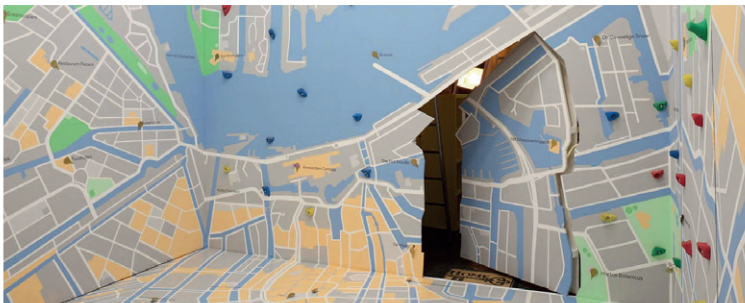


Johan Otten van
Studio Semaphore



ZO WIL STUDIO SEMAPHORE MET EEN VLEUGJE MAGIE HET BEDRIJFSLEVEN EN JONGEREN INSPIREREN

Zes jaar geleden startte Johan Otten met Studio Semaphore met de bouw van escaperooms, maar de focus ligt inmiddels veel meer op fysieke trainings- en promotiegames. Studio Semaphore biedt op creatieve wijze een leerzame omgeving voor bedrijfstrainingen. Otten wil zich nu ook inzetten voor de toekomst van de technieksector. Met innoverende games hoopt hij de jeugd te motiveren.

Studio Semaphore uit Veenendaal ontwerpt en realiseert fysieke interactieve games voor promotie en trainingsdoeleinden zoals brandactiverende escaperooms. In co-creatie met klanten en partners wil Otten met zijn groeiende bedrijf een beleving neerzetten die bij blijft. Samenwerken, informatie bijbrengen, fysieke handelingen ontwikkelen en de doelgroep enthousiasmeren zijn de pijlers onder het concept.

Otten werkt op dit moment aan een interactieve game voor de marine. "Dat doen we als onderdeel van het trainingsprogramma voor de matrozen die naar een leidinggevende functie gaan. Ze worden dan in een groep van twaalf in een ruimte gezet. Het is

niet zo dat ze dan binnen een bepaalde tijd moeten ontsnappen, zoals in een escape room, maar het is vooral de bedoeling dat ze opgaan in het verhaal dat wij uitzetten. We kijken samen met trainers naar wat vanuit de marine wordt gevraagd van de deelnemers en wat voor informatie ze willen overbrengen. Aan de hand daarvan creëren wij situaties waarin motivatie en spanning wordt toegevoegd. In die setting slaan met name de praktisch ingestelde mensen veel meer informatie op dan bij een klassieke lezing in een conferentieruimte of een klaslokaal."

Dat projecten van Studio Semaphore motiverend werken, zagen ook teammanagers van een groep

gevangenisbewaarders. “Voor hun training bedachten we een verhaal waarbij een gevangene een plan maakte om te ontsnappen. Daar kwamen de bewaarders tijdens de training geleidelijk achter. Toen in het laatste hoofdstuk de gevangene dreigde te ontsnappen zagen we bewaarders rennen om informatie te achterhalen. Hun teammanager zei al grappend: ‘ik heb ze dat in vijftien jaar niet meer zien doen!’ Je merkt dat de mensen echt kunnen opgaan in een verhaal. En op die manier ben je heel ontvankelijk voor de theoretische informatie. Ze kunnen het dan direct associëren met de praktijk”, aldus Otten.

CO-CREATIE

Studio Semaphore, een naam die verwijst naar de semafoor (het eerste bruikbare middel voor optische telecommunicatie) en stripfiguur Semafoor in de tekenfilm Dommel, kan een project van ontwerp tot uitvoering verzorgen. Daarbij staat co-creatie hoog in het vaandel. “Ons doel is altijd om te kijken: waar is behoefte aan en wat welke informatie wil een bedrijf overbrengen? De games die we ontwikkelen moeten exact aansluiten bij wat de klant voor ogen heeft en ook de bedrijfscultuur. Games moeten inhoudelijk kloppen. Anders wordt het niet serieus genomen. Door gerichte vragen te stellen aan klanten komen we tot een gezamenlijk plan. Als dat rond is, leveren wij de game kant en klaar af, met garantie en onderhoud.”

“Drie jaar geleden hebben we in Amsterdam een grote experience gebouwd voor Google. Dat was niet voor de werknemers, maar voor publiek. We bouwden een soort Sjakie in de Chocoladefabriek om te laten zien hoe Google werkt. Dat ging vooral



over data en wat Google doet met die data. Uit onderzoek bleek dat mensen in Nederland en Duitsland wereldwijd het minst vertrouwen hebben in hoe Google te werk gaat. Google kwam toen bij ons: ‘we hebben een imago-probleem en willen jullie meedenken hoe we hieraan kunnen werken?’ We lieten mensen bij de experience zien en ervaren hoe Google werkt”, aldus Otten.

TECHNIEKSECTOR

Studio Semaphore wil zich in de nabije toekomst ook meer profileren richting MKB. “We denken dan ook aan samenwerking met trainingsbureaus. We gaan dan niet op hun stoel zitten, maar we willen vooral meedenken in de uitvoering van een training. Wij zijn vooral makers. We hebben sinds kort ook een samenwerking met een consultant in horeca en leisure. Hij draagt ons voor bij bedrijven die

bijvoorbeeld met vraagstukken zitten over hoe ze hun personeel kunnen inspireren. Behalve onze expertise hebben we een breed netwerk met specialisten die Virtual Reality-experiences opzetten.”

Voor de toekomst van de technieksector hoopt Studio Semaphore een rol te kunnen spelen. “We zijn met een groep van zo’n tweehonderd bedrijven uit de regio Woerden samengekomen om te kijken hoe we jongeren kunnen bereiken om in de technieksector te gaan werken. Die kant willen we ook graag opgaan in de regio’s Utrecht en Vallei. Wij werken nu aan een loopbaanoriëntatiegame. Die gaat over de stad van de toekomst en daarin is reflectie een belangrijk element voor de deelnemer. Als je nu aan jongeren vraagt: ‘wil je monteur worden?’ Dan zullen ze zeggen: ‘weet ik niet of dat lijkt me niets’. Maar als je hen in een game kunt laten zien dat een monteur over vijf jaar met een drone service-onderdelen van bedrijf naar bedrijf brengt, dan pak dan heb je een grotere kans om jeugd te triggeren.”

“Ik merk zelf ook dat het onderwijs moeite heeft om up-to-date te blijven in lesaanbod als het gaat om ontwikkelingen in de technieksector. Ik geef part time les bij de studie Games Design in Utrecht. Over vier jaar zijn die jongeren afgestudeerd, maar niemand weet over vier jaar hot and happening is. Ontwikkelingen volgen elkaar snel op. Het is daarom ook goed om buiten het reguliere onderwijs educatievormen aan te bieden. Met mooie, creatieve projecten en nieuwe technieken willen wij een vleugje magie creëren. Interactieve games kunnen een bijdrage leveren om jongeren te inspireren.”

Geïnteresseerd in een samenwerking met Studio Semaphore?
Bezoek www.studiosemaphore.nl

