

datum: dinsdag 15 maart 2005

market'eum 05-sessie:

Digital Media for Museum Marketing & The Emerging Role of 3D technologies

market'eum 05-gastspreker: Michael Spearman

verslagneemer: Géraldine Leus (Culturele Biografie Vlaanderen)

Op welke manier kunnen we 3D-technologieën gebruiken in de marketingstrategie van het museum?

Musea zijn namelijk nog al te vaak vaak 'oude' instituten die de voordelen van 3D-technologieën nog te weinig kennen en gebruiken. Er is ook een grote kloof tussen de 'statische' verzameling voorwerpen van het museum en de digitale gemeenschap die een steeds grotere rol speelt in onze maatschappij.

Als museum moeten we leren van de technologische ontwikkelingen die zich in andere industrieën voltrekken. Zo staat de geneeskundige wereld bvb. al heel ver wat de 3D-technieken betreft.

Enkele digitale case studies:

- KIST-project (Knowledge & Information Stimulating Technology) van een aantal Schotse musea. Via 3D reconstructies, audio, animatie en video wil men een extra dimensie geven aan de ervaring van de bezoeker. Een aantal voorwerpen uit de collectie zullen ten volle kunnen geëxploreerd worden, en men hoeft zich daarvoor niet in de buurt van het voorwerp te vinden.

Er is een groot verschil tussen wat de conservatoren wensen en wat het publiek wenst. De conservatoren wensen grote volumes aan informatie en mogelijkheid tot studie terwijl het publiek meer geïnteresseerd is in de verhalen die aan de voorwerpen verbonden zijn. Dankzij 3D kunnen beide doelgroepen echter op hun wenken bediend worden.

Via 3D kan men voorwerpen naar alle kanten laten bewegen, iets wat met het echte voorwerp vaak niet kan omdat het te schadelijk is. Een kist bvb. kan men openen zodat men de inhoud kan zien. Dit is zowel interessant voor de wetenschappelijk onderzoeker als voor de bezoeker.

3D is het perfect medium om een ideale leeromgeving te creëren.

Een voorbeeld is dat van een mummie uit het British Museum. Deze mummie werd gescand en er werd een volledige stereoscopische show rond ontwikkeld.

Wat het marketingverhaal betreft, kan er aan een voorwerp uit de verzameling een volledige verhaallijn inclusief de nodige merchandising worden opgehangen. Er kunnen bvb. een aantal voorwerpen uit het museum gekozen worden en daar rond wordt dan een volledig verhaal opgebouwd. Deze voorwerpen kunnen in de volledige communicatie van het museum worden uitgespeeld.

3D is interessant voor:

- marketing
- merchandising
- studie
- om kennis te illustreren