

# Vidensdrevet og brugerdrevet innovation hos KOMPAN

Jeanette Fich Jespersen,  
KOMPAN Play Institute  
International manager  
jeajes@kompan.com

Baggrund

En udviklingshistorie

Tweens og teens viden

Cases

# KOMPAN – verdens førende producent af legeredskaber



- **Salg** i 60 lande
- **Produktion** i Tjekkiet, Tyskland, Sverige, Australien,
- **Omsætning 2010:**  
1,388 mia. kr.
- **Antal ansatte 2011:**  
820
- **Største marked:**  
Frankrig

# Legepladser og sundhed, legepladser og læring, legepladser og social inklusion



# KOMPAN PLAY INSTITUTE



## Et internationalt netværk i leg

- Overvåger trends
- Tager initiativ til studier

## Kommunikerer viden gennem:

- Kampagner og publikationer
- Seminarer og konferencer
- Træning og kurser
- KOMPAN produkter
- [www.KOMPAN.com](http://www.KOMPAN.com)
- <http://teenagers.kompan.com>

# Aktuelle temaer



## Trends

- mangel på bevægelse og fri leg
- dalende aktivitet og medejerskab blandt unge
- universelt design og inklusion



## Temaer

- sundhed og leg
- leg og teenagere
- leg for alle



# Vidensdrevet og brugerdrevet innovation hos KOMPAN

Jeanette Fich Jespersen,  
KOMPAN Play Institute  
International manager  
jeajes@kompan.com

Baggrund

En udviklingshistorie

Tweens og teens viden

Cases

# Produkteksempel: KOMPAN ICON digitale spil i fri fysisk leg



New York



Barcelona



New Orleans



Eindhoven

# KOMPAN PLAY INSTITUTE



First site: digital games on KOMPAN GALAXY, Sdr. Næra Fri- og Efterskole, 2002, with University of Southern Denmark, SDU



Testing of the Body Games products, in doors Årslev, 2003, outdoors in Odense 2005, with Centre for Playware, University of Southern Denmark, SDU



Testing of ICON in workshop 2007, with super Users and the KOMPAN Play Institute



## KOMPAN PLAY INSTITUTE



Test of games with Copenhagen International School pupils aged 13-14, 2008. The pupils were asked to voice their opinion after a two months' test period. The project was run with VIA University College



KOMPAN PLAY INSTITUTE

Nordagerskolen, Ringe – tests with users 12-14 years, 2008 and observations by the KOMPAN Play Institute Network



Nordagerskolen, Ringe – tests with users 12-14 years, 2008 and teachers/pedagogues from Denmark



# 4 Redskaber + 12 spil

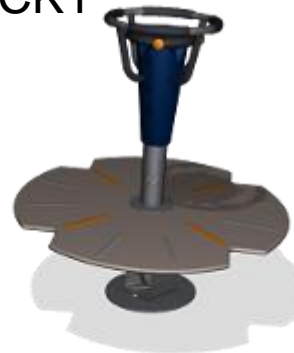


SPACE

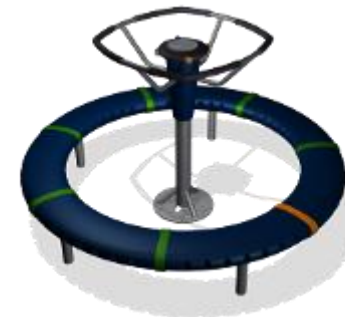


SWIRL

ROCKY



NOVA





## Holding power

Total Games Played

**10,748**

Total Days

**51**

Games / Day

**211**

Games / Hour

**18**

A New Game  
Started Every

**3.4** min.

**Antal spil spillet i Layton, Utah - 8.20–10.9**



## Et år senere

Total Games Played

**11,272**

Total Days

**51**

Games / Day

**221**

Games / Hour

**19**


A New Game  
Started Every

**3.2** min.

**Antal spil spillet i Layton, Utah – Et år senere, samme periode**

# Hvilke ugedage /tider på dagen leges der mest

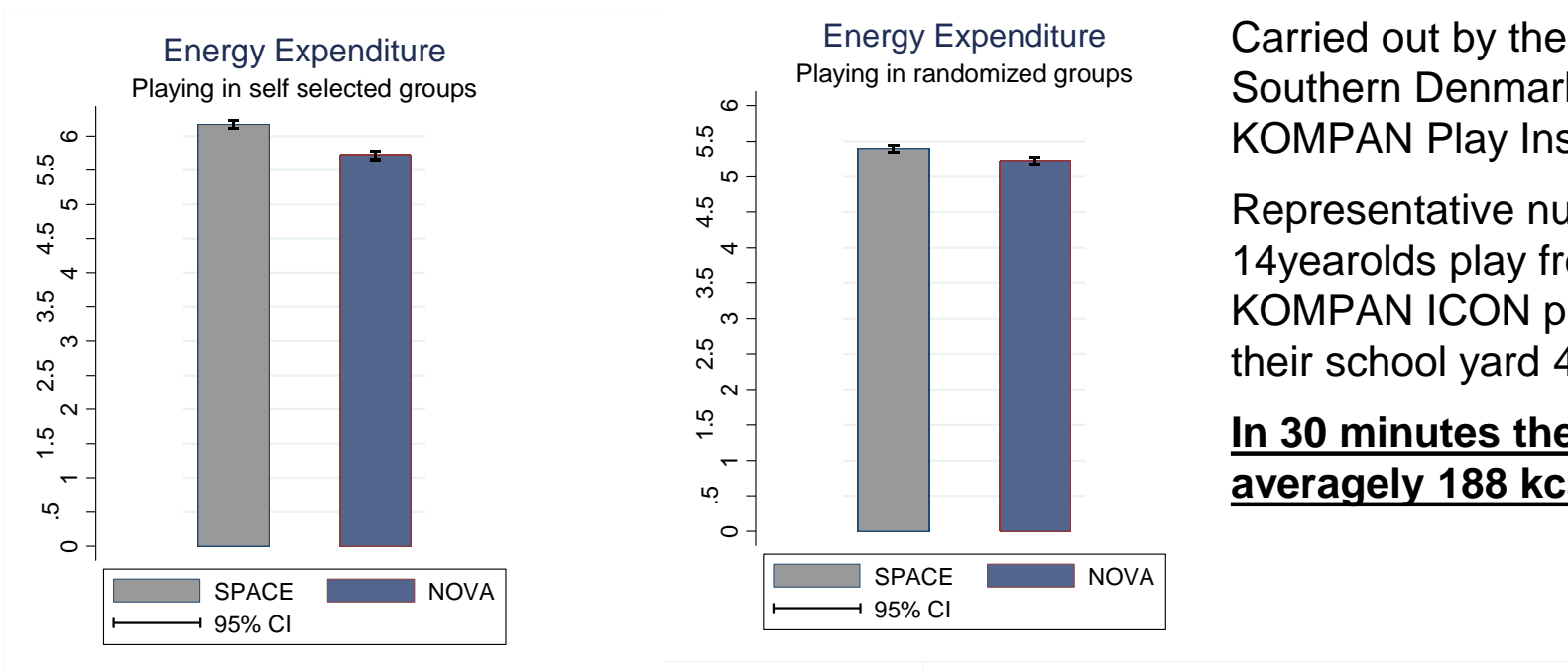
Game distribution by product - breakdown per weekday

	Nova	Rocky	Space	Swirl	Total
Monday	260 (1,34%)	537 (2,77%)	585 (3,02%)	90 (0,46%)	1472 (7,59%)
Tuesday	676 (3,49%)	628 (3,24%)	827 (4,27%)	144 (0,74%)	2275 (11,73%)
Wednesday	800 (4,13%)	856 (4,41%)	889 (4,59%)	219 (1,13%)	2764 (14,26%)
Thursday	772 (3,98%)	738 (3,81%)	919 (4,74%)	149 (0,77%)	2578 (13,30%)
Friday	671 (3,46%)	848 (4,37%)	1128 (5,82%)	251 (1,29%)	2898 (14,95%)
Saturday	1082 (5,58%)	1276 (6,58%)	1368 (7,06%)	288 (1,49%)	4014 (20,70%)
Sunday	1069 (5,51%)	942 (4,86%)	1156 (5,96%)	221 (1,14%)	3388 (17,47%)
<b>Total:</b>	<b>5330 (27,49%)</b>	<b>5825 (30,04%)</b>	<b>6872 (35,44%)</b>	<b>1362 (7,02%)</b>	<b>19389 (100,00%)</b>

# Statistik som ejere af ICON har adgang til



# Fysisk aktivitet – målinger 2010



Carried out by the University of Southern Denmark for the KOMPAN Play Institute

Representative number of 14 year olds play freely on KOMPAN ICON playground in their school yard 40 minutes.

**In 30 minutes they burn averagely 188 kcal**

Figure 3. Mean Energy Expenditure (Kcal per minute) during 10 minutes of playing on SPACE and NOVA in different groups.

# Innovation awards



Innovation and  
design awards



reddot design award

# Vidensdrevet og brugerdrevet innovation hos KOMPAN

Jeanette Fich Jespersen,  
KOMPAN Play Institute  
International manager  
jeajes@kompan.com

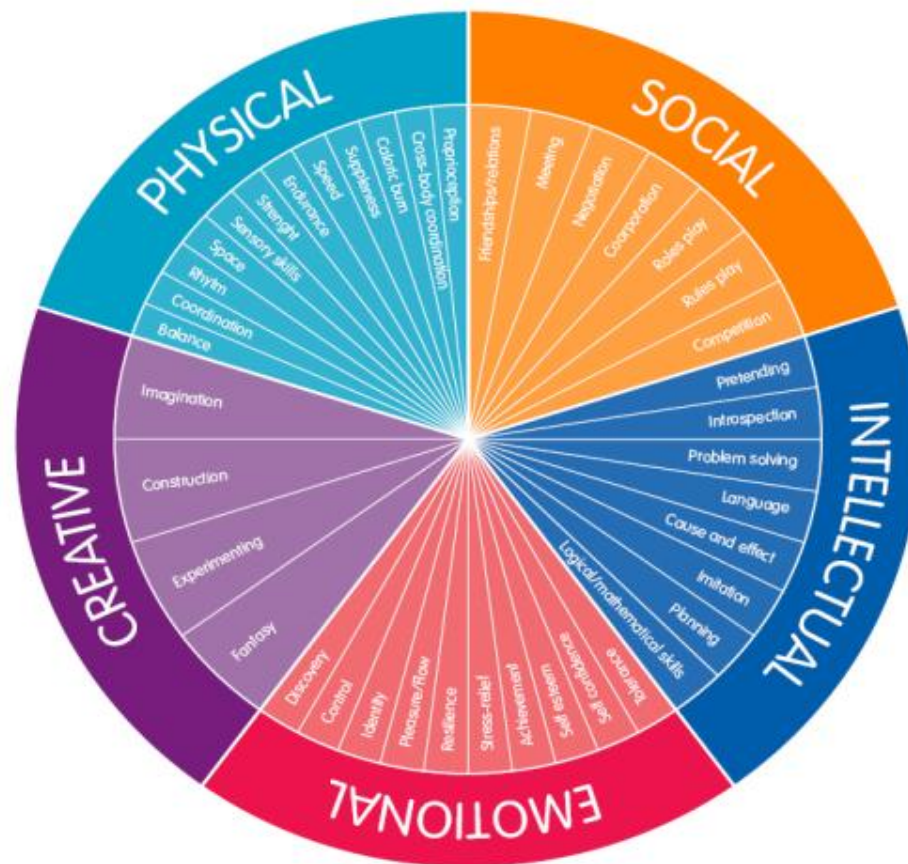
Baggrund

En udviklingshistorie

Tweens og teens viden

Cases

# Succeskræterier for et godt uderum



# 10+ år – konstante og variable, eksisterende viden i KOMPAN

## Konstante:

- Vækstspurt
- Søvnbehov stiger
- Udfordret balancesans
- Kønsmoden
  
- Sociale kompetancer
- Holdninger/etik
- Generationskløften

## Variable:

- NIMBY
- Mosquito buzz
- Voksne lærer fra børn
- De voksne skal også lege
- ”Intergenerational Play”

## Variable: Børns fysik i EU - sundhed

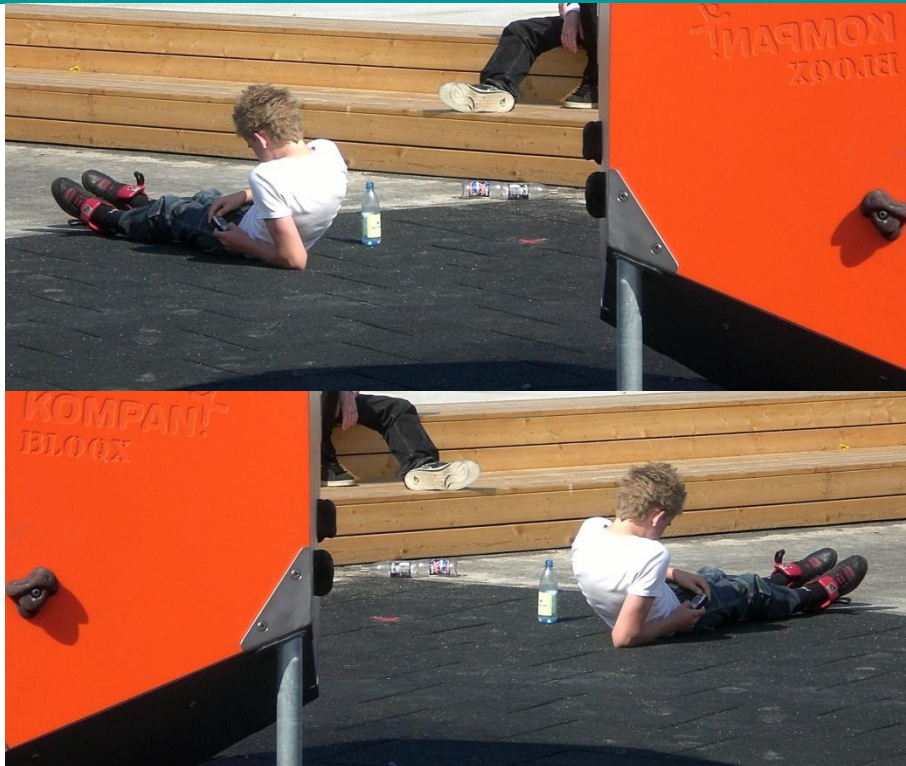


**Kondition og fysiske færdigheder:**  
siden 1970erne tab på 10-12% af unges:  
hastighed,  
udholdenhed,  
styrke

- 33% er ikke fysisk aktive nok
- 25% er overvægtige eller svært overvægtige
- forskellen på de mest og mindst aktive er stigende

(Source: *Study on young people's lifestyles and sedentariness and the role of sport in the context of education and as a means of restoring the balance*, Brettschneider and Naul, 2004)

## Variable: De sociale rammer



- urbanisering
- homogene opvækstrammer
- at gå ud og lege: kontrolkultur
- forhandlerfamilier
- sms/facebook kontaktformer

# Men hvad siger brugerne selv?



# Capacent Epinion og KOMPANs undersøgelse: Unges mening

“Man gider jo ikke stå og svede når en lækker dreng kommer forbi”,

Dansk pige i Capacent Epinions fokusgrupeinterview for KOMPAN



- Ingen eller få gode uderum til de **10-15årige**
- **10-15årige vil helst være sammen**
- **Få løsninger udover boldspil eller skateanlæg**
- **Få løsninger til piger**
- **Unge har udgangsforbud eller forbud mod at forsamles**
- **Naboklager: NIMBY**

(Kilder: *Unge fra England, Danmark og Holland CAPACENT EPINION for KOMPAN, fokusgrupe-interviews i DK. UK and NL, efterår 2007*)

# Kvantitativ undersøgelse: unges fysiske aktivitet udendørs

56% af de 13-16årige mener der er for få steder udendørs for unge

Kilde: Capacent Epinions undersøgelse for KOMPAN Play Institute



Unge fra Glasgow

- **Piger deltager i markant færre sportsaktiviteter udendørs end drenge (37% piger vs. 60% drenge)**
- **Boldspil for sjov er en drengeaktivitet (46% drenge vs. 28% piger)**
- **Piger kan lide gåture i naturen (49% piger vs. 23% drenge)**
- **Piger shopper! (54% piger vs. 19% drenge)**

Fra Capacent Epinions undersøgelse for KOMPAN Play Institute af 1040 13-15åriges aktivitetsvaner

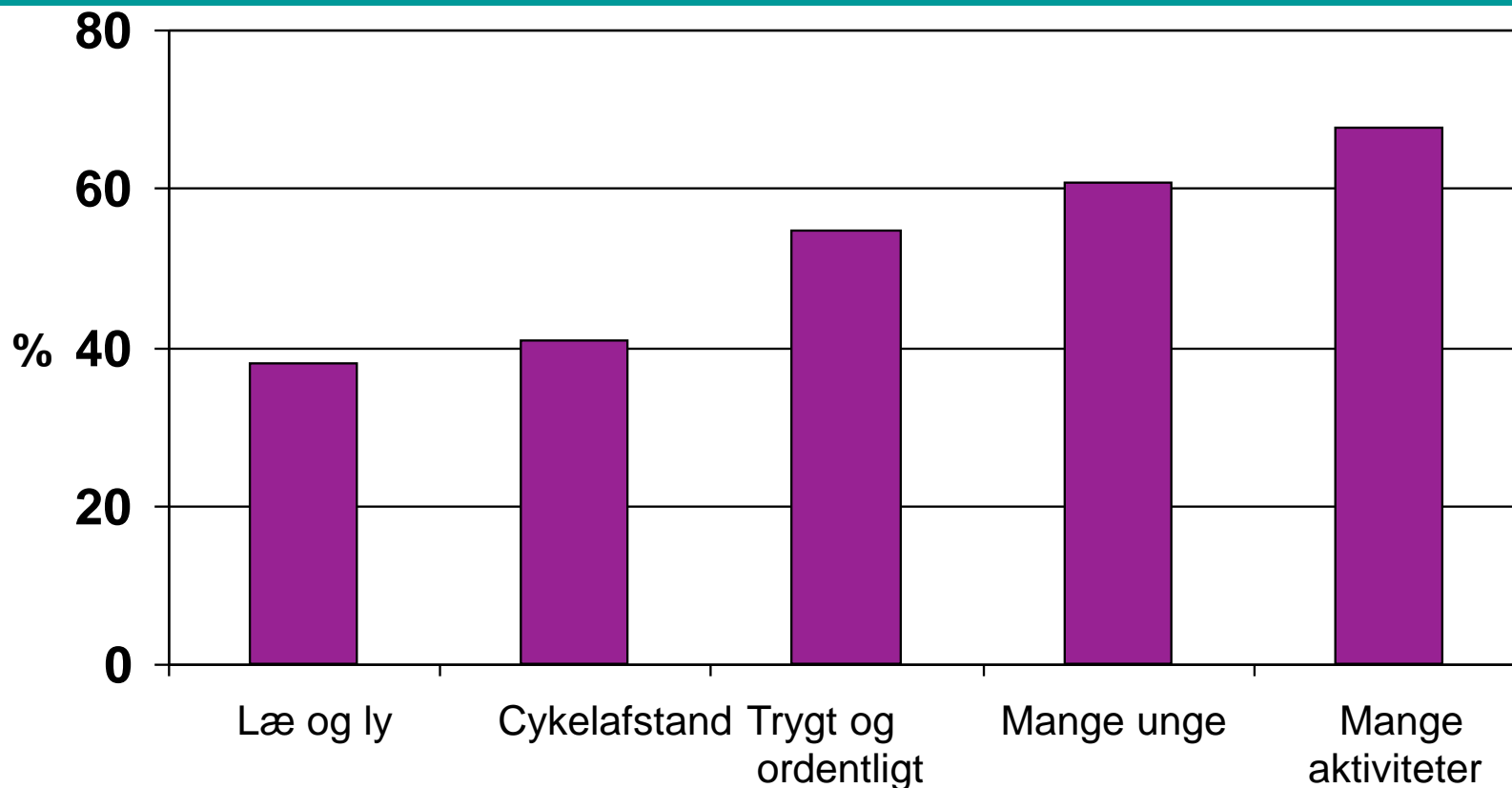
# Hvad med pigerne?

**Kan du forestille dig at være fysisk aktiv på en legeplads og bruge legeredskaberne?**

Ja, jeg synes det er sjovt at være fysisk aktiv på legepladser (54%)  
(faldende til 43% for 16årige)

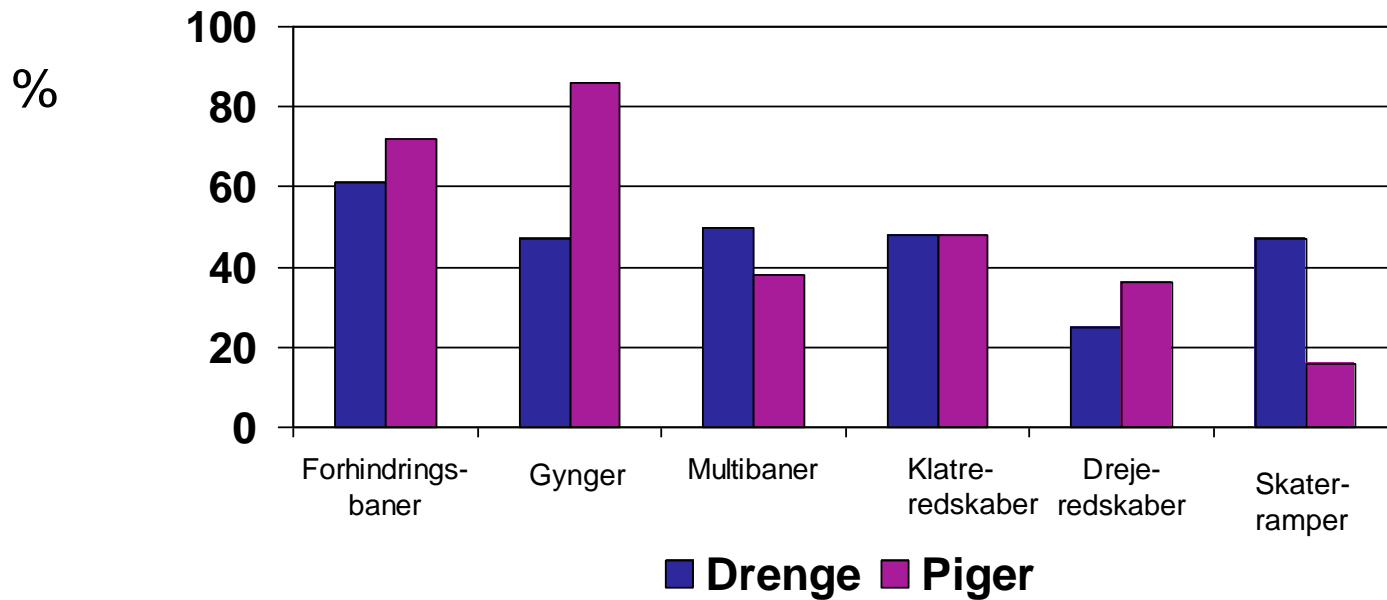


# Hvis du forestiller dig et udendørs sted for unge på din egen alder – hvad er så vigtigst for dig?



*Fra Capacent Epinions undersøgelse af  
1040 13-15åriges holdninger for KOMPAN Play Institute*

# Hvilke redskaber benytter du, når du bevæger dig på en legeplads ?



Fra Capacent Epinions undersøgelse af  
1040 13-15åriges holdninger for KOMPAN Play Institute

# Inkludere brugere og lokalsamfund



Fritidspædagog fra Le Mée, France

Involver brugergruppen – det skaber en følelse af fælles ansvar, ejerskab og konstruktivt samspil

Spørg: Hvad kunne I tænke jer at lave? (Ikke: hvilke redskaber vil I gerne have)

Involver naboer og lokalsamfund

Involver SSP, Skole, Sociale myndigheder og Politi, i problemområder

# Investere i den rigtige beliggenhed



Steder i cykelafstand er attraktive,

Frankrig

For at sikre successen, skal det rigtig sted findes: unge vil gerne se og blive set. Men de vil nødtigt forstyrre eller blive forstyrret.

Involver også naboer og lokalsamfund

Unge foretrækker steder, der er i cykelafstand til deres hjem

# Give plads til social aktivitet



Fra Mölndal, Sweden

Husk det sociale element:  
siddepladser, hyggelokke

Husk pigerne: de foretrækker tit at  
sidde to og to eller i mindre  
grupper

Overdækkede områder giver  
skygge og læ

## Tilbyde fysisk aktivitet



Gynger er meget populære blandt unge piger

Sørg for at der er et varieret udbud af aktiviteter

Husk pigerne: boldspil, skaterbaner og svedige aktiviteter er mest til drengene. Pigerne er mere interesserede i gynger og drejeaktiviteter.

## Gøre området trygt



Fra Le Mée, France

Hold stedet rent og velholdt – det skaber tryghed

Overvej lys til stedet – lys skaber tryghed

Overvej, om der skal være en kontaktperson/fritidspædagog tilknyttet til stedet

# Skabe en ungdommelig atmosfære



Brug elementer, der signalerer ungdom

Skab et visuelt appellerende vartegn

Fra Clydebank East, Scotland

# KOMPAN GROUND principper

Baseret på Capacents undersøgelse og interviews med kunder i fire lande

**Inkludere brugere og lokalsamfund**

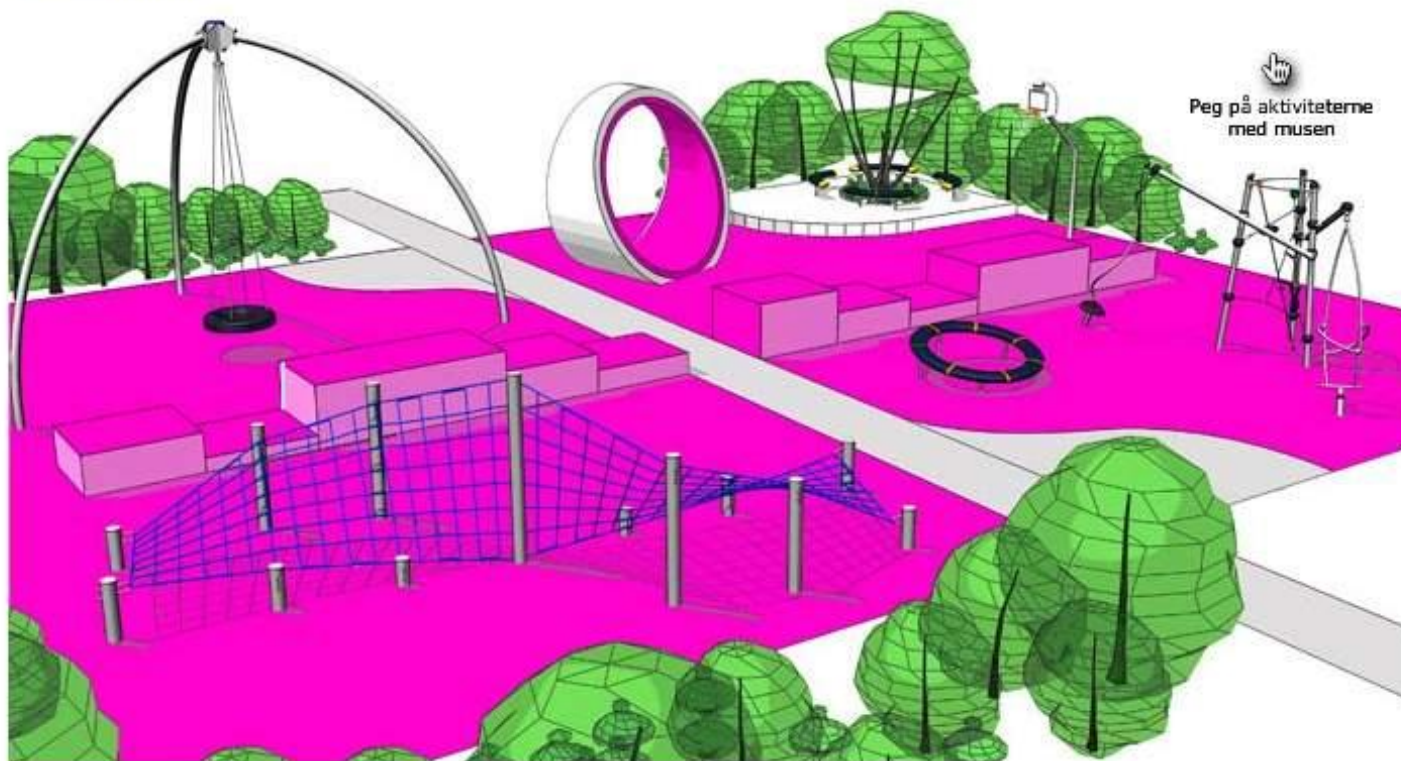
**Investere i rigtig placering**

**Give plads til social aktivitet**

**Tilbyde fysisk aktivitet**

**Gøre området trygt**

**Skabe ungdommelig atmosfære**



# Vidensdrevet og brugerdrevet innovation hos KOMPAN

Jeanette Fich Jespersen,  
KOMPAN Play Institute  
International manager  
jeajes@kompan.com

Baggrund

Tweens og teens viden

Superbrugergrupper i udvikling

Cases

# Manhattan Plaza, New York



# USA: Lower Ninth Ward, New Orleans,



# Stavanger, Det olympiske Stadion



# Pfronten, Germany



# Singapore, privat boligbyggeri





Singapore



# Mataro, Barcelona, Spain



# Tensta, socialt bostadsbyggeri, Stockholm



# Tak for jeres opmærksomhed! Links til kilder og mere viden:



Jeanette Fich Jespersen,  
KOMPAN Play Institute  
International manager  
jeajes@kompan.com

**Nyhedsbrev om tweens og udesteder fra KOMPAN Play Institute:**

<http://teenagers.kompan.com/p7.asp>

**Produktudvalg til tweens fra KOMPAN:**

<http://teenagers.kompan.com/p82.asp>

<http://teenagers.kompan.com>

<http://icon.kompan.com>

<http://bloqx.kompan.com>