



Adviesrapport nieuwe media

Auteurs:

Claudia Alberda
Iris van Dam
Leila Tak
Nadiah Weppelman
Frederik van Beukering
Nico Bos
Bart Schoonebeek
Rob Wilbers

© Projectgroep nieuwe media 2008.

Inleiding

Voor u ligt het adviesrapport nieuwe media. Dit adviesrapport bevat aanbevelingen over de inzet van nieuwe media. Het gaat in op de verschillende toepassingsmogelijkheden van diverse producten en beschrijft de aspecten die u in ogenschouw moet nemen bij de inzet hiervan.

Dit document is onderverdeeld in vier categorieën:

1. Het web
2. Mobiele applicatie
3. Audiovisuele middelen
4. Overige nieuwe media

Per categorie is een beschrijving gegeven van de verschillende toepassingsmogelijkheden en zijn concrete aanbevelingen gedaan. Er wordt de IDEA-leden een handvat geboden bij het effectief inzetten van de diverse communicatiemiddelen.

Dit document is tot stand gekomen middels een onderzoek naar nieuwe media in opdracht van IDEA (Independent Dutch Eventmarketing Association).

Inhoudsopgave

H1. HET WEB	5
1.1 WEBSITE.....	5
1.2 ONLINE REGISTRATIE.....	7
1.3 ONLINE TICKETING	8
1.4 ONLINE BETALEN	9
1.5 COMMUNITY	11
1.6 MAILING.....	12
1.7 LEVERANCIERS	14
H2. MOBIELE APPLICATIES	15
2.1 BLUETOOTH	15
2.2 MOBIELE BARCODES	17
2.3 RFID	18
2.4 SENSORTECHNIEKEN.....	19
2.5 SMS	20
2.6 LEVERANCIERS & EXPERTS	23
H3. AUDIOVISUELE MIDDELEN	25
3.1 LICHT	25
3.2 GELUID.....	27
3.3 VIDEO.....	28
3.4 AUDIOVISUELE DISPLAYS	30
3.5 PROJECTIES	32
H4. OVERIGE NIEUWE MEDIA	35
4.2 SPECIAL EFFECTS	35
4.3 BIOMETRIE	36
4.4 SIMULATIE	36
4.5 PRIKKELING VIJF ZINTUIGEN.....	37
4.6 LEVERANCIERS	39

BE OPEN MINDED!

Beste IDEA-leden,

De inzet van nieuwe media gaat in de toekomst onlosmakelijk verbonden worden met de door u georganiseerde evenementen. Als projectgroep willen wij u vooral niet te veel sturen. We willen u met onderstaand adviesrapport een handvat bieden voor het eventuele gebruik van diverse nieuwe media.

De belangrijkste boodschap die wij echter willen uitdragen: BE OPEN MINDED!

De markt van nieuwe media is snel groeiende en zal alleen maar harder groeien. In de toekomst verwachten wij dan ook dat het gebruik van media steeds meer zal toenemen. De mogelijkheden worden eindeloos.

Wij adviseren u open te staan voor het gebruik van nieuwe toepassingen. Laat u in de toekomst informeren over de nieuwe mogelijkheden en sta open voor de wereld van de nieuwe media. Combinaties van diverse nieuwe media kunnen wellicht tot nieuwe inzichten en belevingscreaties leiden. Of mooier nog, marketing- of communicatiedoelstellingen die vroeger gecompliceerd of zelfs niet haalbaar waren, haalbaar maken. Het is hierbij wel belangrijk te beseffen dat de inzet van nieuwe media niet als doel op zich gezien mag worden. Het is een middel om een hoger gelegen doel te bereiken.

Veel leesplezier toegewenst,

Projectgroep nieuwe media.

Alle beschreven leveranciers in dit rapport zijn door ons benaderd als expert op het gebied van nieuwe media. Zij moeten beschouwd worden als voorbeelden van leveranciers en worden niet in het bijzonder aanbevolen!

H1. Het Web

Uit de telefonische interviews met de IDEA-leden is gebleken dat 'het web' het meest genoemde medium is. Hiervoor zijn experts en leveranciers benaderd die verschillende toepassingen hebben uitgelegd. Het web is onderverdeeld in drie onderwerpen waar alle toepassingen onder vallen. Hieronder zijn alle toepassingen verder uitgelicht.

1.1 Website

Het web fungeert binnen de evenementen branche als communicatiemiddel. Het is een middel om op een eenvoudige manier een grote doelgroep aan te spreken. Het is belangrijk te beseffen dat het web geen stand-alone middel is om een evenement organiseren. De inzet van het web kenmerkt zich als middel ter ondersteuning van de communicatiedoelstellingen of als communicatiedoel op zich.

In veel gevallen speelt het web een belangrijke rol om de beleving voorafgaand aan het evenement te vergroten. Tevens kan het dienen ter ondersteuning van het na-traject. Dit zijn twee items die steeds belangrijker worden bij de organisatie van een evenement. Het succes van het inzetten van het web valt of staat met het opstellen van duidelijke communicatiedoelstellingen. Naast de algemene doelstellingen is het belangrijk duidelijk te hebben welk van deze doelstellingen het web precies gaat ondersteunen. De inhoud van de website moet uiteindelijk afgestemd worden op deze communicatiedoelstellingen. Zo behoudt het web zijn functionaliteit.

Viral marketing:

Virale marketing is een marketingtechniek die poogt om bestaande sociale netwerken te exploiteren om zo de bekendheid van het merk te vergroten of positieve associaties te bewerkstelligen. Het lijkt het op mond-tot-mondreclame die versterkt wordt door het internet. Hierdoor zijn snel en veelal op goedkope wijze een groot aantal mensen te bereiken.

1.1.2 Toepassingen

Een website kan voor allerlei evenementen ingezet worden. Het is een belangrijk middel in het voor- en na-traject maar kan ook gebruikt worden tijdens het evenement. Het is een goed communicatiemiddel. Het bouwen van een speciale evenementen website kan bijdragen aan de beleving van de gasten.

Er zijn verschillende soorten websites:

- Een webpagina op een bestaande website
- Speciale evenementen website

Een webpagina op een bestaande website

Hierbij wordt een webpagina gemaakt op de bestaande website van het bedrijf. De webpagina kan al dan niet aangepast worden aan het concept van het evenement, of juist in de stijl van de website blijven. Deze webpagina zal dan minder beleving creëren omdat deze niet wordt aangepast aan het concept van het evenement.

Evenementen website

Er wordt voor het evenement een speciale website gemaakt. Deze website is aangepast op het concept en aan de stijl van het evenement.

1.1.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van websites.

- De inhoud van uw evenementen website moet aangepast worden aan de beoogde doelgroep. Op deze manier komt door middel van viral marketing de informatie altijd bij de juiste personen terecht;
- Wanneer u een website of webpagina wilt maken voor uw evenement, moet ervoor gezorgd worden dat deze bereikbaar is voor de gehele doelgroep;
- Houdt bij het inzetten van een website of webpagina rekening met de privacy van de bezoeker. Gebruik hiervoor een veilig systeem en vermeld erbij dat de gegevens niet voor andere doeleinden worden gebruikt;
- Denk van te voren goed na over de werkverdeling tijdens het bouwen van een website of webpagina. Welke partij, klant – evenementenbureau – webdesigner, is verantwoordelijk voor de database, de gegevens verzameling en het aanleveren / plaatsen van informatie.

1.2 Online registratie

Bezoekers kunnen zich via een website registreren voor een evenement. Online registratie kan toegepast worden op vrijwel alle evenementen. Door middel van online registratie kunnen allerlei gegevens verkregen en opgeslagen worden in een database. Er kan gevraagd worden naar NAW-gegevens of vragen gesteld worden over bepaalde onderwerpen.

1.2.1 Toepassingen

Online registratie kan toegepast worden op vrijwel alle evenementen. Door middel van online registratie kan er gezien worden hoeveel mensen zich hebben aangemeld voor het evenement. Online registratie zorgt voor weinig administratiewerk, want alles verloopt digitaal.

Er zijn twee soorten online registratie:

Open registratie

Bij open registratie kan iedereen die op de site komt zich aanmelden. Vervolgens zal de bezoeker een bevestiging ontvangen via de email.

Gesloten registratie

Bij gesloten registratie is er een unieke code nodig. Vooraf zal de bezoeker een code ontvangen via de email. Hiermee kan de bezoeker zich aanmelden voor het evenement.

1.2.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van online registratie.

- Houdt er rekening mee dat niet elke bezoeker van uw evenement een e-mailadres tot zijn of haar beschikking heeft. Dit kan de bereikbaarheid van de bezoeker verhinderen;
- Zorg ervoor dat privacy gevoelige informatie niet publiekelijk bekend wordt door het toepassen van online registratie. Gebruik hiervoor veilige systemen.

1.3 Online ticketing

Wanneer de bezoeker zich heeft geregistreerd, ontvangt hij/zij een e-ticket al dan niet met barcode. Deze persoon neemt het ticket mee naar het evenement waar de barcode op het ticket wordt gescand. Uit de scanner komt een badge met alle gegevens over die persoon.

1.3.1 Toepassingen

Bij online ticketing is er onderscheid te maken tussen twee soorten tickets. Deze worden onderverdeeld in een ticket met barcode en zonder barcode. Hieronder een nadere toelichting over de toepassingen.

E-ticket met barcode

Met behulp van de barcode op het e-ticket kunnen allerlei gegevens verzameld worden over de bezoekers. De barcode wordt gescand en zendt de informatie direct door naar een server. Aan de hand van deze scan kunnen een aantal gegevens over de bezoeker worden geregistreerd:

- Het aantal aanwezige bezoekers;
- De lengte van het bezoek;
- Kenmerken van de bezoekers zoals;
 - Leeftijd
 - Geslacht
 - Interesses

E-ticket zonder barcode

Het ticket zonder barcode wordt door de bezoeker via de mail ontvangen. Deze persoon print het ticket uit en neemt deze mee naar het evenement om het vervolgens bij aanvang in te leveren.

1.3.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van online-ticketing.

- Houdt er rekening mee dat niet elke bezoeker van uw evenement een e-mailadres tot zijn of haar beschikking heeft. Dit kan de bereikbaarheid van de bezoeker verhinderen;
- Draag zorg voor een goede bereikbaarheid van de website waarop de kaarten kunnen worden besteld;
- Zorg ervoor dat de communicatie rondom uw evenement afgestemd is op online ticketing. Hiermee wordt bedoeld dat in alle andere communicatie kanalen wordt vermeld dat de tickets online verkregen kunnen worden.

1.4 Online betalen

Indien bezoekers moeten betalen voor de kaartjes kan dit door middel van iDeal of PayPal worden gedaan. Dit is een applicatie die kan worden toegevoegd aan de website van het evenement. Bezoekers kunnen de bank waar zij een rekening hebben selecteren en zo via internet betalen. Nadat de betaling van de kaartjes is gedaan worden deze per email verzonden.

1.4.1 Toepassingen

IDEAL

IDEAL is een applicatie die alle grote Nederlandse banken aanbieden om via het Internet te kunnen betalen. Hieronder staat beschreven hoe de betaling stapsgewijs wordt volbracht.

- U bestelt een product of dienst
- Kies iDEAL als betaalmethode
- Selecteer de bank waar u uw bankzaken al online regelt
- U komt direct in het bekende internetbankierprogramma van uw bank
- De relevante gegevens van uw aankoop zijn al ingevuld
- Op de voor u bekende manier keurt u de betaling goed
- U ontvangt een bevestiging van uw bank
- U keert terug naar de webwinkel, bestelling en betaling geslaagd!

PayPal

Bij PayPal moet de bezoeker zich eerst registreren. Vervolgens kan er online worden betaald door middel van het versturen van een betaling naar een PayPal email-adres. De ontvanger moet de betaling goedkeuren waarna deze wordt verzonden. Hieronder staat per stap dit proces beschreven:

- Bij uw aanmelding kunt u de gegevens van uw bankrekening of creditcard bij PayPal registreren;
- Uw bankrekening of creditcard wordt aan uw PayPal-rekening gekoppeld. U hoeft deze gegevens daarna nooit meer in te voeren bij het verrichten van een betaling;
- Om een betaling naar een PayPal-gebruiker te sturen, hoeft u slechts het PayPal e-mailadres van de ontvanger te weten;
- Nadat u een betaling goedkeurt, schrijft PayPal het bedrag automatisch af van uw rekeningsaldo of uw creditcard.¹

1.4.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van online betaling.

- Draag zorg voor een goede bereikbaarheid van de website waarop internetbankieren mogelijk is;
- Zorg ervoor dat de communicatie rondom uw evenement afgestemd is op online betalen. Hiermee wordt bedoeld dat in alle andere communicatie kanalen wordt vermeld dat de tickets online betaald kunnen worden.

¹ www.paypal.com

1.5 Community

Voor een evenement kan een community opgezet worden. Dit is een plek waar de bezoekers informatie betreffende het evenement met elkaar kunnen delen. In het voortraject kunnen communities gebruikt worden om de beleving en de interactie tussen bezoekers te vergroten. In het na-traject blijft het evenement langer in beeld als er nog veel over nagepraat wordt. Het community gevoel rondom een evenement kan leiden tot meer verbondenheid met het bedrijf en het evenement.

1.5.1 Toepassingen

Weblog

Op een weblog kan iedere bezoeker een bericht plaatsen. Voor evenementen kunnen bezoekers op een weblog schrijven hoe ze over het komende evenement denken. Na afloop van het evenement bestaat er de mogelijkheid om elkaars ervaringen te delen.

Foto's

Tijdens evenementen worden veel foto's genomen die de gasten later terug willen zien. Fotografen maken foto's van het evenement en plaatsen deze later op de website. De community kan zo tijdens het na-traject nog gebruikt worden voor het bekijken van deze foto's. Tevens kunnen de bezoekers eigen foto's op de community plaatsen.

Video's

De website van een evenement kan meer aan de beleving toevoegen met filmpjes van de evenementen van voorgaande jaren. Ook de filmpjes die tijdens de evenementen worden gemaakt kunnen achteraf op de community worden geplaatst. Tevens is het voor de gasten mogelijk filmpjes via Youtube op de community te zetten en hierop reageren.

1.5.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van communities:

- Zorg ervoor dat de lengte van het filmpje dat u op de community plaatst, niet langer dan twee tot drie minuten duurt. Als het filmpje een langere speeltijd heeft, zullen mensen niet meer aandachtig kijken;
- U maakt een weblog succesvol door dit medium persoonlijk, transparant, uniek, geloofwaardig en verfrissend te houden. Zorg voor voldoende nieuwe content zodat de lezer geïnteresseerd blijft. De weblog blijft op deze manier aantrekkelijk om te bezoeken;
- Zorg ervoor dat berichten die de bezoeker op een weblog plaatst gescand worden zodat er geen verkeerde informatie over de weblog wordt verspreid;
- Denk van te voren goed na over de werkverdeling tijdens het ontwikkelen van een community. Welke partij, klant – evenementenbureau – leverancier, is verantwoordelijk voor de inhoud van de community.

1.6 Mailing

Mailing kan ingezet worden in het communicatietraject voorafgaand aan het evenement. Het is een middel om bezoekers uit te nodigen en nieuwsgierig te maken voor het komende evenement.

1.6.1 Toepassingen

Er zijn twee mogelijkheden om mailing toe te passen in de informatie verstrekking in aanloop van een evenement. Hieronder worden deze twee toepassingsmogelijkheden genoemd.

Online uitnodigen

Het is mogelijk om de uitnodigingen niet per post, maar per mail te versturen. Op deze manier kan het gehele adressenbestand met één druk op de knop worden uitgenodigd. De uitnodiging is in stijl van het evenement en hierbij kan verwezen worden naar de website waar de bezoekers zich online kunnen registreren.

Teasers

Om de genodigden voor het evenement te triggeren, kan er gebruik worden gemaakt van teasers die via de email worden verstuurd.

1.6.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van mailing.

- Zorg ervoor dat de bezoeker middels andere communicatie kanalen op de hoogte wordt gehouden van het gebruik van email. Zo voorkomt u dat uw email door de bezoeker gezien wordt als SPAM;
- Houdt er rekening mee dat niet elke bezoeker van uw evenement een e-mailadres tot zijn of haar beschikking heeft. Dit kan de bereikbaarheid van de bezoeker verhinderen.

1.7 Leveranciers

Hieronder zijn de geïnterviewde leveranciers op het gebied van het web genoemd.



Aanofafmelden
Deventerweg 1
2994 LE Barendrecht
Tel. 0180-531695
www.aanofafmelden.nl
(websites, digitaal uitnodigingstraject, registratie, persoonlijke inlogcode, SMS diensten, RFID en enquête)

DotControl
Van Nelleweg 2127
3044 BC Rotterdam
Tel. 010-7144646
www.dotcontrol.nl
(websites, registratie, barcodes, online betalen en e-tickets)



Eventpartners
Prinsengracht 142
1015 EB Amsterdam
Tel. 020-3449857
www.eventpartners.nl
(websites, ticketing, registratie, RFID, barcodes, e-mail en sms)



FreezZ
Parkstraat 1b
4801 BC Breda
Tel. 076-5207925
www.freezz.nl
(fotografie en film)



Onlineregistreren
Oude Kraan 72
6800 AA Arnhem
Tel. 026-3637272
www.online-registreren.nl
(websites en registratie)



Punkmedia.nl
Apeldoornseweg 158
6814 BR Arnhem
Tel. 06-34563684
eventbranche.blogs.com
(weblog, film en fotografie)



Sitesupport
Konijnenberg 30
4825 BD Breda
Tel. 076-5202854
www.sitesupport.nl
(websites)

H2. Mobiele applicaties

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de producten en toepassingen van nieuwe media in de categorie mobiele applicaties. Voor de informatie en toepassingen zijn diverse leveranciers en experts benaderd.

2.1 Bluetooth

Bluetooth is een draadloze radioverbinding die gelegd wordt vanuit een zender naar meerdere (mobiele) ontvangers. Hiermee kunnen korte geluids- en beeld fragmenten verstuurd en ontvangen worden. Dit kan met een bereik tussen de 1- 100 meter, echter heeft een gemiddelde mobiele telefoon een bereik van 30 meter.

2.1.1 Toepassingen

Foto en film

De zender kan foto's en filmpjes van gebeurtenissen van het evenement ontvangen vanuit het publiek. Deze worden direct getoond op een scherm. Daarnaast kunnen ook foto's en filmpjes gestuurd worden vanuit de zender naar de mobiele telefoon van de bezoeker.

Audiofragmenten en ringtones

Na afloop van een optreden / evenement van een bepaalde artiest kunnen ringtones verstuurd worden via de bluetooth zender naar de mobiele telefoon van de bezoeker.

Event-informatie

Informatie over de programmering en locatie van een evenement kan via bluetooth eenvoudig gecommuniceerd worden. Daarnaast kan ook informatie verstuurd worden over bepaalde producten / artiesten die aanwezig zijn op het evenement.

Marketing

Binnen het gedeelte marketing zijn een tweetal aspecten onder gebracht.

- Kortingsbon

Naar elke bezoeker kan een kortingsbon verstuurd worden. Deze kan ingewisseld worden bij aankoop van een product.

- Winactie

Er kan een winactie worden opgezet waarbij bijvoorbeeld elke 100^e bezoeker een prijs wint.

2.1.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van bluetooth.

- Zorg er bij het inzetten van bluetooth-toepassingen op uw evenement altijd voor dat er een grote groep mensen is die binnen bereik van de zender. Deze zender moet dan geplaatst worden daar waar de bezoekers van uw evenement wat rusten, eten of drinken zodat zij in de gaten hebben dat zij een bluetooth bericht krijgen en dat dit niet over het hoofd wordt gezien;
- Houd er bij het toepassen van bluetooth rekening mee dat bezoekers slechts binnen een straal van 30 meter van de zender te bereiken zijn;
- De boodschap die door middel van bluetooth verzonden moet worden, dient persoonlijk te zijn voor de ontvanger. De persoon moet zich een op een aangesproken voelen;
- U moet ervoor zorgen dat bluetooth geïntegreerd wordt toegepast binnen de communicatie campagne rondom uw evenement. Anders zal het niet worden opgemerkt door de bezoeker. Hierbij is het van belang dat de communicatie over het gebruik van bluetooth duidelijk zichtbaar moet zijn voor de bezoeker, door middel van (audiovisuele) displays.

2.2 Mobiele barcodes

Mobiele barcodes zijn de variant van wereldwijd gestandaardiseerde barcodes, zoals streepjescodes & 2D barcodes. Het verschil is echter dat mobiele barcodes, naar mobiele toestellen worden verstuurd. Hieronder staan de toepassingen gestructureerd toegelicht.

2.2.1 Toepassingen

Mobiele tickets

Mobiele tickets zijn kaartjes in de vorm van een barcode die naar mobiele telefoons worden gestuurd. Door het scherm van de mobiele telefoon te scannen met een standaard scanner wordt het kaartje ingenomen.

Mobiele coupons

De mobiele coupons kunnen worden gezien als een kortingbon op de mobiele telefoon. De korting wordt doorberekend aan de kassa bij het scannen van de barcode.

Mobiele pas

De mobiele pas is een ticket in de vorm van een barcode gekoppeld aan een foto die naar de mobiele telefoon wordt gestuurd. De foto is in dit geval de identiteit van de bezoeker en de barcode is de toegang tot het evenement. Hier is dus een extra controle ingebouwd.

Mobiele klantenkaart / spaarkarten

De mobiele klantenkaart is een alternatief voor de traditionele plastic pasjes. De barcode wordt direct afgeleverd op de mobiele telefoon. Om de identiteit van de klant te achterhalen dient men vrij eenvoudig de barcode te scannen op het scherm van de mobiele telefoon.

2.2.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van mobiele barcodes.

- Zorg ervoor dat u een database met telefoonnummers heeft die up-to-date is, zodat een marketingactie succesvol kan verlopen. Deze database kun je creëren door de toepassing online registreren te gebruiken;
- Wanneer u voor het mobiele kanaal als betaalmiddel kiest zal dit op drukwerk kostenbesparend zijn.

2.3 RFID

RFID staat voor Radio Frequency Identification. RFID is niet meer dan een manier van identificeren van producten of goederen aan de hand van tags. Deze tags zijn kleine chipjes die vergelijkbaar zijn met barcodes, maar daarbij wel een radiosignaal kunnen opwekken met een identificatiecode.

RFID is een product dat nog niet veel wordt toegepast. Vandaar dat de mogelijkheden verder zijn onderzocht en uitgewerkt.

2.3.1 Toepassingen

Navigatie

Doordat de RFID-chip bekend is met persoonlijke informatie, kan de bezoeker van een evenement gericht worden geïnformeerd over zijn of haar interesses. Hieraan kunnen ook marketingacties worden gekoppeld in de vorm van kortingsbonnen.

Registratie

Met behulp van RFID-chips en ontvangers kunnen bezoekers van een evenement gevolgd worden. Zo is de route van de bezoekers te registreren en te analyseren. Daarnaast is het ook mogelijk om data te genereren over het aantal bezoekers dat het evenement heeft bezocht.

Actieve en passieve chips

Er is een verschil tussen actieve en passieve chips. Actieve chips zijn constant actief en zenden constant signalen uit naar ontvangers. Passieve chips moeten door middel van een actie van de gebruiker geactiveerd worden (bv. het aanraken van een ontvanger).

2.3.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van RFID.

- RFID zal u helpen om op een eenvoudige manier uw bezoekers te registreren. Er zijn hierbij een viertal aspecten;
 - Registratie van de samenstelling van de groep mensen.
 - De duur van het bezoek dat de person(en) brengen.
 - De tijden waarbinnen de bezoekers zijn binnengekomen en vertrokken.
 - De route die de bezoekers hebben afgelegd op uw evenement.

- Zorg er als evenementenorganisator voor dat er voldoende ontvangsystemen geplaatst worden zodat elke route van elke bezoeker met een chip geregistreerd kan worden. De chips hebben namelijk geen groot bereik;
- Houdt bij het inzetten van RFID rekening met de privacy van de bezoeker. Zorg ervoor dat de gegevens beschermd blijven met een veilig systeem en niet worden gebruikt voor andere doeleinden.

2.4 Sensortechnieken

Door intelligente, onzichtbare en onopvallende sensorsystemen op te nemen in de omgeving, kunnen deze communiceren tussen mens en omgeving. Deze omgeving reageert vervolgens op de interesses die aangegeven zijn op de sensor in de mobiliteit.

2.4.1 Toepassingen

PDA Sunspot Combinatie

De PDA Sunspot combinatie bestaat uit een apparaat, de PDA (Personal Digital Assistant). Deze is voorzien van een SunSpot, dit is de bijbehorende software. Deze software (chips) is opgenomen in zowel de PDA als op verschillende plekken op het evenement. Zij communiceren met elkaar en kunnen daardoor verschillende kenmerken van de bezoeker registreren. De software kan de bezoeker zelfs sturen.

De sensoren kunnen bijna in elk gewenst product worden opgenomen. Het zijn autonome systemen die onafhankelijk zijn en zelfstandig kunnen werken.

Toekomst

In de toekomst zullen er mobiele telefoons ontwikkeld worden met een proximity sensor. Deze sensor zendt constant signalen uit. Door in de omgeving sensoren op te nemen met bepaalde informatie die opgevangen kan worden door de proximity sensor, kunnen deze communiceren.

Ieder persoon zal een digitale identiteit krijgen. Dit is persoonlijke informatie die opgeslagen is op zijn of haar mobiele telefoon. De informatie die is geïntegreerd in de omgeving wordt passend bij zijn/haar interesses naar de telefoon gecommuniceerd.

2.4.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van sensortechnieken.

- Wanneer u van plan bent om sensortechnieken te gaan toepassen moet u beseffen dat u erg innovatief bent. De ontwikkeling van deze technieken bevindt zich nog in de beginfase, waardoor er nog een onbepaalde tijd over heen gaat voordat het daadwerkelijk succesvol kan worden toegepast;
- Bij het toepassen van sensortechnieken moet u zich volledig richten op de gewenste aan te bieden dienst. De technieken bieden namelijk enorm veel mogelijkheden;
- Bij toepassing van de sensortechnieken is het van belang dat de doelgroep bezit over een mobiele telefoon met sensoren zoals een I-phone. In deze beginfase zullen er nog weinig mensen te bereiken zijn, omdat niet iedereen beschikt over deze mobiele telefoons.

2.5 SMS

Short message service (SMS) is een dienst om met behulp van de mobiele telefoon korte berichten te versturen of te ontvangen. Een bericht kan maximaal 160 tekens bevatten. Binnen deze service wordt een aantal toepassingen aangeboden.

2.5.1 Toepassingen

GroepsSMS

Een groepsSMS is een bericht met een informatieve boodschap die gestuurd wordt vanuit een database en gericht is aan een grote groep personen.

- Voorafgaand aan een evenement kunnen bezoekers een reminder ontvangen of informatie over de aanvang en programma van het evenement;
- Tijdens het evenement kan er interactie gerealiseerd worden waarbij bezoekers vragen stellen aan een spreker. Deze vragen kunnen worden ge-sms't;
- Na afloop van een evenement kunnen de bezoekers bedankt worden door middel van een sms.

SMS & Win

De bezoeker zendt een sms met een kort woord naar een shortcode, waardoor deze kans maakt op een prijs. De computer trekt vervolgens willekeurig een winnaar.

Een prijs kan zijn: Meet & Greet met bepaalde artiest.

Voorbeeld:

SMS "Gerard Joling" naar 1234 en je hoort meteen of je hem mag ontmoeten.

SMS Chat

De bezoeker stuurt een sms naar de ontvanger, waardoor deze bezoeker betrokken raakt bij het evenement. Hieronder enkele voorbeelden:

- Conferentie: er kunnen vragen gesteld worden aan de spreker. Deze worden direct afgeleverd en geprojecteerd op een groot scherm in de zaal. Op deze manier ben je heel interactief bezig;
- Chatten: op een groot scherm kan met elkaar worden geschat. Dit geeft binding en interactie onderling met de bezoekers. (er is hier sprake van een scheldwoordenfilter!);
- Voting: op een evenement waar een band optreedt, zou er gestemd kunnen worden op een drietal nummers uit het repertoire. Het nummer waarop het meest gestemd is, zal worden gespeeld.

Bestel SMS

Het bestellen van een product of dienst door middel van het sturen van een sms.

Een voorbeeld hierbij is:

SMS "IDEA" naar 1234 om het adviesrapport te ontvangen.

2.5.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van sms.

- U moet ervoor zorgen dat SMS-diensten geïntegreerd worden toegepast binnen de communicatie campagne rondom uw evenement. Anders zal het niet worden opgemerkt door de bezoeker. Hierbij is het van belang dat de communicatie over het gebruik van sms diensten duidelijk zichtbaar moet zijn voor de bezoeker, doormiddel van (audiovisuele) displays;
- Zorg voor een up to date database met mobiele telefoonnummers, deze gegevens kunnen worden verzameld tijdens het online registreren;
- U kunt SMS-diensten voor, tijdens en na uw evenementen toe te passen. U heeft dan de mogelijkheid om de bezoeker altijd en overal te bereiken.

2.6 Leveranciers & Experts

2.6.1 Leveranciers

Hieronder zijn de geïnterviewde leveranciers op het gebied van mobiele applicaties genoemd.



CM Technolgy
Konijnenberg 30
4825 BD Breda
Tel. 076-5724030
www.cmtechnology.nl
(SMS-diensten)



Gemoro Bluetooth Marketing
Aphroditestraat 7
5047 TW Tilburg
Tel. 013-5780085
www.gemoro.nl
(bleutooth)



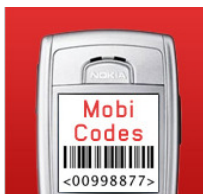
OneSixty BV
Parklaan 21E
5211 JJ 's Hertogenbosch
Tel. 073-6927004
www.bluesixty.nl
(bleutooth)



Sun Microsystems European Holding BV
Saturnus 1
3824 ME Amersfoort
Tel. 033-4515000
www.sun.com
(sensortechnieken, geen leverancier maar adviseur)



Encage
High Tech Campus 9
5656 AE Eindhoven
Tel. 040-7113837
www.encage.eu
(overkoepelend softwarepakket nieuwe media)



MobiCodes
Westeinde 3A
2275 AA Den Haag
Tel. 06-51180120
www.mobicodes.nl
(mobiele barcodes)

2.6.2 Experts

Naast de leveranciers is er ook een expert geïnterviewd die zich niet (meer) in het werkveld bevinden als gebruiker of leverancier. Hieronder is deze voor de mobiele applicaties gegeven.



Bert Smit
Case: Apenheul Amersfoort
Specialisatie: RFID

H3. Audiovisuele middelen

In dit hoofdstuk zullen licht, geluid, video, audiovisuele displays en projecties besproken worden. Hierbij worden de diverse toepassingen beschreven en vervolgens worden de aanbevelingen gedaan.

3.1 Licht

Licht is op diverse manieren toepasbaar op een evenement. Verlichting heeft effect op de beleving van de bezoeker en is uitstekend toepasbaar bij evenementen als het gaat om belevingscreatie.

3.1.1 Toepassingen

De basis van led verlichting gaat uit van één kleine lamp die alle kleuren kan maken. Zolang er stroom en aansturingmogelijkheden zijn, kan de led lamp in vrijwel elk voorwerp of toepassing gebruikt worden.

Hieronder enkele mogelijkheden:

- Niet programmeerbaar (één kleur)
- Programmeerbaar (alle kleuren)
- Intelligente verlichting (kan elke beweging maken die gewenst is)
- Onderwater led
- Spots
- Grazers (twee lichtbundels)
- Schijnwerpers
- Belichten van grote oppervlakten
- Natuurlijk wit
- Movingheads
- Straatverlichting
- Cubes en tubes
- Led strip
- Grote spot met tal van kleine led lampjes

Led walls

Led walls zijn high resolution schermen met daarvoor glaswerk. Doordat dit matglas licht doorlaat lijkt het alsof het glas verkleurt. Afbeeldingen en video's worden zichtbaar zonder dat de led's te zien zijn.

Led tv's

Led tv's worden vooral toegepast in stadions. Hier zijn de led's extreem dicht op elkaar geplaatst, waardoor enorme hoge resoluties denkbaar zijn. Hierop kunnen ook bewegende beelden afgespeeld worden.

Laser

Laser kan er spectaculair uit zien en is tevens te gebruiken als effect en/of communicatiemiddel. Voor reclame, logo's en dergelijke wordt er bijvoorbeeld op gebouwen geprojecteerd. Naast communicatiemiddel is laser te gebruiken voor een lasershow om het effect te vergroten.

3.1.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van verlichting.

- Wanneer u maatschappelijk verantwoord wil ondernemen is het van belang dat u led verlichting inzet als lichtbron. Reden hiervoor is dat led verlichting geen kwik, infrarood en UV-stralingen bevat en tevens minder warmte afgeeft dan conventionele verlichting;
- Om kosten te besparen is het raadzaam led verlichting toe te passen als lichtbron. Het is een duurzaam product en bevat een directe kleurweergave hierdoor zijn geen filters nodig, dat scheelt in de kosten;
- Let bij het gebruik en toepassen van led verlichting op de directe fabrikant. Helaas zijn er fabrikanten die zeer slechte kwaliteit leveren van bepaalde led producten. Er zijn led fabrikanten met een slechte kleurweergave of led producten die sneller kapot gaat en niet duurzaam is. Informeer hierover bij de leverancier;
- Om de beleving van uw evenement te vergroten door middel van een showelement kunt u bijvoorbeeld laser toepassen, mits dit past binnen het concept van het gehele communicatietraject en evenement.

3.2 Geluid

Geluid is onmisbaar tijdens een evenement. Geluid zorgt voor de beleving en informatieoverdracht. Samen met andere middelen is geluid een extra sterk middel om in te zetten. Binnen de sector geluid zijn niet veel nieuwe toepassingen vermeld binnen de interviews, daarom zal dit niet uitgebreid aan bod komen in dit adviesrapport.

3.2.1 Toepassingen

Reversmicrofoon

Deze microfoon wordt als een dasspeld op de drager gespeld. Hierdoor ontstaat een goede spraakverstaanbaarheid.²

Zendermicrofoon

Zendermicrofoons zijn geschikt voor theater, cabaret en musicals tot middelgrote podia en dergelijke.

3.2.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van geluid.

- U moet ervoor zorgen dat er een goede en zuivere geluidskwaliteit op uw evenement is zodat presentaties en optredens goed te beluisteren zijn voor de bezoekers. Als dit van goede kwaliteit is zal dit aspect van de beleving optimaal zijn.

² www.fireware.nl

3.3 Video

We leven in een beeldcultuur waarbij visualisaties van groot belang zijn. Veel gebeurtenissen, bijvoorbeeld evenementen, worden tegenwoordig gefilmd en op internet geplaatst. Video wordt tegenwoordig vaak toegepast als communicatiemiddel of voor de visualisaties op een evenement.

3.3.1 Toepassingen

Videobewerking evenement

Het is van belang dat de film van een evenement niet te lang duurt, maximaal twee á drie minuten om de aandacht vast te houden. Een video van het evenement kan op YouTube of Google Video worden geplaatst, zodat alle medewerkers het evenement kunnen herbeleven. Het uiteindelijke doel is dat veel bezoekers de video te zien krijgen.

Webcasting

Webcasting is het verzenden van beeld, geluid en andere informatie via het internet. Alles wat er op het evenement gebeurt, kan worden gefilmd waardoor personen het evenement beleven terwijl zij thuis of op het werk zijn. Webcasting wordt nog weinig toegepast in de evenementenbranche. Het kan ook worden gebruikt in het voor en na traject van een evenement. Tevens is het mogelijk om diverse applicaties toe te voegen tijdens het webcasten van een video, bijvoorbeeld polls en een chat.

Remote Control Camera

De Remote Control Camera is een camera die tijdens het evenement bestuurd kan worden met een afstandsbediening. Hiermee kun je live beelden uitzenden op je evenement via diverse displays of via internet.

Klikfilms

Een video waarbij het mogelijk is om aspecten aan te klikken waardoor je verder in het filmpje gaat. Deze kunnen zowel op evenementen worden gebruikt als online op internet worden geplaatst. Er kan bijvoorbeeld een persoon worden aangeklikt waarbij je door wordt gelinkt naar zijn weblog, of je klikt een product aan en dan wordt dan door gelinkt naar een webshop.

3.3.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van video.

- Als u gebruik maakt van videotoepassingen op uw evenementen is het van belang dat een creatieve en technische content wordt gebruikt die aansluit bij het concept en de stijl van het evenement. Het gebruik van videotoepassingen kan dan bijdragen aan de beleving. Als u gebruik maakt van videotoepassingen op uw evenementen als communicatiemiddel moet de boodschap of de doelstelling duidelijk naar voren komen;
- Het is van belang om zowel voorafgaande aan het evenement, tijdens de organisatie (de pitch) als in de uitvoering van het evenement te visualiseren en virtualiseren. Met behulp van visualisatie en virtualisatie kunt ondersteuning vinden voor uw communicatiedoelstellingen;
- Voor het verlengen van de beleving dient u gebruik te maken van video-opnames, deze zorgen tevens voor blijvende herinneringen;
- Als u wilt dat de films van uw evenementen zorgen voor indirecte promotie en de naamsbekendheid van uw bedrijf vergroten, zorg er dan voor dat de films (digitaal) voor iedereen toegankelijk zijn. Denk hierbij aan platforms als YouTube of Google Video.
- Als u gebruikt maakt van video toepassingen, zoals webcasting, wordt een grote doelgroep bereikt. Hiermee kunt u kosten besparen, namelijk niet iedere bezoeker hoeft naar de evenementenlocatie te komen. Dit zal schelen in reiskosten, cateringkosten en locatiekosten;
- Als u een effectmeting wilt doen op een van uw evenementen kunt u bijvoorbeeld de toepassing webcasting gebruiken. Hiermee kan precies worden gekeken, wie, waar en wanneer naar welke beelden (denk aan presentaties en sprekers) hebben gekeken.

3.4 Audiovisuele displays

Er bestaan 2D audiovisuele displays waarop diverse beelden kunnen worden weergegeven. Deze beelden kunnen de beleving van het evenement versterken of een boodschap communiceren met de gasten van het evenement.

3.4.1 Toepassingen

LCD schermen

Een Liquid Crystal Display (ofwel vloeibaar- kristal scherm) is een plat beeldscherm met een laag energieverbruik. Hierdoor zijn LCD's bij uitstek geschikt om te gebruiken in platte elektronische apparatuur of in draagbare apparaten die een batterij met beperkte capaciteit hebben. Op een LCD kunnen vaste beelden maar ook bewegende beelden worden weergegeven.

Plasma schermen

Plasma schermen zijn de concurrent van LCD-schermen, die nu nog vooral als computerbeeldschermen dienst doen, en ook steeds meer voor televisieschermen gebruikt worden. Een plasma scherm wordt gebruikt voor het weergeven van bewegende en vaste beelden. Dit gebeurt door middel van honderdduizenden minuscule lichtgevende beeldpunten of pixels. Dit garandeert een hoge resolutie of het vermogen om veel details weer te geven. Een plasma scherm werkt volgens het principe van gasontladingslampen zoals de tl-buis. Tevens bestaan er ook bewegende en draaiende plasma schermen, genaamd plasmax.

Bewegende projectieschermen

Met bewegende projectieschermen wordt het beeld levendiger en interactiever gemaakt. Zo zijn er bijvoorbeeld projectieschermen die kunnen ronddraaien. (zie paragraaf 3.5.1 'skyview')

Multiscreen

Op een scherm worden diverse beelden samengebracht tot één geheel. Dit kan een combinatie zijn van gekoppelde beelden van bijvoorbeeld een geprojecteerde achtergrond (door beamers) met een live videobeeld.

High Definitionbeeld

Steeds meer personen maken gebruik van HD, zowel in het bedrijfsleven als in het dagelijks leven. De kwaliteit van HD is een nieuwe norm aan het worden. Het contrast en de kleurdieptes zijn duidelijk zichtbaar in vergelijking met de 'normale' SD kwaliteit.

Narrowcasting

Narrowcasting wordt gedaan via diverse audiovisuele displays. De toepassing narrowcasting zorgt ervoor dat een boodschap bij een bepaalde doelgroep op een bepaalde locatie overgebracht. De beelden die op het scherm te zien zijn kunnen te allen tijde worden aangepast en worden geactualiseerd.

3.4.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van audiovisuele displays.

- Het is van belang om de juiste creatieve en technische content te gebruiken voor de audiovisuele displays. Hierbij moet gedacht worden of de content bijdrage levert of de beleving versterkt en of de boodschap en doelstelling duidelijk zijn;
- Het is van belang om zowel voorafgaande aan het evenement, tijdens de organisatie (de pitch) als in de uitvoering van het evenement te visualiseren en virtualiseren. Met behulp van visualisatie en virtualisatie kunt ondersteuning vinden voor uw communicatiedoelstellingen;
- Als u narrowcasting inzet om de communicatieboodschap of doelstelling over te brengen aan de doelgroep is het van belang dat de boodschap duidelijk is. Het moet voor de doelgroep meteen helder zijn wat er bedoeld wordt en het moet geen vragen oproepen. Door middel van narrowcasting ontstaat er een lage drempel tot informatie absorbering. Door het gebruik van bewegende beelden zal de aandacht worden getrokken en de informatie worden opgenomen door de doelgroep;
- Als u narrowcasting toepast is het raadzaam om het systeem Screenbase te gebruiken. Dit systeem vermijdt eventuele storingsen en lost deze binnen zeer korte tijd op.

3.5 Projecties

Er zijn diverse soorten projecties die op evenementen kunnen worden gebruikt als presentatie mogelijkheid maar ook als showelement. Het belangrijkste bij deze projecties is de combinatie tussen techniek, creativiteit en entertainment. Als dit allemaal past binnen het concept van het evenement zal dit de beleving versterken.

3.5.1 Toepassingen

Beamers

Er bestaan beamers met een interactieve content, dit houdt in dat de beamer weet waar de gasten zich bevinden en het beeld aanpast op bijvoorbeeld de vloer of tafel. De projectie verplaatst zich dan als een gast het geprojecteerde product aanraakt.

3D projecties

Het fenomeen met de gekleurde glazen in de brillen waardoor je 3D beelden ziet is bekend. Dit kan ook worden gebruikt tijdens presentaties en showelementen op evenementen middels een groot projectiescherm, of diverse projectieschermen rondom het publiek.

Holografie

Holografie is een optische illusie van iets dat op holografie lijkt. Echte holografie bestaat eigenlijk alleen nog maar in het klein in laboratoria. Echter zijn er technieken waarbij je het verschil eigenlijk niet ziet, vandaar dat het wel holografie wordt genoemd. Met holografie kunnen er realistische weergaves, ofwel computer animaties gecreëerd worden van producten en personen (bijvoorbeeld presentatoren). Producten kunnen in gedeeltes worden geprojecteerd zodat op alle aspecten kan worden ingegaan.

Klikprojecties

Zoals eerder beschreven bestaan er klikfilms, echter is het ook mogelijk om een projectie nog interactiever te maken doordat er 'geklikt' kan worden op bepaalde punten. Hierdoor wordt er een andere ruimte, product of persoon weergegeven. Op deze manier kan door de presentatie worden 'gebladerd'.

Skyview

Skyview is een projectiescherm in een ballonvorm die kan zweven door een locatie boven de gasten. Het is ook mogelijk om vanuit de skyview te projecteren op drie projectschermen die zich in de ruimte bevinden.

3.5.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van projecties.

- Het is van belang dat de presentaties persoonlijker en interactiever worden, hierdoor versterkt u de beleving;
- Als u een extra effect wilt creëren tijdens de presentatie op een evenement kunt u de projectietechniek holografie toepassen. Het geeft een zeer realistisch beeld van een persoon of product, dit zorgt voor interactie en spectaculair effect;
- Houd rekening met een lange levertijd, het maken van een holografische projectie kost de leverancier 200 tot 400 uur werk;
- Zorg bij holografische projectie voor losse objecten en geen gevulde ruimtes. Het kan namelijk geen wanden en dus randen projecteren, omdat het op deze manier zichtbaar wordt dat het een projectie is;
- Zorg voor een schone evenementenlocatie waarbij het mogelijk is om ruim van te voren te starten met de opbouw van de projecties zodat deze getest kan worden. Stof kan voor wazige projecties zorgen bij holografische projecties.

3.6 Leveranciers

Hieronder zijn de geïnterviewde leveranciers op het gebied van audiovisuele middelen genoemd.



ADVANCED EVENT TECHNOLOGY

Focus Amsterdam
Isolatorweg 36
1014 AS Amsterdam
Tel: 020-6828326
(audiovisueel)
www.focusamsterdam.nl



Heuvelman
Ohmweg 1
4104 BM Culemborg
Tel: 0345-712900
(audiovisueel)
www.heuvelman.nl



Hulskamp Hoofdkantoor & Studio
Proostwetering 31
3543 AB Utrecht
Tel: 030-6005252
(audiovisueel)
www.hulskamp.nl



LiveLAB
Nieuwstraat 36
2301 CA Leiden
Tel: 071-5141775
(audiovisueel)
www.livelab.nl



Livingprojects
Minervum 7111
4817 ZN Breda
Tel: 076-5498808
(Led verlichting / audiovisueel)
www.livingprojects.nl



MK2
Minervum 7352
4817 ZH Breda
Tel: 076-5418950
(audiovisueel)
www.mk2.nl

H4. Overige nieuwe media

De overige toepassingen vallen niet specifiek onder één van de bovengenoemde categorieën, maar zijn wel van belang om te noemen binnen het onderzoek.

4.1 Stemkasten

Met stemkastjes kan door de bezoeker live gestemd worden op een tweetal vragen:

1. De ja of nee vraag. Hier kan de bezoeker antwoorden met ja of nee.
2. De Multiple-choice vraag. Hier kan de bezoeker antwoorden aan de hand van vier antwoordkeuzes. Het zogenaamde A, B, C of D antwoord.

De toevoeging van antwoordvragen en stemkastjes aan een presentatie kan de interactie met het publiek bevorderen. Tevens kan de mening van het publiek live gepeild worden. De resultaten zijn direct zichtbaar in beeld.

4.1.1 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van stemkasten.

- U kunt stemkasten inzetten voor een interactieve communicatie tijdens bijvoorbeeld een presentatie op uw evenement. Wel dient er gelet te worden op fraude, de kans hierop bij elektronisch stemmen is groter.

4.2 Special effects

Onder special effects worden vuurwerk en vlammenwerpers genoemd. Deze toepassing is geschikt voor combinaties met andere audiovisuele middelen om een extra sterk effect te bereiken.

4.2.1 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van special effects.

- U kunt special effects inzetten op uw evenementen als ondersteuning of in combinatie met andere audiovisuele middelen om de beleving te versterken.

4.3 Biometrie

Biometrie betekent het vaststellen van meetbare eigenschappen van levende wezens door middel van onder andere een vingerafdruk. Aan de hand van biologische verschillen tussen mensen kan de veiligheid worden gecontroleerd. Het kan pasjes, wachtwoorden, codes en sleutels vervangen of de beveiliging hiervan versterken. Tevens kan er betaald worden met behulp van deze toepassing.

4.3.1 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van biometrie.

- Indien u strikte toegangscontrole wenst bij een evenement kunt u gebruik maken van biometrie. Denk hierbij aan het scannen van een vingerafdruk bij binnenkomst van een evenement.

4.4 Simulatie

Naast de onderdelen om een stand vorm te geven zijn er verschillende simulatoren te koop of te huur. Middels deze simulatoren kan elke sport nagebootst worden. Hierbij maakt men gebruik van spelcomputer (Wii) en simulatiesystemen.

4.4.1 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor het gebruik van simulatie.

- Als u gebruik wilt maken van een simulatiesysteem kunt u een extra beleving creëren door een spelelement toe te voegen. Door de interactiviteit tussen de bezoekers van het evenement zal er een onderlinge relatie ontstaan. Tevens kan er een onderlinge vriendschappelijke strijd ontstaan door dat bezoekers opgaan in de simulatie en dit zal zorgen voor een speciale beleving.

4.5 Prikkeling vijf zintuigen

Vaak worden alleen de zintuigen horen en zien geprikkeld. Dit kan anders door naast horen en zien ook voelen, proeven en ruiken te prikkelen. Het prikkelen van alle zintuigen kan aan de marketingmix toegevoegd worden, zodat de beleving van een evenement of markt nog groter wordt.

4.5.1 Toepassingen

Om een duidelijk beeld te scheppen hoe de zintuigen kunnen worden geprikkeld, zijn hieronder een aantal toepassingsmogelijkheden beschreven.

Voelen

- Sensefloor: een houten vloer die trilt op het ritme van de muziek.
- Watermassage: In een cocon omringt door water door stralen water gemasseerd worden.

Smaak

- Proeven: de waarden die uitgestraald willen worden vertalen in een amuse of ander gerecht.

Ruiken

- Aromajockey: een DJ die speelt met de geuren in de ruimte van de festiviteit.
- Xenon: een geurmachine die op bepaalde frequentie een geur verspreid.
- CSP: een geurmachine die aangesloten wordt op het luchtsysteem van een gebouw of grote ruimte

4.5.2 Aanbevelingen

Hieronder vindt u de aanbevelingen voor betreft het prikkelen van zintuigen.

- Wanneer u de beleving wilt versterken door in te spelen op de zintuigen van uw bezoeker moet de prikkeling van diverse zintuigen binnen het concept van het evenement passen. Er zijn vele toepassingsmogelijkheden om zintuigen te prikkelen, combineer dit op een juiste manier. Echter moet u erop letten dat u niet teveel zintuigen tegelijkertijd wil prikkelen, dit zal zorgen voor een overkill.

- Zorg ervoor dat de bezoekers van u evenement geen te hoge verwachtingen hebben over het prikkelen van de zintuigen. Dit kan ten nadele werken omdat bezoekers dit nog nooit hebben meegemaakt en zullen dit als hoofdaspect zien. Zij zullen een andere verwachting hebben terwijl het eigenlijk een extra toevoeging moet zijn op uw evenement en het moet geen hoofddoel zijn.

4.6 Leveranciers

Onderstaande leveranciers kunnen benaderd worden betreffende het toepassen van audiovisuele middelen.



Total-Image
Goorsestraat 4A
7496 AD Hengevelde
Tel : 0547-333688
www.total-image.nl
(special effects)

MP Game Company
De scheper 312-314
5688 HP Oirschot
Tel: 0499-365700
www.mpgamecompany.nl
(simulaties en biometrie)

Common Sense
Tivolistraat 6-20
5017 HP Tilburg
Tel: 06 24664496
www.commonsenseproductions.eu
(zintuigen prikkelen)