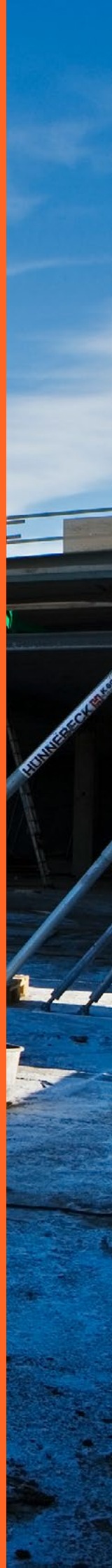


Case

Projekt gode vådtrum

VÆRDIBYG



CASE

PROJEKT GODE VÅDRUM

PRODUKT

Inspireret af et godt projekt om taglægning, Gode Tage, valgte GI at bevilge penge til et oplysningsprojekt om vådrum; Projekt Gode Vådrum. Projektet skal formidle viden om korrekt udførelse af vådrum i ældre etageejendomme.

MÅLGRUPPER

Formidlingsprojektet tænkes målrettet tre hovedmålgrupper:

- Primært: Lærlinge og studerende ved byggetekniske uddannelser.
- Sekundært: Rådgivere og udførende i byggebranchen samt kunder ved byggebranchen.

I udgangspunktet var målgrupperne ligestillede, men da arbejdet blev planlagt, førte diskussionerne hurtigt til, at uddannelsesstederne skulle prioriteres. Fortrinsvis for at få præget de unge inden de kommer på byggepladsen.

MEDIER

Fra projektets begyndelse var det planlagt at formidle denne viden via en mobil udstilling, hjemmeside, publikationer, film og en tvillingeudstilling i Projektgalleri Bedre Boliger. Undervejs førte forskellige erkendelser til forandringer af dette.

Erkendelserne havde et fælles omdrejningspunkt, nemlig elevernes ulyst til læsning af tekster – særligt lange tekster. Tekster er ofte en barriere, hvis man vil nå eleverne på de tekniske skoler. Der er også en del af eleverne, som har læsevanskeligheder.

Denne viden havde vi blandt andet fået fra tests af hjemmesider, hvor det fremgik tydeligt, at elever på de tekniske skoler orienterede væk fra tekster og hen imod illustrationer. Det medførte konkret, at udstillingen ændredes en smule, og at publikationerne helt blev droppet. I de første disponeringer var der nemlig planlagt

en skriftlig vejledning og plancher i udstillingen med informative tekster.

Målet blev at skabe noget formidling, som talte direkte til eleverne uden det krævende tekstlag. I gruppen bag projektet var der en stærk fornemmelse af, at dette ville styrke formidlingen kraftigt, og at vi ville få meget mere interesse fra elevernes side, når vi fjernede blokkene med længere stykker tekst.

Undervisningsmateriale rettet mod læreren, gør det let for denne, at gennemføre undervisning for eleverne ifm. besøg i udstillingen.

MARKEDSFØRING

Hvordan får vi eleverne til at besøge udstillingen? Vi henvender os til dem med en film, som ligger på vores youtube-kanal, og som aktiveres via skolens intranet eller via en mail. Når vi gør det med en film, er det igen for at undgå teksten som barriere.

Vores første henvendelse til skolen foregår ved opringing til skolen, hvor vi "sælger" et besøg af udstillingen. Vores kontaktperson modtager herefter en email-pakke, som de kan bruge til at danne nyheder på deres interne medier og til distribution af filmen. Udover filmen, som henvender sig til eleverne, har vi produceret en anden instruktiv film henvendt til det personale, der skal modtage udstillingen.



GENNEMGANG AF MEDIER

MOBIL UDSTILLING

En mobil udstilling i en full-size lastbilanhænger, som kan skyde siderne ud, var hovedfokus i projektet. Udstillingen skulle i udgangspunktet indeholde plancher, 1:1 modeller, film og evt. webadgang.



Undervejs blev teksterne til plancherne gjort stadigt kortere, og til sidst blev plancherne helt droppet. Med udviklingen af 1:1 modellerne, var der ikke så meget tilbage at sige med plancher. Fjernelsen af plancherne fra konceptet betød også mindre støj i udstillingen og dermed mere fokus på modeller, skærme og film.

Der er to touchskærme i udstillingen, hvormed man kan navigere på godevaadrum.dk. I en biografdel er der reklame for filmserien i 12 afsnit.

En stor 1:1 model i midten af udstillingen er bygget op som et helt badeværelse. På den ene side den færdige overflade med sanitet, og på den anden side det samme blot med afskrællede lag og fremhævede knudepunkter. Herudover er der en række mindre modeller af særligt interessante knudepunkter.

Ud fra et ønske om at tilføre udstillingen lidt inddragelse og humor er der opbygget en model, hvor man

selv kan løfte et udskåret gulvparti – det ene en let konstruktion, det andet en tung konstruktion. På den måde illustreres det levende for gæsten, hvor stor forskel der er i massefylde.



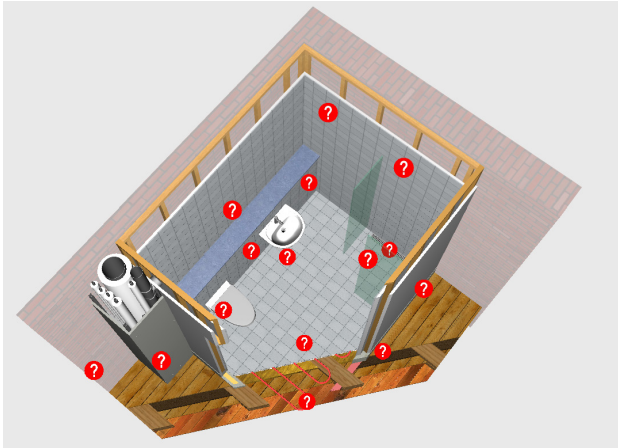
Udstillingen besøger de byggetekniske uddannelser og flyttes cirka 25 gange om året. Foreløbig turnerer den i tre år med mulig forlængelse.

KONFIGURATOR – BYG ET BADEVÆRELSE!

Det var planen, at hjemmesiden skulle forsynes med en stribe 3D tegninger af konstruktionstværsnit. Tegningerne skulle fortælle en masse uden brug af ord. Ved igangsættelsen af det arbejde blev det til en ide om en konfigurator. Inspirationen var en analogi til computerspil med bilræs. Her skal man bygge sin bil op først, ved at vælge mærke, farve, chauffør osv. Man kan bygge tilbage og ud af nye tangenter.

“Udstillingen egner sig godt for målgruppen, hvor der er mange, som ikke er så bogligt orienteret. Og at beskrive opbygning af vådrum med ord og todimensionelle billeder er en helt anden og mere vanskelig sag, hvis du underviser elever, som er mere praktisk orienterede.”

Lektor Morten Misfeldt fra Institut for Uddannelse og Pædagogik (DPU)



I stedet for en uundgåeligt kompliceret navigation til en stribe 3D tegninger blev det til en konfigurator, der sætter brugeren i stand til at bygge et vådrum. Byggeriet foregår ved en stribe valg, som kan annulleres, så nye komponenter kan tilføjes. Desuden kan man klikke på spørgsmålstejn og få tekster, tegninger og film om det pågældende knudepunkt. Det byggede vises som en 3D model, som kan drejes rundt og zoomes ind på.

GODEVÅDRUM.DK

Hjemmesiden indeholder altså en konfigurator, som er placeret på midten af forsiden. Desuden er filmene samt nogle tegninger også præsenteret på hjemmesiden. Derudover består siden af tekster, som fungerer som opslagsværk for studerende og fagfolk.

Hjemmesiden er til folk, som søger viden om etablering af vådrum i ældre ejendomme. Den mobile udstilling er udover et læringsværktøj også en slags reklame for hjemmesiden, som jo er tilgængelig for den enkelte hele tiden, i modsætning til udstillingen, som de fleste højst ser en gang.

FILM

Til projektet blev der produceret en instruktiv filmserie i 12 afsnit, som viser, hvordan man opbygger vådrum fra den nøgne etageadskillelse i træ over trinene i opbygningen til montering af sanitet. Filmene viser håndværkere i aktion og er optaget på en rigtig byggeplads under reportagebetingelser.

Målet med filmene var at tilbyde et alternativ til de skrevne ord, når det gælder beskrivelse af de konkrete faglige løsninger. Filmene vises i den mobile udstilling, på godevådrum.dk og på youtube.com.

YOUTUBE

GI har en kanal på youtube med navnet [ejendomsviden](http://www.youtube.com/ejendomsviden); www.youtube.com/ejendomsviden. Her præsenteres over 50 film om renovering og vedligehold af ældre ejendomme. Vådrumsfilmene har hittet stort og har skubbet alle andre film til side på toppen af kanalens hitlisten.

Filmen om fliselægning er den mest populære og har som den første på kanalen fået mere end 10.000 visninger. Frem til april måned 2012 har kanalen i alt haft 80.000 visninger. Der er cirka 10.000 visninger om måneden.

Stigende sending i ferier indikerer et publikum blandt "gør det selv-folket". Men undervisere tager også filmene til sig, og GI har initiativer på vej, som forhåbentlig vil gøre endnu flere undervisere opmærksomme på muligheden for at bruge disse film i undervisningen.

Projektgalleri-udstilling

En parallel til den mobile udstilling er opført i Projektgalleri Bedre Boliger, som er beliggende i GI's domicil. Udstillingen har i øjeblikket (forår 2012) Projekt Gode Vådrum som tema, men tilbyder desuden en permanent udstilling. Der er offentlig og gratis adgang til denne udstilling.

*Casen er skrevet af Bo Bjerre Hansen
fra Grundejernes Investeringsfond*