

Eye2Eye

Att mäta är att veta, men leder kunskap
till förändrat beteende?



Dokumentinformation

Titel:	Slutrapport Hultsfreds kommun
Författare:	Lena Eckerberg
Kvalitetsgranskat av:	Tommy Lindström
Utgivare:	Energikontor Sydost
Med stöd från:	Interreg Europe, Hultsfreds kommun
Utgivet år:	2021



Förord

Rapporten är ett resultat av pilotprojektet Eye2Eye som finansierats via Interreg Europe-programmet samt Hultsfreds kommun. Arbetet har genomförts av Energikontor Sydosts projektledare Lena Eckerberg och Tommy Lindström, med assist av Annika Öberg, i samarbete med Mattias Westrin, Arvid Lindblad och Joachim Fast, Hultsfreds kommun.

Rapporten beskriver hur pilotprojektet genomförts och hur kampanjerna byggts upp och utvärderats. Rapporten innehåller också en praktisk beskrivning hur man använder programvaran och utrustningen som använts i pilotprojektet, i syfte att Hultsfreds kommun själva ska kunna fortsätta arbetet.

Tekniskt stöd och samtalspartner under projektet har förts med Energikontoret i Landesenergieagentur Sachsen-Anhalt GmbH, och en skola i Haldensleben Tyskland som båda har erfarenhet av informationsskärmar på skolor samt staden Santander i Spanien med erfarenhet av energidatainsamling. Idén för piloten kommer från studiebesök på skolan i Haldensleben och Santander stads kontrollrum för *Smart City*.

Projektet har följts av det internationella projektkonsortiet inom Empower som leds av den slovenska organisationen Energap. Övriga deltagare är Agneal från Portugal, Southern Regional Assembly från Irland, ARR från Italien, Lorient från Frankrike, MAE från Portugal, Ivestionsbank Sachsen-Anhalt från Tyskland, Santander stad från Spanien och Energikontor Sydost från Sverige.

Om Energikontor Sydost

Energikontor Sydost arbetar med förnybar energi och energieffektivisering för en minskad klimatpåverkan och hållbar regional utveckling. Vi är en opartisk organisation utan vinstintressen som jobbar för ett hållbart energisystem i samverkan med både privata aktörer och våra ägare; kommuner och regioner i sydost; Blekinge, Kalmar och Kronobergs län. Vi stöder ägarna i deras strategiska och konkreta klimat- och energiarbete så att lokala och regionala mål kan nås. Vår verksamhet finansieras huvudsakligen av medel från svenska myndigheter och EU.

Vårt uppdrag är att verka för ett hållbart energisystem i sydost, vilket vi gör genom att driva olika projekt. Ett hållbart energisystem innebär att andelen förnybar energi ska öka, att energi ska användas smartare och effektivare samt att behovet av energi minskar. Detta görs med hjälp av ny teknik eller nya användningssätt, men ett hållbart energisystem handlar också om att tillvarata och öka kompetens, skapa förutsättningar genom politiska beslut, mål och styrdokument samt genom hållbar samhällsplanering.

Vår roll är att vara en flexibel plattform för hållbar energi i hela sydostregionen som föreslår finansiering och stärker kontakterna mellan universitet, näringsliv och kommun inom förnybar energi och effektiv energianvändning. Vår organisation kompletterar ägarnas interna kompetens med experter inom energieffektivisering, hållbara transporter och förnybar energi.

Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	5
2. Syfte och metod.....	6
2.1. Avgränsning och metod	6
3. Inledning och bakgrund	7
4. Genomförande.....	8
4.1. Kommunikationsmetoderna.....	8
4.1.1. Priming.....	8
4.1.2. Framing	10
4.1.3. Heuristik.....	12
4.2. Enkät	13
4.2.1. Fönster	13
4.2.2. Belysning.....	14
4.2.3. Vatten	15
4.2.4. Standby	15
4.2.5. Klimatfrågan och Hultsfred.....	16
4.2.6. Utfall metoder	17
4.2.7. Slutsatser enkätsvar.....	20
4.3. Energiunderlag.....	20
5. Teknik.....	21
5.1. Systembeskrivning	21
5.1.1. Layouter och regioner	21
5.1.2. Schemaläggning	21
5.2. Pris	22
6. Slutsats och diskussion	23
Bilagor	24

1. Sammanfattning

Energikontor Sydost har i samarbete med Hultsfreds kommun testa om och hur man visualisera energianvändningen i en byggnad och kan påverka användarna att få förståelse för och minska sin energianvändning. Genom pilotprojektet Eye2Eye har syftet varit att medvetandegöra de som använder lokalerna om energianvändningen och dess koppling till klimatproblemet. En liten testanläggning i form av en informationsskärm har installerats på Hultsfreds gymnasium. TV-skärmen är centralt placerade i skolan utanför matsalen och inkopplad via de lokala WiFi-nätverket. På TV-skärmen har energisparbudskap som skraddarsyts för målgruppen varvats med information från skolan och kommunen.

Tre metoder har testats på målgruppen är inspirerade av nudgingteknikerna **priming**, **framing** och **heuristik**. Fyra områden kopplade till energianvändning i byggnaden har upprepats i budskapen; fönster och vädring, belysning, vatten och standby.

På grund av pandemin har eleverna exponerats för budskapen på TV-skärmen betydligt kortare tid än vad som hade varit fallet normalt.

Före och efter kampanjen har en digital enkät skickats till samtliga elever för att undersöka medvetenheten om energianvändning och i vilken utsträckning de uppmärksammat kampanjen. Över 80% av eleverna har sett bildskärmen och 70% har noterat att veckans lunchmatsedel har varit publicerad på skärmen. De mer dramatiska bilderna i kampanjen som inspirerats av priming-tekniken och heuristik-tekniken observerades mest av eleverna, där cirka 30% känner igen bilderna.

Slutsatsen är att TV-skärmen och dess budskap har fungerat som kommunikationskanal, men på grund av pandemi-situationen kan inte några resultat kopplade till energibesparing noteras. Dels finns inte den detaljmätningen i lokalerna, dels har situationen varit helt annorlunda under perioden pilotförsöket pågick, varför det inte går att jämföra energistatistik.

2. Syfte och metod

Det övergripande syftet har varit att testa om och hur man kan påverka användarna i en byggnad att få förståelse för och minska sin energianvändning. Genom pilotprojektet Eye2Eye har syftet varit att medvetandegöra de som använder lokalerna om energianvändningen och dess koppling till klimatproblemet.

2.1. Avgränsning och metod

En liten testanläggning i form av en informationsskärm har installerats på Hultsfreds gymnasium. TV-skärmen är centralt placerad i skolan utanför matsalen och inkopplad via de lokala WiFi-nätverket. På TV-skärmen har energisparbudskap som skraddarsyts för målgruppen varvats med information från skolan och kommunen. Energisparkampanjen byggde upp budskap baserat på den verkliga energidata som funnits tillgänglig. TV-skärmen var utrustad med en mediaspelare som redigeras via en molnbaserad funktion, där Energikontor Sydost har haft inloggning.

Förutom energisparkampanjen har aktuell lunchmatsedel publicerats, information från kommunen - bland annat om Hultsfreds kommuns arbete med de globala målen, Visit Hultsfreds Instagram-konto, nyhetsflashar från SVT Småland, samt information från skolan. Denna information har skickats via e-post till Energikontor Sydost, och uppdaterats efter behov.

Före och efter kampanjen har en digital enkät skickats till samtliga elever för att undersöka medvetenheten om energianvändning och i vilken utsträckning de uppmärksammat kampanjen. Resultaten av enkäten finns sammanfattad och diskuterad i rapporten.

3. Inledning och bakgrund

Energikontor Sydost driver sedan 2017 projektet Empower som huvudsakligen finansieras av Interreg Europe-programmet och medfinansieras av Energimyndigheten. Empower syftar till en mer energieffektiv fastighetsförvaltning genom ökad kontroll, uppföljning och styrning av energianvändningen i byggnader, framför allt genom digitalisering och samordning av energidata. Detta sker genom kunskapshöjande åtgärder genom erfarenhetsutbyten och workshops. **Interreg Europe** är ett interregionalt samarbetsprogram som omfattar alla EU-länder, Norge och Schweiz. Det ger stöd till erfarenhetsutbyte mellan framför allt offentliga aktörer för att förbättra satsningar till att främja den regionala utvecklingen i Europa. Inom ramen för projektet har ett antal tillfällen för både regionala och internationella erfarenhetsutbyten organiserats, där en rad goda exempel visats upp och diskuterats.

Varje **Interreg Europe** projekt har möjlighet att testa en eller flera metoder, dvs genomföra ett pilotprojekt. Samtliga projektpartners fick lämna in förslag på piloter där Energikontor Sydost förslag på pilotprojektet Eye2eye valdes ut att representera hela projektet. Eye2Eye går ut på att undersöka sambandet mellan visuella budskap och förändrat beteende i en verksamhetslokal. I pilotprojektet togs en modell fram för att visualisera och kommunicera en byggnads energidata för att förändra beteendet hos de som vistas i byggnaden. Konceptet är inspirerat från liknande åtgärder i bland annat Tyskland och Spanien.

Dagens ungdomar och unga vuxna söker information mestadels på skärmar och på nätet. Inom Eye2Eye har Energikontor Sydost tillsammans med Hultsfreds kommun testat hur man kan få fram ett budskap om att minska energianvändningen. Avsikten var att använda energimätvärden från en byggnad, bädda in detta i ett anpassat budskap och nå elever och personal på Hultsfreds gymnasium i syfte att medvetandegöra energianvändning och miljöaspekterna som energianvändningen orsakar. Användare av byggnaden får möjlighet att förstå hur de alla tillsammans kan agera för att minska energianvändningen och därmed dess miljöbelastning. En kunskap som kan användas även hemma. Eye2Eye testade olika tillvägagångssätt att kommunicera via TV-skärmen och följde upp effekten av dessa.

4. Genomförande

Piloten var planerad att starta i december 2020, då en första enkätundersökning genomfördes med frågor formulerade för att värdera medvetenheten av eleverna och deras kunskaper runt energieffektivitet och hållbarhet och hur man beter sig i vardagen. Genom att utvärdera elevernas svar var avsikten att kunna få en bild av elevernas vardagsbeteende och syn på hållbarhet och energi. På grund av att pandemin-situationen tvingade skolan att bedriva undervisningen på distans komprimerades kampanjen till när åtminstone en del av eleverna var tillbaka till skolan, med start i februari 2021. Under kampanjtiden har dock en stor andel av eleverna haft distansundervisning, varför kampanjen omöjlig kan ha uppmärksamats i den utsträckning som avsikten var från början.

Tre kommunikationsmetoder inspirerade av nudgingsteknikerna *priming*, *framing*, *heuristik* genomfördes för att undersöka i vilken utsträckning man kan påverka eleverna och vilken metod som fungerar bäst. Fyra specifika ämnen upprepades med samma grundbudskap men utformade utifrån de olika nudgingteknikerna. De återkommande ämnena var fönster och vädring, belysning, vatten och standby. Varje kampanj var publicerad under några veckor för att möjliggöra att samtliga elever skulle ha en chans att se dem, med hänsyn till lov dagar.

Tema	Datum för publicering	Kampanjinnehåll
Priming	22 februari – 5 mars 2021 <i>22–26 februari 2021</i>	Energikampanj del 1 <i>Sportlov</i>
Priming	8 mars – 12 mars 2021	Energikampanj del 1
Framing	15 mars – 2 april 2021 <i>6–9 april 2021</i>	Energikampanj del 2 <i>Påsklov</i>
Heuristik	12 april -skolavslutning 2021	Energikampanj del 3

Figur 1 publiceringsplan

Efter att de tre kommunikationstekniker använts under vårterminen, så gjordes en uppföljande enkät för att få en ny bild av elevernas vardags beteende och syn på hållbarhet och energi. I den uppföljande enkäten ställdes även frågor kopplade till kampanjerna i syfte att undersöka om eleverna kände igen bilderna och kampanjbudskapet och vad de tänkte runt det.

4.1. Kommunikationsmetoderna

Kommunikationsmetoder som används är priming, framing och heuristik. Avsnittet är en förkortad översatt version av en rapport som är skriven av Sanja Janevska, masterstudent inom hållbarhetsprogrammet, Linnéuniversitetet. Rapporten som helhet är bilagd.

4.1.1. Priming

Den första tekniken till kampanj 1 (k1) var inspirerad av priming-metoden i syfte att påverka beteendeförändringar hos eleverna inom energieffektivisering och hållbarhet. Priming handlar om att genom att plantera små ledtrådar och stimuli runt oss så kan man omedvetet och ibland ganska signifikant påverka vårt beteende genom att använda primingkraften i ord, siffror, sinnen och liknande. Mer specifikt sker priming när våra hjärnor gör omedvetna kopplingar i vårt minne, så att exponering för en *prime* ökar tillgängligheten för information som redan finns i minnet.

Vidare hänvisar priming till passiv, subtil och diskret aktivering av relevanta mentala yttre, miljömässiga stimuli, så att människor inte är och inte blir medvetna om det inflytande som dessa stimuli utövar. Därför kan alla typer av stimuli i vår miljö - en bild, ett ljud, ett ord, en lukt, en smak och till och med en fysisk rörelse för vilken någon har en befintlig stark förening - kunna 'prima' oss och påverka vår lyhördhet för något, vår bedömning och till och med våra handlingar och motivationer. Man använder alltså subtila undermedvetna signaler för att påverka hur vi beter oss utan att vi ens vet. Denna teknik har många användningsområden, från marknadsföring till att uppmuntra positiv beteendeförändring. I en värld där vi människor ständigt exponeras för många annonser varje dag, behöver vi mer än exponering för vissa meddelanden för att påverka ett beteende. Priming är en biprodukt av undermedvetna ledtrådar som påverkar hur vi beter oss och används inom den kommersiella sektorn ganska brett.

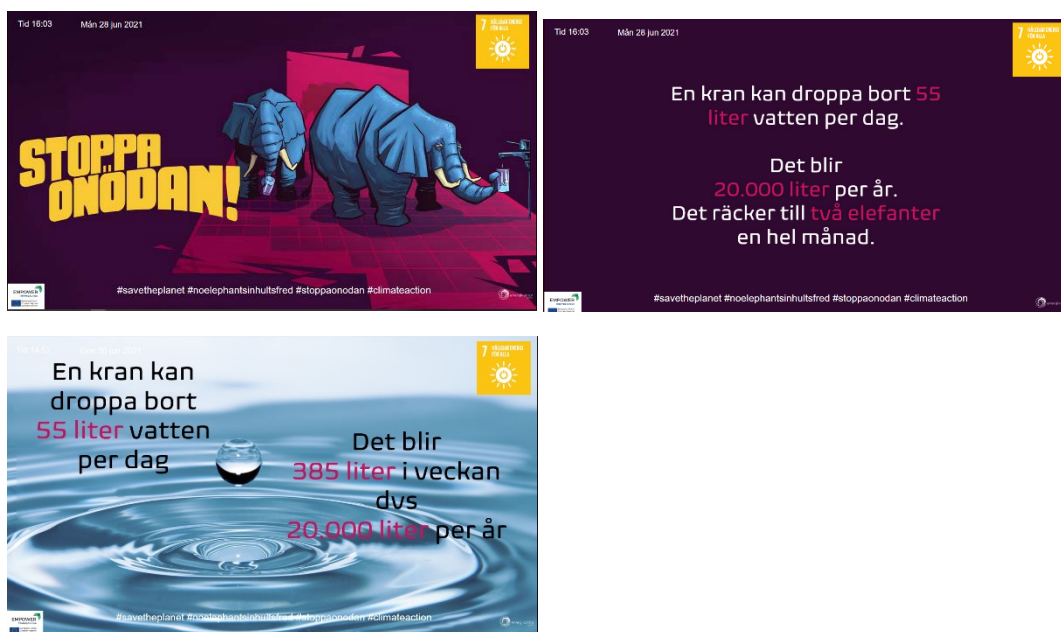
I projektet Eye2Eye användes bilder som påminde eleverna om onödig energianvändning. Se bilderna i större format i bilaga. Genom att använda illustrativa meddelanden som tilltalar studenterna, och som lätt kan kännas igen och förstås, så var syftet att påverka eleverna och få till ett hållbart beteende. Energianvändningen är kommunicerad i något som studenterna har en relation till, tex hur mycket jeans kostar för att få en form av storleksordning på den onödiga energianvändningen.



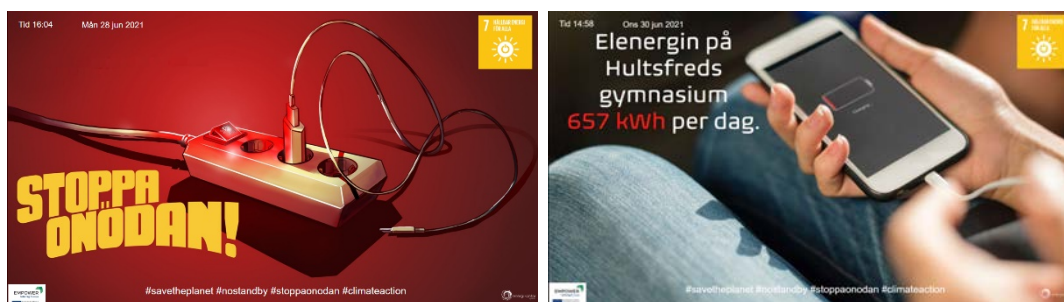
Figur 2 K1: Värme och vädring: Vår fönsterhjälte rycker ut



Figur 3 K1: Belysning. Ungdomar med mobiler



Figur 4 K1: Vatten. Törstiga elefanter dricker mycket vatten



Figur 5 K1: Standby: Standby-el är onödigt!

4.1.2. Framing

Tekniken till kampanj 2 (k2) var inspirerad av framing-metoden. Framing, så kallad inramning, används för att betona ett val framför ett annat val, och som en konsekvens så får man en annan förståelse, ett bredare beslutsunderlag och därmed förstår man och lockas av att förändra sitt beteende. Framing används ofta för att kommunicera klimatproblematiken som bygger på ett vetenskapligt faktum på grund av utsläpp av växthusgaser, vilket man kan relatera till för att skapa ett önskat beteende hos målgruppen. Genom att referera till klimatförändringarna så kan man bygga upp ett engagemang för klimatfrågan och peka på potentiella lösningar på så sätt få ett förändrat beteende. Målgruppen får en motivering till att förändra sitt beteende och förstår varför man till exempel ska spara energi, släcka lampan och spara på vatten.



Figur 6 K2 Värme och vädring: Smarta tips för att rädda klimatet och vad energin är värd i andra aktiviteter



Figur 7 K2 Belysning. Smarta tips för att rädda klimatet och vad energin är värd i andra aktiviteter



Figur 8 K2 Vatten. Enkla tips för att spara vatten eller vad man kan göra med vattnet istället.



Figur 9 K2 Standby. Smarta tips för att rädda klimatet och vad energin är värd i andra aktiviteter

4.1.3. Heuristik

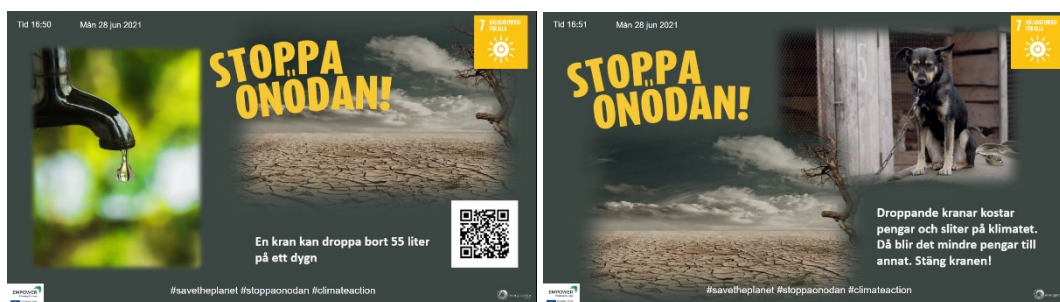
Tekniken till kampanj 3 (k3) för inspirerad av heuristik-metoden. Metoden bygger på att provocera känslor genom att använda bilder som kan provocera fram förändringar. Metoden bygger på att leda människor att fokusera på ett hållbart beteende genom att förmedla vilka risker man kan ge upphov till om man inte förändrar sitt beteende. Genom att kommunicera dramatiska konsekvenser av ett särskilt beteende så är avsikten att leda människor att ändra sig.



Figur 10 K3 Värme och vädring: Lämnar du fönstret öppet blir det obehagligt.



Figur 11 K3 Belysning. Konsekvenserna av att lämna belysningen på drabbar miljön



Figur 12 K3 Vatten. Konsekvenserna av att slösa på vatten är torka



Figur 13 K3 Standby. Allas ansvar att hjälpa till att rädda planeten

4.2. Enkät

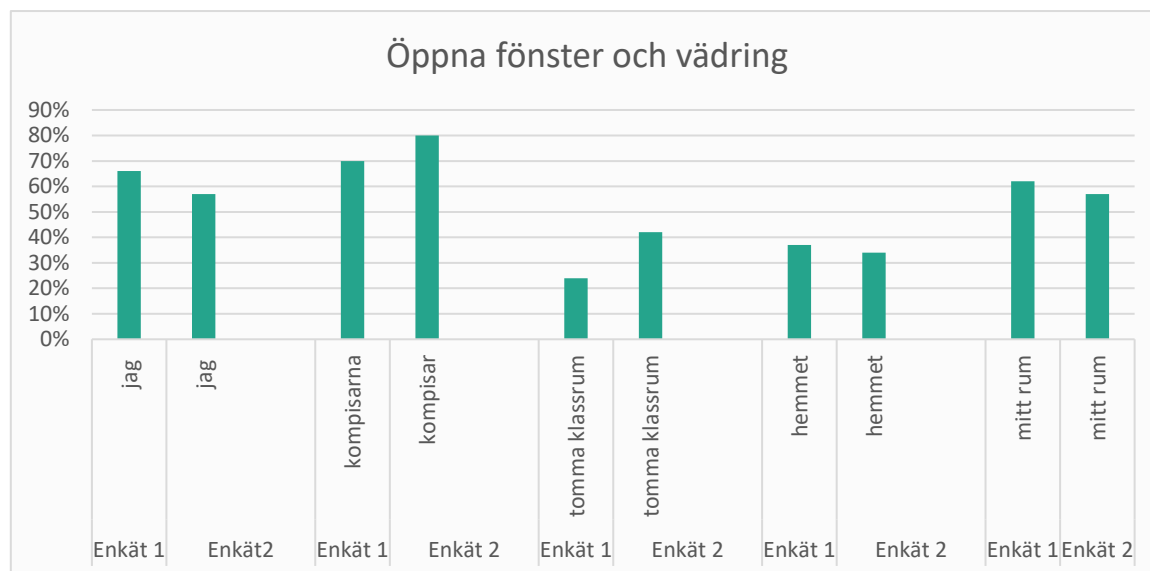
Före och efter kampanjen har en enkätundersökning genomförts. Syfte med enkäten är att identifiera/kvantifiera medvetandenivån om energianvändningen. På grund av pandemin har enkäten enbart skickats ut digitalt via skolan. Frågorna var formulerade för att ge en indikation hur stor medvetenhet eleverna har om energianvändning i allmänhet, energianvändning i skolan och energianvändning hemma. Frågorna sätter också energimedvetenheten i relation till hur man själv agerar och hur man upplever att kamraterna agerar när det gäller beteenden och vanor kopplat till energianvändning. Enkätfrågorna är bilagda. Enkäterna gick ut via Hultsfreds gymnasium teamsystem och skickades till samtliga elever. Svarsfrekvensen var acceptabel vid den första enkäten där cirka 17% av eleverna besvarade enkäten, vid vårterminens slut var svarsfrekvensen lägre och endast 7% av eleverna lämnade svar. Resultaten från enkät 2 bör därför tolkas med försiktighet pga den låga svarsfrekvensen.

Jämför vi svaren från enkät 1 och enkät 2 så kan vi inte läsa in någon signifikant skillnad hur respondenterna svarar. Trots att det är färre som svarar på enkät 2 så ligger svaren generellt inom samma härad. Eftersom statistikunderlaget är svagt avseende del 2 är det svårt att dra några större slutsatser från svaren. Avseende de olika metoderna så antyder enkätsvaren att de dramatiska bilderna har något större igenkänningsfaktor, troligen för att de väcker känslor och tankar.

4.2.1. Fönster

Från svaren i enkäten kan vi inte identifiera någon skillnad i vanor runt öppna fönster. Man anger att man själv är ganska bra på att se till att fönster är stängda vintertid, men framför allt så är det kompisarna som stänger fönster. Respondenterna menar att man har sett fönster öppna i tomma

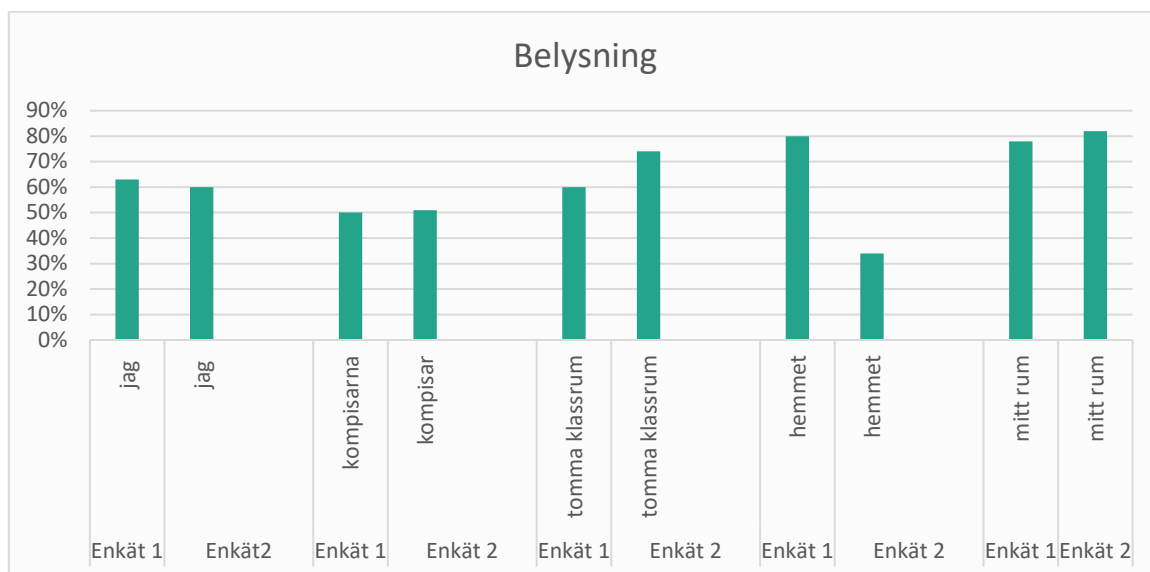
klassrum i viss utsträckning (24% i enkät 1, och 42% i enkät 2). Här kan skillnaden vara kopplad till årstiderna, då den första enkäten skickades ut i december, och den andra i juni. De svar som berör vanorna hemma antyder att man har fönster öppna vintertid hemma i viss utsträckning (cirka 35%, men ingen skillnad mellan enkät 1 och enkät 2). Enkäten har inte undersökt i vilken utsträckning man bor i hyresrätt eller eget hus. Trenden generellt brukar vara att man är mer noggrann med att hålla fönster stängda i eget hus/villa.



Figur 14 öppna fönster och vädring

4.2.2. Belysning

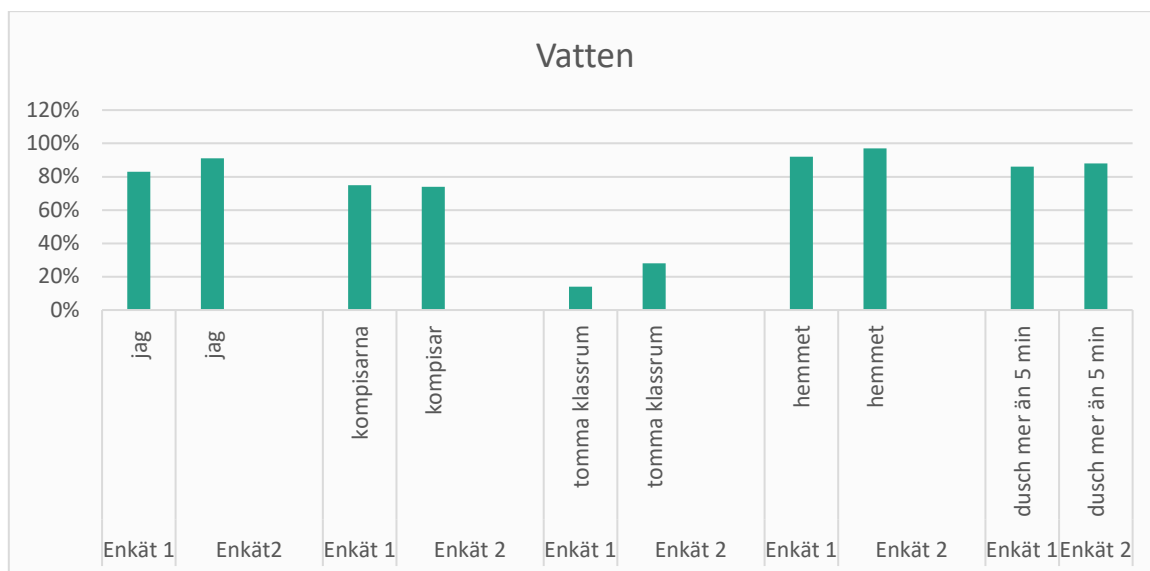
Avseende belysning svarar respondenterna att man själv (ca 60%) i högre utsträckning släcker belysning när man lämnar ett rum, men tror att kompisarna är sämre på det (ca 50%). Man svarar att man i hög grad ser tomma rum med belysningen tänd (60% enkät 1 resp 74% enkät 2), men att man i hög utsträckning (80%) har släckt hemma både generellt i hemmet och i sitt eget rum. Ingen markant skillnad mellan enkät 1 och 2.



Figur 15 belysning

4.2.3. Vatten

Uppmärksamheten och medvetandet kopplat till vattenanvändning är tydlig. Självklart stänger man kranar ordentligt både hemma och i skolan, och man har endast i enstaka fall observerat droppande/rinnande kranar i skolan. Däremot anger över 85% att man duschar längre än 5 minuter.

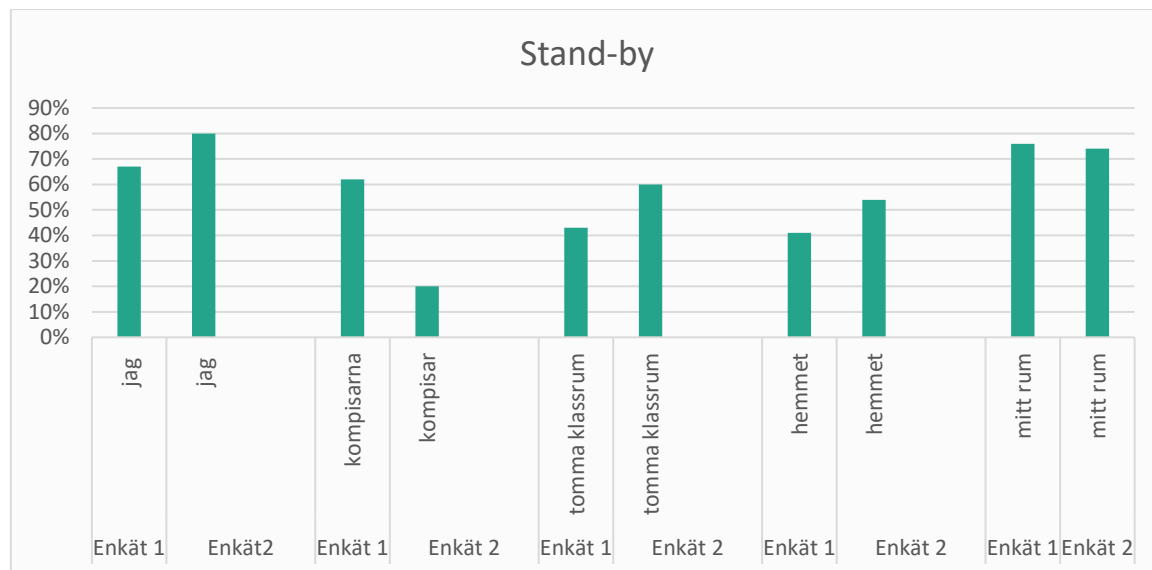


Figur 16 vatten

4.2.4. Standby

När det gäller hantering av stand-by är det en identifierbar skillnad mellan enkät 1 och enkät 2: 67% av eleverna menar att man stänger av datorer etc när de inte är i bruk, och i enkät 2 svarar 80% samma sak. Däremot tror man att kompisarna är sämre på det, i enkät 2 tror endast 20% av

respondenterna att kompisarna stänger av datorer etc. helt och hållet. Endast 40% av respondenterna stänger av hemelektronik på annat sätt än med fjärrkontrollen vilket antyder att det finns en del standby-energi att spara hemma.

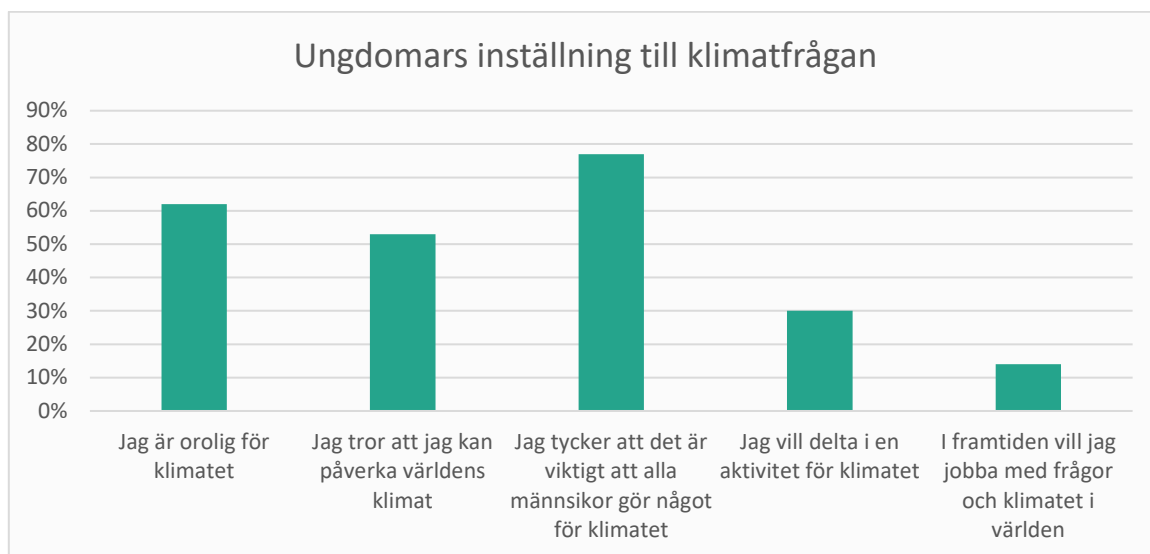


Figur 17 stand-by

4.2.5. Klimatfrågan och Hultsfred

Vid den första enkäten ställdes kompletterande frågor om vad eleverna kände och tänkte om klimatfrågan och vad de tänker att Hultsfreds kommun kan göra åt klimatfrågan. Se Figur 18 Ungdomarnas inställning till klimatfrågan. Drygt 60% av respondenterna är oroliga för världens klimat och 53 % av respondenterna tror att de kan påverka världens klimat, och 77% anser att det är viktigt att alla människor gör något för klimatet. Däremot är endast 30% intresserade att delta i en aktivitet för klimatet och endast 14% är intresserade av att i framtiden arbeta med frågor om miljö och klimatet i världen. Klimatfrågan är alltså en överhängande oro hos respondenterna, men tendensen är att det är någon annans ansvar att göra något åt det vilket överensstämmer med internationell forskning inom området¹.

¹ <https://citizensclimatelobby.org/use-psychology-for-better-climate-communications/>

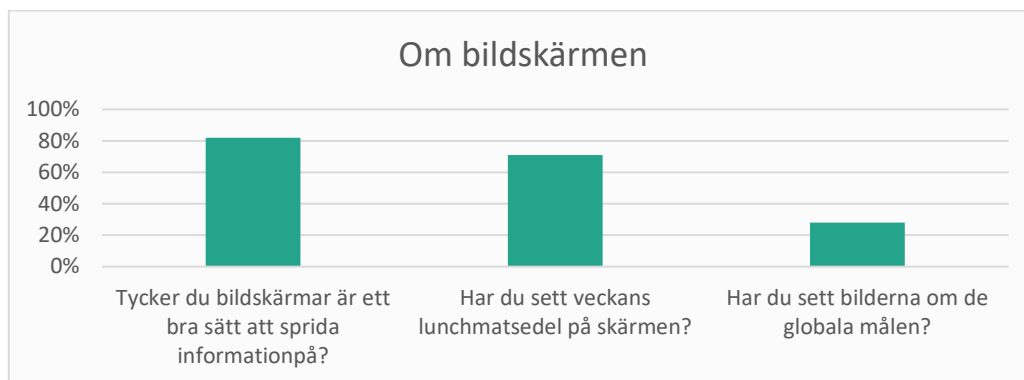


Figur 18 Ungdomarnas inställning till klimatfrågan

På frågan om vad Hultsfreds kommun ska göra för klimatet handlade de flesta svaren om förbättrade möjligheter för att källsortera avfall, att ha gatubelysningen släckt när det är ljust ute och samla människor för att plocka skräp och informera om klimatfrågan. Se samtliga svar i bilaga.

4.2.6. Utfall metoder

I enkät 2 ställdes kontrollfrågor om respondenterna sett bildskärmen och om de kände igen bilderna från kampanjen.

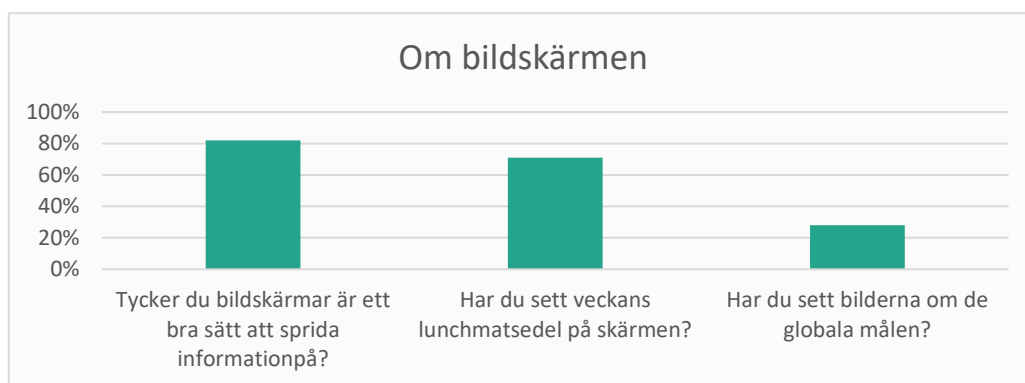


Figur 20 Om bildskärmen. 82% av respondenterna tycker att bildskärmar är bra eller ganska bra sätt att sprida information på och 71% har noterat att skolans matsedel publicerats på skärmen.

28 % av respondenterna hade uppmärksammat informationen om de globala målen. Det motsvarar igenkänningsfaktorn för energibudskapen. Se Figur 19 De globala målen. Några blir förvirrade av all text i dessa bilder.



Figur 19 De globala målen



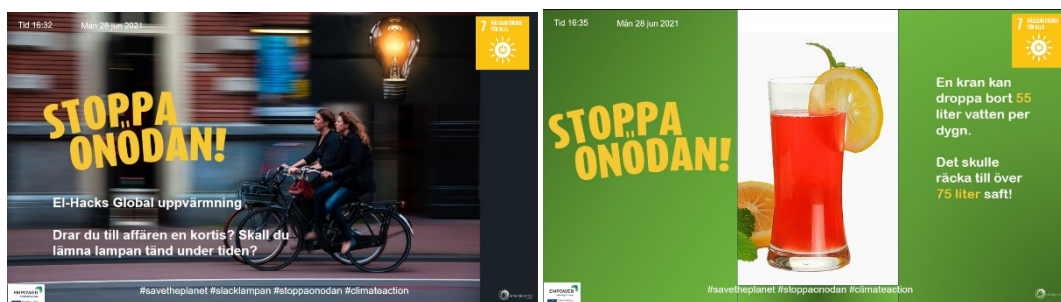
Figur 20 Om bildskärmen

28% av respondenterna kände igen bilderna där metoden priming användes. Någon kommenterar att det vore bättre med en tydlig text än med en bild. Någon tycker bilden är töntig, spöklig och mystisk. Några skriver att det är ett bra budskap.



Figur 21 Priming

17% av respondenterna kände igen bilderna där framing användes. Kommentarererna är att man tycker bilderna är tråkiga, varvat med kommentarer som ger en bild av insikt om att det går åt väldigt mycket vatten i onödan.



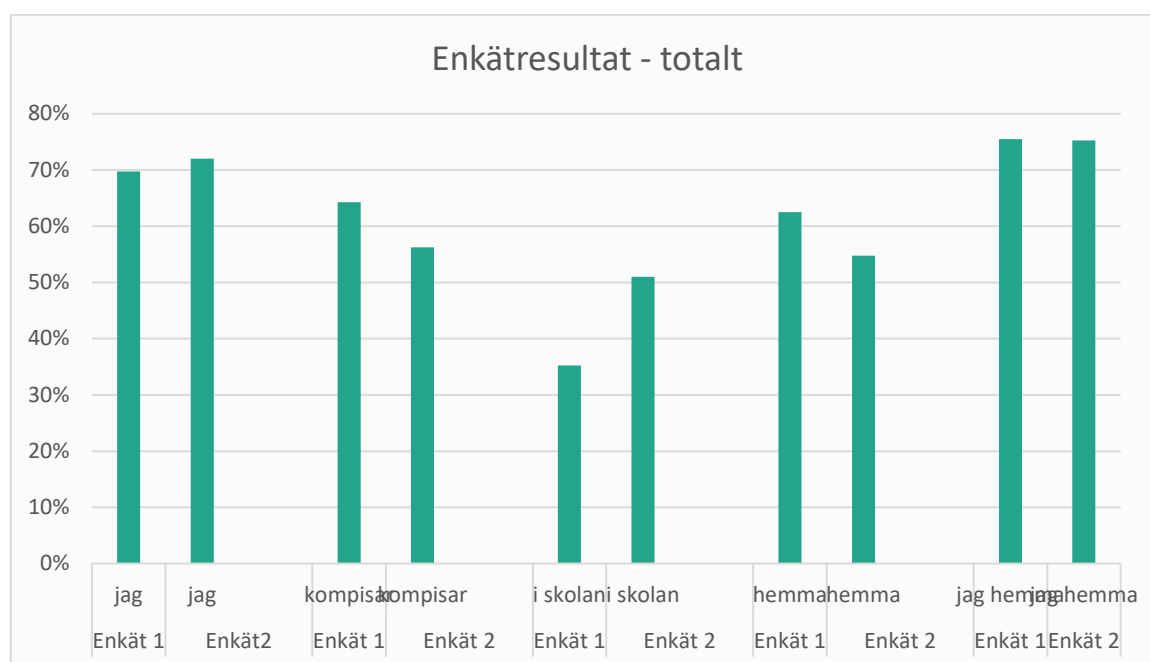
Figur 22 Framing

30% av respondenterna kände igen bilderna där heuristik användes. Kommentarererna är blandade: att bilderna var bra och att bilderna var hemska. Bilderna hade alltså den funktion som var avsedd, de väckte känslor.



Figur 23 Heuristik

En öppen fråga ställdes om hur eleverna tycker att allmän information kan spridas på ett bra sätt. De flesta respondenterna menar att Teams fungerar bra, men att TV-skärmar är en bra metod som kompletterar Teams. Se samtliga svar i bilaga.



Figur 24enkätresultat sammanslaget

När samtliga resultat för elevernas uppfattning om beteende slås samman noterar vi att trots det låga svarsantalet i enkäten så följer elevernas svar en förväntad trend: man anser i hög utsträckning att man själv agerar rätt (mer än 70%) men man är mer tveksam om det övriga kollektivet agerar rätt. Se Figur 24 enkätresultat sammanslaget

4.2.7. Slutsatser enkätsvar

Av svaren i enkäterna kan man dra försiktiga slutsatser:

Slutsats vatten: Resultatet är entydiga i enkäten. Det finns en hög medvetenhet och inga tekniska problem med läckande kranar enligt elevernas uppfattning. Det är en tydlig skillnad i medvetenheten avseende droppande kranar jämfört med duschtiden hemma, där svaren pekar på att man tycker är att det viktigt att det inte droppar bort vatten, men man duschar gärna länge. Här skulle en informationskampanj kopplad till vattenförbrukning hemma kunna vara intressant.

Slutsats belysning: Tendensen är att eleverna ser att tomma klassrum står och lyser, men ser det inte som sin uppgift att åtgärda.

TIPS: Ett tekniskt förslag på lösning: frånvarostyrning i de fall de saknas i klassrum och gemensamma ytor.

Slutsats fönster. Många enkätsvar är VET INTE. Ventilation och vädring är subjektivt och upplevs olika. Generellt burkar man inte vidta åtgärd förrän det blir obehagligt (kvavt eller kallt) och erfarenhetsmässigt brukar man inte vara ense om vad som är behaglig temperatur.

Slutsats fönster hemma: Överraskande många säger att man vädrar med öppna fönster (10 min eller mer). Oklart om detta beror det på att man har dålig ventilation hemma eller beror det på låg medvetenhet om värmekostnader. Ur ungdomarnas perspektiv så kan det hänga ihop med om de spelar datorspel i sina rum vilket genererar värme.

TIPS: Nudging för att få människor att stänga öppna fönster: Grön horisontell linje, tex en lång dekal, på fönsterhandtag när det är stängt. Linjen fortsätter på fönsterkarmen och stör ögat när strecket bryts. Det kan driva personer att stänga fönster.

Slutsats standby i skolan: Eleverna verkar uppleva att man generellt är bra på att stänga av sina datorer och apparater, men eleverna menar att det står en hel del datorer på i standby-läge i skolan.

Standby hemma: Man stänger av apparater med fjärrkontroll men tendensen är att de lämnas i standyläge. Det gäller alla apparater. Delade apparaterna med alla i familjen verkar lämnas i standby-apparater i högre utsträckning.

TIPS: Genomför en riktad informationskampanj. Dessutom se över möjligheterna med att förprogrammera datorer så de går ner i energisparläge alternativt stänger av sig automatiskt. It-tekniker i Vimmerby har tagit fram en programslinga som styr upp det.

4.3. Energiunderlag

Avsikten var att använda detaljerad energistatistik från Hultsfreds gymnasium för att sätta verkliga siffror i relation till ett kampanjbudskap. Eftersom detaljmätning i byggnaderna saknades

över tid så användes den tillgängliga statistik som fanns och omvandlades till termer som ungdomar har relation till.

Energianvändningen bröts ner till kWh per elev och till kronor per elev.

Dessutom upprättades en lista på hur länge 1 kWh räcker för olika apparater, i syfte att bygga upp budskap runt detta. tex; det går åt 1 kWh för att rosta 40 skivor bröd. Man kan föna håret i 30 minuter etc. En lista på exempel återfinns i bilaga.

5. Teknik

TV-skärm: 50" 4Kskärm, mediaspelare samt väggfäste. Anpassad för 24/7-drift, schema för av och på

Mediaspelare: förkonfigurerad, plug and play

Leverantör: My display <https://www.mydisplay.tv/>

5.1. Systembeskrivning

Detta är en systemlösning som är helt fristående från övrig IT-miljö. Flytta hela lösningen och den fungerar oberoende av vart den är placerad. All innehållshantering sker via valfri webbläsare. Datorn/mediaspelaren kopplad till skärmen presenterar innehållet, som den hämtar från en VPS server som finns i Karlstad. Inga program behöver installeras på datorer och redaktören behöver inte vara fysiskt närvarande för att uppdatera innehållet på skärmen. All information som produceras visas bara då redaktören väljer att publicera det på skärmen. Övrig information som inte är publicerad för skärm är bara tillgänglig efter inloggning.

Obegränsat antal mediaspelare går att ansluta till systemet. Varje mediaspelare har ett namn som kännetecknar vart den sitter placerad. Det går också att gruppera mediaspelarna. När man schemalägger tex olika kampanjer eller layouter så förenklar det om man skickar mot en specifik grupp i stället för en mediaspelare i taget.

5.1.1. Layouter och regioner

Varje layout innehåller regioner där innehållet/media så som bilder, video, RSS-flöden, facebook, twitter mm laddas. Varje layout kan innehålla obegränsat antal regioner och varje region kan innehålla obegränsat antal media. Se separat handbok, bilaga.

Bilderna kan utformas i tex PPT. Testa gärna upplösningen på en större skärm, ser det bra ut, så kommer det fungera på skärmarna. Normalt sett fungerar vektoriserade bilder med en upplösning på 72 dpi bra. 1920 x 1080 pixlar (1080p)

5.1.2. Schemaläggning

Det är lätt att schemalägga kampanjer och layouter under dagen samt att repetera dess per dag, vecka, månad eller år. Prioriterad schemaläggning används då man vill gå ut med ett budskap under en kortare tid. Fördelen är att man inte behöva bryta befintligt schemalagda layouter och

kampanjer. När den prioriterade schemaläggningen är över återgår mediaspelarna att visa ursprungligt schema.

5.2. Pris

Abonnemang: Pris: 145 kr/månad exklusive moms per mediaspelare, lägre pris vid flera mediaspelare. Månadsabonnemang debiteras per kvartal. Abonnemanget gäller 3 månader i taget enligt startdatum som framgår av den första fakturan. Har ingen skriftlig uppsägning av abonnemanget lämnats senast fem arbetsdagar innan ny periods början löper abonnemanget vidare med samma intervall som föregående period.

Efter överlämning till flyttar Energikontor Sydost abonnemanget till Hultsfreds kommun från och med 1 september 2021.

6. Slutsats och diskussion

TV-skärmen har som allmän kommunikationskanal fungerat bra, 71% av eleverna som besvarat enkäten har läst matsedeln på skärmen, och över 80% menar att TV-skärmar är ett bra media att förmedla information på. Både elev och lärare har uppmärksammat TV-skärmens budskap, och genom att blanda den information som eleverna söker på skärmen (matsedel, klocka, datum) så får övriga budskap viss uppmärksamhet. Innehållet på skärmen kan utvecklas vidare avseende övrig information och möjligheterna att installera ytterligare skärmar kopplat till samma abonnemang bör utredas. En praktisk svårighet i projektet har varit att Energikontor Sydost som redaktör inte har sett TV-skärmen utan måste förlita sig på kontakter på skolan för att veta om skärmen fungerade som den skulle.

Utifrån enkäterna ser vi att eleverna har uppmärksammat TV-skärmens energibudskap i viss utsträckning. Under pilotperioden var skolan delvis nedstängd på grund av pandemin och över tid var endast en mindre del av eleverna närvarande. Övriga hade distansundervisning. Det innebär att eleverna har haft begränsad tid på skolan och därmed en mycket begränsad tid att nås av energibudskapet. Kampanjerna har rullat över tidsperioder som möjliggjort att alla eleverna ska kunna ha sett kampanjerna, men pandemin har begränsad den tid som eleverna exponerats för budskapen.

Dramatiska bilder fungerar bättre än snällare budskap. I försöket uppmärksammades de bilder som var inspirerade av priming och heuristik mer än framing-metoden. Det är viktigt att blanda in information som ungdomarna söker, tex tid, datum och lunchmatsedeln, i syfte att uppmärksamma TV-skärmen. Då finns möjlighet att nå ut även med de budskap som mottagarna kanske inte letar upp. TV-skärmens uppgift är att påminna och vidareförmedla information som kanske redan finns någon annanstans för att påminna mottagarna.

Vår sammanfattande rekommendation är att Hultsfreds kommun fortsätter arbeta med konceptet med skärmar, och att det utses en ansvarig redaktör inom verksamheten (i detta fall Hultsfreds Gymnasium) som har huvudansvar för att skolans och kommunens budskap uppdateras och är korrekt. Dessutom bör en assisterande redaktör utses som koncentrerar sig på att utforma energi- och klimatbudskap.

Med bättre detaljnivå på energidatan i framtiden denna kan användas vid informationstillfällen för de som uppehåller sig i de kommunala lokalerna. För kommande solcellsinstallationer; planera för att publicera aktuell elproduktion på skärmen. Uppmuntra lärarna att använda informationen i undervisningen.

Bilagor

Bilaga 1: Svar enkät. Det här tycker jag Hultsfreds kommun ska göra för klimatet

Bilaga 2: Svar enkät. Hur tycker du att allmän information kan spridas på ett bra sätt?

Bilaga 4: Proxy fakta, vad räcker 1 kWh el till?

Bilaga 5: Kampanjernas bilder

Bilaga 6: Handbok My Display

Bilaga 7: "Designing sustainability and energy efficiency messages for target groups" av Sanja Janevska

Bilaga 1: Svar enkät. Det här tycker jag Hultsfreds kommun ska göra för klimatet

Ej relevanta svar är bortsorterade.

införa förnybar energi på t.ex. skolor där man använder sig av t.ex. solenergi för att få egen energi
Ja   
Att öppna skolorna igen som vanligt därför att det inte är skolan som sprider febern, den sprider sig ändå med och utan skolan. Det är stress som sprider en hysteria om något som inte ens existerar!!! Sluta att sprida stress i samhället och sprida glädje och optimism istället och på det här sätter bromsar ni smittspridningen
Mer soptunnor
Vet inte
på coop finns de massor av människor som är där och springer ut och in så då gör att dom släpper in kallluft inne på coop. genom att lösa problemet så kan man fixa ingången på gå gatan.
det bra så tycker jag
Nu när det är Jul, så är det många affärer och andra ställen som har ljuset på hela tiden, det är fint jag håller med men jag tycker att de ska slåss på efter 16:00 eftersom det är då som det blir mörkt i himlen. då syns ljusen mer, blir vackrare och sparar på energi. tycker att kommunen ska ha mer soptunnor i gatorna eftersom många människor föredrar att kasta skräp på marken än att gå några meter fram till soptunnan, så att ha mer soptunnor kanske hjälper. jag tycker att skolan ska ha fysiska aktiviteter som alback och hultsfreds gymnasium. hejdå och stan exo!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
spara varm vatten och el. Men det är dock alltid för kallt på skolan
anlita greta
vet inte jag tycker man ska hålla mera koll så att man släcker efter sig eller stänger av datorerna i klassrummen när man är klar.
vet inte
Att inte ha gatubelysningen på under ljusa dagen.
Inget
Informera folk just dem här frågorna men också varför det är viktigt.
bilda en mötes plats där man sen går ihop och plockar skräp och plast i nature.
Inte slänga skräp på marken
vet inte
vet ej
Jag vet inte
eftersom inte hultsfred är problemet så spelar det ingen roll vad hultsfred komun gör, onödiga pengar onödig tid.
vet inte på denna frågan
vet ej
vet inte
Jag vet inte

Det är så mycket olika klimatförändringar överallt, det blir kanske inte jättemycket skillnad om vi försöker göra något inom själva Hultsfred kommun.
vet ej
det är en svår fråga, kommer inte på något konkret svar...
Införa sopsortering i soprum till lägenheter, återbruka det material som går att återbruka, informera invånare vad dem kan göra själva för klimatet.
Vet inte
ingen anning
Börja med källsortering på skolan
sprida lite mer informationer hur kan klimatet och miljön påverkas pga oss
bättre styrelse
sopsorterig istället för papperskorg
jag tycker att hultsfredskommun ska fixa olika uppdrag att te.x att fixa att man plockar upp skräp runt om i hultsfredskommun

Bilaga 2: Svar enkät. Hur tycker du att allmän information kan spridas på ett bra sätt?

skicka individuella chatter till alla.
Lappar och skärmar, via teams osv
Sätta ut lappar runt skolan
Bildskärmen är nog en effektiv metod.
Genom mentorer och på teams
Temas
Jag tycker att det är bra att sprida info både genom Teams grupperna. Men det kan oxå var en bra idé att det kan stå lite på TV oxå.
Vet ej
sms, mass utskick
Jag tycker att det är bra när man kommer till skolan på morgon och sluta skolan ska man titta på informationen via TV innan man ska hem ibland.
ja
Beror på vilken info det handlar om. Allmän info på skolan är bäst via teams, medan information utanför skolan är beroende av allvarligheten på situationerna. Vissa är bäst via sms/mail medan andra kan vara nyheter etc.
teams
i dont know
OK
Ha schema och ett tema som dem håller VAR dag. Samt ta tillbaka skylten utanför matsalen. Som ett exempel....
stor text
att alla koridorer ska ha bild skärmar det det står vilken mat det blir
på bildskärmar
Genom att berätta för andra och skicka bilder över nätet eller visa i tidningen.
lägga ut

Bilaga 4: Proxy fakta, vad räcker 1 kWh el till?

rosta bröd	40 skivor
brygga kaffe	88 koppar
titta på din favoritserie på tv	25 avsnitt
föna håret	30 minuter
spela online dataspel	20 timmar
Brödrost	1 timme
Elvisp	2,8 timmar
Kaffebruggare	1,25 timme
Kaffemaskin	42 minuter
Matberedare	2,2 timmar
Vattenkokare	27 minuter
Mikrovågsugn	50 minuter
Spis (snabbplatta, glaskeramikhäll)	50 minuter
Spis (stekplatta, glaskeramikhäll)	26 minuter
Ugn	33 minuter
Varmluftsgn	21 minuter
Kyl	12,5 timmar
Frys	10 timmar
Kyl/Frys	6,67 timmar
Spisfläkt	5 timmar
TV, drift	7,14 timmar
TV, stand-by	100 timmar
LCD TV 42", drift	5 timmar
LCD TV 42", stand-by	1000 timmar
Digitalbox	100 timmar
Akvarie	10 timmar
Bastu	12 minuter
Handdukstork (el)	50 timmar
Hårtork	40 minuter
Rakapparat	250 timmar
Eltandborste, laddning	500 timmar
Golvvärme	70 minuter
Bubbelbadkar	40 minuter
PC, stationär	2,5 timmar
Skrivare, stand-by	100 timmar
Bildskärm 19", drift	20 timmar
Bildskärm 19", stand-by	500 timmar
Trådlöst nätverk	83 timmar
Halogenlampa	20 timmar
Kompaktlysrör 9 W+4 W driftdon	77 timmar
Lysrör 18 W + 10 W driftdon	36 timmar

Lysrör 36 W + 10 W driftdon	22 timmar
Lysrörslampa	67 timmar
LED-lampa	1000 timmar
Adventsljusstake	48 timmar
Ljusslinga	5 timmar
Mobilladdare	200 timmar
Dammsugare	1 timme
Infravärme	30 minuter
Klockradio	333 timmar
Motorvärmare	2 timmar
Kupévärmare	40 minuter
Solarium	52 minuter
Strykjärn	40 minuter
Symaskin	12 timmar
Konvektorelement	30 minuter
TV-spel på konsoll	5 timmar

Bilaga 5: Kampanjernas bilder



Figur 25 K1: Värme och vädring: Vår fönsterhjalte rycker ut



Figur 26 K1 Belysning. Ungdomar med mobiler

Tid 16:03 Mån 28 jun 2021

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA



STOPPA ONÖDAN!

#savetheplanet #noelephantsinhultsfred #stoppaonodan #climateaction

EMPOWER

Tid 16:03 Mån 28 jun 2021

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

En kran kan droppa bort **55 liter** vatten per dag.

Det blir **20.000 liter** per år.

Det räcker till **två elefanter** en hel månad.

#savetheplanet #noelephantsinhultsfred #stoppaonodan #climateaction

EMPOWER

Tid 14:52 Ons 30 jun 2021

En kran kan
droppa bort
55 liter vatten
per dag

Det blir
385 liter i veckan
dvs
20.000 liter per år

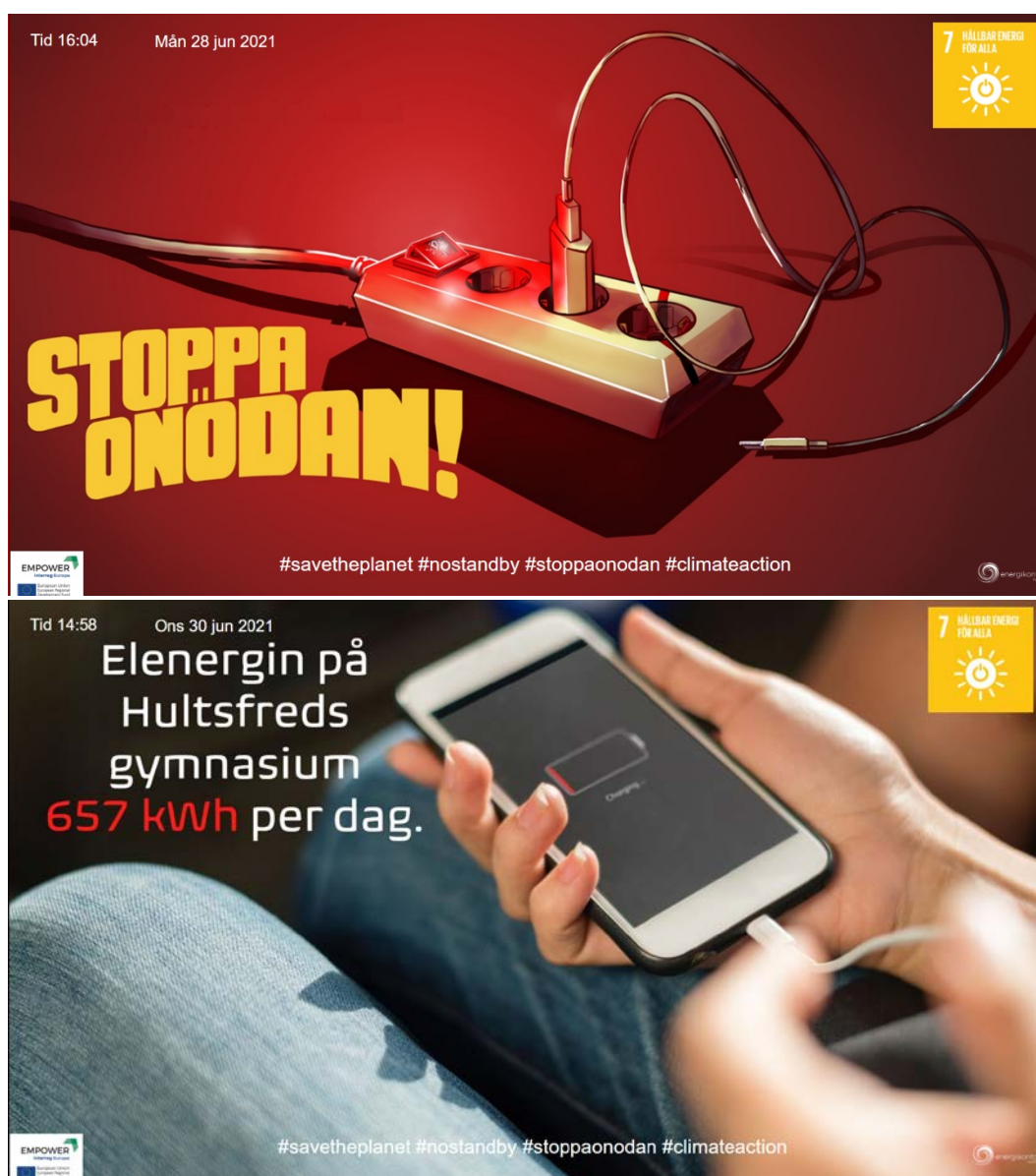
#savetheplanet #noelephantsinhultsfred #stoppaonodan #climateaction

EMPOWER
EUROPEAN UNION
EUROPEAN COMMISSION

7 HÅLLBAR ENERGI
FÖR ALLA



Figur 27 K1: Vatten. Törstiga elefanter dricker mycket vatten



Figur 28 K1: Standby: Standby-el är onödigt!

Tid 16:31 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!

Energi-Hacks Rädda klimatet

Vädra smart! Kort korsdrag is da shit!

#savetheplanet #stangfonstret #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

Tid 16:31 Mån 28 jun 2021

Öppna i max 5 minuter per timme!

Låter du fönstret stå öppet, eller stänger du så du kan kolla på Netflix i 99 timmar istället för samma energi?

STOPPA ONODAN!

#savetheplanet #stangfonstret #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

Figur 29 K2 Värme och vädring: Smarta tips för att rädda klimatet och vad energin är värd i andra aktiviteter

Tid 16:32 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONÖDAN!

El-Hacks Global uppvärmning

Drar du till affären en kortis? Skall du lämna lampan tänd under tiden?

#savetheplanet #slacklampan #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA





Tid 16:33 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONÖDAN!

Energien för belysningen i ett klassrum under en timme motsvarar att spela PS4 i tre timmar

Låter du lampan stå tänd i onödan, eller släcker du och spelar **PS4 i 3 timmar** istället för samma energi?

#savetheplanet #slacklampan #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA






Figur 30 K2 Belysning. Smarta tips för att rädda klimatet och vad energin är värd i andra aktiviteter

Tid 16:34 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!



#savetheplanet #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

Vatten-HACKS Bli en miljövän!
Spara varje droppe...
vatten är viktig!



Tid 16:35 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!

Låter du kranen droppa eller stänger du av den och dricker saft istället?



#savetheplanet #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA



Tid 16:35 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONÖDAN!



7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

En kran kan droppa bort **55** liter vatten per dygn.

Det skulle räcka till över **75 liter** saft!

#savetheplanet #stoppaonodan #climateaction

EMPOWER

energikontor

Figur 31 K2 Vatten. Enkla tips för att spara vatten eller vad man kan göra med vattnet istället.

Tid 16:37 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

EI-HACKS
Rädda klimatet
Standby är ett big NO NO!

#savetheplanet #nostandby #stoppaonodan #climateaction

Tid 16:37 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

Så här kan man tjäna 1000 kr.. vilken väljer du?

Stäng av onödig Standby hemma i ett år

Samla pant ! 7 stycken stora svarta plastsäckar

#savetheplanet #nostandby #stoppaonodan #climateaction

Figur 32 K2 Standby. Smarta tips för att rädda klimatet och vad energin är värd i andra aktiviteter

Tid 16:47 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!

#savetheplanet #stangfonstret #stoppaonodan #climateaction

Energiförlusten för ett fönster som står öppet i onödan är ca 3 KWh per timme

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

EMPOWER Energikontor

Tid 16:47 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONODAN!

Lämnar du fönstret öppet i onödan – eller stänger du?

#savetheplanet #stangfonstret #stoppaonodan #climateaction

EMPOWER Energikontor

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

Figur 33 K3 Värme och vädring: Lämnar du fönstret öppet blir det obehagligt.

Tid 16:49

Mån 28 jun 2021

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA



STOPPA ONÖDAN!



Energien för belysningen i ett klassrum under en timme motsvarar att spela PS4 i tre timmar



#savetheplanet #slacklampan #stoppaonodan #climateaction




Tid 16:50

Mån 28 jun 2021

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA



STOPPA ONÖDAN!



Släcker du eller lämnar du lampan tänd om du drar iväg till kompisen?



#savetheplanet #slacklampan #stoppaonodan #climateaction




Figur 34 K3 Belysning. Konsekvenserna av att lämna belysningen på drabbar miljön

Tid 16:50 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONÖDAN!

En kran kan droppa bort 55 liter på ett dygn

#savetheplanet #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

EMPOWER

Tid 16:51 Mån 28 jun 2021

STOPPA ONÖDAN!

Droppande kranar kostar pengar och sliter på klimatet. Då blir det mindre pengar till annat. Stäng kranen!

#savetheplanet #stoppaonodan #climateaction

7 HÅLLBAR ENERGI FÖR ALLA

EMPOWER

Figur 35 K3 Vatten. Konsekvenserna av att slösa på vatten är torka



Figur 36 K3 Standby. Allas ansvar att hjälpa till att rädda planeten

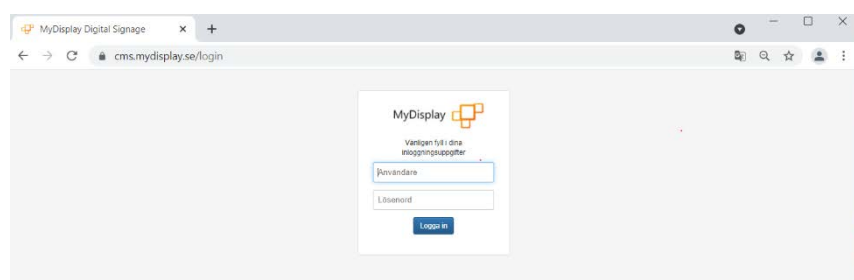
Bilaga 6: Handbok My Display

Handbok My display

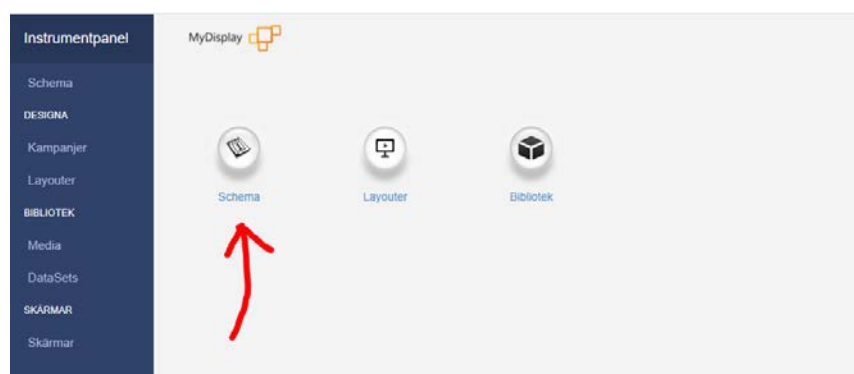
My Display publiceringsverktyg bygger på mallar, och påminner om InDesign.

Inloggning:

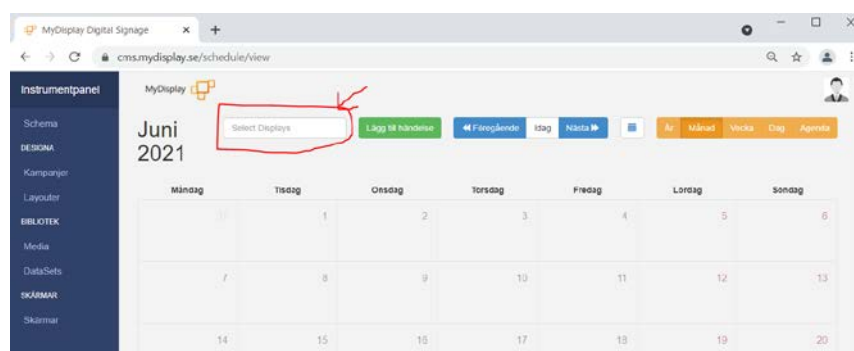
Fyll i användarnamn och lösenord.



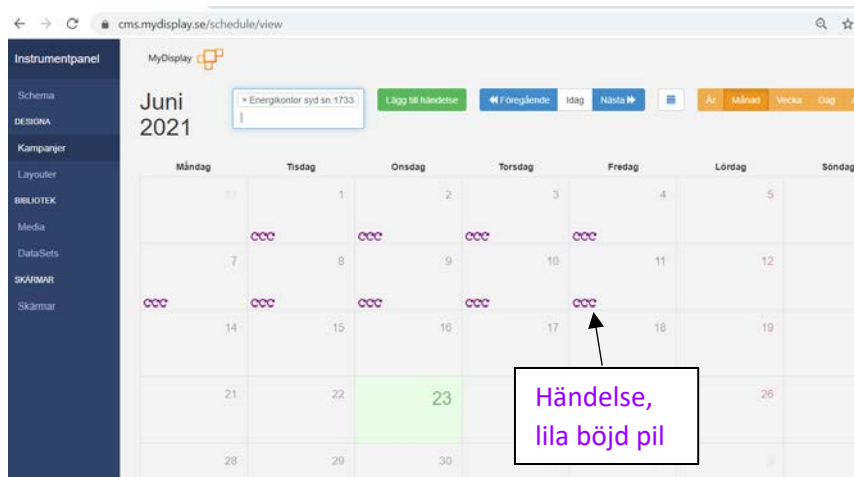
Schemaläggning:



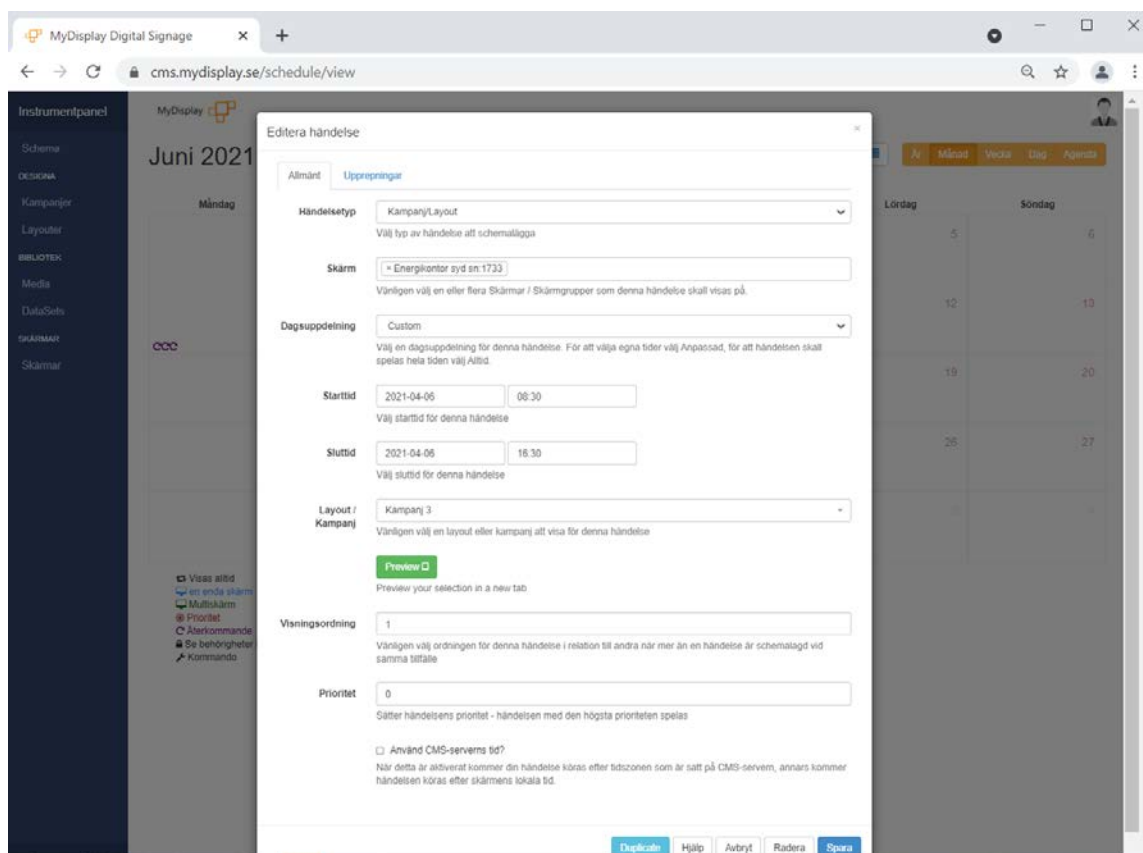
Välj "Schema". Se bild ovan.

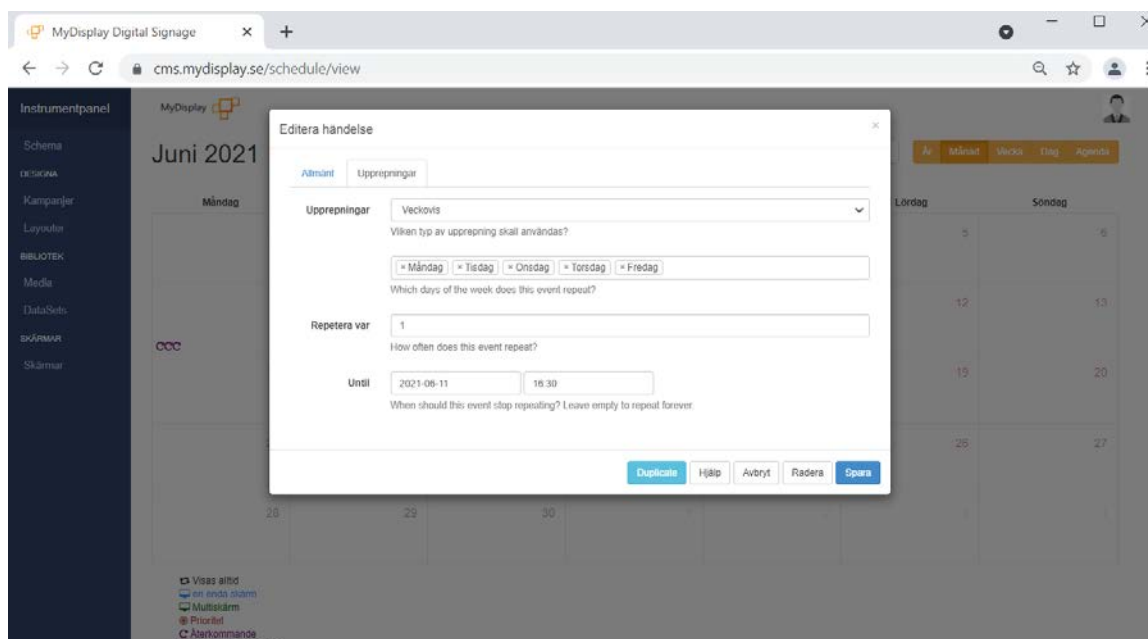


Klicka på "Select Display" i övre kanten, till höger om månad och år. Välj aktuell skärm. Skärmen heter "Energikontor syd sn:1733"



Ovanstående visar på de återkommande händelserna som ser på skärmen (som en lila böjd pil). Varje dag i exemplet finns tre återkommande händelser som snurrar kontinuerligt på skärmen. När den sista kampanjen/händelsen är avklarad så återkommer den första igen. De tre som återkommer är först matsedeln, därefter skolans information och de globala målen, och sist den för tillfället pågående kampanjen.





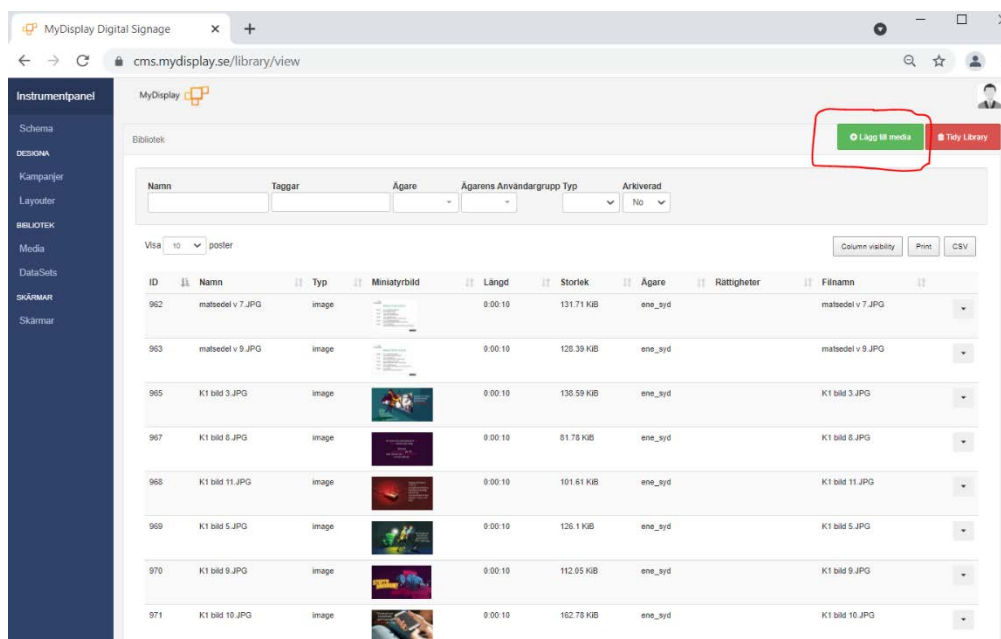
Ovan visar inställningen i schemaläggningen för händelsen "kampanj 3".

Under fliken "allmänt" visas att kampanjen visas en gång tills den är slut, och det sker under skoltid. Under fliken "upprepningar" visas att händelsen "kampanj 3" visades en gång kontinuerligt måndag till fredag tills skolan slutade för terminen.

Övriga händelser, dvs kampanjer eller layouter var inlagda på liknande sätt, det som skilde var hur lång tid de pågick, eller vilka dagar de pågick. Varje händelse kan schemaläggas med egna tider vilket gör att olika händelser kan spelas upp olika tidpunkter och dagar.

Bibliotek

Alla bilder som ska visas behöver först läggas upp under bibliotek och Media. Bilderna behöver sparas som JPG-filer.

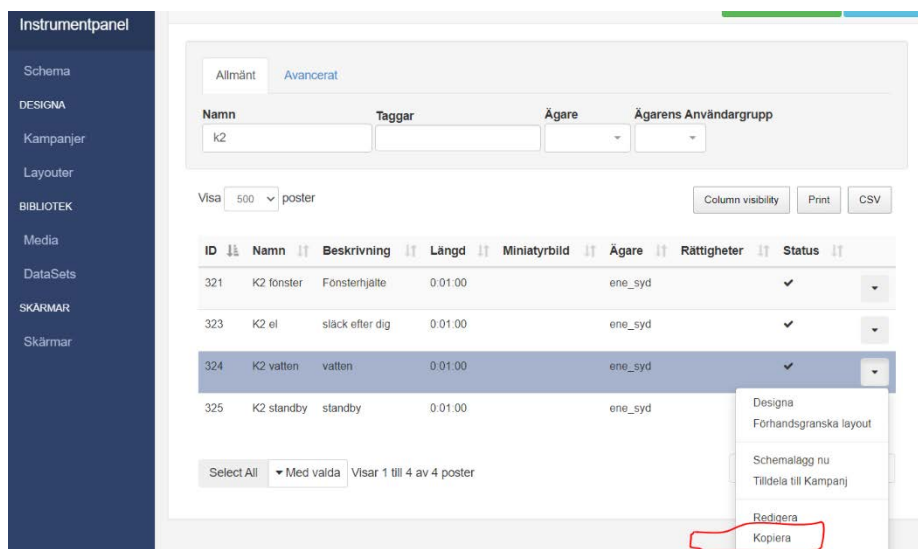


Filmer fick vi inte att fungera, skärmen låste sig Det kan bero på val av filformat.

Layout

Inför kampanjerna görs en layout, utifrån en förberedd mall. I denna finns olika regioner, vilka behöver vara fyllda med någonting för att layouten skall fungera. Radera eller lägg till regioner beroende på vad som behövs.

Gör så här: Utgå från en mall, och gör en kopia på denna. Döp den till det som layouten skall heta.



Kopiera K2 vatten

Namn

Namnet på layouten - (1 - 50 tecken)

☒ Make new copies of all media on this layout?
 This will duplicate all media that is currently assigned to the Layout being copied.

Nu går det att söka på denna layout, för att lättare kunna hitta den. Status på layouten visar att den inte är klar, varför den inte heller kan visas på en skärm ännu. Tryck på pilen till höger om statussymbolen och markera "designa".

MyDisplay

Layouter

Namn Taggar Ägare Ägarens Användargrupp

Visa poster

ID	Namn	Beskrivning	Längd	Miniatyrbild	Ägare	Rättigheter	Status
397	K4 vatten	vatten	0.00.00		ene_syd		o

Select All Visar 1 till 1 av 1 poster 1

MyDisplay Digital Signage

cms.mydisplay.se/layout/designer/397

Instrumentpanel

- Schema
- DESIGNA
- Kampanjer
- Layouter
- BIBLIOTEK
- Media
- DataSets
- SKÄRMAR
- Skärmar

MyDisplay

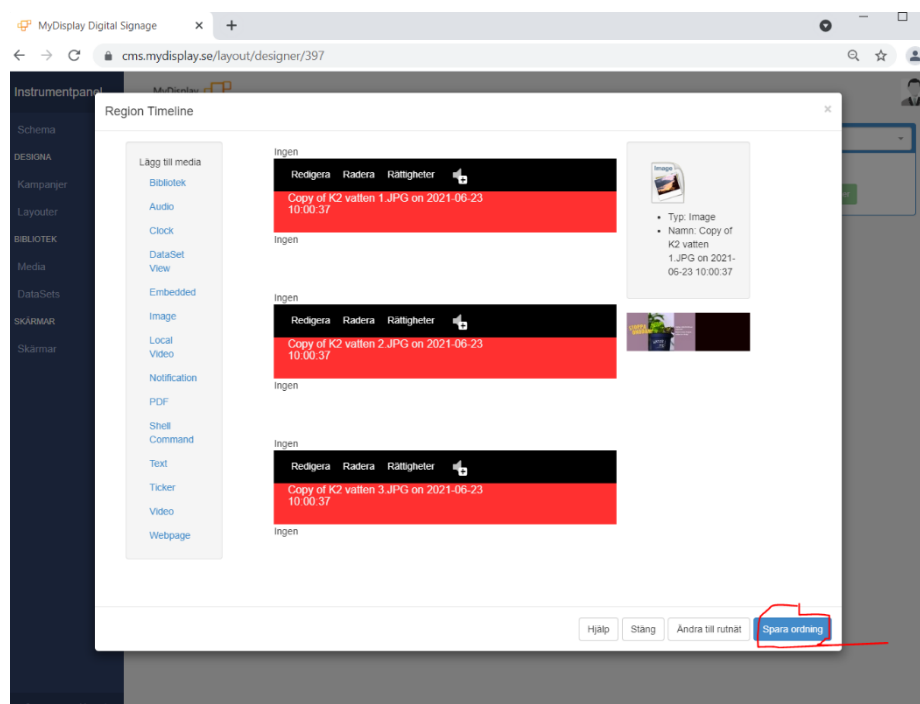
STOPPA ONÖDAN!

WATER ME!

Vatten-HACKS Bli en miljövän!
Spara varje droppe... vatten är viktig!

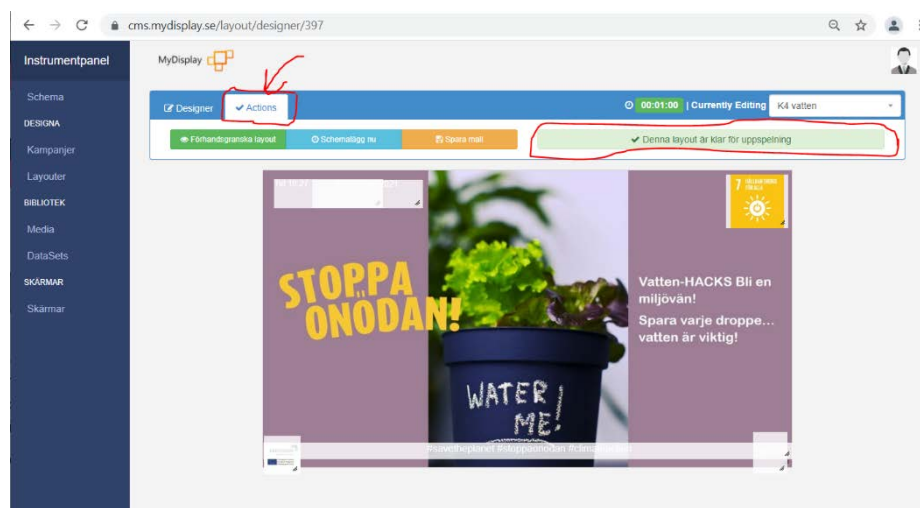
#savetheplanet #stoppaonödan #climateaction

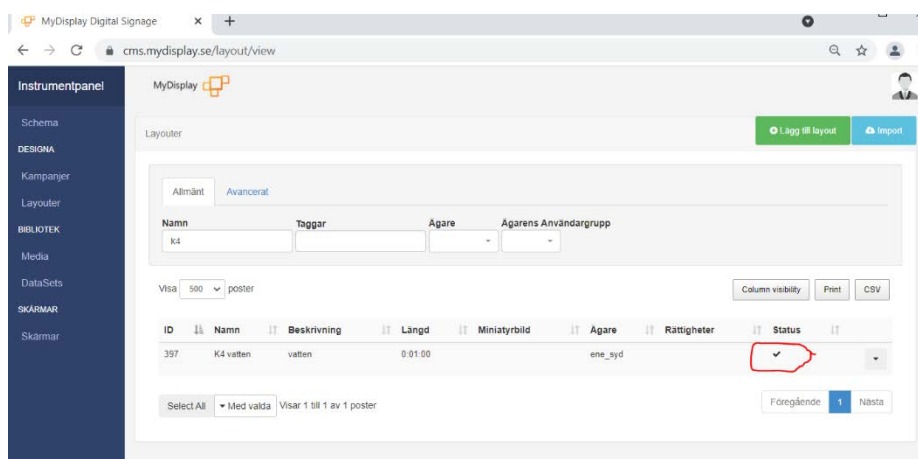
Ovan syns layouten i designläge. Hela layouten består av flera regioner. de syns tex genom de vita fälten. Klicka på valfri region för att förändra layouten i förhållande till mallen.



I det här fallet klickade jag på bakgrundsbilden (i ett bildspel med 3 delar), vilket gör att det är de som syns i denna layout. Radera dessa och lägg i stället till de bilder/media som du sedan tidigare har lagt i Biblioteket som JPG-filer. Filerna kan flyttas upp eller ner ifall du vill ändra ordningen på hur de skall visas i ditt bildspel. (Dra i dem så flyttas de). Spara efter varje förändring! (knappen längst ner till höger). Ifall även andra regioner skall förändras görs detta på liknande sätt.

Innan Layouten är färdig för visning, behöver du förhandsgranska den.

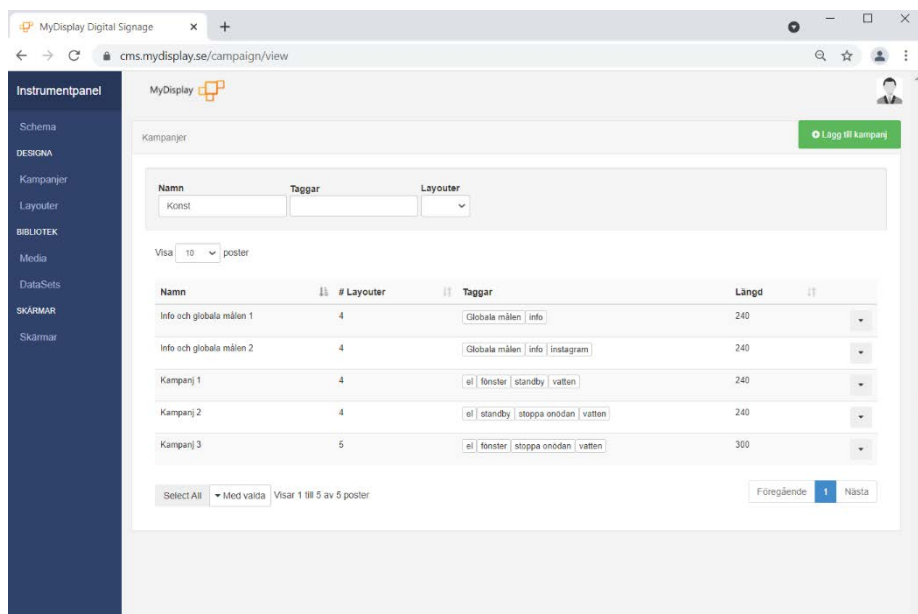




Lägg upp kampanj

Vår erfarenhet är att om man lägger upp flera layouter efter varandra, dvs schemalägger dem så blir resultatet att det flimrar mellan de olika layouterna när det visas på skärmen.

Ett sätt att bli av med detta problem är att lägga layouterna i en kampanj. Det går att lägga flera layouter i en och samma kampanj, tex information som skall visas i flera veckor, och ev. lägga enstaka inspel (som förändras snabbare tex matsedeln) som en egen separat layout istället.



Ovanstående visar olika kampanjer, vilka innehåller 4-5 layouter vardera. I projektet Eye2eye visades dagligen kontinuerligt tex

- 1) kampanj 3
- 2) info och globala målen (varannan dag nr 1 och varannan dag nr 2)
- 3) matsedeln för den veckan (vilken lades upp som en layout).

Färdiga layoutmallar

Samtliga mallar har tid, datum, hänvisning till globala målen och #-remsa.

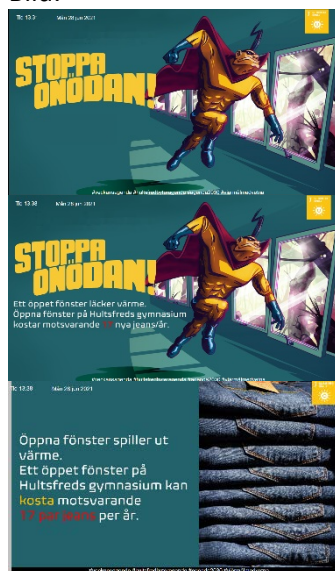
Översikt över de viktigaste mallarna:

Mall

Sidmall 1 Bildspel:

Bildspel, i mallen ligger 3 bilder som exempel: fönsterhjälten, fönsterhjärte med förklarande text, bild på jeans och förklarande text.

Bild:



Sidmall 2 Bild och text

Plats för bild till vänster och text till höger



Sidmall 3: Video och text

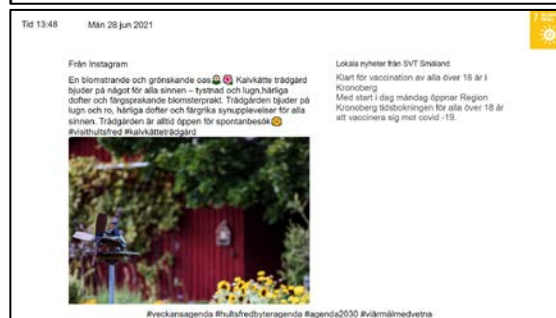
Plats för video till vänster och text till höger



Sidmall 4
Facebook (Hultsfreds kommun)
facebookkonto rullar



Sidmall 5
Visit Hultsfreds Instagram och SVT nyheter rullar



Sidmall 6
SVT Småland nyheter rullar



Sidmall 7
Info skola
 Information från skolan rullar
 Samma grundmall som sidmall 8



Sidmall 8
Matsedel
 Samma grundmall som sidmall 7



HuGY pausbild

Standardbild som finns på skärmen om annan information saknas

