





## CROSS MEDIA CAFÉ

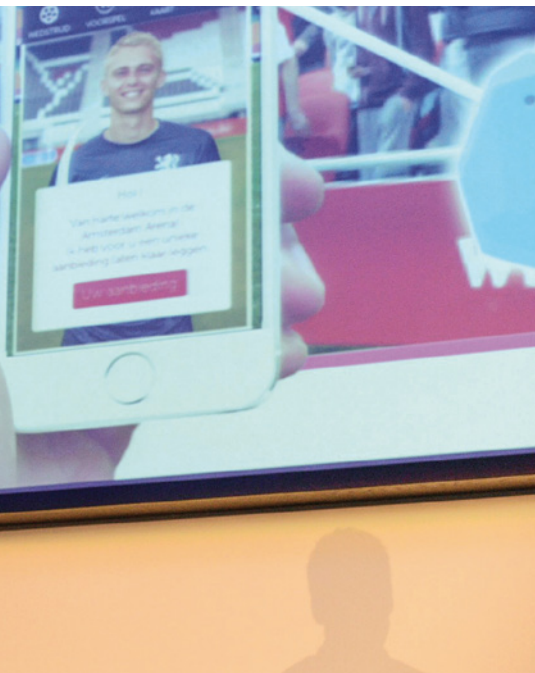
# INNOVATIEVE MEDIA- OPLOSSINGEN VERRIJKEN LIVE EVENTS

Rond live events is een nieuwe industrie ontstaan. Door innovatieve media en toenemende connectiviteit kan de ervaring van de bezoeker worden verrijkt en versterkt. Met als uiteindelijk doel meer loyaliteit en dus meer commerciële mogelijkheden. Tijdens het Cross Media Café in de Amsterdam ArenA presenteerde een reeks van ondernemers ideeën, productinnovaties en verdienmodellen.  Ellen Röling (Technoteksten)  Mark Janssen, ECP Group

**H**et Cross Media Café, een initiatief van Stichting iMMovator, heeft als doel innovatie in de media- en evenementenbranche te stimuleren door kennis te delen en professionals met elkaar in contact te brengen.

### MOJO EN LIVESCOPE

Een initiatief dat tijdens de middag gepresenteerd werd en goed op de doelstellingen van iMMovator aansluit, is het aankomende platform Livescope. Marcel Surendonk, Manager Sponsoring bij Mojo Concerts presenteerde



Livescope, een site met nieuws over innovaties in de event-industrie. Hij stelt dat er een kenniskloof begint te ontstaan tussen professionals uit de marketingwereld die denken dat ze weten hoe ze hun publiek via live events kunnen bereiken, en mensen die er écht verstand van hebben. Mojo wil die kloof dichten met Livescope, een online community voor professionals in live muziekevents. Livescope heeft een blogvorm. Het is de bedoeling dat experts vertellen over hun expertiseveld. De site is in de soft launchfase, een fase waarin content gemaakt wordt. Neem vast een kijkje op [www.livescope.nl](http://www.livescope.nl) voor een eerste indruk!

#### KIJKERVERING SPORTLIEFHEBBERS

Tijdens het Cross Media Café kwamen veel technische mogelijkheden aan bod om evenementen te verrijken. Van Virtual Reality en virtuele decors tot surround video. Een partij die rondom sportwedstrijden veel experimenteert met nieuwe technieken is TNO. Paul Valk presenteerde een aantal projecten waar TNO nu mee bezig is. HD-beelden schieten is geen kunst, maar deze hoge kwaliteit ook goed bij de consument krijgen, is nog niet altijd makkelijk, zo gaf Valk aan. Buffering, lange laadtijden of simpelweg congestie zorgen dat de consument afhaakt. TNO heeft een nieuwe technologie ontwikkeld onder de naam 'tiled streaming'. Met deze technologie kunnen beeldopnames van hoge resolutie (UHD of 4K) op mobiele apparaten zoals smartphones en tablets worden bekeken. Samen met de BBC is de technologie tijdens de Gemeenbestspelen in 2014 getest. Vijftig doorsnee Engelse huishoudens volgden de wedstrijden in ultra hoge resolutie via hun smartphone of tablet. De huishoudens konden in de iXperience applicatie van TNO navigeren en inzoomen op de beelden, waardoor ze zelf bepaalden waar ze tijdens een wedstrijd naar wilden kijken. De app en de kijkervaring werden positief beoordeeld door de testhuishoudens.

Cijfers en statistieken doen het altijd goed tijdens wedstrijden. Er is nu een technologie ontwikkeld die de snelheid van de bal meet tijdens een hockeywedstrijd. De toepassing gebruikt daarvoor een combinatie van GPS en radartechnologie. Tijdens het WK Hockey werd deze toepassing voor het eerst gebruikt. De technologie wordt momenteel aangepast voor het meten van de snelheid van de puck bij ijshockeywedstrijden. Een derde innovatie waar Paul Valk aandacht voor vraagt, is een nieuwe toepassing waarbij professioneel gemaakte content en user generated content kunnen worden samengevoegd bij live-uitzendingen. Dit verrijkt de registratie van wedstrijden met bijzondere beelden en perspectieven. Waar dit alles naartoe leidt? Valk noemt 'freeview'. Alle beschikbare beelden van een event worden gesynchroniseerd en gekoppeld en de consument bepaalt zelf waar hij naar kijkt.

#### CUSTOMER INTIMACY

Ramon Luijten (partner EMansion) werkt samen met TNO aan een project waarbij bezoekers van sportwedstrijden of andere grote stadionevenementen toegang moeten gaan krijgen tot HD panoramabeeld, waarin ze zelf kunnen kiezen waar ze naar kijken en waar ze op kunnen inzoomen (immersive video).

Na de presentatie van Paul Valk vertelt Luijten meer over toepassingen die de ervaring van eventbezoekers verrijken en versterken met als gevolg: grotere customer intimacy en uiteindelijk meer omzet. Neem bijvoorbeeld het gebruik van iBeacons tijdens rondleidingen, waarbij de klant een boodschap via smartphone gepusht krijgt als hij een bepaald punt (beacon) in de rondleiding bereikt. Een nieuwe toepassing is ook Face analytics, waarmee leeftijd, geslacht en stemming van bezoekers tot op 95% nauwkeurig kan worden bepaald, en content dus heel gericht kan worden aangeboden. Ook noemt



**Uw partner voor complete technische productie**



Livetime Productions BV • Fokkerstraat 18 • 2811 ER • Reeuwijk  
 T: +31 (0)88 548 38 46 • F: +31 (0)88 548 38 47  
 info@livetime.nl • www.livetime.nl



Follow us on



**WI-TRACK + WI-STACK TRUSS** A DREAM SOLUTION!

**SIL3 WINCHES**

SELF ENGINEERED - SPACE SAVING - EXTREMELY FAST ASSEMBLY TIMES

**MOTION CHAIN HOISTS**

CM Lodestar JJ 500kg | CM Varistar 500kg BGV-C1

Lift Champ 250kg / 500kg / 500kg double chain / 800kg BGV-C1 - ALL ZERO SPEED!

Liftket 2500kg BGV-C1



**WI**creations.com  
 Special Constructions and Effects

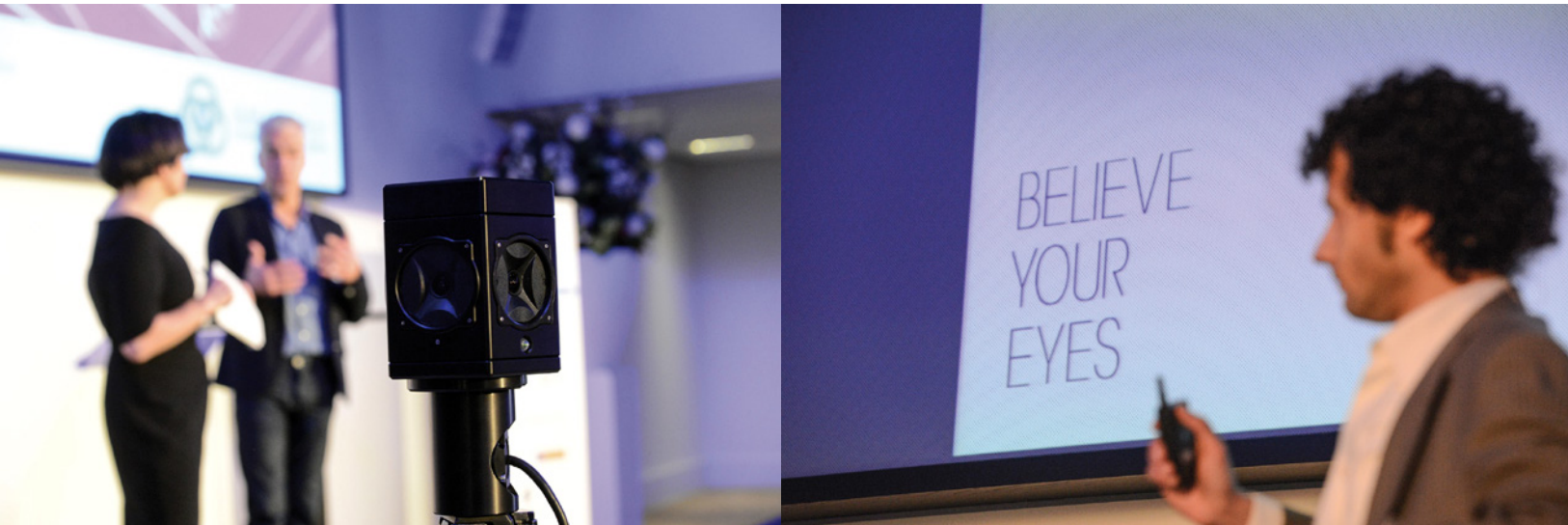
Concept design  
 Technical design  
 Internal engineering  
 Finite element calculations  
 Construction & testing

**WI**motion.eu  
 Innovative motion solutions

Variable speed chain hoists  
 SIL3 Winches  
 Elevators & Moving bridges

**NEW! our Laser Guided Wagons** SPEEDS up to 1m/s  
 WI-tracking system

**LARGE  
 Rental Stock**



hij een smartphonetoepassing die moet gaan voorkomen dat concertbezoekers 60% van hun tijd hun mobiel hooghouden om een video te maken. Bezoekers kunnen hun eigen video samenstellen door op de smartphone in hun broekzak te tappen. Zo ontstaat een video samengesteld uit professioneel beeld, met precies die favoriete momenten.

Er worden veel apps gemaakt om het leven van de smartphonebezoeker makkelijker en leuker te maken. Maar het is nog een hele kunst om de juiste app op het juiste moment te gebruiken (of te herinneren). Emansion is bezig met location based app presentment. Met deze toepassing krijgt de consument op het juiste moment en op de juiste plek een relevante boodschap op het scherm. De betreffende app hoeft daarvoor niet per se op het toestel van de consument geïnstalleerd te zijn. Dit heeft twee voordelen: meer gemak voor de consument, maar ook meer kans voor bouwers om zichzelf aan consument te presenteren.

#### DECORS VERRIJKEN

Vanuit de AV-industrie presenteerden Leonie Rotermundt, General manager van Prographics en Jonathan Vermeulen, commercieel manager Avi-Drome, de toepassing van augmented reality tijdens de live shows van The Voice of Holland. Op het scherm is een opname te zien van een deelnemer die in een kathedraal lijkt te zingen. Dit was het werk van Prographics en Avi-Drome. Bij augmented reality worden 'add ons' aan de content toegevoegd. Dat kan realtime. De kathedraalbeelden waren als extra laag aan de opnames toegevoegd, en dus alleen zichtbaar voor kijkers thuis. De techniek is ook al toegepast om extra grafische elementen toe te voegen aan het NOS Journaal en Studio Sport.

Vernieuwend is het gebruik van augmented reality in het nieuwe quiz- en loterijprogramma: The Big Picture. Dit programma wordt vooraf opgenomen, maar krijgt een 'live' gevoel doordat kijkers tijdens de uitzending kunnen meespe-

len via een app. Thuiswinnaars komen ook 'realtime' in beeld, doordat foto en naam tijdens de uitzending in een grafische laag aan de originele opnames worden toegevoegd. Te winnen geldbedragen liepen op tot 5.000 euro. Dit soort formules is met name kansrijk naarmate te winnen bedragen hoger kunnen zijn.

Ook tijdens live events hebben decors een grote invloed. Hidde Kross representeerde tijdens het Cross Media Café Veejays.com, de grootste club van live video performers in Nederland. Een 'veejay' is een bouwer van virtuele decors, bijvoorbeeld bij dance events of shows. Via beeld kan de bezoeker aanvullende informatie krijgen over wat er op het podium gebeurt en kan de podiumactie worden uitvergroot, zoals bij concerten. Maar beeld is ook een belangrijke sfeerbepaler. Beeld onderstreept de identiteit van het festival, voert de bezoeker mee in een droom en zorgt voor een onvergetelijke indruk. Voor festivals is vooral dat laatste, gezien het grote aanbod, een belangrijk aspect. De LED wall is het instrument van de veejay. In opkomst is 3D mapping, waarbij beamers zorgen voor een 3D-beeld op het podium. Kross laat tijdens zijn presentatie spectaculaire beelden zien van virtuele decors gebouwd door veejays. Maar wat kost dat nu? Kross wil weinig kwijt over wat een goede visual experience kost voor een event. Een en ander is ook afhankelijk van de complexiteit.

#### VIRTUAL REALITY IN IEDERS BEREIK

Een andere techniek die onder de loep werd genomen is het gebruik van Virtual Reality. Met de opkomst van de Oculus Rift is Virtual Reality steeds populairder geworden onder mediaprofessionals, bijvoorbeeld bij gaming. Ook wordt er steeds meer gebruik gemaakt van surround video. Virtual Reality zou daadwerkelijk kunnen worden ingezet om de beleving van live events intenser te maken of events naar een nieuw publiek te brengen, als de VR-brillen maar niet zo duur waren. Google heeft een oplossing: Google Cardboard, een simpel kartonnen gadget dat nog geen vijf euro kost.



# CREW SOLUTIONS

YOUR PROFESSIONAL PARTNER IN EVENTS

STAGEHANDS / SCAFFOLDERS / CLIMBERS / RUNNERS / FORKLIFT-  
DRIVERS / FOLLOWSPOT OPERATORS / SHOWCREWS / CHANGE-  
OVER CREWS / STAGEMANAGERS / PRODUCTION MANAGERS

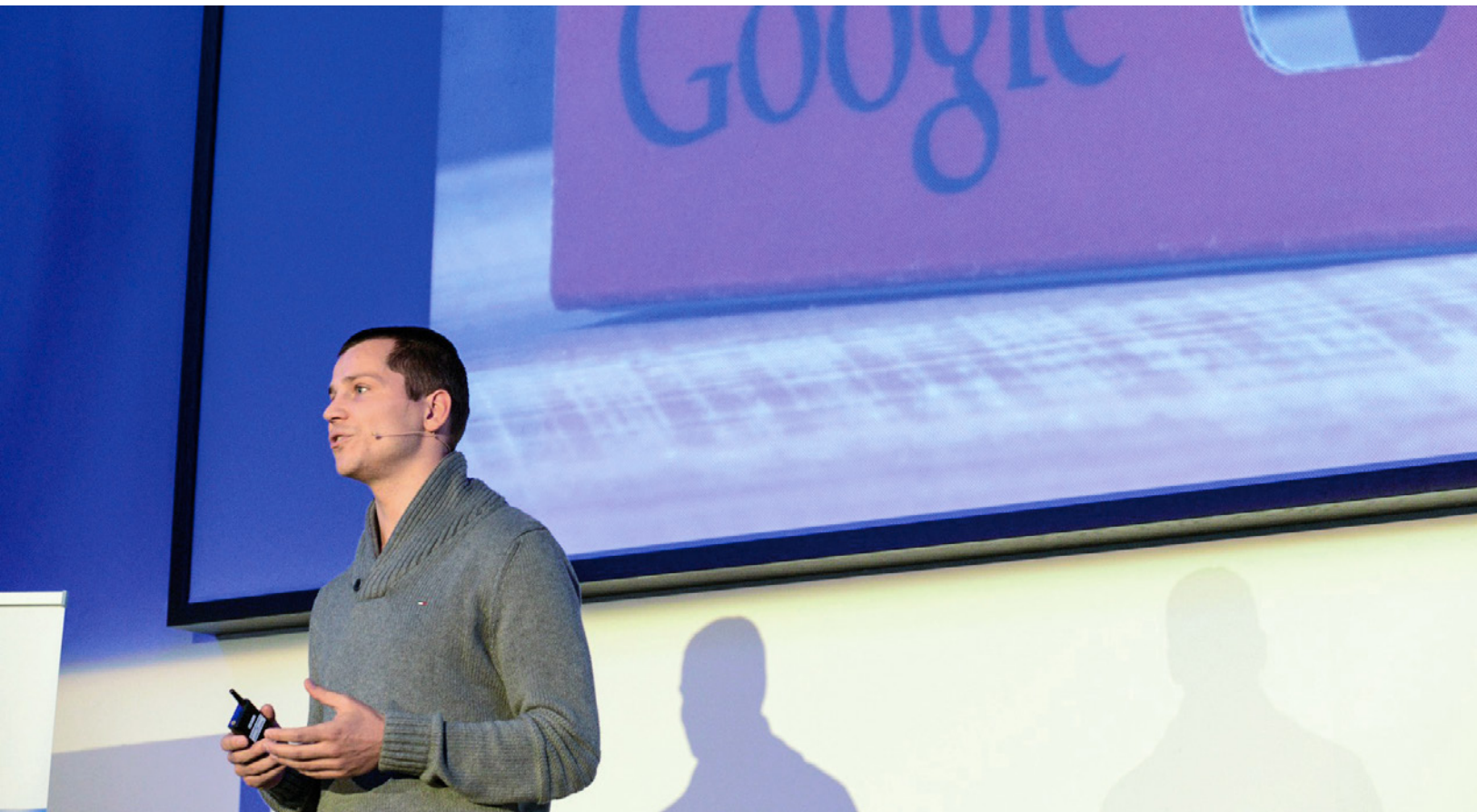
---

T +31 (0) 76 520 74 07

E [planning@crewsolutions.nl](mailto:planning@crewsolutions.nl)

I [www.crewsolutions.nl](http://www.crewsolutions.nl)

---



Jasper de Valk, Industry Manager bij Google Nederland vertelde tijdens het Cross Media Café over de lancering van Google Cardboard in Nederland tijdens het TEDxAmsterdam congres afgelopen november. In de Stadsschouwburg waar TEDxAmsterdam plaatsvindt, is er slechts plek voor zo'n 700 man, maar er zijn minstens dubbel zoveel aanmeldingen. Daarom zijn er door de hele stad livestream parties voor mensen die niet meer in de schouwburg pasten. In samenwerking met yellowBird zorgde Google voor een live VR videoverslag van de bijeenkomst. yellowBird plaatste hiervoor een 360 graden-camera op de eerste rij. Met behulp van Google Cardboard, een Google-app en hun eigen smartphone konden mensen op straat en bij de livestream parties virtueel meekijken vanaf de eerste rij. Alleen al het gegeven dat er dankzij deze oplossing oneindig veel frontrow seats gegenereerd kunnen worden, prikkelt de creativiteit. Maar ook andere toepassingen werden genoemd: zoals meevliegen met een drone door het bekende Nieuwjaarsvuurwerk in Sydney, of testritten maken in nieuwe auto's, fashion shows bijwonen of backstage bij concerten zijn.

Jan Albert Jager, Chief Business Development Officer van yellowBird ging na het verhaal van Google's Jasper de Valk nog even verder in op surround video. yellowbird maakt 360 graden video. Maar, zo zegt Jager: "360 graden is leuk, maar wat kun je ermee? Het moet iets opleveren: geld, likes..."

yellowBird ondersteunt bedrijven daarom bij het uitwerken van 360 graden videoconcepten tot en met distributie. yellowBird zelf focust op toepassingen in sport, muziek en grote live events, zoals Sensation in de Amsterdam ArenA en een grootse fashion show die fans dankzij een surround videostream mee konden beleven vanaf de eerste rij. Jager stelt dat live events dankzij surround video extra revenuen kunnen opleveren. Ten eerste door extra kaartverkoop van virtuele plaatsen op de eerste rij en daarna als Video-on-Demand. Hiermee doorbreek je de traditionele beperkingen van een live event: limited time, limited location en limited seats.

#### GESLAAGD

De organisatie kijkt terug op een geslaagde middag. Marlies Hakvoort (communicatie, iMMovator): "Het is mooi om te zien dat professionals uit de media-, en eventbranche elkaar ontmoeten en inspireren. Dankzij nieuwe technologieën, diensten en producten zijn de mogelijkheden voor innovatie eindeloos. Mooie toepassingen daarvan werden tijdens het Cross Media Café gepresenteerd." Op de website van iMMovator zijn van elke spreker de presentatie en video terug te vinden in de mediatheek. iMMovator organiseert zes keer per jaar een Cross Media Café over verschillende onderwerpen. Het volgende café is op dinsdag 31 maart en staat in het teken van 'news & new media'. ■