

CROSS-SECTORALE INNOVATIE OP MUZIEKFESTIVALS



“ AN EXCITING TEASER OF ”
WHAT MIGHT BE
AHEAD OF US

INHOUDSOPGAVE



Rijdende afval stage
12



10

Interactieve
billboards
16

Augmented Reality
wachtruimte
20

Arcade
vuilnisbakken
14

Afval opruimen
met bestuurbare robot
15

Rustmoment
tijdens het wachten
22



18

Wachten met
Artificial Intelligence
24

Beweging tijdens
het wachten
26

Slimme
looproutes
31



28

Zelf-service
bar
30

INLEIDING

Elk jaar zal de festivalorganisator weer zijn stinkende best moeten doen om de beleveniswaarde van muziekfestivals te verhogen om aan de verwachtingen van het kritische publiek te voldoen en boeiend te blijven (Duijn, 2019). Om dit te doen staan festivalorganisatoren voor grote uitdagingen. Ze zijn op zoek naar oplossingen die ook nog eens de beleving verhogen.

Je kunt de beleving voor de bezoeker verhogen door te innoveren vanuit je eigen sector, maar je kunt ook kijken naar innovaties in andere sectoren en deze implementeren in de festivalsector. Dit wordt cross-sectorale innovatie genoemd. Cross-sectorale innovatie is een slimme manier om je innovatieve inspanningen een duwtje in de rug te geven door overeenkomsten te schetsen en verschillende benaderingen over te brengen, buiten de kaders van je eigen sector. Door jezelf toegang te geven om naar het onbekende te kijken en nieuwe plekken te ontdekken die je nog niet eerder had onderzocht ga je van 'best practices' naar 'next practices'. Cross-sectorale innovatie draait allemaal om onderzoeken, observeren, nieuwe connecties leggen en experimenteren met verschillende combinaties (Vullings & Heleven, 2015).

Binnen het onderzoeksproject POPLIVE, die de waarde van live popmuziek analyseert, ben ik gaan onderzoeken op welke manier toepassingen uit niet-festival gerelateerde sectoren kunnen bijdragen aan het verhogen van de beleveniswaarde van muziekfestivals. Dit heb ik gedaan door onderzoek te doen naar welke uitdagingen er op dit moment spelen bij muziekfestival, om erachter te komen voor welke onderdelen van een muziekfestival innovatie op dit moment het meest essentieel is.

De grootste uitdagingen waar muziekfestivals op dit moment mee kampen volgens festivalorganisatoren en festivalbezoekers zijn afval op het festivalterrein en wachtrijen. Wilt u erachter komen hoe innovaties uit andere sectoren toegepast kunnen worden om deze uitdagingen op muziekfestivals op te lossen? Lees dan verder en ga op in de wereld van cross-sectorale innovatie op muziekfestivals.



“

DOOR JEZELF TOEGANG TE GEVEN OM
NAAR HET ONBEKENDE TE KIJKEN EN
NIEUWE PLEKKEN TE ONTDEKKEN DIE JE NOG
NIET EERDER HAD ONDERZOCHT GA JE VAN
‘BEST PRACTICES’ NAAR ‘NEXT PRACTICES’

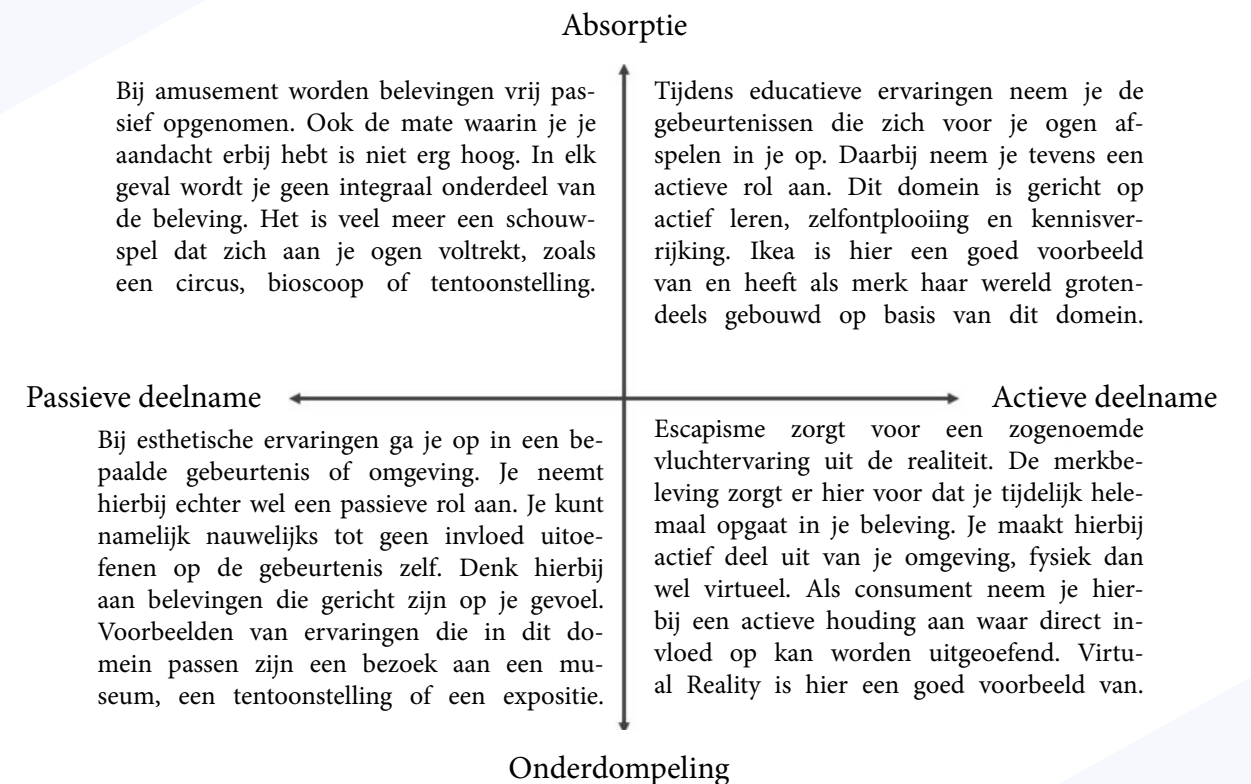
”

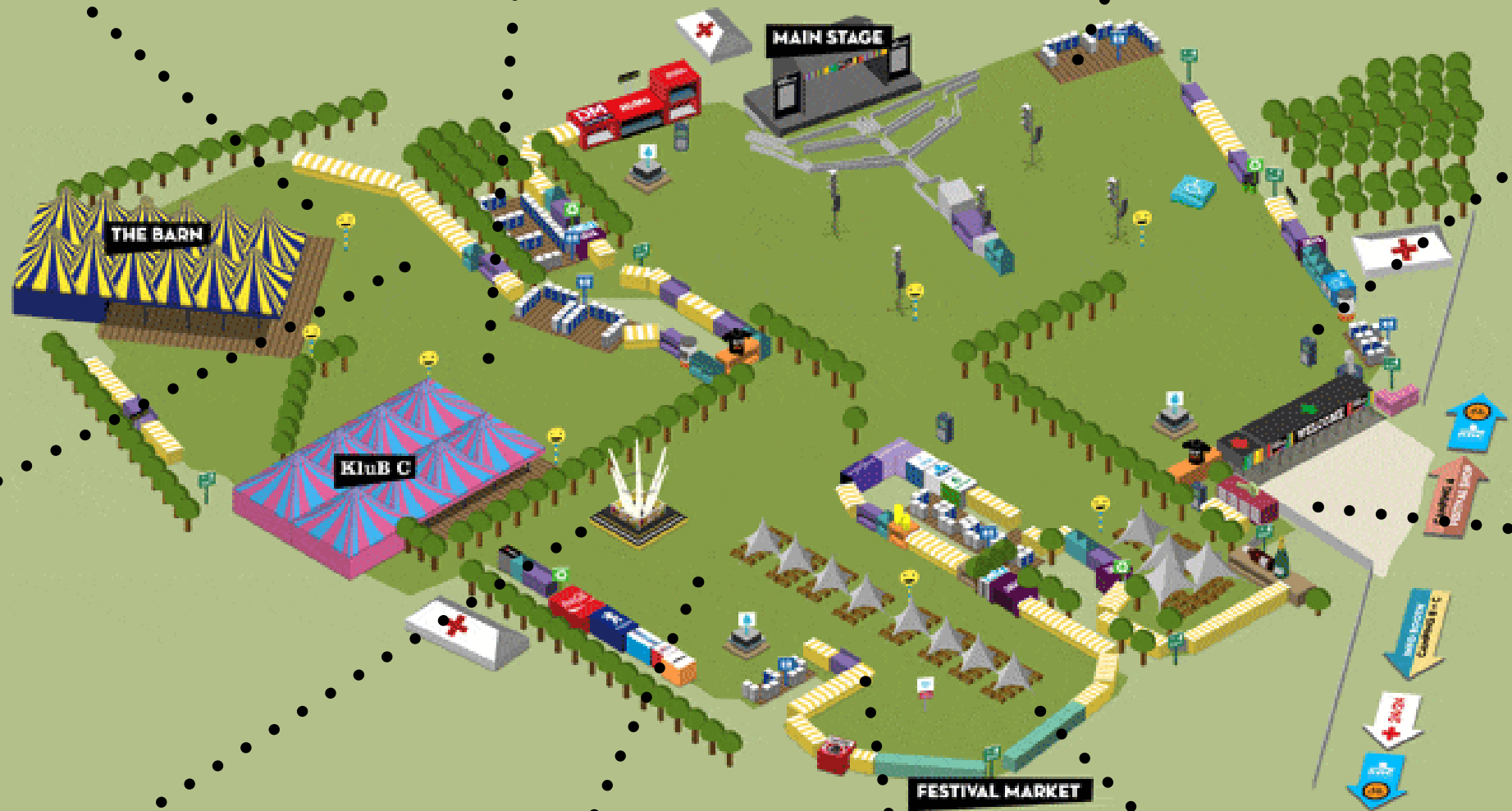
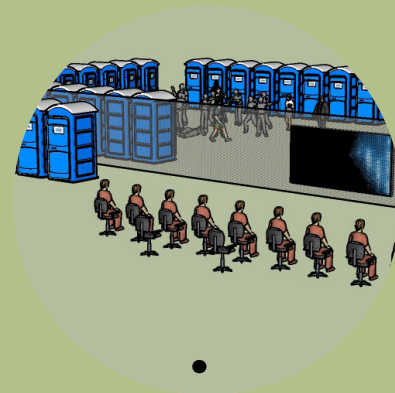




BELEVENISWAARDE

Om de beleveniswaarde op muziekfestivals te verhogen moeten festivalbezoekers betrokken worden. Een beleving is datgene wat wij met onze zintuigen zien, horen, ruiken, voelen, proeven of onbewust ervaren. Beleving is een attractie. Om de consument te verleiden tot een transactie, is het zaak om deze attractie te verbeteren. Hiervoor moeten zoveel mogelijk zintuigen worden bespeeld. Volgens onderzoek van Pine en Gilmore (Pine & Gilmore, 1999) bepaalt het niveau van betrokkenheid het domein van een belevenis. Zo zouden er vier belevenisdomeinen zijn: Amusement, educatie, esthetiek en ontsnapping (Eurib, 2009). Bij de ideeën die u in dit magazine zal tegenkomen zal ook aangehaald worden op welke belevenisdomeinen er wordt ingespeeld.





-  Voorground informatie
-  Oorsprong van het idee
-  Het idee
-  Belevensdomein en waarde
-  Type investering

AEVAL

RIJDENDE AFVAL STAGE



Vanuit deze innovaties ben ik gekomen op het idee om een rijdende afvalbak te combineren met entertainment door afvalbakken rondom een rijdende DJ booth te hangen. Hierbij zal ook nog een entertainer aanwezig zijn, die via een microfoon het publiek entertaint en mensen aanspoort om afval weg te gooien. Ook kan dit gecombineerd worden met een pop-up concert door op de rijdende afval stage bekende artiesten die op het festival staan te laten optreden. Hierdoor wordt er ook een verrassingselement gecreëerd.

Naast dat deze rijdende en muziek afspelende stage erg zal opvallen, zal er een spelelement op toegepast worden door de afvalbakken in te richten als basketbalnetten, die ook nog eens aangeven in welk net je welk soort afval moet gooien. Hier zullen vuilniszakken inzitten, zodat het er niet doorheen kan gaan. Hierdoor wordt het afval ook nog eens gescheiden (Murano, 2015) en wordt er ingespeeld op de trend "gamification". Gamification is het toepassen van speltechnieken in een niet-game omgeving. De spelelementen worden gebruikt om de aandacht te trekken van de bezoekers van je event, hen te motiveren en hun ervaring te verrijken. Zo kun je op een speelse manier je boodschap overbrengen (Bano, 2019). Om ervoor te zorgen dat het afval wat mis wordt gegooid wordt opgevangen zullen er netten onder hangen die deze overblijfselen opvangen. Het kan natuurlijk ook voorkomen dat afval te hoog wordt gegooid. Hiervoor zullen er ook doorzichtige schermen komen te hangen rondom de DJ. Hierdoor kan het niet tegen hem of de apparatuur aankomen.

Deze rijdende afval stage zal op een veilige wijze over het festivalterrein heen manoeuvreren door stapvoets over het festivalterrein heen te rijden. Daarnaast zal er een verkeersregelaar meelopen die op een ludieke, maar veilige manier ervoor zal zorgen dat er niemand geraakt wordt door deze rijdende stage (Aalbers, 2019).

De stage zal op verschillende plekken waar veel afval wordt verwacht stil gaan staan. Dit zijn bijvoorbeeld plekken vlakbij de catering, maar ook een tactische plek na een optreden bij de mainstage, waar mensen langslowen als ze vanuit daar naar een ander deel van het festivalterrein lopen. De rijdende stage zal pas weer naar een andere plek gaan rijden als de grote menigte zich weer heeft verspreid naar andere delen van het festivalterrein, zodat er een veilige doorgang is om een nieuwe plek te zoeken.



De rijdende afval stage zal zorgen voor amusement en educatie bij de festivalbezoeker. Het is namelijk een schouwspel dat voor de festivalbezoekers ogen zal gebeuren, maar de bezoeker neemt ook een actieve rol en leert door middel van de basketbalnetten om afval te scheiden.

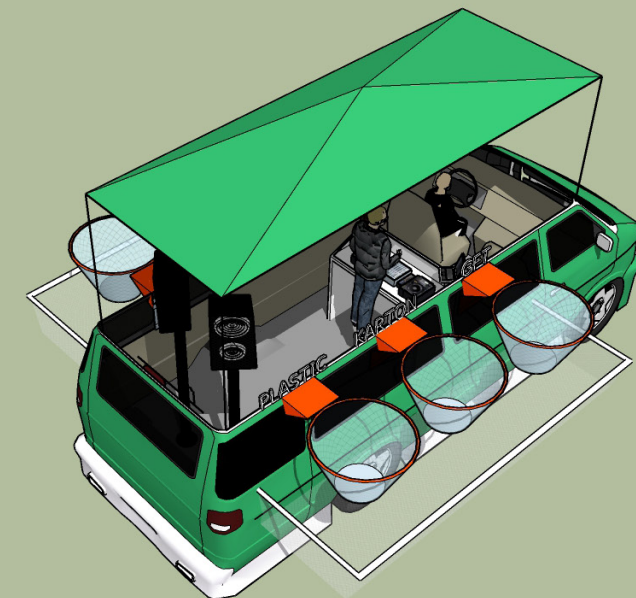


Middelhoge investering

i Op een muziekfestival ontstaat heel veel afval en ligt er veel afval op de grond. Per persoon blijft er gemiddeld 2,33 kilogram afval achter op het festivalterrein (Retulp, 2019). Deze hoeveelheid afval kan vermindert worden door duurzame oplossingen, maar er kan ook gezorgd worden voor het leuk maken van afval weggooien. Waardoor bezoekers hun afval niet op de grond gooien, maar graag in de afvalbak gooien.

Q Dit idee komt voort uit het idee van het technische innovatiebedrijf Accenda, die een rijdende robot afvalbak ontwikkelde die naar jouw toe komt in plaats van dat je naar de prullenbak moet lopen (Haagse Handen, 2017). Daarnaast komt dit idee voort van de gemeente Antwerpen. In Antwerpen zijn er 20 jukebox vuilnisbakken geplaatst in de stad en omliggende districten. De prullenbakken maken deel uit van het initiatief genaamd Trash Tunes. Dit initiatief spoort mensen aan om hun afval in de prullenbak te gooien. Als iemand iets in de prullenbak gooit begint er een liedje af te spelen (Trendwatching, 2016).

“ Per persoon blijft er gemiddeld 2,33 kilogram afval achter op het festivalterrein ”



ARCADE VUILNISBAKKEN



De rijdende afval stage valt heel erg op en bereikt daarom veel mensen. Deze mensen zullen hierdoor awareness krijgen dat afval niet op de grond moet, maar netjes in een prullenbak. Om dit buiten de rijdende afval stage te blijven stimuleren zullen er ook andere innovaties worden toegepast die te maken hebben met gamification.



Dit idee komt voort uit een afvalbak van Sencity. Sencity wil het afval op de straten in steden gooien voorkomen door van afval weggooien een spel te maken, genaamd TetraBIN (Naudus, 2020). De TetraBIN is een grote vuilnisbak met drie kanten met screen display. In de binnenkant zitten sensoren die voelen als er iets in de vuilnisbak wordt gegooid. Op het scherm gaan de blokjes van Tetris heen en weer. Je moet het afvalstuk op het juiste moment erin gooien zodat je zo hoog en lang mogelijk kunt stapelen, wat het idee is achter Tetris (Pinetree Labs, 2014). De display van het scherm kan worden veranderd, waardoor je ook bijvoorbeeld een Tetrabin met een basketbalnet kan weergeven op het scherm. Om in dezelfde lijn te blijven als de rijdende afval stage.



Het idee is om deze arcade vuilnisbakken ook op festivalterreinen te plaatsen. Festivalbezoekers kunnen de spellen tegen elkaar spelen. Het leuke is dat je afval nodig hebt om door te kunnen blijven spelen. Hierdoor zullen degene die aan het spelen zijn graag het afval van anderen bezoekers aanpakken of zullen ze zelfs afval van de grond pakken.



Door deze arcade vuilnisbakken verspreid over het festivalterrein te plaatsen kun je de bezoeker stimuleren om het terrein schoon te houden. Hierbij komt ook een stukje bewustwording kijken, dat het niet normaal is om zomaar al je afval op de grond te gooien op een muziekfestival. Dit maakt het niet alleen leuk, maar ook leerzaam. Dit maakt dat deze innovatie niet alleen zorgt voor amusement, maar ook voor een educatieve ervaring.



Lage investering



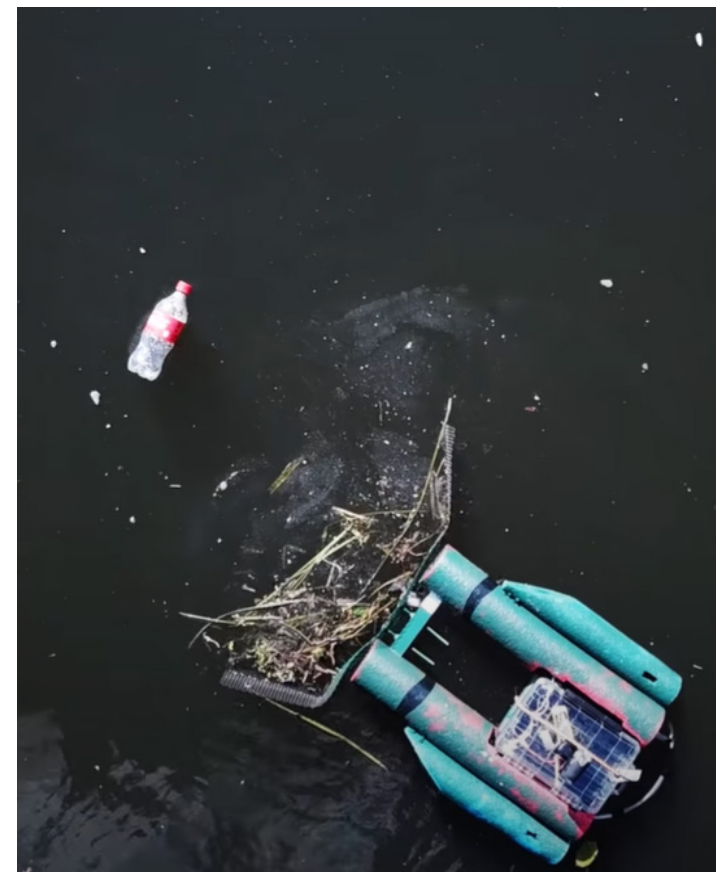
AFVAL OPRUIMEN MET BESTUURBARE ROBOT



Zoals eerder genoemd blijft er veel afval liggen na afloop van een muziekfestival op een festivalterrein. Gemiddeld wel 2,33 kilogram per persoon (Retulp, 2019). Na het festival moet dit allemaal opgeruimd worden. Hoe tof is het om de bezoekers hierin te betrekken en hier tijdens het festival aan mee te laten werken?



Dit idee komt voort van het bedrijf Urban Rivers die een manier zocht om de rivier van Chicago schoon te houden. Hiervoor hebben ze de Trash Robot bedacht. Dit is een varende robot die vuilnis weghaalt uit de rivier. Het leuke eraan is dat mensen deze robot van huis uit kunnen besturen. Zij kijken door de ogen van de robot om te zien waar er afval ligt en kunnen er naar toe varen en het afval collecteren (Urban Rivers, 2020). Met deze innovatie wordt wederom ingespeeld op gamification.



Dit is ook toe te passen op muziekfestivals met bestuurbare robots die op land kunnen rijden. Het idee is om een aantal keer op de dag delen van het festivalterrein af te zetten, waar dan een soort strijdarena ontstaat. In deze arena zullen vier robots geplaatst worden die gemaakt zijn om bestuurbaar afval op te ruimen. Er zullen vier bezoekers die graag mee willen doen uitgekozen worden om een wedstrijd te houden wie er het meeste afval kan opruimen met de bestuurbare robot in een bepaalde tijd.

Om bezoekers hier ook echt aan mee te laten werken kun je ze iets bieden als beloning. In april 2018 bood Pokemon Go bijvoorbeeld ook een game aan, waarbij spelers beloningen kregen voor het verzamelen van afval (Pokemon Go, 2018). Dit kun je bij muziekfestivals doen door kaarten weg te geven aan degene die het meeste afval heeft opgeruimd.



Door deze arcade vuilnisbakken verspreid over het festivalterrein te plaatsen kun je de bezoeker stimuleren om het terrein schoon te houden. Hierbij komt ook een stukje bewustwording kijken, dat het niet normaal is om zomaar al je afval op de grond te gooien op een muziekfestival. Dit maakt het niet alleen leuk, maar ook leerzaam. Dit maakt dat deze innovatie niet alleen zorgt voor amusement, maar ook voor een educatieve ervaring.



Lage investering

INTERACTIEVE BILLBOARDS

i Volgens onderzoek van Greenevents hebben veel muziekfestivals duurzame programma's. Duurzaamheid is ook een trend binnen muziekfestivals (Open Rotterdam, 2018). De prioriteiten liggen bij plastic afval, camping afval en materialen die achter blijven na het afbouwen van podia. De uitdagingen van het afval wat ontstaat door sigaretten heeft tot nu toe minder aandacht op zich gevestigd. Volgens Greenevents zijn er oplossingen voor het collecteren van sigaretten. Deze oplossingen moeten plezierig, interactief en makkelijk te bereiken zijn (de Brito & Cavagnaro, 2016).

Q De oplossing voor deze uitdaging ligt in de duurzame sector, bij het Engelse Hubbub. Hubbub ontwerpt campagnes die inspireren om beter voor het milieu te zorgen. Zij benaderen dit op een positieve manier door met speelse campagnes te komen, waardoor mensen samen komen en zich bewust worden van een duurzamer leven (Hubbub, 2016a).

De innovatie van Hubbub die toegepast zal worden op muziekfestivals is de Ballot Bin. De Ballot Bin geeft een vraag weer met daaronder twee antwoorden. Rokers kunnen op één van de antwoorden stemmen door hun sigaret uit te maken en vervolgens door het gaatje te gooien bij hun gekozen antwoord. De sigaretten stapelen op achter doorzichtig glas, waardoor je kan zien welk antwoord populairder is. De vragen op de Ballot Bin kunnen makkelijk veranderd worden door de eigenaar, waardoor je de vragen kunt stellen die inspelen op jouw publiek (Hubbub, 2016a).

Rokers vinden de Ballot Bins aantrekkelijker om te gebruiken dan normale asbakken en gebruiken ze eerder. Uit de ervaringen van Hubbub blijkt dat de Ballot Bin sigaretten afval kan verminderen met maar liefst 46% (Hubbub, 2016a).



💡 De Ballot Bin zou een goede toepassing zijn voor het probleem van sigaretten afval op muziekfestivals. Festivalbezoekers hoeven geen gebruik meer te maken of op zoek te gaan naar een asbak en kunnen ook nog eens verleid worden om hun sigaretten niet op de grond te gooien. Dit kan gedaan worden door vragen op te stellen die van toepassing zijn op de doelgroep van het festival of door vragen op te stellen die op dat moment spelen in het dagelijks leven. De Ballot Bins moeten wel op tactische en opvallende plekken op het festivalterrein staan. De bezoeker moet namelijk voor het opsteken van de sigaret al weten waar ze hem kunnen laten als de sigaret opgerookt is.

💎 De Ballot Bin draagt bij aan het afval probleem, doordat er minder afval op de grond belandt. Sigaretten filters zijn gemaakt van celluloseacetaat, dit is een type plastic die er 13 jaar over doet om af te breken. Door de Ballot Bin blijft er minder afval achter op het festivalterrein en zorgt het voor het milieu.

Deze innovatie speelt met name in op een educatieve ervaring. Dit domein is gericht op actief leren en kennisverrijking. Met deze innovatie leer je bezoekers op een speelse manier om sigaretten niet zomaar op de grond te gooien. Daarnaast kan het ook nog eens zorgen voor kennisverrijking door wat meer serieuze vragen te stellen, waardoor mensen met elkaar in discussie gaan over een onderwerp en elkaars kennis verrijken.



Lage investering

“ Uit de ervaringen van Hubbub blijkt dat de Ballot Bin sigaretten afval kan verminderen met maar liefst 46% ”

WACHTRIJEN

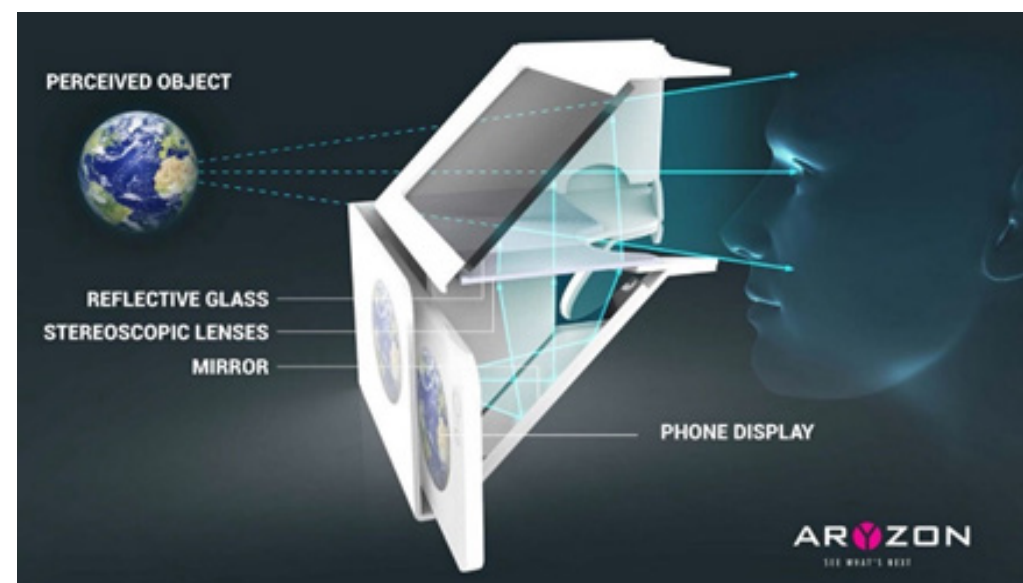
AUGMENTED REALITY WACHTRUIMTE



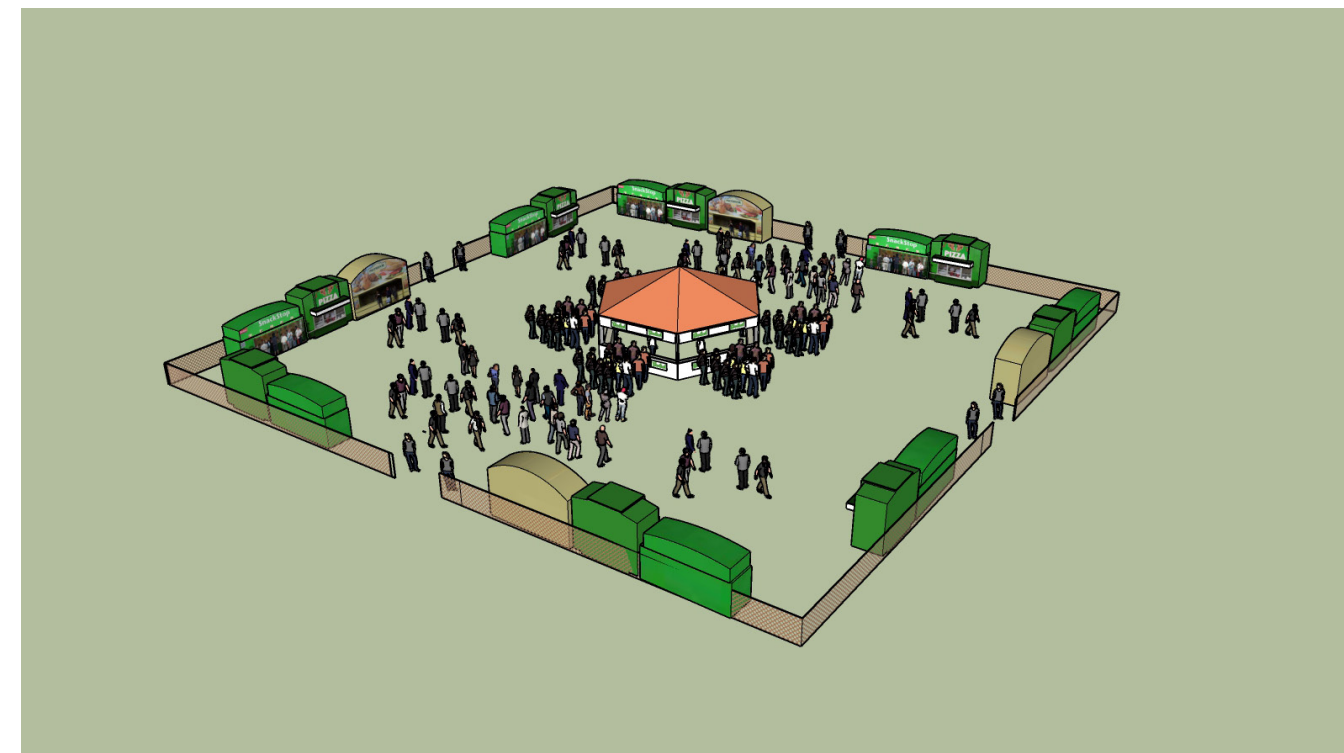
De meesten van ons hebben een hekel aan wachten. Wachttijden blijken van grote invloed op klanttevredenheid. Voor klanten blijkt de werkelijke wachttijd relevant. Het gaat om de relatie tussen verwachte wachttijd en ervaren wachttijd. De ervaren wachttijd is doorgaans een stuk langer dan de werkelijke wachttijd: tot wel 36%. Je kan natuurlijk de werkelijke wachttijd verkorten, maar er kan ook iets gedaan worden aan de wachttijd die de klant ervaart (Reichardt, 2019). Aan de hand hiervan ben ik op het idee gekomen om wachtrijen dus niet te verkorten, maar de beleving ervan te verhogen en mensen iets te laten doen tijdens het wachten. Hierdoor wordt de ervaren wachttijd verkort.



Dit wil ik gaan doen door in te spelen op de trend augmented reality. Augmented reality combineert computer gegenereerde elementen met de werkelijkheid om zo een aangevulde realiteit te creëren. Met augmented reality hebben mensen interactie met computer gegenereerde animaties terwijl zij zich in de werkelijke wereld bewegen. Augmented reality zal in de toekomst niet alleen van invloed zijn op het technische aspect bij evenementen, maar zal de bezoekers ook een waardevollere ervaring geven (Bano, 2018).



“ Augmented Reality zal bezoekers in de toekomst een waardevollere ervaring geven ”



Op muziekfestivals zal er een ruimte op het festival ontstaan waar meerdere bars en eettentjes bij elkaar zitten. Dit zal een omheinde plek worden, waar mensen bij binnenkomst van de ruimte een Augmented Reality bril krijgen. Er bestaan Augmented Reality brillen met een ingebouwd systeem. Deze zijn mooi, maar erg duur. Daarom is er een mooi alternatief. Namelijk de kartonnen Aryzon Augmented Reality headset (Aryzon, 2020). In deze headset kun je een telefoon plaatsen, waarvan het scherm gereflecteerd wordt en je het door de bril heen kunt zien. Aryzon werkt met bijna alle iOS en Android telefoons (Vuforia, 2020).

Aryzon biedt verschillende minigames aan. Deze minigames zullen geïmplementeerd worden in de festivalapp, zodat de festivalbezoeker niet nog een extra app hoeft te downloaden. Hierdoor kunnen festivalbezoekers die aan het wachten zijn voor een bar of een eettentje met deze Augmented Reality bril spelletjes doen om de tijd te doden. Wanneer je aan de beurt bent om te bestellen moet je de headset weer inleveren, anders kun je geen drank of eten halen. Hierdoor zorg je ervoor dat bezoekers de headset weer inleveren. Zolang ze dit niet doen, kunnen ze namelijk niet bestellen.

Het positieve aan een Augmented Reality bril is dat er beelden voor je ogen komen die er in de realiteit niet zijn. Hierdoor kun je de 'echte wereld' nog wel zien, waardoor je niet helemaal afgezonderd bent en weet wanneer je aan de beurt bent.



Met deze innovatie wordt er ingespeeld op het belevenisdomein: escapisme, doordat de concentratie van de bezoeker verplaatst wordt van de wachtrij naar een andere wereld. Door deze innovatie leer je dat wachten geen slechte ervaring hoeft te zijn, maar ook leuk kan zijn en een moment is waarop je nieuwe dingen kan ontdekken.



Hoge investering

RUSTMOMENT TIJDENS HET WACHTEN

i Naast wachtrijen bij de bars en eettentjes, zijn er op muziekfestivals ook altijd grote rijen voor de toiletten. Dit geldt vooral voor de damestoiletten. Dames wachten gemiddeld 6 minuten en 19 seconden. Mannen zijn daar met 11 seconden een stuk beter vanaf (Anker, 2017).

Q Het idee komt voort uit de zelfrijdende stoel van Nissan. Dit idee van Nissan is voortgekomen vanuit de technologie van zelfrijdende auto's. De ProPilot stoel volgt automatisch de stoel voor of naast zich. Dit doet hij op een veilige afstand en door de sensoren wordt er voor gezorgd dat de stoel niet ineens zijn eigen weg gaat. Wanneer iemand uit de stoel stapt voelt de stoel dit aan door een gewichtsmechanisme. De lege stoel zal dan uit zich zelf weer achter in de rij aansluiten, zodat er weer een ander persoon kan gaan zitten (Global Nissan News, 2019).



Het idee is om aan de hand van de zelfrijdende stoelen van Nissan het wachten aangenamer te maken door het wachten voor de toiletten een rustmomentje te maken op een drukke festivaldag. Door mensen even te laten zitten wordt de verveling en de fysieke inspanning van het in de rij staan geëlimineerd. Dit kan gedaan worden door de zelfrijdende stoel van Nissan toe te passen op de wachtrijen van muziekfestivals. Deze stoelen zullen geplaatst worden op platen, waardoor ze niet vastlopen in het gras. Dit idee is moeilijk te realiseren bij toiletten vlakbij de main stage, omdat het daar té druk kan zijn. Het is realistischer om de zelfrijdende stoelen toe te passen bij toiletten op rustigere gedeeltes van het festivalterrein of zelfs op de festivalcamping bij een weekend festival.

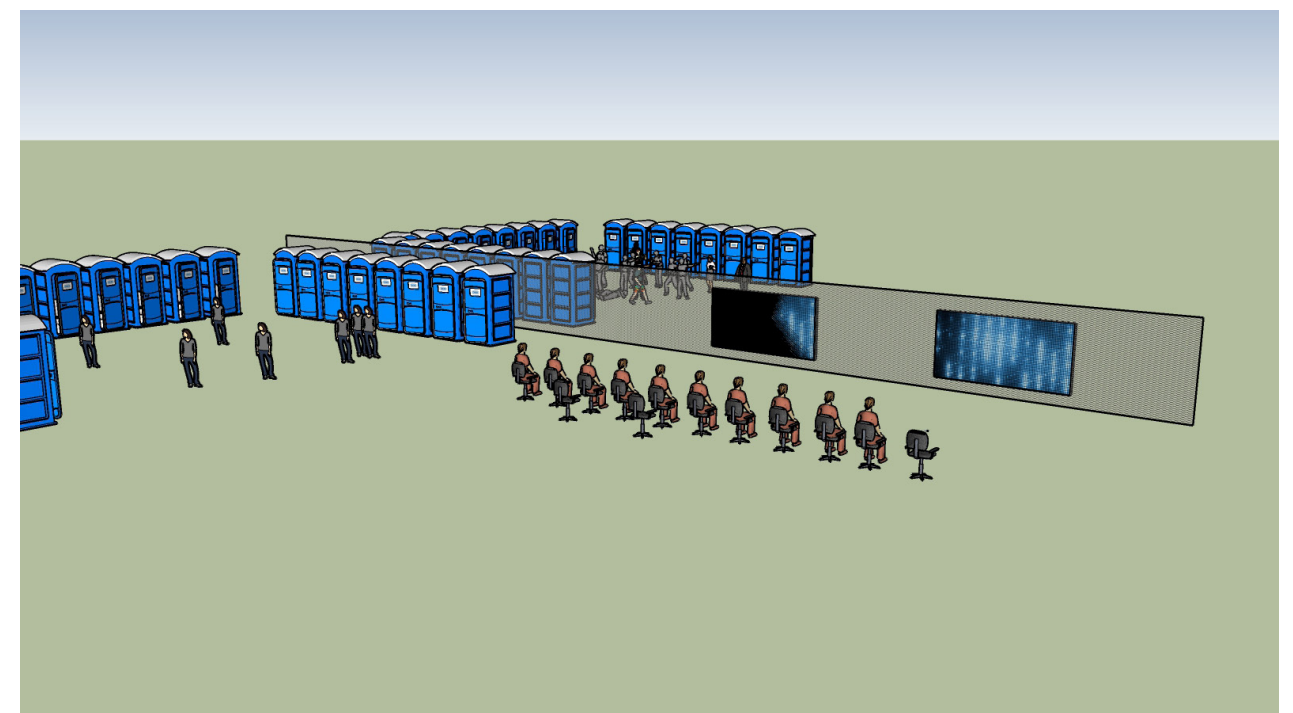


Deze innovatie is van waarde, omdat de bezoeker hierdoor een rustmoment bij de toiletten. Dit idee speelt in op amusement en educatie, omdat er tijdens het wachten entertainment te zien is op de schermen. Op deze schermen kun je ook nog eens nieuwe artiesten ontdekken, waardoor het ook een educatieve ervaring is.



Hoge investering

Om de beleving tijdens het wachten nog meer op te krikken zullen er vooraf gefilmde optredens of live optredens van artiesten die op het festival staan op een LED-scherm tegenover de stoelen worden weergegeven. Hierdoor leer je ook artiesten kennen die op het festival staan en maakt het je nieuwsgierig om daar te gaan kijken. Daarnaast kan er tussendoor op deze schermen ook informatie over het festival weergegeven worden, zoals het tijdschema van de artiesten die optreden. Hierdoor kunnen de schermen ook informatief ingezet worden.



“ Dames wachten gemiddeld 6 minuten en 19 seconden voor de toiletten op muziekfestivals ”

WACHTRIJ MET ARTIFICIAL INTELLIGENCE



i Een manier om de wachtrijbeleving voor bezoekers te verhogen is door ze eerlijker te maken. Volgens Rob van Wegen van Innofest ontstaat de irritatie bij wachtrijen doordat je de volgorde niet weet, je altijd ingehaald kan worden en niet weet hoelang het nog gaat duren. Volgens hem is het goed om iets te creëren waardoor je kan zien wanneer je aan de beurt bent en er niemand zomaar kan voordringen.

Q Een oplossing voor deze uitdaging ligt in de technologie op het gebied van Artificial Intelligence. Artificial Intelligence is een concept waarbij computers taken uitvoeren waar normaal gesproken menselijke intelligentie voor nodig is (van Leuken, 2019).

Artificial Intelligence is een trend op dit moment en kan de toekomst van de evenementensector veranderen. Artificial Intelligence kan de beleving van live evenementen transformeren. Sommige festivals hebben al AI gebruikt om hun evenement-apps naar een hoger niveau te tillen. Bijvoorbeeld door een evenementapp te koppelen aan Facebook Messenger of een chatbot die automatisch antwoord geeft op de vragen van je bezoekers (Eventbrite, 2019).

De innovatie vanuit Artificial Intelligence die ik wil gaan toepassen op muziekfestivals is de Artificial Intelligence Bar van het Engelse bedrijf DataSparQ (DataSparQ, 2019a). Zij hebben een systeem bedacht die bestaat uit een camera en een scherm waarop de personen die voor de bar staan te zien zijn. Het systeem herkent de mensen die bij de bar een drankje komen halen en rangschikt ze op volgorde van het aansluiten bij de bar. De barman of barvrouw kan op een tablet voor zich zien wie de volgende in de rij is om te helpen. Achter de bar hangt een scherm, waarop je als bezoeker kunt zien als hoeveelste je in de rij staat en hoelang het nog zal duren voor je geholpen wordt. In verband met privacy worden de gezichten na een korte tijd weer verwijderd uit het systeem.



Deze innovatie kan ook toegepast worden op muziekfestivals. Door dit systeem te installeren achter bars waar veel mensen hun drinken komen halen zal het proces van een drankje halen eerlijker gaan en zal de bezoeker zich niet meer irriteren aan mensen die voordringen of het feit dat ze niet weet hoelang ze moeten wachten.



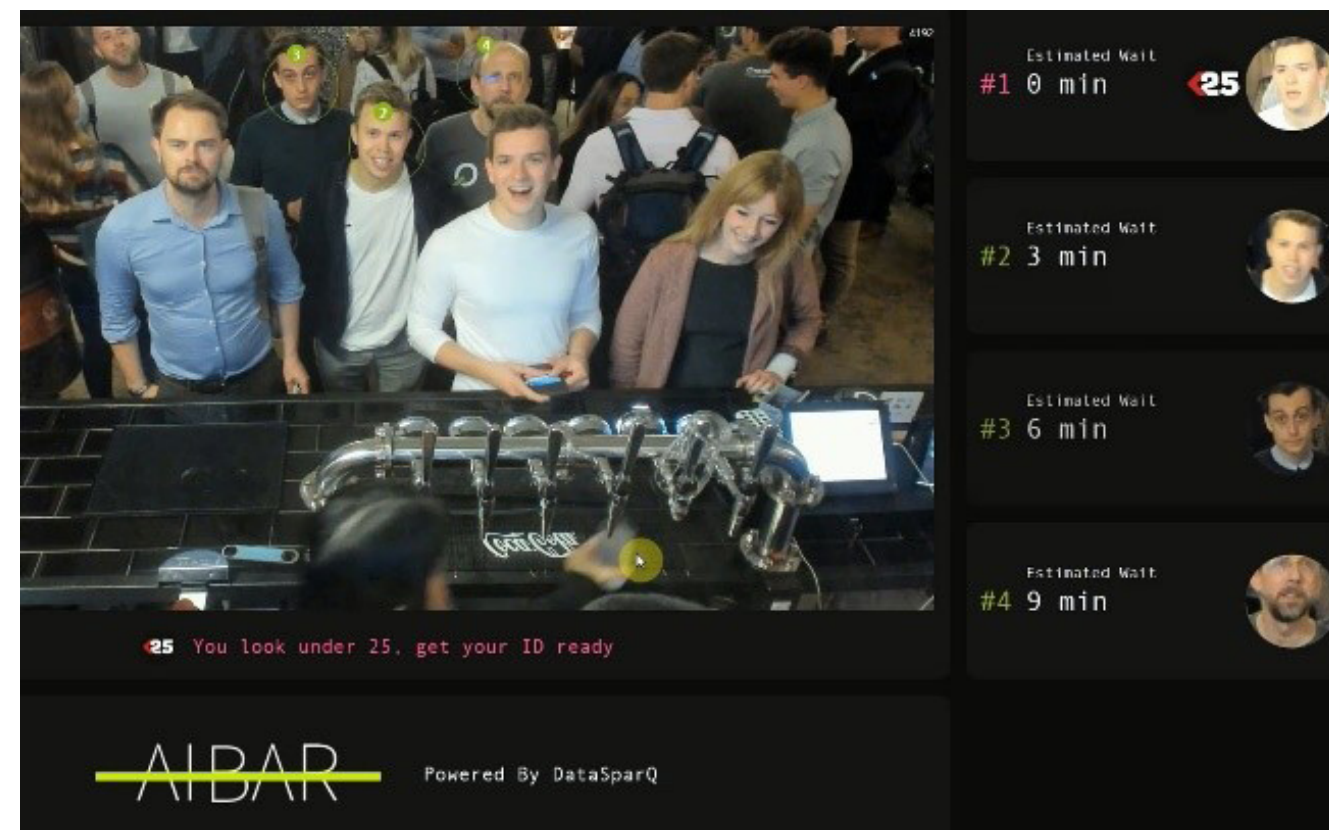
Deze Artificial Intelligence bar zal ervoor zorgen dat bezoekers op eerlijke volgorde worden geholpen en er niet meer voorgedrongen kan worden. Voor de beleving van de bezoeker is het goed om te weten hoelang het duurt voor je aan de buurt bent. Zoals eerder genoemd is de ervaren wachttijd 36% langer dan de werkelijke wachttijd (Reichardt, 2019). Door aan te geven hoelang mensen moeten wachten wordt de ervaren wachttijd weggenomen en weten bezoekers altijd precies hoelang ze staan te wachten.



Met deze innovatie zal er bij de festivalbezoeker worden ingespeeld op esthetiek, omdat het een beleving is die inspeelt op het gevoel. Normaal gesproken hebben festivalbezoekers het gevoel dat er voorgedrongen wordt en niet weten wanneer ze aan de beurt zijn. Aan de hand van deze innovatie weten ze dit wel ook al kunnen ze geen invloed uitoefenen op de gebeurtenis.



Middelhoge investering



BEWEGING TIJDENS HET WACHTEN

i Voor de hoofdingang van muziekfestivals kunnen wel eens lange rijen ontstaan, omdat bezoekers rond hetzelfde tijd stip aan komen en door de strengere veiligheidsmaatregelen tijdens de security-check. Dit gebeurde bijvoorbeeld in 2017 bij Rock Wretcher (Nieuwsblad, 2017) en Pinkpop (De Limburger, 2017).

Q In de trant van het leuk maken van wachtrijen voor bezoekers is het idee ontstaan om mensen in de wachtrij te laten bewegen tijdens het wachten. Dit idee is ontstaan door te kijken naar openbaar vervoer en vliegvelden. Zo transformeerde Reebok in mei 2016 zes bushokjes in Colombia in een sportschool in verband met hun 'De sportschool is overal' campagne. Op deze manier werden mensen gestimuleerd om oefeningen te doen tijdens het wachten op de bus (Reebok, 2016).

In 2008 bood het vliegveld van Parijs gratis danslessen aan voor mensen op het vliegveld. Reizigers konden hun wachttijd op het vliegveld gebruiken om allerlei verschillende dansgenres te leren. Eén les duurde ongeveer 10 tot 15 minuten (Trendwatching, 2009).



Het idee is om festivalbezoekers die voor de hoofdingang van het muziekfestival staan te wachten alvast op te warmen voor het festival. Dit kan voor de ingang van een muziekfestival gebeuren door mensen alvast te laten dansen in de rij, in plaats van dat ze alleen maar stil staan en zich irriteren aan hoe langzaam de rij gaat.

Het idee is om boven de hoofdingang een DJ, dansinstructeurs en een scherm te hangen. De dansinstructeurs zullen op verschillende muziekgenres dansinstructies geven die het publiek dat staat te wachten om het festivalterrein te kunnen betreden meedoet. Hierdoor creëer je al een soort stage voor het festivalterrein, waardoor het feest al buiten het officiële festivalterrein begint. Daarnaast leren de bezoekers ook nog eens nieuwe dansgenres, die zullen aansluiten op het genre van het muziekfestival.



De waarde voor de bezoeker is dat ze zich minder zullen irriteren aan lange wachtrijen bij de hoofdingang. Voor de organisator is dit ook van waarde, omdat ze de bezoekers dan vrolijker het festivalterrein opkomen.

Met deze innovatie wordt er in gespeeld op de belevenisdomeinen: amusement, educatie en escapisme. Het speelt in op amusement omdat het een schouwspel is dat voor je ogen plaatsvindt. Het zorgt voor educatie, omdat je ook nog eens een actieve rol aanneemt en nieuwe dansgenres leert toe te passen. Tot slot wordt er ook ingespeeld op escapisme, omdat hier de vluchtervaring uit de realiteit gelijk begint. Dit idee zorgt ervoor dat je bij de hoofdingang gelijk opgaat in de beleving van het muziekfestival.



Hoge investering

WACHTRIJEN OP AFSTAND

ZELF-SERVICE BAR



i Zoals eerder besproken zijn wachtrijen een uitdaging op muziekfestivals. Dit zal al helemaal zo zijn als er weer muziekfestivals georganiseerd mogen worden mits dat er 1.5 meter afstand wordt gehouden onder de bezoekers vanwege de corona-crisis. Dit zal op het gehele festivalterrein een uitdaging zijn, maar ook in wachtrijen. Vanwege deze crisis zijn de komende twee ideeën gericht op een festival binnen de 1.5 meter maatschappij. Overigens zullen de ideeën ook hierna nog relevant zijn.

Q Een oplossing hiervoor is te vinden in de horecasector. Een bedrijf uit Chicago genaamd PourMyBeer heeft een zelf service tap ontwikkeld, waardoor bezoekers hun eigen biertje kunnen tappen. PourMyBeer maakt gebruik van een biermuur, waar verschillende taps aan kunnen worden vastgemaakt. Het enige wat je als bezoeker hoeft te doen is je betaalpas scannen boven de tap die je wilt en je glas vervolgens onder de tap te houden. Het systeem brengt het bedrag in rekening per ons (Springwise, 2019a).

💡 Dit idee is bedacht voor in kroegen en bars, maar kan wat mij betreft heel goed toegepast worden op muziekfestivals. Bezoekers kunnen met hun hardcup of plastic beker naar deze biermuur om hun eigen biertje te tappen. Vooral tijdens deze corona-crisis kan dit een goede oplossing zijn, mochten er weer muziekfestivals worden gehouden onder voorwaarde dat er afstand bewaard wordt. Door deze innovatie komen bezoekers niet in contact met barpersoneel en kan er ook door middel van lijnen voor gezorgd worden dat bezoekers niet te dicht achter elkaar in de rij staan.



Maar ook na de corona-crisis kan deze innovatie van toepassing zijn. Met name voor kleinere muziekfestivals die werken met vrijwilligers achter de bar. Erwin de Graaf van Wattan Festival en Lemarre el Bouchehati van De Maatschap Evenementen geven aan dat er op muziekfestivals nog vaak een vrijwilligerstekort is. Door de zelf-service bar toe te passen scheelt dat vrijwilligers voor achter de bar en kan het vrijwilligerstekort worden ingeperkt.

Deze innovatie is van waarde voor de bezoeker, omdat het hen stimuleert om afstand te bewaren. Wat ook gelijk van waarde is voor de festivalorganisator, omdat zij hierdoor kunnen aantonen dat ze kunnen voldoen aan de regels van het RIVM. Een ander voordeel voor de organisator is dat de schermen op de biermuur geen gebruik maken van batterijen, maar van noodstroomvoorzieningen, waardoor het systeem blijft werken zonder stroom. Ook is het systeem niet afhankelijk van Wifi, omdat er gebruik gemaakt wordt van internetkabels.

Hoge investering

SLIMME LOOPROUTES

i Doorpakkend op het afstand houden op een festivalterrein is ook het idee ontstaan om na te denken over hoe je de looproutes bij de bar volgens de veiligheidsmaatregelen van de RIVM kan verbeteren.

Q Dit idee komt voort uit de retailsector. Het bedrijf Cushman & Wakefields hebben het 6 Feet Retail plan bedacht. Zij hebben met dit plan de ambitie om winkelende mensen weer welkom te heten in winkelgebieden en veilig te laten voelen. Dit doen zij door looproutes toe te voegen aan winkelgebieden. Deze looproutes zorgen ervoor dat er éénrichtingsverkeer is in de winkelstraat en in de winkels zelf, waardoor de 1.5 meter gewaarborgd kan worden en mensen niet te dicht in contact komen van elkaar (Cushman & Wakefield Nederland, 2020).

💡 Het idee is om dit ook toe te passen bij bars en eettentjes op festivalterreinen. Door een aparte ingang en uitgang te maken bij de rijen kan er voor gezorgd worden dat festivalbezoekers afstand kunnen bewaren en festivals in een 1.5 meter samenleving steeds meer voldoen aan de richtlijnen van het RIVM. Naast het feit dat dit nu heel handig is, kan het na de corona-crisis ook zeker van toepassing zijn.

Op dit moment moet je op muziekfestivals vaak dezelfde weg terug door de menigte heen met drinken in je hand. Door slimme looproutes te creëren voorkom je dit en kunnen festivalbezoekers rustig hun uitweg vinden na het halen van hun eten of drinken.



Deze innovatie is van waarde voor de organisator, omdat je hiermee als organisator in ieder geval bij de bar en eettentjes kunt voldoen aan de richtlijnen van het RIVM. Ook voor de bezoeker is dit van waarde, omdat de bezoeker zich veiliger zal voelen, omdat er afstand bewaard kan worden.

Met de laatste twee ideeën wordt er vooral ingespeeld op educatie. Mensen moeten ook op muziekfestivals leren dat 1.5 meter voor een lange tijd nog de norm kan zijn en dat dat op een muziekfestival niet anders zal zijn.



Lage investering





NAWOORD

Dit online magazine is geschreven om muziekfestivalorganisatoren te inspireren en te laten zien dat oplossingen voor uitdagingen niet alleen gevonden kunnen worden binnen de eigen sector, maar ook zeker in andere sectoren. In dit magazine zijn cross-sectorale innovaties beschreven op het gebied van afval en wachtrijen op muziekfestivals, maar cross-sectorale innovatie kan natuurlijk ook voor allerlei andere uitdagingen ingezet worden.

De schrijver van dit online magazine is Rens Idzenga. Dit online magazine is een afstudeeropdracht voor de opleiding Leisure & Eventmanagement aan de Willem de Kooning Academie. De afstudeeropdracht is uitgevoerd in de naam van het onderzoeksproject POPLIVE.

Mail: rens.idzenga@telfort.nl
Mobiel: +31626827299

Ik wil Jan Willem Luyken van North Sea Jazz, Erwin de Graaf van Wattan Festival, BOD Events van o.a. Dance-tour en Live At Wantij, Gerben van Roskum van Mass Events (o.a. Riverdale Festival), Berend Schans van de overkoepelende evenementenorganisatie VNPF, Rob van Wegen van Innofest, Lemarre el Bouchehati van De Maatschap Evenementen (producties voor o.a. Mysteryland en Den Haag Outdoor), Ifor Schrauwen van Big Rivers Festival, Jens Wijntjes van Blijdorp Festival en cross-sectorale innovatie expert Ramon Vullings bedanken voor hun hulp in de toewerking naar dit online magazine.

Als u enthousiast bent geworden van de cross-sectorale innovaties die in dit online magazine zijn beschreven en meer wilt weten over de ideeën vertel ik u graag meer. Ook als u de ideeën wilt implementeren op uw muziekfestival of cross-sectoraal wilt innoveren op het gebied van andere uitdagingen ga ik graag de samenwerking aan.



“Someone else already solved your problem”

LITERATUUR

Aalbers, R. (2019, 20 juli). Deze man zorgt dat Zwarte Crossers veilig kunnen oversteken. Geraadpleegd op 12 mei 2020, van <https://www.gelderlander.nl/oost-gelre/deze-man-zorgt-dat-zwarte-crossers-veilig-kunnen-oversteken~a008a2d8/>

Anker , E. (2017, 2 juli). Nooit meer fileleed bij het damestoilet. Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://www.metronieuws.nl/nieuws/binnen-land/2017/07/nooit-meer-fileleed-bij-het-damestoilet>

Aryzon. (2020, 1 januari). Purchase Augmented/Mixed Reality Headset . Geraadpleegd op 12 mei 2020, van <https://www.aryzon.com/get-aryzon>

Bano. (2018, 24 juli). De grootste trends in de eventbranche voor 2018. Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://bano.nl/trends-in-events-2018/>

Bano. (2019, 27 oktober). Trends in Events 2019. Geraadpleegd op 6 mei 2020, van <https://bano.nl/trends-in-events-2019/>

Cushman & Wakefield Nederland. (2020). 6 Feet Retail [Videobestand]. YouTube. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=8VVTG-ZOvAYI>

DataSparQ. (2019a). The world's first artificial intelligence bar [Videobestand]. YouTube. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=v8AH8CcH63Q>

de Brito, M. P., & Cavagnaro, E. (2016). Strategies for sustainable events. Geraadpleegd van https://www.greenevents.nl/wp-content/uploads/2017/01/Magazine_1901_V2.pdf

De Limburger. (2017, 3 juni). Festivalgangers in lange wachtrijen bij Pinkpop. Geraadpleegd op 7 juni 2020, van https://www.limburger.nl/cnt/dmf20170603_00041408/streng-controle-leidt-tot-lange-wachtrijen-bij-pinkpop

Duijn, S. (2019). Experience Design gaat toon zetten op evenementen. Geraadpleegd van <https://insights.abnamro.nl/2019/03/hoe-experience-design-de-toon-gaat-zetten-bij-evenementen/>

Eurib. (2009, 7 mei). Experience realms model van Pine & Gilmore. Geraadpleegd op 21 april 2020, van <https://www.eurib.net/experience-realms-model/>

Eventbrite . (2019). De toekomst van festivals: 6 relevante trends . Geraadpleegd van <https://www.eventbrite.nl/blog/academy/festival-trends/>

Global Nissan News . (2019, 18 september). Nissan develops an autonomous chair for people who can't stand queuing. Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://global.nissannews.com/en/releases/release-7b98775bf57ffd0032d216682c010efa-160927-02-e>

Haagse Handen. (2017, 13 september). Afvalrobot Urby komt naar je toe om je bewust te maken. Geraadpleegd op 29 april 2020, van <https://haagsehanden.nl/afvalrobot-urby-komt-naar-je-toe-om-je-bewust-te-maken-6fd571ea9ac1>

Hubbub. (2016a, 5 mei). Our story. Geraadpleegd op 7 juni 2020, van <https://www.hubbub.org.uk/what-we-do>

Jonk, E. (2018, 18 mei). Metrolezer gaat voor totaalbeleving op festivals. Geraadpleegd op 18 maart 2020, van <https://www.metronieuws.nl/nieuws/dossier/2018/05/metrolezer-gaat-voor-totaalbeleving-op-festivals>

Mulder, M, Hitters, H, Rutten, P. (2020). The impact of festivalization on the Dutch live music action field: a thematic analysis. Erasmus Research Centre for Media, Communication and Culture, Erasmus University Rotterdam, the Netherlands, Creating 010 Research Center, Rotterdam University of Applied Sciences, the Netherlands

Murano, G. (2015, 14 november). 10 Creative Ideas To Reduce Littering & Vandalism. Geraadpleegd op 24 april 2020, van https://www.oddee.com/item_99512.aspx

Naudus, K. (2020, 17 februari). Smart garbage can turns trash into a game. Geraadpleegd op 24 april 2020, van https://www.engadget.com/2017/03/04/tetrabin-smart-garbage-can/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZGlnaXRhbHRyZW5kcy5jb20vY29vbC-10ZWNoL3RldHJhYmluLWNvbM5lY3RlZC10cmFzaC1jYW4v&guce_referrer_sig=AQAAAIl0mBz36YsOPmzd-qKMj-R8tn8Z5V2jZZaVslISb-4mcA9Uo6ZTbfMII5HI1uoZJKr8ioKV-IFXGhiUWQWus3LOyMiH8gplfEwHbk0mMavijyPGo7teRpUw8fhCMX5R7o_8DPsn3Pv35wNAY458Q-bVRbwXEcWyrmk4MnXpgAH

Nieuwsblad. (2017, 29 juni). Lange wachtrijen aan ingang Rock Werchter. Geraadpleegd op 7 juni 2020, van https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20170629_02948300

Open Rotterdam . (2018, 20 september). Duurzaamheid hot topic in festivalwereld | OPEN Rotterdam. Geraadpleegd op 8 april 2020, van <https://www.openrotterdam.nl/duurzaamheid-hot-topic-in-festivalwereld/content/item?1100445>

LITERATUUR

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Cambridge, Verenigde Staten: Harvard Business School Press.

Pinetree Labs. (2014). TetraBIN - Interactive Bin Lets You Play Tetris [Videobestand]. Geraadpleegd van <https://www.youtube.com/watch?v=QGK-kLiszIE4>

Pokemon Go . (2018, 4 april). Join Us for a Worldwide Cleanup with Mission Blue! Geraadpleegd op 22 mei 2020, van <https://pokemongolive.com/en/post/earthday2018/>

Reebok . (2016, 1 augustus). Bus shelters transformed into pop-up gyms. Geraadpleegd op 22 mei 2020, van <https://premium.trendwatching.com/2016/08/bus-shelters-transformed-into-pop-up-gyms/>

Reichardt, F. (2019, 11 januari). Hoe lang laat jij je klant wachten? Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://www.fransreichardt.nl/hoe-lang-laat-klant-wachten/>

Retulp. (2019, 18 september). Festivals en plastic bekens. Geraadpleegd op 11 mei 2020, van <https://retulp.nl/festivals-en-plastic-bekers/>

Springwise. (2019a, 16 juni). Bar system lets customers pour their own beer. Geraadpleegd op 22 mei 2020, van <https://www.springwise.com/bar-system-lets-customers-pour-their-own-beer/>

Thomas , J. (2018). Improving the event experience (1). Geraadpleegd van https://tappit.com/wp-content/uploads/2019/07/Tappit-Festival-Report_Final.pdf

Trendwatching . (2016, 1 augustus). City council introduces singing trashcans. Geraadpleegd op 24 april 2020, van <https://premium.trendwatching.com/2016/08/city-council-introduces-singing-trashcans/>

Trendwatching. (2009, 1 juli). Free dance lessons at Paris airports. Geraadpleegd op 22 mei 2020, van https://premium.trendwatching.com/2009/07/free_dance_lessons_at_paris_airports/

van Leuken, R. (2019, 5 september). Wat is Artificial Intelligence (AI)? Geraadpleegd op 28 mei 2020, van <https://www.salesforce.com/nl/blog/2017/06/Wat-is-Artificial-Intelligence.html>

Vuforia. (2020, 1 januari). Recommended Devices. Geraadpleegd op 7 mei 2020, van <https://library.vuforia.com/content/vuforia-library/en/platform-support/vuforia-engine-recommended-devices.html>

Vullings, R., & Heleven, M. (2015). Not Invented Here (1ste editie). Amsterdam, Nederland: BIS.

VVEM. (2018, 1 januari). Vereniging van Evenementenmakers – Meerderheid jonge festivalbezoekers heeft soms gehoorproblemen. Geraadpleegd op 6 april 2020, van <https://vvem.nl/nieuws/meerderheid-jonge-festivalbezoekers-heeft-soms-gehoorproblemen/>