museums and the internet

MAI-Tagung
14./15. Mai 2018
Museum Barberini, Potsdam

SPIELEN SIE?

GAMES@MUSEUMS

Prototypen und Spielmechaniken für alte Objekte und neue Besucherinnen und Besucher.

Kaba Rössler, Aarau

stadt museum aarau

SPIELEN, GAMEN UND DER DIGITALE TRANSFORMATIONS-PROZESS

GAMES@MUSEUMS IST EIN PIONIERPROJEKT DES FÖRDERFONDS ENGAGEMENT MIGROS.

Museen, Dauerausstellungen, Sammlungen kämpfen um Ressourcen, Sichtbarkeit.
>>> GAMES@MUSEUMS:
2 Museen und 2 Hochschulen arbeiten zusammen.

WER WIR SIND, WOHER WIR KOMMEN

Stadtmuseum Aarau (SMA), Wiedereröffnung 2015, Hauptort 20‘000 Einwohner und 30‘000 BesucherInnen, 60‘000 Objekte, Ringier Presse-Bildarchiv

MEG, Ethnografisches Museum Genf, Wiedereröffnung 2014, 200‘000 Einwohner, 200‘000 BesucherInnen, 70‘000 Objekte, Tonarchiv.

WER WIR SIND, WOHER WIR KOMMEN

ZHdK Zürcher Hochschule der Künste, 2000 Studierende, Studiengang Gamedesign.

HEAD, Genève, Haute école d'art et de design, 700 Studierende aus 40 Nationen; Media Design.

GAMES@MUSEUMS: DREI AUFEINANDER AUFBAUENDE PROJEKTPHASEN

1. Kennenlernen // Sprache // Recherchen // Entwicklung von Prototypen ZHDK und HEAD Oktober 2017 bis Juli 2018.
2. Weiterentwicklung und Tests in Museen // Netzwerkaufbau+PR für «games@museums» // Auswertung Ergebnisse // cookbook «How to Design a Game» November 2019.
3. Falls ein starkes Museumsspiel entsteht: Aufbau // Support // Infrastruktur für Museen ab 2020.

GAMES IN MUSEEN SOLLEN/KÖNNEN...

... den Besuch spielerisch zu einem Erlebnis machen

... mit «Gamefication» interaktiv und lustvoll anspruchsvolle Themen vermitteln, neue Erfahrungen ermöglichen

... unbekannten Seiten eines Museums zeigen

... mit Multiplayer-Spielen Interaktionen zwischen Generationen fördern (community building)

... Museen stärken

RAHMENBEDINGUNGEN PHASE 1

... keine Einschränkungen oder Vorgaben bezüglich Spielmechaniken oder Storytelling

... game muss einfach verständlich und

... einfach zu installieren, einfach zu warten sein

... stabil laufen

... Produktionskosten angemessen zu Lebenszyklus

WÜNSCHE AN DIE STUDIERENDEN ZHDK & HEAD

- Schaffe ein Game für die BesucherInnen, um die Dauerausstellung «anders» zu entdecken oder
- das neugierig auf die Sammlung macht
- Kreiere ein Game, das neues Publikum und ausgewählte Personas anspricht – Türöffner
- Playfullness!

METHODEN ZHDK

Explorative und selektiv-analytische Phase; Recherche von Museumsspielen und Playtestings, Erforschung von Spielmechaniken, Exkursionen zu Museen, Networking und Workshops.

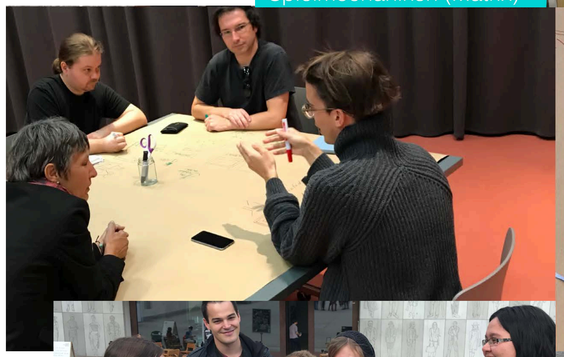
Etappen

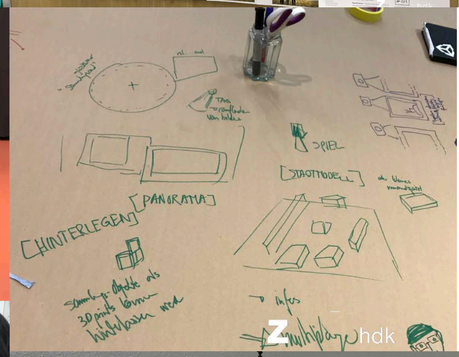
- Projektlaufzeit: Phase 1: August 2017-Juli 2018
  - Erforschung von Spielmechaniken
  - Proof of Concepts / Paper Prototyping
  - Entwickeln von Prototypen

Methoden

> Selektiv-analytische Phase

- Analysen von bestehenden Museums-Games
- Kategorienbildungen
- Selektion von Spielideen: (Best of: 100 Ideen ->23 Konzepte)
- Paper Prototyping (HEAD)
- Erstellen eines qualitativen Tableaus von Spielmechaniken (Matrix)





RESULTAT: SPIELPROTOTYPEN ZHDK

STAND MAI 2018

Von Brainstorming und Best-of-100 über 23 Konzepte zu 4 spielbaren Prototypen:

- ❖ Aaraugotchi
- ❖ CSI Aarau, a multilinear Audiodrama
- ❖ Hammer to fall (Arbeitstitel)
- ❖ Artlover

AARAUGOTCHI

David Krummenacher
Master Game Design
david.krummenacher@zhdk.ch

02.12.2017

hdk
Zürich University of the Arts
Game Design

Kurzbeschreibung

Der Spieler sammelt mit einer Smartphone-App im Museum Aaronauten ein und richtet ihnen ein Zimmerchen in der App ein. Nach dem Einfangen kann der Spieler die Aaronauten mit nach Hause nehmen und sich um deren Bedürfnisse wie Wissensdurst, Hunger und Soziales kümmern.

Spielmechanik

Wie Tamagotchi: Befriedigung der Grundbedürfnisse des Aaronauten.
Wenn die Bedürfnisse nicht befriedigt werden, kehrt er ins Museum zurück.

Miteinbezug des Depots

Die Aaronauten sind sehr neugierig und mögen antike Gegenstände. Den Aaronauten können Gegenstände aus dem Depot oder aus der Ausstellung via QR-Code zur Verfügung gestellt werden.
Falls der Aaronaut den Gegenstand interessant findet, steigert dies den Wissensstand, und die Zufriedenheit der Kreatur und die Bindung zum Spieler wird gesteigert.

Alter 7-64 | Einzelspieler | App | Vor Ort + Überall | Permanent

Anika Weber
Stefan Schmidlin
David Krummenacher

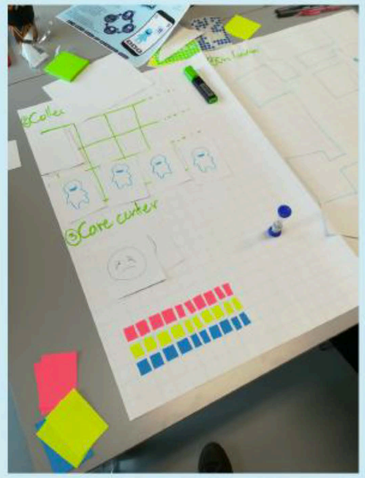
27.02.2018

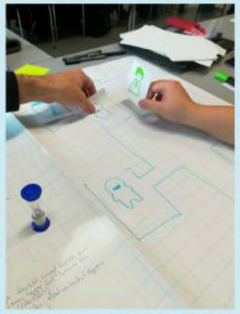
hdk
Zürich University of the Arts
Game Design

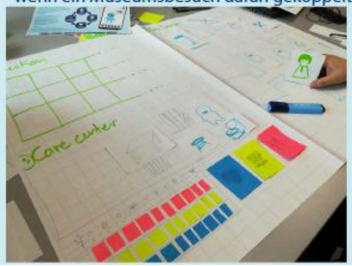
Paper Prototyping

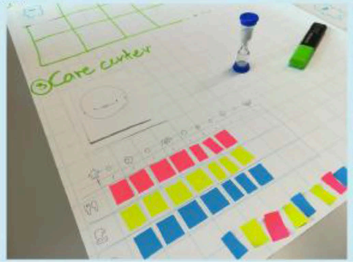
Depot-Objekte können als Einrichtungsgegenstände für die Kreaturen genutzt werden. Die Kreaturen mögen einen Gegenstand oder nicht, was einen Einfluss auf den Levelfortschritt hat. Eine zusätzliche Ressource (zb Coins) könnte hinzugefügt werden, um als Spielwährung für einen Marktplatz zu dienen (neue Gegenstände kaufen). Die Kreaturen könnten auch Räume teilen und Beziehungen untereinander aufbauen.

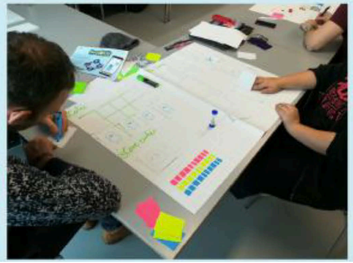
Marketing-Aspekt
Nicht alle Kreaturen sollten zur gleichen Zeit im Museum verfügbar sein; die Spieler können zu einem speziellen Museumsevent gelockt werden.
Die Interaktion mit den Kreaturen sollten sich erfüllender anfühlen und eine grössere Tiefe haben, wenn ein Museumsbesuch daran gekoppelt ist.











Tabea Iseli
Kevin Brunner
Anika Weber

13.04.2018

hdk
Zürich University of the Arts
Game Design

Verwaltungsaufwand

Der Verwaltungsaufwand für das Museum ist klein. Das Museum müsste vorab die Gegenstände digital bereitstellen, die ins Spiel aufgenommen werden sollen; und QR-Codes sollten im Museum verteilt werden.

Herausforderungen für die Produktion

Bei diesem Projekt müssen viele Grafiken/Animationen erstellt werden, was einen hohen Aufwand erfordert. Dazu müssen die Spielmechaniken implementiert werden und diese ausbalanciert werden. Die Portierung auf Android und iOS könnte sich ebenfalls als schwierig erscheinen, weil verschiedene Auflösungen unterstützt werden müssen.

Chancen für die Zukunft

In der Zukunft wäre es möglich, weitere Aaronauten zu kreieren. Neben den Standard-Aaronauten könnten auch spezielle Aaronauten kreiert werden, die es nur an Events des Museums gibt. Diese Aaronauten könnten spezielle Fähigkeiten haben, was sie besonders attraktiv für Spieler machen würde.

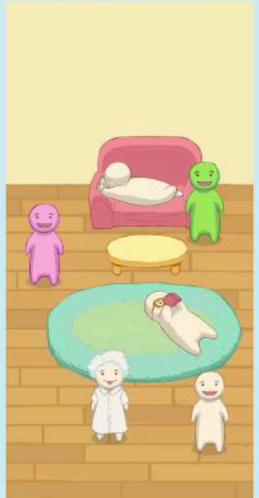
Storytelling

Das Storytelling passiert hauptsächlich durch die Reaktionen der Kreatur. So erfährt der Spieler mehr über die Persönlichkeit der Kreatur. Durch die Vorlieben der Kreatur achtet der Spieler auf die Besonderheiten der Gegenstände, die er braucht. Via Gegenstände/Reaktion der Aaronauten kann Wissenswertes vermittelt werden.

Grafik

Da das Spiel von Kindern bis zu Senioren viele verschiedene Museumsbesucher ansprechen soll, ist der Stil eher comic-haft und familienfreundlich.

Eine Variante bzw. Mock-Up des Screens auf dem Handy:



SPIELPROTOTYPEN HEAD

STAND MAI 2018

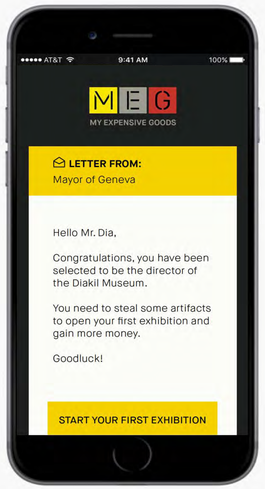
Untersuchung verschiedener bestehender Games.
Entwicklung von 8 Spielideen, Reduktion auf
die Entwicklung von 3 Prototypen:

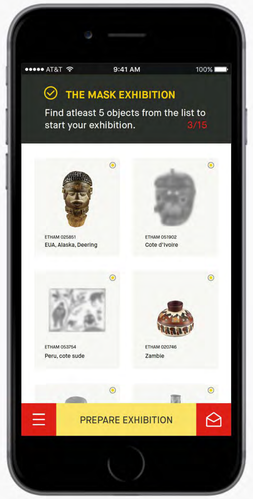
- My Expensive Goods (Steal valued treasures, create your museum)
- Les chroniques d’Ana (Legend & museum crime storie)
- Alterity (Predict the future with the objects of the past)

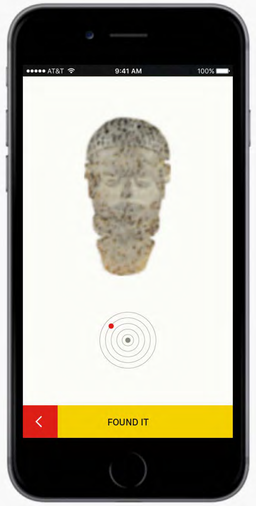
MY EXPENSIVE GOODS FÜR DAS MEG

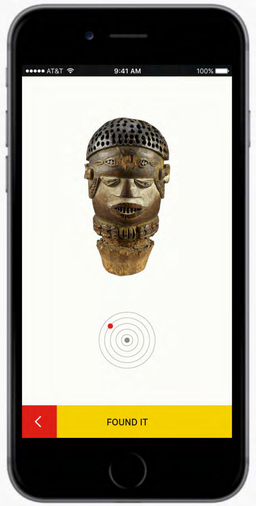
Steal valued treasures – Create your own museum

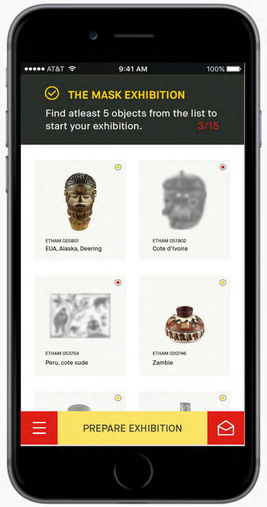
LETTER FROM:
Mayor of Geneva

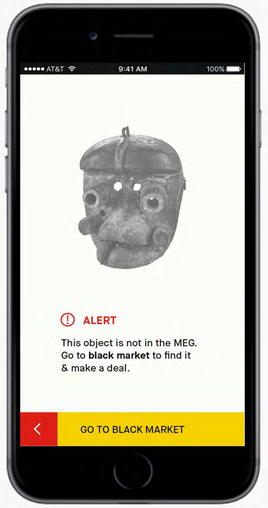


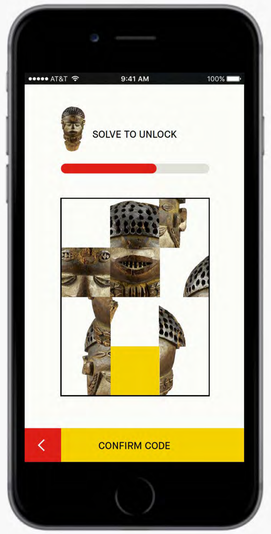


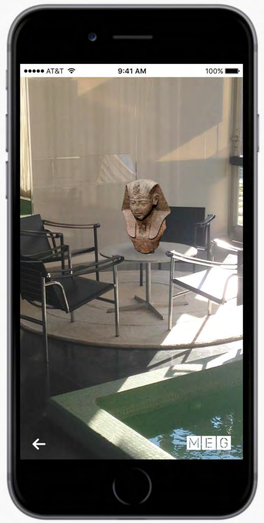






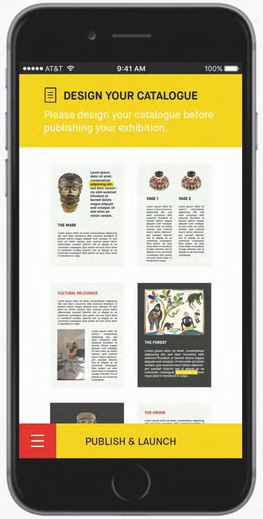




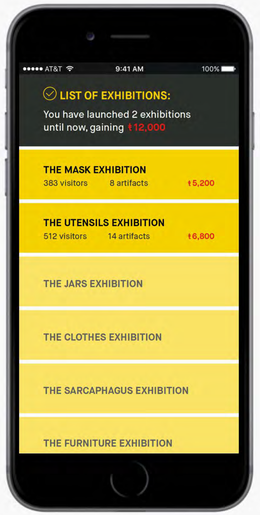


PHOTOGRAPH YOUR LOOT (Augmented Reality)

DESIGN YOUR CATALOGUE

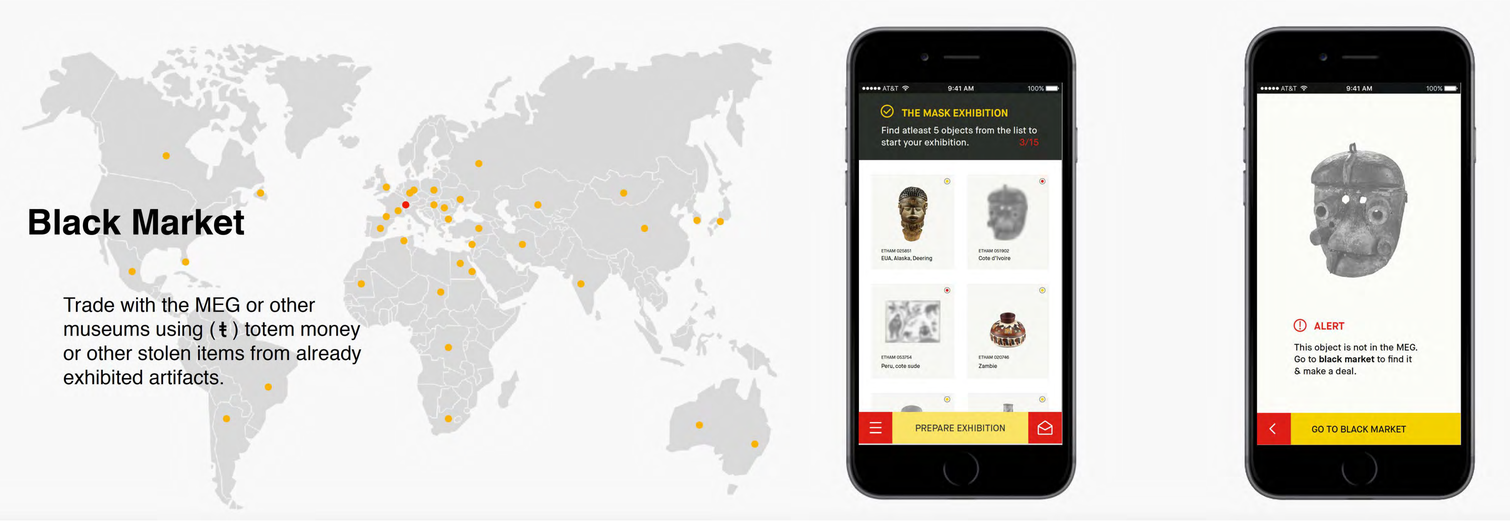


YOUR EXHIBITIONS



MY EXPENSIVE GOODS FÜR DAS MEG

Steal valued treasures – Create your own museum



Technologies

Hours

Category	Name	What	Who	Time (days)
UI	Graphical Aspect	Phase 1: Stealing	Ghofran	4
		Phase 2: Black Market	Ghofran	3
		Phase 3: Catalogue design	Ghofran	1
		Phase 4: mini-games	Ghofran	2
Coding UI	Description	Describe Behavior and navigation	Ghofran	3
	Coding	Stealing game	EXT	2
		Radar (guard)	EXT	2
		Navigation	EXT	1
		4 games	EXT	4
	Black Market	Description(+value) and Navigation	Ghofran	3
		Data from other museums	Ghofran	5
		Coding	EXT	4
Objects	3D Scan	3D scan protocol and finding method	Ghofran	4
	AR	Vuforia + Catalogue	EXT	2
Cartel	Integrating codes	Redesigning cartel to include codes	Ghofran	6
	Print	Printing Cartels	EXT	1
Collecting Data	Descriptions and images	Collecting data from website on objects	Ghofran + MEG	7

STAND GAMES@MUSEUMS HEUTE

Hochschulen, Gamer & Museen lernen sich kennen: Sprache, Regeln, Anforderungen.

- Spielmechanismen
- Digital storytelling
- Gamer verstehen, was ein Museum ist
- Museen verstehen Game-EntwicklerInnen
- Deutungshoheit abgeben?!
- Nächster Schritt: Prototypen und Entscheide

DANKE, DASS SIE MITGESPIELT HABEN!

IMPRESSUM UND DANK

Engagement Migros: Stefan Schöbi, Petra Miersch

Stadtmuseum Aarau: Kaba Rössler, Marc Griesshammer, Laura Schuppli

ZHdK: Mela Kocher, René Bauer // Studierende: David Krummenacher, Yanick Lukic, Anika Weber, Stefan Schmidlin, Kevin Brunner, Tabea Isli, Daniel Stutz, Gregory Turawaka, Simon, Romain

MEG: Mauricio Estrada-Munoz

HEAD: Alexia Mathieu, Douglas Stanley // Studierende: Ghofran Akil, Salomé Faure, Matthias Hangartner, Mégann Stephan, Rémi Opalinski, Juan Gomez

museums and the internet

Dieser Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2018 am 14./15. Mai 2018 im Museum Barberini, Potsdam.

Die MAI-Tagung 2018 ist eine Kooperationsveranstaltung des LVR-Fachbereichs Regionale Kulturarbeit (Museumsberatung), dem Museum Barberini, dem Museumsverband Brandenburg des Landes Brandenburg e.V., dem Haus der Brandenburgisch-Preußischen Geschichte und des LVR-Archivberatungs- und Fortbildungszentrums.

Weitere Informationen unter:
www.mai-tagung.de

Anmeldung für den Newsletter:
www.mai-tagung.de/MAI-Ling