

Challenge 10 - Openluchtmuseum

Elena Melssen & Floor Seegers

CMA-1C

Cursus 4 - CMD & de samenleving

2022-2023



Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Achtergrond van het project.....	4
Doelstelling, opdracht en op te leveren resultaten voor het bedrijf.....	6
Op te leveren producten en kwaliteitseisen.....	8
Ontwikkelmethode.....	10
Projectorganisatie en communicatie.....	12
Logboek.....	14
Methode, Literature study.....	15
Bronnenlijst.....	17

Inleiding

Wij hebben als opdracht om de historische huisjes van het Openluchtmuseum te verbeteren door middel van media- en communicatiemiddelen. Om dit te doen gaan we gebruikmaken van gamificatie en storytelling zodat de beleving van de bezoeker beter wordt. Om een huisje te kiezen waarvan wij de beleving willen verbeteren zijn we naar het Openluchtmuseum gegaan en hebben we een top 5 gekozen van huisjes die we wilden verbeteren. Uiteindelijk hebben we het huisje Boerderij Varik gekozen omdat wij het zonde vonden dat er niks interactiefs in het huisje was te bekennen terwijl je er wel een mooi verhaal zou kunnen vertellen. We hebben bewust gekozen voor een boerderij omdat het de mogelijkheid geeft om een verhaal te vertellen hoe de 'gewone' mensen leefden in die tijd. Hierna hebben we een ontwerpvrage opgesteld die luidt: Hoe kunnen we door middel van storytelling en gamificatie een aantrekkelijke beleving creëren voor de bezoeker in ons gekozen huisje? Wat wij willen bereiken met deze ontwerpvrage is om realistische ideeën te realiseren om uiteindelijk een aansprekelijke en persoonlijkere ervaring te creëren.

Achtergrond van het project

Over het openluchtmuseum

Het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem toont de geschiedenis van het dagelijks leven aan de hand van authentieke gebouwen, voorwerpen, gewoonten, vaardigheden en ware verhalen. In het museum ervaren bezoekers het verleden met al hun zintuigen; het prikkelen van hoofd, hart en handen zit in het DNA. De levendige en interactieve manier van presenteren maakt geschiedenis toegankelijk voor een groot en breed publiek. Dat maakt het museum een aantrekkelijke bestemming voor een leuk dagje uit. Het stimuleren van de dialoog tussen bezoekers en het delen van ervaringen onderscheidt het Nederlands Openluchtmuseum van veel andere musea.

Missie

Wij geven materieel en immaterieel erfgoed door aan toekomstige generaties. Wij verzamelen en bewaren verhalen, tradities, gebouwen, voorwerpen, planten en gewassen die in relatie staan tot het dagelijks leven in Nederland. Met levendige presentaties maakt het Nederlands Openluchtmuseum geschiedenis relevant, voor nu en morgen.

Visie

Wij hebben de overtuiging dat geschiedenis kan verbinden. Door van en over een ander te leren, krijgen we meer inzicht in onszelf en begrip voor elkaar. Zo bouwen we samen aan een mooiere toekomst waarin iedereen kan meedoen.

Alternatieven overwegen (*leeruitkomst 3.1*)

Toen we het Openluchtmuseum bezochten hebben we in totaal 5 huisjes uitgekozen waarvan wij dachten daar kunnen we wel wat mee. We hebben uiteindelijk besloten om voor Boerderij Varik te kiezen omdat het ons gelijk opviel dat het enige informatie die hierbij stond het bordje buiten was met wat informatie over het huisje. En dat terwijl het huisje binnen wel helemaal ingericht was, maar geen verhaal vertelde. We hadden dus gelijk een idee bij hoe we hier een verhaal bij konden geven. Een alternatief die we hebben overwogen was een andere boerderij, maar hier zat wel iets interactiefs aan, namelijk dat je dierengeluiden hoorde zodra je binnen kwam. Daarom hebben we deze dus niet gekozen omdat het al wel iets interactiefs had. Een ander alternatief was een klein huisje waar je naar binnen kon die net zoals de boerderij niks interactiefs had. Omdat dit huisje erg klein was, leek het ons logischer om voor de boerderij te kiezen omdat we het erg zonde vonden dat er bij zo'n groot en mooie boerderij geen verhaal werd verteld en het ons gelijk aansprak om daar iets aan te gaan veranderen. Ook omdat we denken dat de gebruiker dit huisje het

meest aanspreekt om iets interactiefs in te hebben omdat dit huisje je het meest blijft doordat het helemaal is ingericht. We hebben dus ook gedacht aan het belang van de gebruiker.

Boerderij Varik



Alternatieven



Doelstelling, opdracht en op te leveren resultaten voor het bedrijf

De opdracht is om de historische huisjes in het Openluchtmuseum te verbeteren door middel van media- en communicatiemiddelen. Hierbij moeten we een beleving maken. Hierbij moeten we een beleving te maken voor bezoekers door middel van storytelling en gamificatie. Het doel daarbij is om spelprincipes en speeltechnieken toe te passen.

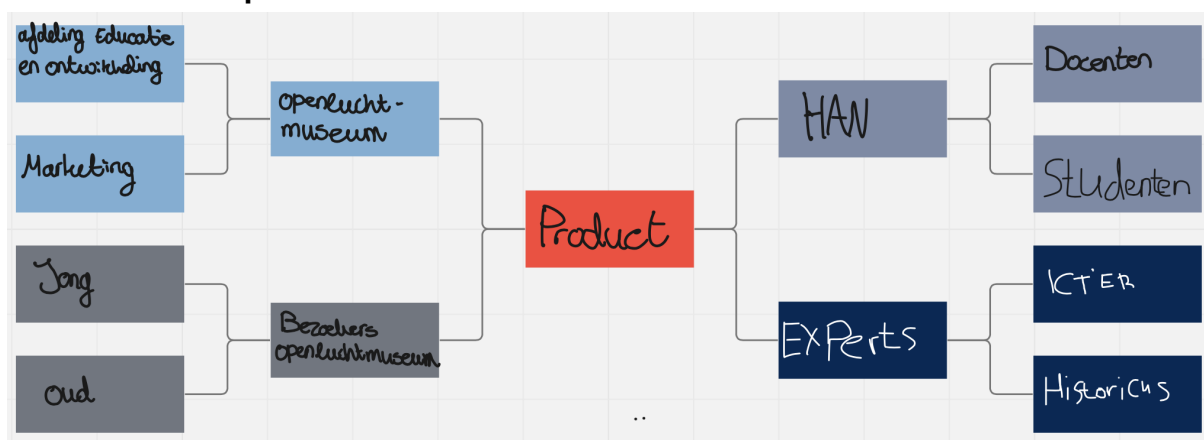
Ontwerpvraag: Hoe kunnen we voor het openluchtmuseum door middel van storytelling en gamificatie een aantrekkelijke beleving creëren voor de bezoeker van boerderij Varik?

Wat wij willen bereiken met deze ontwerpvraag is om realistische ideeën te realiseren om uiteindelijk een aansprekende en persoonlijkere ervaring te creëren

Methode: Literature Study

(leeruitkomst 3.2)

Stakeholder Map



Wat is het doel van ons plan & impact stakeholders

Ons doel is om een plan te maken die ervoor zorgt dat wij een zo goed mogelijke interactieve installatie kunnen maken in Boerderij Varik, ons gekozen huisje. We schrijven dit plan voor het Openluchtmuseum zodat zij kunnen kijken of ze iets met ons plan willen gaan doen. We zijn tot de conclusie gekomen dat we hiervoor de afdeling educatie en ontwikkeling en marketing nodig hebben, om zo erachter te komen wat de wensen en behoeften zijn van het Openluchtmuseum. Ook moeten we erachter komen waar de wensen en behoeftes liggen van de bezoekers. Onze doelgroep is jong en oud, maar dit kan specifieker vinden wij, omdat elke leeftijd

weer andere dingen leuk vinden. Daarom hebben we de doelgroep specifiek ingedeeld in leeftijdsclassificaties. We hebben ook experts nodig zoals iemand die veel kennis heeft over geschiedenis zodat we meer informatie krijgen over ons huisje en hierdoor beter het verhaal over kunnen brengen. Ook is het van belang om een ICT'er te betrekken voor als we een installatie gaan maken die daar mee te maken heeft, zodat we eventueel om hulp kunnen vragen of om feedback kunnen vragen. Verder hebben we docenten van de HAN nodig om feedback te vragen. Door de Stakeholder Map te maken hebben we meer inzicht gekregen in wie we allemaal nodig hebben om de opdracht uit te voeren.

Wat wil een opdrachtgever echt goed hebben vastgelegd in een projectplan?

Wat voor een opdrachtgever belangrijk is dat in een projectplan staat is het doel van ons project, de randvoorwaarden en eisen, hoe we het project aan gaan pakken, welke activiteiten we moeten uitvoeren, hoeveel tijd het gaat kosten, welke mensen er nodig zijn,

Wat willen jullie, als uitvoerders, echt goed hebben vastgelegd in een projectplan?

Wat wij goed willen hebben vastgelegd is hoe we ons plan uit gaan werken, hoe we dit gaan aanpakken, onze taakverdeling en welke mensen we nodig hebben om ons plan uit te kunnen voeren.

(leeruitkomst 3.1)

Impact

Welke impact heeft jullie ontwerp op de gebruiker?

- Persoonlijke ervaring
- Verhaal overbrengen hoe de mensen vroeger leefden
- We laten het verhaal zien van een persoon die in ons huisje leefde. Hierdoor kan elke leeftijdsgroep zich herkennen.

Welke impact heeft jullie ontwerp op belanghebbenden?

- Een meer aantrekkelijke ervaring voor de bezoekers.
- Dat het openluchtmuseum een meer educatieve ervaring kan bieden.

Welke impact heeft jullie ontwerp op de samenleving?

Mensen zijn zich er hopelijk meer van bewust hoe men vroeger leefde en wat hun ervaringen waren.

Welke impact heeft jullie ontwerp buiten de project scope?

Het openluchtmuseum zou door ons ontwerp nieuwe en innovatieve technologie kunnen gaan gebruiken

Op te leveren producten en kwaliteitseisen

ons concept:

Voor ons is het belangrijk dat de bezoekers van het openluchtmuseum een persoonlijke ervaring hebben. Ook is het belangrijk voor voor het openluchtmuseum zelf dat er verhalen worden overgebracht over hoe de 'gewone' mens vroeger leefde. Met het kiezen van een huisje hebben we bewust gekozen voor een boerderij, namelijk boerderij Varik. Het grootste gedeelte van de bevolking woonde met de hele familie in een boerderij en waren voornamelijk zelfvoorzienend.

Toen wij boerderij Varik binnenkwamen vonden we het een heel mooi gebouw. Met een mooie inrichting. Maar het was verder erg nietszeggend. Er werd geen verhaal verteld en er was niks wat het een persoonlijke ervaring maakte. Maar we zagen veel potentie en ons doel is om het te verbeteren door middel van storytelling.

Wij willen graag het verhaal vertellen en overbrengen van het leven van 1 persoon die in boerderij Varik heeft gewoond. Het idee is dat we deze persoon volgen in verschillende stadia van zijn of haar leven. We willen meerdere belangrijke momenten pakken in het leven van onze persoon die plaatsvonden terwijl hij/zij de leeftijd had van de leeftijdsgroepen waar wij ons op gaan focussen binnen de doelgroepen. Om zo ervoor te zorgen dat de bezoekers binnen de verschillende leeftijdsgroepen zichzelf kunnen herkennen en plaatsen in de verschillende verhalen en situaties die worden verteld. Zo kunnen we een persoonlijke ervaring creëren die mensen aanspreekt. Wij denken dat dit mensen meer raakt omdat ze de situatie kunnen vergelijken met hun eigen situatie. Op die manier is het mogelijk om mensen bewust te maken van de manier van leven in het verleden en blijft het meer hangen omdat het een meer persoonlijke ervaring is. Het leek ons een goed idee dat onze persoon het verhaal vertelt aan de bezoekers alsof het een goede vriend of vriendin is of misschien een dagboek, waarin onze persoon zijn/haar gevoelens over verschillende situaties en ervaringen uit. Om zo een connectie te creëren met de bezoekers.

We zouden dit kunnen realiseren door middel van audio en video die afgespeeld wordt door verschillende interactieve objecten binnen de ruimte. Die elk een ander verhaal vertellen die plaatsvindt in een ander levensstadium.

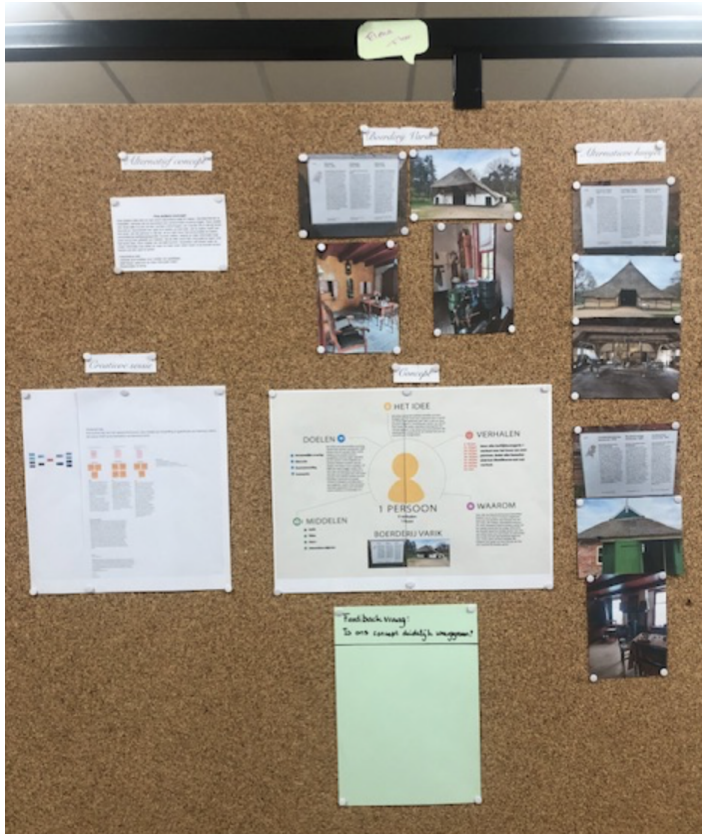


Ons andere concept:

Ons andere idee was om een soort interactieve tafel te maken. Het doel hiervan is hetzelfde, namelijk dat de bezoekers een persoonlijke ervaring krijgen. Door middel van deze tafel kunnen we een verhaal overbrengen van mensen die in die tijd leven doordat je bijvoorbeeld een spel kunt spelen op die tafel, wat te maken heeft met het leven van die persoon in die tijd. Je zou dan door het persoonlijker te maken verschillende leeftijdscategorieën kunnen maken waarbij je meer informatie krijgt over hoe jij toen geleefd zou hebben. Op de tafel komt dan informatie te staan over het leven toen. Door middel van die tafel kunnen bezoekers zelf kiezen waar ze meer informatie over willen en waar ze meer over willen lezen of ze kunnen ervoor kiezen om een spel te spelen.

- Interactieve tafel
- Verhaal doorvertellen door middel van spelletjes
- Zelf kiezen waarover ze meer informatie willen
- Persoonlijke ervaring

Schouw:



Feedback schouw:

- Waar gaat het dan over? Wat moet het doen voor de bezoeker?
 - Hier beschrijven jullie mooi de kern van het probleem!
 - Uit jullie presentatie wordt duidelijk dat jullie je m.b.v. een bezoek georiënteerd hebben op de huisjes. Niet duidelijk is onderbouwing van de keuzes voor Varik. Hoe hebben jullie de bezoekers 'onderzocht'?
- Goed! alternatieven duidelijk
erg leuk idee om 1 persoon (of meerdere) te volgen in hun leven. Uniek!

Conclusie

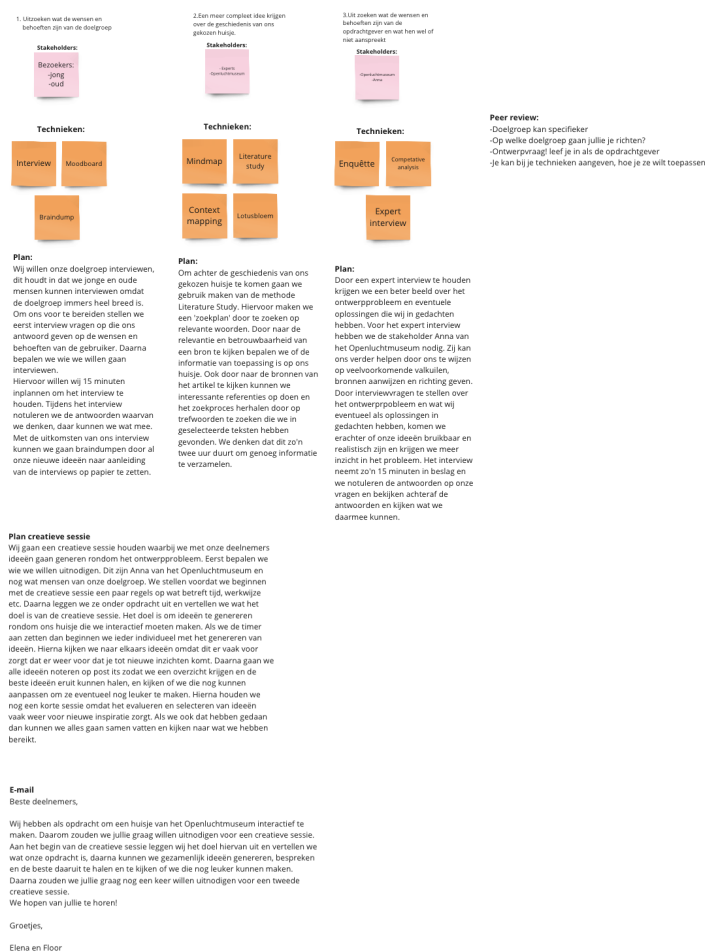
Onze conclusie is dat we een goed concept hebben bedacht die goed past bij de gehele doelgroep. Zo hebben we als feedback gekregen dat het een uniek idee is dat we het leven van 1 persoon gaan volgen waardoor iedereen zich daarmee kan identificeren. We hebben dus goed rekening gehouden met het inleven in onze gebruiker. Uit onze feedback is ook gebleken dat we duidelijker aan moeten geven hoe onze keuze op boerderij Varik is gevallen. Wel hebben we goed de kern van het probleem omschreven en hebben we duidelijk alternatieven bedacht en beschreven.

Creatieve sessie

Dit is de creatieve sessie die wij hebben gemaakt. Het bestaat uit een ontwerpvraag, drie doelen waarbij we stakeholders hebben gezocht die daarbij horen en daarbij nog 10 methodes onderverdeeld bij de verschillende doelen. Daarna hebben we een techniek gekozen en daarbij het plan omschreven. Toen hebben we een plan geschreven om de creatieve sessie uit te voeren met daarbij een e-mail naar de stakeholders, oftewel wie we daarvoor wilden uitnodigen.

Ontwerpvraag:

Hoe kunnen wij, voor het openluchtmuseum, door middel van storytelling en gamificatie een beleving creëren die impact heeft op de bezoekers van Boerderij Varik?



Ontwikkelmethoden

1-10-100 methode:

De 1-10-100 methode helpt bij het ontwikkelen van een concrete oplossing. Een iteratieve aanpak, waarbij de cijfers een indicatie geven voor het aantal dagen dat nodig is om de fase te voltooien. Het is een ontwerpaanpak die streeft naar tastbaar/zichtbaar resultaat: in elke fase wordt een concreet idee uitgewerkt en gecommuniceerd, zodat reflectie mogelijk is. Op basis van de resultaten uit de

voorgaande fase worden de activiteiten bepaald die in de volgende fase worden uitgevoerd.

De kort-cyclische aanpak zorgt ervoor dat oplossingsrichtingen en hypothesen snel en vaak getoetst worden. Hierdoor kan in elk stadium vroegtijdig bijgestuurd worden.

Projectorganisatie en communicatie

Om samen een goed project te kunnen doorlopen hebben we met elkaar gezeten en besproken wat we beide nodig hebben om samen te werken. Als eerste is het handig om de valkuilen in kaart te brengen om onverwachte problemen te voorkomen.

Valkuilen:

- We stellen beiden vaak ons werk uit wat we moeten doen. Wat samenwerken soms lastig kan maken. Waardoor we nog maar net op tijd onze opdracht af hebben en er weinig ruimte is voor interne feedback.
- We hebben allebei moeite met assertief zijn binnen een groepsproject. Dus het is van belang dat er duidelijk op papier staat wie wat gaat doen om zo onduidelijkheid te voorkomen.

Daarnaast is het handig om wat regels op te stellen om zo het samenwerkingsproces zo soepel mogelijk te laten lopen.

Regels:

- We houden ons aan de planning, maar mocht dat op een of andere manier niet lukken dan moeten we de ander een berichtje sturen om het te laten weten en zelf de planning aanpassen en een ander moment in te plannen om hetgeen te gaan doen.
- Respect hebben voor elkaar.
- Op tijd aangeven als je ergens niet uitkomt zodat je de mogelijkheid hebt om er eventueel samen aan te werken.

Planning

Datum	Activiteit	Wie
18-04	Bezoek Openluchtmuseum	Samen
20-04	Huisje gekozen + stakeholders	Samen
20-04	Creatieve sessie	Samen
21-04	Verder gewerkt aan verslag (school)	Elena
21-04	Uitleg concept geschreven	Floor
25-04	Impact beschreven (online les)	Elena
25-04	Alternatieven overwogen	Elena
01-05	Plan opstellen	Samen
04-05	Creatieve sessie uitwerken	Elena
04-05	Methode uitwerken	Floor
04-05	Fotos toevoegen	Floor
04-05	Achtergrondverhaal openluchtmuseum	Floor
05-05	Plan maken voor bord	Samen
07-05	Bord uitwerken	Samen

Logboek

Datum	Activiteit	Tijd	Wie
18-04	Bezoek Openluchtmuseum	3 uur	Samen
20-04	Huisje gekozen + stakeholders	1,5 uur	Samen
20-04	Creatieve sessie	2 uur	Samen
21-04	Verder gewerkt aan verslag (school)	30 min	Elena
21-04	Uitleg concept geschreven	45 min	Floor
25-04	Impact beschreven (online les)	20 min	Elena
25-04	Alternatieven overwogen	30 min	Elena
01-05	Plan opstellen	2 uur	Samen
04-05	Creatieve sessie afmaken	2 uur	Elena
04-05	Methode uitwerken	1 uur	Floor
5-05	Schouw voorbereiden	1,5 uur	Samen
7-05	Schouw voorbereiden	3 uur	Floor

Methode- Literature study:

Titel opdracht:

Het verbeteren van de historische huisjes van het openlucht museum door media- en communicatiemiddelen door een beleving.

Doelstelling van de opdracht:

Het doel is om historische context te verkennen en daarin een beleving te creëren voor de bezoeker door middel van storytelling, gamificatie verstaat men het aanwenden van spelprincipes en speeltechnieken in een niet- spelcontext om menselijk gedrag op een positieve wijze te sturen.

Doelgroep:

Voor jong en oud.

Ontwerpvrage:

Hoe kunnen we voor het openluchtmuseum door middel van storytelling en gamificatie een aantrekkelijke beleving creëren voor de bezoeker van boerderij Varik?

De methode- Literature study:

Na het CMD methods pack bestudeerd hebben, hebben we gekozen voor de methode Literature study uit de library categorie. Hieronder gaan we deze methode uitwerken.

Waarvoor zet je de methode in?

Deze methode wordt ingezet om meer context te krijgen over het ontwerpprobleem. Ook wordt er georiënteerd welke om te zien welke opties er allemaal zijn om een project succesvol uit te voeren.



Welk resultaat levert uitvoering van deze methode op?

Deze methode heeft als resultaat meer informatie vinden over het ontwerpprobleem om zo een beter overzicht te krijgen. Ook worden de best practices gevonden.

Waarom is deze methode relevant voor deze fase van het project?

Deze methode is relevant voor deze fase van het project omdat je meer informatie over het ontwerpprobleem uit gaat zoeken. Op die manier heb je een beter overzicht van wat er allemaal speelt waar je in eerst instantie misschien niet meteen aan dacht. Ook is het handig om te kijken wat er allemaal al is gedaan en wat werkt. Zo kan je eventuele problemen en roadblocks voorkomen en je focussen op aspecten die echt belangrijk zijn binnen je project.

Hoe voer je de methode concreet uit (stap voor stap)?

1. Begin met een keyword of zin zoeken in een zoekmachine.
2. Kijk wat je resultaten zijn en kies er een uit.
3. Ga na wie je bron heeft geschreven en met welk doel. Heeft je bron zelf ook bronnen? En ga na hoe accuraat je bron is.
4. Als je bron accuraat is, probeer nieuwe keywords te zoeken binnen deze bron om nog meer informatie te verzamelen.
5. Begin opnieuw met de nieuwe keywords.

Bepaal welke middelen nodig zijn, wie de respondenten zijn en wat je allemaal moet doen tijdens de uitvoer.

Als eerste is het zaak om te weten wat belangrijk is voor je projectgroep om nog te weten voor het ontwerpprobleem en dit noteren zodat je weet waarop je moet zoeken. Ook is het belangrijk om te inventariseren of je nog vragen hebt aan de opdrachtgever die de opdrachtgever misschien niet kan antwoorden. Deze zijn ook handig om te noteren om daarna zelf uit te zoeken. Daarna is het van belang om internet te hebben met een search engine. Om zo de relevante bronnen te vinden om de antwoorden van de genoteerde vragen te vinden. Ook is het belangrijk om te weten wanneer je moet stoppen met het uitzoeken van informatie. Het is een gevaar om in een rabbithole terecht te komen en zo verspil je kostbare tijd.

Bronnenlijst:

Over de organisatie. (z.d.). Nederlands Openluchtmuseum.

<https://www.openluchtmuseum.nl/over-de-organisatie?taal=nl>

CMD Methods Pack - find a combination of research methods that suit your needs. (z.d.).

<https://www.cmdmethods.nl/>

Creatieve Sessie - Een creatieve sessie als vervanging voor de brainstorm

<https://www.anotherconcept.nl/2021/04/01/een-creatieve-sessie-als-vervanging-voor-de-brainstorm/?cn-reloaded=1>