

E-scape Game (werktitel)

Aanleiding

Professionals in winkels, musea en festivals nemen 1001 beslissingen over hoe de fysieke ruimte van de winkel, de tentoonstellingsruimte respectievelijk het festivalterrein er uit zal zien. Beslissingen die erop gericht zijn om klanten en bezoekers een bepaalde beleving te bezorgen en/of tot bepaald gedrag te verleiden. Of het nu gaat om het gebruik van muziek in de winkel, de plaatsing van de ten toon te stellen objecten in een museum of de schone toiletten op een festival, al deze factoren spelen een aantoonbare rol in de beleving van de bezoekers. Vaak wordt dit samengevat onder de 'sfeer' of 'uitstraling' van een winkel/museum/festival. Door de opkomst de laatste 10 jaar van allerhande (mobiele) digitale media is de keuzestress voor professionals alleen nog maar toegenomen: hoe in te spelen op het gebruik van smartphones? Welke toevoeging biedt social media? Is augmented reality een manier om publiek te binden? De vraag dringt zich al snel op hoe hier nog greep op te houden in de zin van: worden bepaalde aspecten van de inrichting van de ruimte niet over het hoofd gezien (Doen we iets met geur? Wat is de rol van het personeel?), en werken alle elementen wel goed samen (een dialoog willen tussen bezoekers maar ook harde muziek draaien).

Achtergrond

Jo Bitner introduceerde in 1992 het concept van *Servicescapes*. Dit concept staat voor door mensen gemanipuleerde ruimten waarmee het gedrag van klanten/bezoekers wordt geprobeerd te beïnvloeden. Servicescapes zijn geïntroduceerd in de context van de dienstverlening van winkels, hotels, restaurants en dergelijke. Sindsdien is het concept ook toegepast op verschillende andere domeinen zoals toerisme. Van Vliet heeft in 2012 het begrip Servicescape toegepast op festivals en spreekt dan van Festivalscapes. Festivalscapes zijn zelf weer onderdeel van zogenaamde Experiencescapes, dat zijn servicescapes specifiek gericht op beleving van bezoekers zoals bijvoorbeeld pretparken, conceptstores, themarestaurants, etc. Andere Experiencescapes zijn Museumscales en Retailscapes. Het onderzoek naar servicescapes kenmerkt zich door het in kaart brengen van allerhande elementen die in een gemanipuleerde ruimte invloed hebben op het gedrag en de beleving van mensen, bijvoorbeeld de temperatuur, muziek, kleuren, gedrag van personeel etc. Al die elementen worden veelal terugbracht tot enkele overkoepelende factoren (bijvoorbeeld 'Ambient', 'Social'). De onderzoeksliteratuur naar Servicescapes heeft ten grondslag gelegen aan het achterhalen van de individuele elementen die een rol spelen in het sturen van de beleving van bezoekers, en de overkoepelende factoren waaronder deze individuele elementen gerangschikt kunnen worden. De naam van het spel is afgeleid van E(xperience)-scape, maar wordt vooralsnog beschouwd als een werktitel.

Doel van het spel

Het doel van het spel is om professionals werkzaam bij bijvoorbeeld musea inzicht te geven in de keuzes die zij maken bij de inrichting van een fysieke ruimte, en te laten reflecteren over hun aannames over de werking van (de samenhang van) die elementen op de bezoekers.

Het spel

Het spel bestaat uit een spelbord (figuur 1) en spelkaarten (figuur 2). Het spelbord is onderverdeeld in zes factoren die van invloed zijn op de beleving van museumbezoekers: Lay-out, Ambient, Aesthetics, Flow, Media en Social. Ieder factor kent drie niveaus die het belang aangeven, lopend van minder belangrijk (buitenste ring) naar meest belangrijk (binnenste ring). De spelkaarten zijn onderverdeeld in dezelfde zes factoren (met overeenkomstige kleurstelling). Ieder factor heeft een tiental spelkaarten die elementen vertegenwoordigen die gemanipuleerd kunnen worden in de fysieke ruimte, bijvoorbeeld geur bij de factor Ambient. Er zijn ook 'lege' kaartjes van iedere kleur zodat spelers zelf nog een element kunnen toevoegen mocht dat nodig zijn.

Het spel spelen

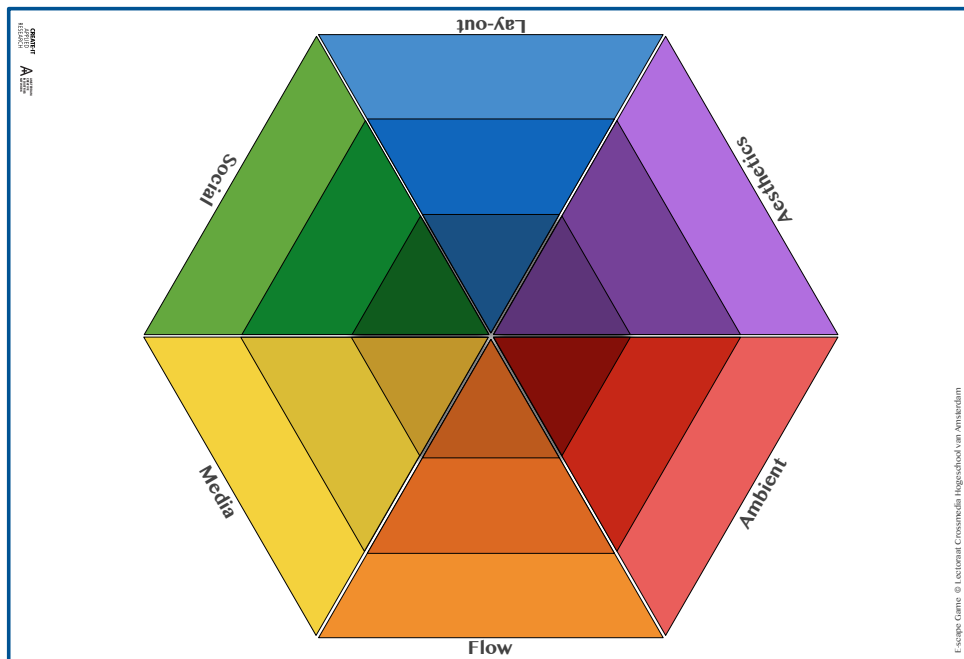
Het spel wordt voorbereid door de spelleider door een onderwerp/collectie te kiezen waarover de tentoonstelling gaat (bv. de ijstijd), de doelgroep (bv. kinderen van 8-12) en de periode (najaar). Ook de beoogde beleving voor het publiek wordt vastgesteld, bijvoorbeeld een spannende tentoonstelling of een leerzame tentoonstelling. Dit kan naar believen worden aangepast aan de setting waarin het spel gespeeld wordt.

Het spel wordt gespeeld door groepjes van professionals van 2 tot 6 spelers. Spelers krijgen de opdracht om van ieder factor 1 kaartje te kiezen van de bijbehorende elementen die ze het meest belangrijk vinden en dit in de binnenste ring te leggen van de betreffende factor; 2 kaartjes te kiezen voor de middelste ring van ieder factor en 3 of meer kaartjes te kiezen voor de buitenste ring. Er is geen voorgeschreven volgorde hoe dit aan te pakken (welke factor eerst of van 'binnen naar buiten' werken of niet). Als het spelbord vol ligt wordt de groep gevraagd om een toelichting te geven: onder andere op de gemaakte keuzes, waar meningsverschillen waren en naar de samenhang van de zes kaartjes die in het midden van het spelbord liggen. Indien met meerdere groepjes wordt gewerkt in bijvoorbeeld een workshop dan kunnen groepjes gevraagd worden 'kritiek' te leveren op de oplossing van andere groepjes.

Versies

De huidige versie is gemaakt voor gebruik door museumprofessionals, er zullen ook versies worden ontwikkeld voor professionals werkzaam in de branches events/festivals en retail. Dit zal consequenties hebben voor individuele spelkaarten maar naar verwachtingen niet voor het spelbord of de spelwijze. Volgende versies zullen met name aanpassingen laten zien in de spelkaarten en spelvormen. Zo wordt er over gedacht om verschillende 'No Go kaarten' te introduceren die gebruikt kunnen worden om aan te geven waarom een bepaalde oplossing niet zal gaan werken.

Figuur 1: Spelbord E-scape game (versie 1)



Figuur 2: Spelkaarten E-scape game (versie 2)

Hoeveel objecten	Compartmenten in ruimte	Plaats van entree in ruimte	Materialen en texturen meubilair	Stijl van aankleding van ruimte	Luchtkwaliteit	Smaak	Verdiepen (bv. extra informatie voor later)
Welke objecten	Bewegwijzering (nooduitgang, toiletten, etc.)	Plaats van uitgang in ruimte	Herkenbaarheid entree	Gebruik van authentieke objecten of replica's	Ventilatie	Vaste route	Opeenvolging van ervaringen op elkaar afstemmen
Groepering van objecten	Oriëntatiepunt in de ruimte	Inrichting houdt rekening met veel bezoekers	Herkenbaarheid uitgang	Nette uitstraling	Gebruik kunstmatig licht	Achtergrondinformatie aanbieden	Anticiperen op wachtrijen
Plaats van objecten in de ruimte	Zichtlijnen in de ruimte	Verhogingen in ruimte	Opmaak van informatief materiaal	Wel of niet wegwerken van armaturen in ruimte	Gebruik natuurlijk licht	Storytelling inzetten	Memorabel afscheid
Zichthoogte van objecten	Looppaden aangeven	Meubilair	Decoraties	Muziek	Schone ruimtes	Interactie met objecten	Wow-momenten creëren
Objecten zijn wel of niet afgeschermd	Breedte van looppaden	Plaats van apparatuur in ruimte	Kwaliteitsuitstraling	Geluiden	Comfortabele ruimtes	Losse opdrachten (bv. object zoeken)	Routing door de ruimte
Grootte van ruimte	Hoofdpad met zijpaden	Materialen en texturen vloer	Benadrukken van architectuur van ruimte	Geur	Tast	Speurtocht	Voorkomen van plekken waar niets gebeurt
Hoogte van ruimte	Aantal rustplekken	Materialen en texturen wand	Benadrukken van grootsheid van ruimte	Kleurenpalet	Lawaai van buiten	Spanningsboog creëren	Audiotour
Aantal ruimtes	Plaats van rustplekken in ruimte	Materialen en texturen plafond	Gebruik hoogwaardige kwaliteit van materialen	Temperatuur	Lawaai van binnen (airco, andere ruimtes, etc.)	Doe activiteiten (bv. knutselen)	Multimediatour
Tablets	Boekje/Flyer	Aantal personeelsleden	Bijdragen bezoeker voor anderen zichtbaar	Alles wat te maken heeft met de ruimtelijke indeling			
Touchscreen displays	Tag (ring, kaartje, etc.)	Aankleding personeel	Social media	Alles wat te maken heeft met de aankleding van de ruimte			
Multitouch tafel	Virtual Reality (bv. Oculus Rift)	Rol/Instructie personeel	Bezoeker kan eigen plan trekken	Alles wat te maken heeft met de omgevingsinvloeden van de ruimte			
QR-codes	Gesture-based browsing (bv. Kinect)	Publiek consumeert	Social wenselijk gedrag	Alles wat te maken heeft met hoe de ruimte te gebruiken			
Audioscape	Wifi beschikbaar	Publiek participeert	Wel of niet sturen op eenzelfde soort bezoekers	Alles wat te maken heeft met de inzet van media in de ruimte			
Monitoren	Tekstbordjes	Publiek co-creëert		Alles wat te maken heeft met sociale processen in de ruimte			
Mobiele app	Opdrachtkaarten / Stempelkaarten	Interactie van bezoekers die elkaar kennen					
(Video) Game	Gastenboek	Interactie van bezoekers die elkaar niet kennen					
Augmented Reality (bv. Google Glass)	Wel of niet personeel aanwezig	Reacties van bezoeker voor anderen zichtbaar					