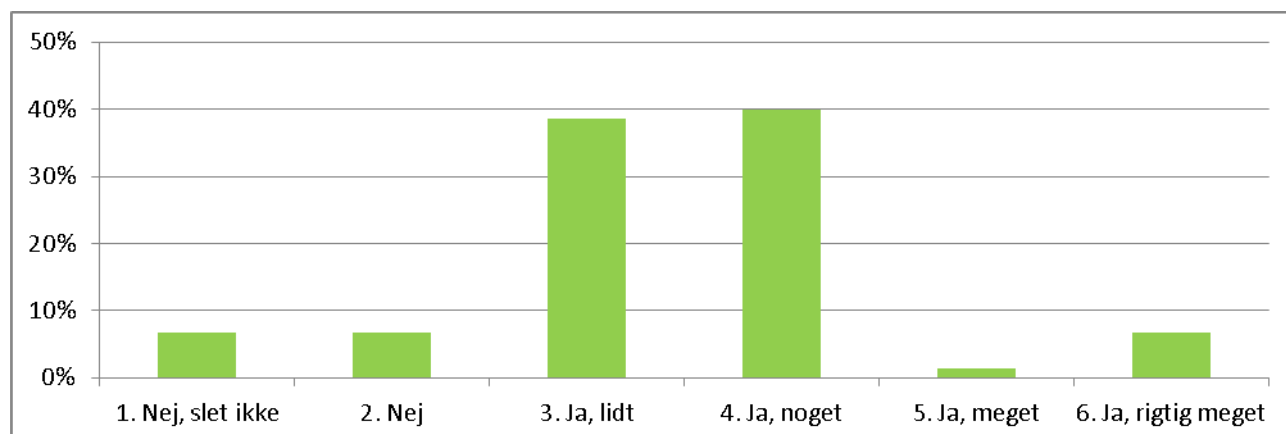
Svarkategorier: 1. Overhovedet ikke; 2. Næsten ikke; 3. Lidt; 4. Meget; 5. Rigtig meget

Der er også meget, der tyder på, at spillet fører til en reduktion af energiforbruget. Kun 14% siger, at spillet slet ikke har påvirket deres adfærd. Mens hele 48% siger, at deres adfærd er påvirket i nogen grad, høj grad eller i meget høj grad (se figur 10).

Der, hvor det nævnes, at spillet har en adfærdsmæssig effekt, er fx i forhold til at slukke unødvendigt lys, isætning af sparepærer, slukning af standby-strøm, madlavning, vandforbrug, varme og udluftning. At fælles energibevidsthed fører til ændret adfærd, kan som det nævnes i de kvalitative interviews, simpelthen ikke være anderledes. "Når vi nu alle sammen ved, at det koster 40% ekstra at koge vand uden låg, så husker vi jo alle hinanden på at bruge låg". Og lignende udtalelser findes der i forhold til konkret brug af elkedler, brusebad osv. Der var også en som nævnte, at de nu havde opsat et stopur til at tage tid på brusebadet, og besparelsen blev udbetalt som lommepenge.

FIGUR 10

Spørgsmål: Har det, du har lært, ved at spille "Den Store Energigevinst" haft indvirkning på dit el- og dit vand og varmekonsum?

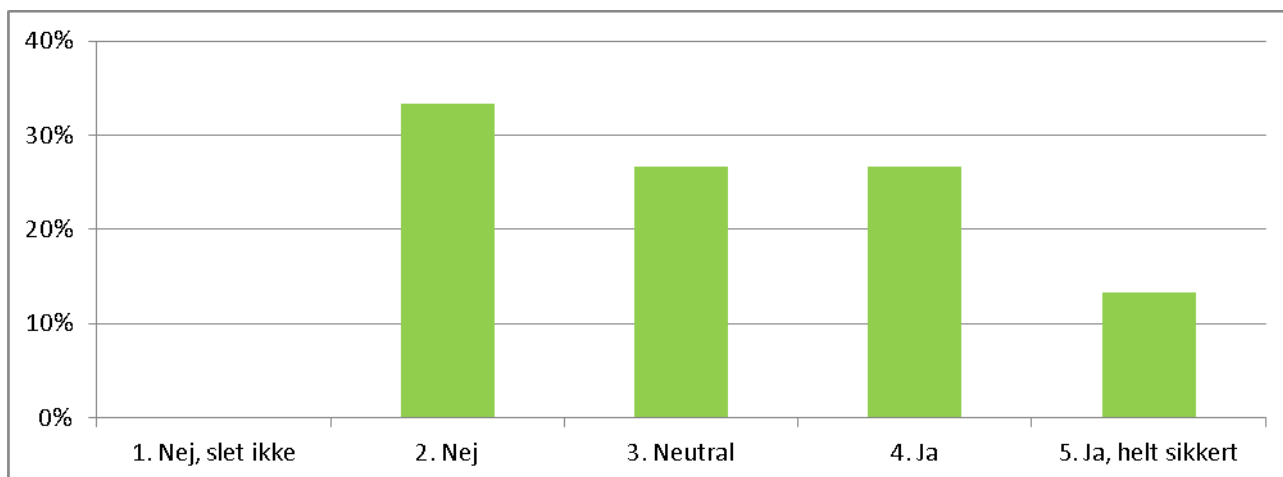


Spillet fører også til overvejelser i forhold til indkøb af nyt udstyr og apparater eller at gøre noget for at reducere energiforbruget i huset. Der nævnes i den forbindelse større anskaffelser og investeringer som fx jordvarmeanlæg, isolering, renovering af taget, solcelleanlæg, nye vinduer, ny fryser. Men også mindre anskaffelser som investering i strømspareskinner til tv og spillekonsoller og vandspare på bruser bringes på banen.

I de kvalitative interviews fortælles det, at spillet giver en energibevidsthed, der er med til at sætte disse ting på familiens agenda, og at det uden tvivl vil have en effekt fremover.

FIGUR 11

Spørgsmål: Har det du har lært ved at spille "Den Store Energigevinst" fået dig til at overveje anskaffelse af nyt udstyr og nye apparater eller gøre noget for reduktion af energiforbruget i dit hus?



Evaluering af spillets virkning som medie for læring, formidling af viden og adfærdsændringer.

Som nævnt er Den Store Energigevinst udviklet med udgangspunkt i et specielt læringssyn, der består af en række komponenter. Læringssynet forudsætter, at læring og forankring af denne læring forgår mest effektivt, når der er tale om 'affektiv' læring, dvs. at positive følelser aktiveres fx i forbindelse med sjov leg. Når ny viden er noget, som deltagerne (fx i et spil) selv konstruerer – dvs. at ny viden sker som en egen-erkendelse (aha-oplevelse). Når læring er en social proces, hvor hele 'gruppen' lærer og erkender og hermed fastholder hinanden i ny læring og adfærd. Og når læringen opfattes som relevant, nærværende, vedkommende – og tager udgangspunkt i (og udfordre) eksisterende viden og holdninger.

Lever spillet op til det forudsatte læringssyn

Med udgangspunkt i den foretagne evaluering må det konkluderes, at det i høj grad er lykkedes med at leve op til det læringssyn, som var udgangspunktet for spillet. Spillet opfattes som sjovt og underholdende – som en leg, der vækker positive følelser. Ny viden sker ofte som en aha-oplevelse og ikke som en løftet pegefinger, der påduttet spillets deltagere (selvom det selvfølgelig skal nævnes, at spillet i sit udgangspunkt har en opdragende/belærende effekt, hvilket godt kan gennemskues). Læringen foregår i en social sammenhæng – familien. Og det har ofte held til at være relevant og vedkommende for spillets deltagere (selvom enkelte af fx vidensspørgsmålene er for svære for de yngste).

Skaber spillets læringssyn energibevidsthed og energirigtig adfærd

Det må også konkluderes, at det læringssyn, som spillet repræsenterer, tilsyneladende skaber resultater i forhold til energibevidsthed og adfærd. Der er stor værdi i, at deltagerne i spillet får aha-oplevelser og selv efterspørger viden/svar på spørgsmålene. Læring og leg går således op i en højere enhed. Og det er noget der tilsyneladende fæstner sig i forhold til adfærd. Især fordi den sociale kontekst er med til at forandre

energibevidsthed og energirigtig adfærd. Som det nævnes, det er svært ikke at lægge låg på gryden, når nu alle i familien ved at det koster 40% mere.

Forslag til justeringer af spillet

Som nævnt ovenfor i forbindelse med evalueringen, bliver spillet vurderet som et rigtig godt spil med en masse gode elementer. Der er dog på baggrund af især de kvalitative interviews blevet sat fokus på en række ting, som med fordel kunne justeres.

Mere tilfældighed og overraskelse

Det bør overvejes at følge interview personernes tilbagemelding på at indføre en eller anden form for terning. Som det tidligere er nævnt kunne en traditionel terning bruges til at bestemme, hvor mange felter man rykker. Eller en specialterning kunne bestemme forskellige udfald fx i forhold valg af kort eller andet.

Tilpasning af spilletid

Spilletiden for et spil med to-tre personer kan være nede på 10 min. Det bør overvejes, om spilletiden kan gøres længere ved fx at udvide spillepladen med flere felter. (Antallet af pointbrikker kan evt. tilpasses afhængigt af hvor mange der deltager). En spilleplade med flere felter vil også fremstå mindre "børneagtig"

Mindre afbrydelse (det sociale element)

ACTIONkortene repræsenterer i den nuværende form en uheldig afbrydelse, der kan resultere i, at spillerne bliver fokuseret på andre ting. Det bør overvejes, hvordan dette kan løses.

Konkurrenceelement

Der er flere, der kritiserer, at det er svært at se, hvem der er foran, og at det er en lidt flad fornemmelse at vinde. Pludselig er spillet slut. Det bør derfor overvejes, hvordan der kan indføres en mekanisme, der gør dette mere tydeligt (evt. er dette noget som kan løses i sammenhæng med flere felter/pointbrikker på spillepladen).

Lettere at gå til

Spillet består af mange elementer og bedømmes af flere til at være en smule kompliceret – i hvert fald i begyndelsen.

- Først og fremmest bør der arbejdes med at gøre brugermanualen lettere at læse. Den skal gøres mere "rolig". De mange grafiske elementer i brugermanualen synes at forvirre modsat hensigten.
- Det bør også overvejes, at man reducerer antallet af budskaber på pakken. Som der var en der sagde, minder det jo om et tilbudskatalog fra Netto.
- Strømmåleren er svær at anvende og viser mange forskellige enheder. Dette bør løses. Der er i den nuværende version også problemer med brugervejledningen til den.

- Det bør overvejes om VIDENkortene kunne deles op i en kategori for børn (eller en markering af at det er et 'børnevenligt kort'). Det bør også overvejes, at gennemgå dem for at luge lidt ud i 'tungheden'.
- Spillet indeholder en masse spændende elementer. Og der er kommet forslag om at spillet sagtens kunne deles op i flere spil. Eksempelvist kunne VIDENkortene udmærket bruges i en Trivial Pursuit sammenhæng. ACTIONkortene kunne fint fungere som udgangspunkt for en 'skattejagt', hvor børn går på jagt efter gemte "energiskatte". Spillet kunne altså danne udgangspunkt for en "spilpakke" med forskellig anvendelse.

Input til strategi for anvendelse og afsætning/markedstræk

Som nævnt tidligere, er det stort set alle, som synes, at spillet vil være oplagt at bruge i skoler.

Det foreslås, at Den Store Energigevinst kunne fungere som omdrejningspunkt for undervisning om energi og energirigtig adfærd for skolebørn i 6.-8. klassetrin – hvor adfærd i forhold til energi stadig er meget påvirkelig. Spillet kunne danne rammen om et projektforbånd eller i forbindelse med Natur og teknik timerne. Som en del af projektet skulle børnene låne spillet med hjem og spille det sammen med familien.

Spillet vil anvendt på denne måde være tro mod sit DNA. Det vil ikke skulle 'skjule', at det er et moralsk spil, hvor der er en 'rigtig' adfærd og en 'forkert' adfærd.

Børnene vil tage imod det med kyshånd, fordi spillet repræsenterer et læringssyn, som er meget sjovere end at lære gennem bøger

Forældrene ville synes, det vil være sjovt at blive inddraget i projektet og bruge tid sammen med deres børn. Og de vil sikkert også sætte pris på, at børnene bliver opdraget til at tænke energirigtigt, uden at de selv skal løfte deres egne pegefingre.

Skolerne og kommunerne vil sikkert også sætte pris på initiativet, da spillets læringssyn vil appellere til den moderne lærer/underviser. Og investeringen i spillet er begrænset i forhold til investeringer i tilsvarende bogpakker.

Spillet kan naturligvis også i fortsættelse heraf også anvendes i SFO'er.

5.3 Formidling og markedsforankring

5.3.1 Formidlingsplan

Formål med planen

Planen beskriver den planlagte indsats med henblik på at etablere distribution af spillet og dermed udbredelse.

Baggrund

Spillet er udviklet og testet i familierne med henblik på læring og underholdningsværdi.

Målet med spillet er at skabe en adfærdsændring. Derfor skal der nu iværksættes aktiviteter, så vi får skabt en udbredelse/distribution og efterspørgsel af spillet.

Målgrupper

Slutbrugeren:

- Familien Danmark. Familien med børn – fra 10 år – for hvem det ikke er fremmed at spille spil i fællesskab. Disponenten er typisk kvinde (mor eller bedstemor).

Potentielle distributører:

Boghandlerkæder
Legetøjskæder
Dagligvarekæder
Øvrige spilrelevante kæder/butikker
Spilrelevante Online-butikker
Spilrelevante Online/offline specialbutikker
Evt. Online rabat sider

Virksomheder – som firma/medarbejdergaver:

Energiselskaberne
Større virksomheder med en klima-/miljøholdning (CSR-strategi med klima-/miljøvenlig profil)
Firmagaveleverandører

Mål

- Effektivering af energisparepotentialet ligger hos slutbrugeren, da det er endemålet, skal spillet ud til flest mulige familier.
- Målet er en bred distribution gennem de nævnte målgrupper.
- Det oprindelige mål var julehandlen allerede 2011. Vi har erkendt, at det var for ambitiøst. Vi skulle i så tilfælde have været i stand til allerede i april/maj måned at gå i dialog med potentielle distributører – og havde ikke på det tidspunkt en prototype at kunne vise frem.
- Nuværende mål er distribution i udvalgte forretninger og som firmagaver i løbet af foråret/sommeren 2013 og samarbejde med en eller flere distributører til julehandlen 2013. Konkret er målsætningen for 2013 at afsætte minimum 1.000 spil.
- Der skal efterfølgende sættes nye mål for 2014.

Strategi

Markedet for brætspil i Danmark er på over 250 mio. kr. pr. år. 60 % af brætspilsalget i Danmark foregår i november og december. Indsatsen koncentrerer sig om at være synlig på markedet op til julen 2013. Herefter videreføres indsatsen med henblik på et egentligt gennembrud henover vinteren, så spillet bliver et "must have" i 2014

Vi arbejder med en direkte strategi overfor de nævnte aktører. Dvs. direkte henvendelse med opfølgende salgskontakt.

Denne strategi suppleres med en pr-strategi, hvor vi er direkte opsøgende overfor navngivne spil-journalister og bredt overfor den øvrige presse.

Konkrete aktiviteter:

Website:

Der udvikles website for spillet

Direkte salgshenvendelse til potentielle distributører og firmagaveleverandører:

Der udsendes folder og salgsbrev til distributørernes indkøbere. Der følges telefonisk op på udsendelserne med henblik på etablering af møder. Møder gennemføres med præsentation af det fysiske spil. Der følges telefonisk op på møder.

Direkte salgshenvendelse til udvalgte virksomheder og energiselskaber:

Der udsendes folder og salgsbrev til marketingchefer og HR-chefer i de respektive virksomheder. Der følges telefonisk op på udsendelserne med henblik på salg – eventuelt etablering af møder. Eventuelle møder gennemføres med præsentation af det fysiske spil. Der følges telefonisk op på møder.

Pressen:

Der udsendes pressemeddelelse og et spil til navngivne spileksperter tilknyttet større dagblade, tv stationer og online spilrelevante medier.

Desuden udsendes generel pressemeddelelse med billeder af spillet til dags- og ugepressen og udvalgte magasiner.

Salgsstøttematerialer:

Der tilbydes salgsstøttematerialer til distributører og firmagaveleverandører i form af færdigt annoncemateriale til fx kataloger, banner til webshops, pos-materialer fx plakat, hyldevirper, salgsstander.

Virkemidler:

- Website
- Salgsfolder til distributører og firmagaveleverandører
- Salgsfolder til udvalgte virksomheder og energiselskaber
- Følgebrev
- Pressemeddelelse
- Salgsstøttematerialer:
 - Annoncemateriale print
 - Annoncemateriale web
 - Plakat til forretning
 - Hyldevirper
 - Salgsstander

5.3.2 Gennemførte aktiviteter

Website:

Der er udviklet website for spillet. På www.energigevinsten.dk kan man læse om spillet, se spillet og bestille det direkte online.

Øvrige formidlingsmaterialer:

Følgende materialer er udviklet:

- Brochure til udsendelse til virksomheder
- Brochure til udsendelse/levering til potentielle distributører
- Annonce til indrykning i Magasinet EnergiIndsigt

Produktion af spil:

Der er i foråret 2012 produceret i alt 100 spil – egenfinansieret af Nectar Kbh. Disse er anvendt dels til salg, dels til salgsaktiviteter med henblik på at skabe distribution af spillet.

Forhandleraktiviteter:

Formidlingsaktiviteterne startede allerede i sommeren 2011, hvor der blev etableret et møde med FDB med en præsentation af den første prototype på spillet. Prototypen blev efterfølgende præsenteret for COOP med henblik på julehandlen 2011. Da alt i brætspil var disponeret hos COOP for 2011 på dette tidspunkt, aftaltes det at genoptage dialogen i starten af 2012. Efterfølgende har vi været i dialog med COOP, som var meget positive overfor spillet, men ikke vurderede, at det passede ind i deres sortiment, da deres erfaring var, at de ikke kunne sælge de dyrere spil, det passede simpelthen ikke ind i forhold til deres kundeunderlag, vurderede de.

Vi har desuden været i dialog med Index Retail som står for de tre største boghandlerkæder i Danmark. Dialogen blev etableret i sommeren 2012 uden konkret resultat. Men den skal genoptages med udgangspunkt i det nu færdige og testede spil.

Experimentarium har som projektdeltager valgt at lade spillet indgå i deres butiks sortiment.

Vi besluttede i sommeren 2012 at afvente testresultaterne, før vi gik videre med distributørkontakten, vel vidende at dette ville betyde en forlængelse af indtrængningsperioden. Men vi håbede, at testresultaterne ville være af en sådan karakter, at vi ville kunne bruge dem i vores salgsargumentation, vi er ikke blevet skuffede.

Virksomheder:

Der er udsendt henvendelse til energi- og forsyningselskaber med henblik på anvendelse af spillet som fx firmagave, medarbejdergave, marketingmæssig anvendelse, eller som direkte salg gennem deres forskellige kanaler.

Foreløbig har SEAS-NVE og Frederiksberg Forsyning købt spil – begge til brug som præmier i forbindelse med kundekonkurrencer.

Desuden har en enkelt virksomhed købt spil - til brug som medarbejdergaver.

Endelig har ELFORSK modtaget spil til brug for medarbejdere og samarbejdspartnere.

Salg direkte til slutbruger:

Der er annonceret for spillet i Magasinet EnergiIndsigt (egenfinansieret af Nectar Kbh), som udkom i 450.000 eksemplarer i februar 2012. Med henvisning til website, hvor det var muligt direkte at bestille spillet. Der er sket et mindre direkte salg til slutbrugere, som har bestilt spil gennem energigevinsten.dk

6. Den fremadrettede plan

Projektet er nu færdigrapporteret. Den fremadrettede plan gennemføres således uden for dette projekt – egenfinansieret af Nectar Kbh.

Den fremadrettede plan sker ad to spor. Dels vil vi vurdere de tilbagemeldinger og forslag til optimering af spillet, som testresultaterne peger på. Dels vil vi intensivere indsatsen for at få skabt en bred distribution af spillet.

6.1 Optimering af spillet

Vi vil gennemføre og vurdere nedenstående ændringer/justeringer:

Umiddelbare ændringer, som udføres:

- Teksten på boksen ændres, så det bliver mere synligt, at dette også er et lærings-spil.
- Spillereglerne rettes til og gøres mere enkle at læse.
- Reglerne til KENDmig kortet ændres til, at hvis modstanderen gætter duellantens svar, får duellanten et træk. Gætter modstanderen ikke svaret, må duellanten rykke hans spillebrik til et valgfrit felt.
- Der tilføjes en forenklet vejledning til elmåleren.
- POINTbrikkerne gøres større.
- Alle VIDENSkort gennemgås og opdateres i forhold til d.d..

Ændringer som overvejes:

- Vi vil overveje at lave 9 felter på spillepladen og tilføje en terning. Dette for at forlænge spilletiden. Terningen skal så bestemme hvor mange felter man må rykke. Dette vil gøre det sværere at komme i mål - lidt ligesom i Ludo, hvor man står og hænger lidt til sidst i feltet - og andre kan nå at følge med i opløbet.
- For at undgå 10-minuters spil, kunne man med POINTbrikkerne lave en opdeling i spillereglerne. Så når man spiller 2-4 spillere skal man have 6 POINTbrikker lagt på spillepladen og ved 4+ spillere: 3 POINTbrikker lagt.
- Kortene: Man kan overveje en anden mulighed. Helt at slette ACTIONkortene og ELmåleren - som kan bryde spillet op. I stedet kan man dele VIDENSkort op i EKSPERT og BEGYNDER - hvor BEGYNDER har en aldersgrænse på f.eks. 12 år. De kort fra ACTION som ikke involverer en elmåler kan måske fordeles ud i disse 2 bunker. KENDMIGkortene forbliver - så man stadig har 3 muligheder. Dette vil vi overveje. Testen er ikke entydig på dette punkt, nogle kan lide actionkortene, andre kan ikke. En anden mulighed er at gøre det mere klart i vejledningen, at der er frit valg mellem kort-kategorierne, så har man ikke lyst til action, kan man bare lade være.
- Teksten på boksen kan vi eventuelt gøre endnu mere direkte, hvor man hovedsageligt taler til den, der betaler spillet (forældrene). "Tjent hjem på en eftermiddag" hvor man appellerer til forældrene om at banke noget viden ind i hovedet på deres teenage børn - det betaler sig! Så er spillet i virkeligheden ikke så dyrt, hvis de sparer 800 kr på strøm og vand næste år...
- For at gøre POINTbrik systemet mere overskueligt, kunne man lave en spillebrik a'la Trivial pursuit, hvor man har 3 brikker nede i. Så er det nemt at se, hvem der har lagt brikker på de tomme huller i spillebrikken.

6.2 Formidling

Formidlingsarbejdet fortsætter med udgangspunkt i den beskrevne formidlingsplan.

Konkret er vi i dialog med 2 potentielle aftagere af spillet.

Vort mål er at skabe mulighed for en større produktion af spillet, så det også bliver muligt at have et mindre lager, som kan anvendes til salgs- og pr-fremstød. Dette har afgørende betydning for vores muligheder for at iværksætte bredere salgs- og pr-aktiviteter.

Med det som udgangspunkt vil vi iværksætte yderligere tiltag:

Vi vil tilmelde spillet til konkurrencen om Guldbrikken – årets spil i 2013 og til Index Retails pris 2013.

Vi vil med udgangspunkt i testresultaterne og den optimering, som vi foretager af spillet, opdatere vores salgsmaterialer og websitet og starte dialog med potentielle distributører.

Vi vil ligeledes rette henvendelse til en række potentielle virksomheder med henblik på brug af spillet som virksomhedsgave.

Vi vil iværksætte pr-indsatsen, så snart vi har et antal spil færdigproduceret, som vi kan anvende til formålet.

Endelig vil vi vurdere mulighederne - som anbefalet i test-kommentarerne - for at skabe afsætning gennem skoler.

**Projektgruppen
31.12.2012**

Bilag 1: Kvantitativ analyse – spørgeskema

Vi vil gerne bede dig om at besvare følgende spørgsmål.

| | |
|--------------------|---------|
| Hvor gammel er du? | _____år |
|--------------------|---------|

| | Mand/dreng | Kvinde/pige |
|--------------------------------|------------|-------------|
| Hvilket køn er du? (sæt kryds) | | |

| | |
|---------------------------|---------------|
| Hvor stor er din familie? | _____personer |
|---------------------------|---------------|

EVALUERING AF SPILLETS KVALITET

| (sæt kryds) | 1. Nej slet ikke | 2. nej | 3. Neutral | 4. Ja | 5. Ja, helt sikkert |
|--|---------------------|-----------|---------------|----------|------------------------|
| Synes du, det var sjovt at spille "Den Store Energigevinst"? | | | | | |
| Lærte du noget ved at spille "Den Store Energigevinst"? | | | | | |
| Synes du spørgsmålene i "Den Store Energigevinst" er gode? | | | | | |

ANVENDELSE

| (sæt kryds) | 1. Nej, slet ikke | 2. Ind imellem | 3. Ja, ofte |
|--|----------------------|-------------------|----------------|
| Spiller I ofte "Den Store Energigevinst" i familien? | | | |
| Spiller I ofte andre spil i familien? | | | |

| | |
|-------------------------------|--------------------|
| Hvilke spil spiller I oftest? | (nævn gerne flere) |
|-------------------------------|--------------------|

| (sæt kryds) | 1. Nej slet ikke | 2. | 3. | 4. Neutral | 5. | 6. | 7. Ja, helt sikkert |
|---|------------------------|----|----|---------------|----|----|---------------------------|
| Er "Den Store Energigevinst" lige så godt som de spil, I normalt spiller? | | | | | | | |
| Vil du foretrække at spille "Den Store Energigevinst" i forhold til de spil, som I normalt spiller? | | | | | | | |
| Er "Den Store Energigevinst" et godt spil at spille sammen med familien? | | | | | | | |
| Er "Den Store Energigevinst" et godt spil at spille sammen med venner? | | | | | | | |

Energibevidsthed og adfærd

Hvordan vil du vurdere din families energiforbrug ...

FØR I spillede "Den Store Energigevinst"

| | | |
|---|---------------------------------------|--|
| Lavt forbrug (tænker meget over energiforbruget) | Medium forbrug (tænker lidt over det) | Stort forbrug (gør ikke noget for at spare på energien) |
|---|---------------------------------------|--|

Hvordan vil du vurdere din families energiforbrug, EFTER I spillede "Den Store Energigevinst"

| | | |
|--|---|---|
| Lavt forbrug (vi tænker meget over energiforbruget) | Medium forbrug (vi tænker lidt over det) | Stort forbrug (vi gør ikke noget for at spare på energien) |
|--|---|---|

I det følgende vil vi stille dig nogle spørgsmål til din energibevidsthed i forhold til en række forskellige ting (1=lav energibevidsthed, 5= høj energibevidsthed)

FØR du spillede "Den Store Energigevinst", hvor meget tænkte du over energiforbruget i forbindelse med:

| (sæt kryds) | 1. Overhovedet ikke | 2. Næsten ikke | 3. Lidt | 4. Meget | 5. Rigtigt meget | 6. Ikke relevant spørgsmål for mig |
|--|------------------------|-------------------|------------|-------------|---------------------|---------------------------------------|
| Madlavning | | | | | | |
| Vandforbrug (bad, opvask, rengøring) | | | | | | |
| Tøjvask og tørring | | | | | | |
| TV, radio, computer, standby forbrug | | | | | | |
| Belysning (tænd/sluk, lav energipærer) | | | | | | |
| Opvarmning og udluftning af bolig | | | | | | |
| Transport | | | | | | |
| Indkøb af nyt udstyr og nye apparater | | | | | | |

EFTER du har spillet "Den Store Energigevinst", hvor meget tænker du så nu over energiforbruget i forbindelse med:

| (sæt kryds) | 1. Overhovedet ikke | 2. Næsten ikke | 3. Lidt | 4. Meget | 5. Rigtigt meget | 6. Ikke relevant spørgsmål for mig |
|--|------------------------|-------------------|------------|-------------|---------------------|---------------------------------------|
| Madlavning | | | | | | |
| Vandforbrug (bad, opvask, rengøring) | | | | | | |
| Tøjvask og tørring | | | | | | |
| TV, radio, computer, standby forbrug | | | | | | |
| Belysning (tænd/sluk, lav energipærer) | | | | | | |
| Opvarmning og udluftning af bolig | | | | | | |
| Transport | | | | | | |
| Indkøb af nyt udstyr og nye apparater | | | | | | |

| (sæt kryds) | 1. Nej slet ikke | 2. Nej | 3. Ja, lidt | 4. Ja, noget | 5. Ja, meget | 6. Ja, rigtig meget |
|--|---------------------|-----------|----------------|-----------------|-----------------|------------------------|
| Har det, du har lært, ved at spille "Den Store Energigevinst" haft indvirkning på dit el- og dit vand og varmemeforbrug? | | | | | | |

| Åbent spørgsmål | |
|--|--|
| Hvor og hvordan har du især ændret adfærd? | |

| (sæt kryds) | 1. Nej slet ikke | 2. nej | 3. Neutral | 4. Ja | 5. Ja, helt sikkert |
|--|---------------------|-----------|---------------|----------|------------------------|
| Har det du har lært ved at spille "Den Store Energigevinst" fået dig til at overveje anskaffelse af nyt udstyr og nye apparater eller gøre noget for reduktion af energiforbruget i dit hus. | | | | | |

| Åbent spørgsmål | |
|--------------------------------------|--|
| Hvor overvejer du især at investere? | |

Bilag 2: Kvalitativ analyse – spørgeramme

ANVENDELSE

Hvor ofte spilles spillet?

Hvem tager initiativ?

Hvem er med?

BEDØMMELSE AF SPILLET

- Om spillet indeholder kritiske motivationsfaktorer for at spille et brætspil:
 - Konkurrenceelementet
 - Det sociale element
 - Underholdningsværdi (sjovt, aha-oplevelser og overraskelser)
 - Læringsværdi (primært i forhold til energiforbrug og adfærd)
- Hvordan spillet vurderes i forhold til andre populære brætspil

ADFÆRDSMÆSSIG EFFEKT

| FØR | EFTER | HVAD FORTSÆTTER MAN MED? |
|--|-------|--------------------------|
| Madlavning Ovn Komfur Elkedel | | |
| Køleskab | | |
| Opvask | | |
| Rengøring/vask | | |
| Bad | | |

| | | |
|---|--|--|
| TV/Radio | | |
| Computer/Spil | | |
| Standby | | |
| Belysning | | |
| Opvarmning | | |
| Udluftning | | |
| Transport | | |
| Have | | |
| Indkøb af nye apparater/udstyr Køleskab Varmepumper | | |

| | | |
|------------|--|--|
| Solceller | | |
| Isolering | | |
| Vinduer | | |
| Klimaskærm | | |

I forhold til indkøb af nyt udstyr/investeringer:

Hvilke barrierer/udfordringer opleves i forhold til at komme videre?

Bilag 3

Salgsbrochure – målrettet distributører

DEN STORE ENERGI Gevinst
Et must-have for din forretning
Brætspil for hele familien

Vi stiller fokus på energi og sjov...
Et spil, der rykker grænser, afslører meningsforskelle og holdninger til energiforbrug
Et spændende og nyskabende spil

ENERGIGEVINSTEEN.DK

Med spil salgsstater

- Announce til katalog
- Bannér til webshop
- Plakater til forretning – A4 – A3
- Hyldesvirper

DEN STORE ENERGI Gevinst
Et helt nyt familiespil
Vær blandt de første, der prøver det

Køb spillet her i butikken!

Pris:

Kan købes net 599,- inkl. moms

599,- inkl. moms

DEN STORE ENERGI Gevinst
Har du pæren i orden?

Pris:

Hyldesvirper, med plads til at skrive butikens pris.

Udviklet af eksperter
Spillet er udviklet af Nectar Kbh i samarbejde med Experimentarium, Samskab, Living Strategy, med energimæssig ekspertbistand fra Teknologisk Institut, DTU, NRGi og SEAS-NVE og med sparring fra spilekspert og spil-ansmelder ved Politiken Thomas Vigild. Udviklingen af spillet er desuden støttet af Dansk Energi, ELFORSK.

Testet med succes
Spillet er blevet testet løbende i udviklingsprocessen. Familier med børn i aldersgruppen fra 10-14 har spillet og givet deres tilbagemelding. Vi har justeret undervejs. Spillet vurderes i test som underholdende og sjovt, de lærer noget og bliver bevidste om deres energivaner. Spilvarigheden er ca. 30-45 minutter. – hele 78 % siger, at det er sjovt at spille.

Med et barn og en voksen spiller man på et stort, farverigt bræt, der viser en by og energiforbrug. Spillet er udviklet af Nectar Kbh i samarbejde med Experimentarium, Samskab, Living Strategy, med energimæssig ekspertbistand fra Teknologisk Institut, DTU, NRGi og SEAS-NVE og med sparring fra spilekspert og spil-ansmelder ved Politiken Thomas Vigild. Udviklingen af spillet er desuden støttet af Dansk Energi, ELFORSK.

Bilag 4

Salgsbrochure målrettet virksomheder

DEN STORE ENERGI Gevinst

– Glæd dine medarbejdere og kunder

viden action drilleri held taktik

Signalér **god energipolitik** med gaven alle kan bruge. Den unikke, **dynamiske spilleplade** gør spillet **Sjovt** og uforudsigeligt. Mens der spilles, gives masser af **fif** til, hvor der kan **spares på energien**.

Udviklet af eksperter, og testet med succes

Spillet er udviklet af Nectar Kbh i samarbejde med spillereksperter, Experimentarium, Samskab, Living Strategy og med ekspertbidrag fra Teknologisk Institut, DTU, NRGi og SEAS-NVE. Udviklingen af spillet er desuden støttet af Dansk Energi, ELFORSK.

Undervejs er spillet blevet testet på Experimentarium og i familietests med særdeles positive resultater – hele 78 % mente, at det er sjovt at spille.

Din store prisGEVINST

Indkøbspris inkl. el-måler til en værdi af 149 kr.:

| | |
|---------------------|------------------------------|
| 1-10 stk. | 350 kr. pr. stk. ekskl. moms |
| 11-50 stk. | 325 kr. pr. stk. ekskl. moms |
| 51-1000 stk. | 299 kr. pr. stk. ekskl. moms |
| Mere end 1.000 stk. | 250 kr. pr. stk. ekskl. moms |

Vejledende udsalgspris 599 kr. inkl. moms

Der er dømt el-jagt i hjemmet med den veltalte el-måler.

Den dynamiske spilleplade

Spillet og alle dets elementer: Den dynamiske spilleplade, A-D-C kort, ACTION-VIDEN- og hændMG kort, CHANCEN, spille- og energibrøker samt el-måler.

FOR YDERLIGERE INFORMATION KONTAKT XENIA NEDERGAARD

XNE@NECTARKBH.DK ELLER 3318 9940 / 2346 3364. SE OGSÅ ENERGI GEVINSTEN.DK