

Augmented Reality



MARKETING- EN MANAGEMENT
NIEUWS VOOR ONDERNEMERS
IN DE CULTURELE EN CREATIEVE
INDUSTRIE



Meeroudige waardecreatie

Nieuwe tijd, nieuwe vraagstukken. De economie van het denken zal de economie van het nadenk geld niet doen verdwijnen. Samen met NHTV werpen we een blik op de toekomst van verdienmodellen in de sector, op zoek naar nieuwe manieren om waarde te creëren. [Vraag pag. 5.](#)

Muzikaal wanaar

The Beatles begonnen er nu carrière en singles en wil elke grote muzikant er spelen: The Cavern Club in Liverpool. We spraken met eigenaar Dave Jones over de 'magie' van locaties en de manier om bijzondere plaatsen te benutten ten voordele van een hele stad. [Vraag pag. 6.](#)

Becoming Vincent

van Cogh bracht een groot deel van zijn leven door in Noord-Brabant, maar toch trekt de provincie nog maar weinig van Cogh-toeristen. Met 'Becoming Vincent' maakt het publiek kennis met het verhaal van de jonge van Cogh. [Vraag pag. 34.](#)

Ontdek meer met de ErfgoedApp

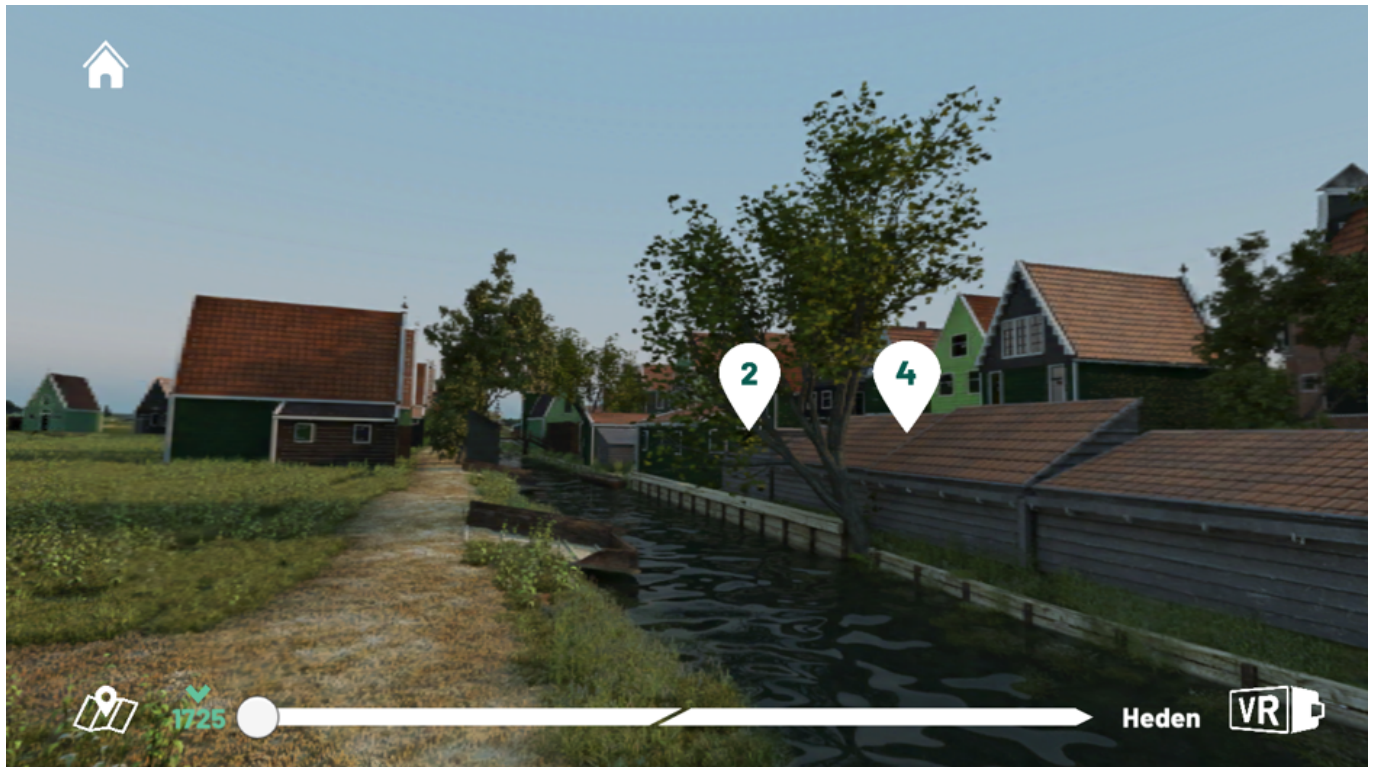
By Bram Wiercx | Augmented Reality



Objecten in musea, archieven, erfgoedbibliotheken en historische plekken zijn ongemeen rijke bronnen van kennis. Dankzij de opkomst van het zogenaamde *Internet of Things* - waarbij allerlei voorwerpen met elkaar verbonden zijn en informatie uitwisselen - kan dat erfgoed nog meer inhoud en betekenis krijgen. De ErfgoedApp, ontwikkeld door FARO met technologie van het aan de Universit  de Lausanne verbonden Zwitserse bedrijf Vidinoti, werd in januari 2016 officieel gelanceerd door de Vlaamse minister van Cultuur. ([meer...](#))

VR/AR bij culturele instellingen

By Mark Stammes | Augmented Reality



Culturele instellingen zijn op zoek naar nieuwe innovatieve manieren om een betere ervaring te geven aan het publiek. Hiervoor blijken virtual- en augmented reality uitermate geschikt te zijn. Deze toepassingen maken het mogelijk om de beleving van een gebied te versterken, zonder dat de identiteit ervan verloren gaat. Het is ook een handig hulpmiddel om de jongere generaties meer aan te leren over cultureel erfgoed, natuurgebieden en musea. ([meer...](#))

Time Windows

Interactieve erfgoedspellen met Mixed Reality-componenten

By Joerie van Sister Marc van Hasselt | Augmented Reality



De ervaringseconomie draait op volle toeren. Bedrijven richten zich op *storytelling* om hun producten aan te prijzen. Erfgoedinstellingen gebruiken deze technieken als vanzelfsprekend, maar hebben te maken met concurrentie van pretparken en andere uitjes. Ook musea, kastelen en landgoederen willen een aansprekende ervaring bieden. Daarbij maken zij steeds meer gebruik van *gamification*, bijvoorbeeld met behulp van Virtual en Augmented Reality. ([meer...](#))

Carnaval des Moutons

Een draaimolen waar oude en nieuwe media elkaar ontmoeten

By Tim Meijerink | Augmented Reality



Van een afstandje ziet het er nogal vreemd uit: een draaimolen met een aantal levensgrote witte schapen en één zwart schaap. De mensen die erop zitten, dragen AR-brillen en knijpen hun vingers samen voor de ogen. Ze lijken iets aan te klikken terwijl de draaimolen rondjes blijft draaien. Na afloop klinkt er één vraag voortdurend rond: 'Maar wát zie je dan?' ([meer...](#))

Het ontwerpen van leefbare avonturen in de digitale wereld

By Anne Marleen Olthof | Augmented Reality



'Er was eens ... Ik voelde me niet-bestaand. Ik werd niet gezien, noch was ik van enig belang in jouw zinvolle leven. Wie ben ik nu? Wat heb je gedaan?' - internet ([meer...](#))

Erfgoed op de kaart met de app 'Linie 1629'

By Twan van Lierop | Augmented Reality



De gemeenten 's-Hertogenbosch, Heusden, Sint-Michielsgestel en Vught zetten cultureel erfgoed 'op de kaart' met een Augmented Reality-belevingsroute. De app 'Linie 1629' brengt de gebruiker op diverse historische plekken in en rond 's-Hertogenbosch om ter plaatse het verhaal van het beleg te beleven. ([meer...](#))

‘We moeten de verhalen die nu blijven liggen ook vertellen’

Vijfenzeventig jaar bevrijding in Vensterbank Musea, verspreid door heel Limburg

By Nicole Dillisse | Augmented Reality



Veel Limburgers hebben verborgen schatten uit de Tweede Wereldoorlog en dan met name uit de tijd van de bevrijding. Oorlogsattributen, verzetskrantjes, briefkaarten, foto's, bodemschatten of andere, vaak persoonlijke herinneringen. Reden voor documentairemaker Pieter-Nic van den Beuken uit het Limburgse Sevenum om daarmee een bijzonder project op te zetten in deze tijd waarin we 75 jaar vrijheid vieren: 'Ik roep mensen op om hun aandenkens aan de Tweede Wereldoorlog uit te stallen in hun vensterbank om zo van Limburg één groot

pop up-museum te maken. Zo vertellen we ook de persoonlijke verhalen die nu nog blijven liggen.' ([meer...](#))

Wat doet dat vliegtuig hier?

By Marcel van Kerkvoorde | Augmented Reality



Met een flits boort een Duitse jager zich in de Hollandse klei terwijl ik uitkijk over een langzaam veranderend landschap. Er zijn kosten nog moeite gespaard om de verbeelding aan te zetten en in een 360 graden-projectie zie ik het omliggende landschap in enkele minuten een verandering doormaken. Tweeduizend jaar vlieden voorbij van Romeins, dan Middeleeuws, naar vroeg-industrieel - en dan flitst in 1940 de Tweede Wereldoorlog het beeld in. ([meer...](#))

Zeventiende-eeuwse documenten tot leven wekken

Augmented Reality

By Pepijn Borgwat en Doruk Eker | Augmented Reality



Wat gebeurt er als je een aantal 400-jaar oude, vrijwel onleesbare documenten over Rembrandt van Rijn in een tentoonstelling legt, en je geeft de gemiddeld 60-jarige bezoekers een technisch hulpmiddel waar ze niet mee bekend zijn? In een notendop was dat het plan. Ontwerpbureau Synergique en de programmeurs van Orb Amsterdam wilden met behulp van Augmented Reality (AR) documenten uit het leven van meesterschilder Rembrandt van Rijn tot leven wekken in het Amsterdamse Stadsarchief. De tentoonstelling 'Rembrandt Privé' was geboren. [\(meer...\)](#)

Zeven goede redenen waarom een community je organisatie verbetert Begin ook een community!

By Angeli Poulssen | Augmented Reality



Als organisatie werk je je een slag in de rondte om alle boodschappen bij de juiste doelgroep te laten aankomen. Moest je vroeger enquêtes sturen om erachter te komen of er iets van je communicatiemiddelen was opgemerkt, tegenwoordig kun je dat digitaal checken. Maar écht contact met je doelgroep heb je meestal niet, tenzij je het gesprek aanknoopt op een bijeenkomst of beurs. Of als je een community begint! Je ontdekt dan dat je zomaar enthousiaste fans of ervaren experts in je achterban hebt, allemaal mensen die je als ambassadeur verder helpen of zelfs gratis kennis toevoegen. Verzamel ze, spreek ze aan op hun kennis en ideeën, maak ze medeverantwoordelijk en zorg dat ze elkaar en jouw organisatie in een opgaande spiraal inspireren en helpen. ([meer...](#))