



Art Access

Digitalisering av kultursektoren

USUS Vinterkonferanse 2019

24. januar 2019



Agenda

1. Introduksjon

Introduksjon v/ Reidar

USUS Art Access: Aktiviteter for 2018

2. Konseptene

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

4. Neste steg

Introduksjon v/ Reidar



Agenda

1. Introduksjon

Introduksjon v/ Reidar

USUS Art Access: Aktiviteter for 2018

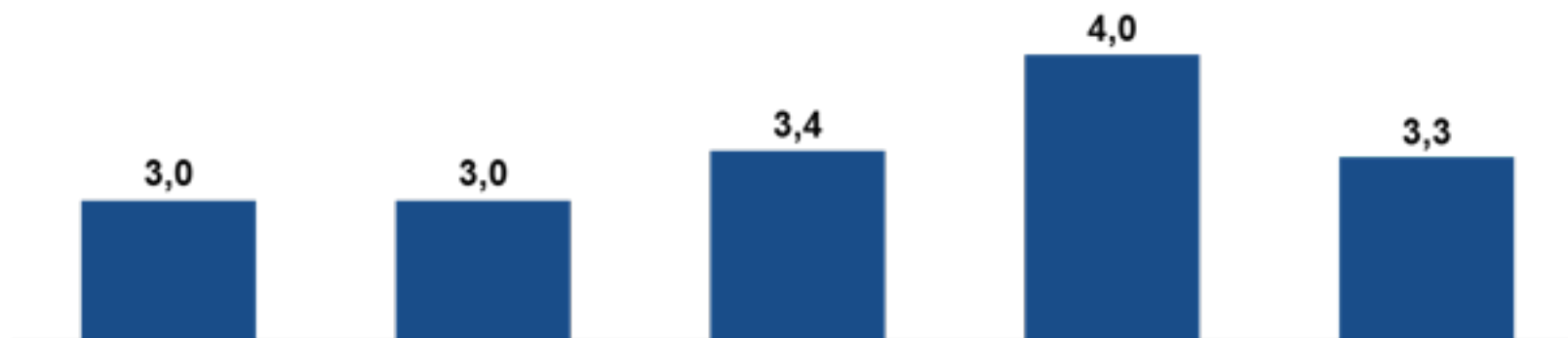
2. Konseptene
3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)
4. Neste steg

Januar 2018: USUS Vinterkonferanse – presentasjon av «state of the art»



**Gjennomgang av
eksempler av «state of
the art» innenfor 5
satsningsområder**

Beredskap fra hvert satsningsområde



**Avstemming avdekket
høy viktighet for alle
satsningsområder – men
lav beredskap**

Mai/juni 2018: Kartleggingsfase med kvalitative intervju med samarbeidsaktørene



USUS Art Access



Samarbeid med en rekke kunst- og kulturaktører på Sørlandet for felles langsiktig digitaliseringsarbeid

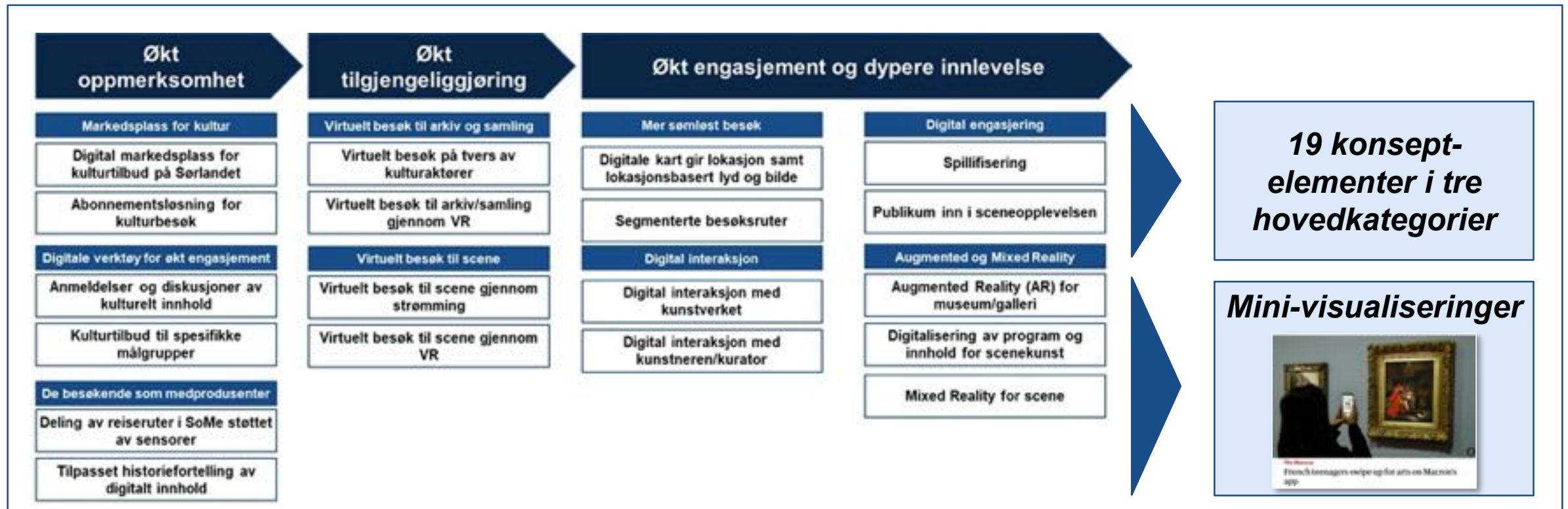
Formål: Øke tilgjengeligheten til- og øke oppmerksomheten rundt alle de fantastiske kulturskattene vi har i vår region

Juli/august 2018: Utarbeidelse av en «long list» av konseptelementer

Innspill fra intervjuer

«State of the art»
(USUS Vinterkonferanse)

Ekstern analyse og research



September/oktober 2018: Vurdering av konseptelementer og utarbeidelse av 3 konsepter

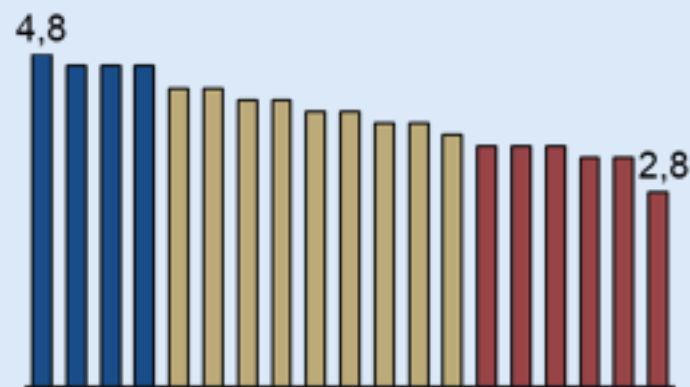
«Long list» med 19 konseptelementer

Innspill fra intervjuer



Innspill til interesser for konseptelementene

Vurdering av verdi for hvert konseptelement



Verdi vurdert i lys av resultater fra kartleggingsfase

Fra konseptelementer til 3 konsepter

Digitalt kulturkort med og for et ungt publikum

Digitalt berikende kunst og kulturopplevelser

Digitalisering og tilgjengeliggjøring av sørlandskunst og -kultur

Sammensetning av konseptelementer til konsepter

November 2018: Konsepttest av 3 konsepter



Avstemming av konsepter og underliggende konseptelementer

I dag: Innstilling til MVP for prosjektet

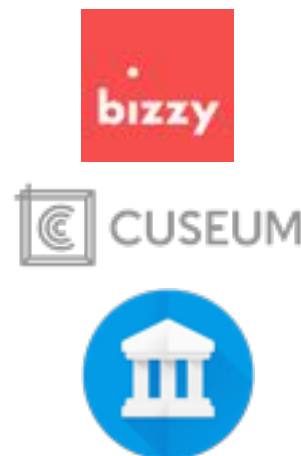
Gjennomgang av konseptene



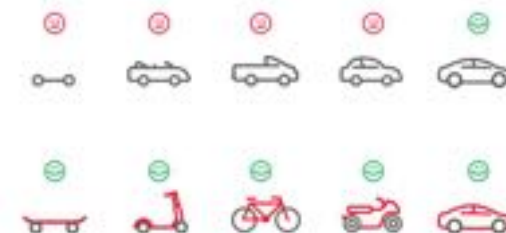
Oppsummering av innspill fra avstemming



Vurdering av gjennomførbarhet basert på mulige leverandører



Innstilling til MVP for prosjektet



Agenda

1. Introduksjon

2. Konseptene

Gjennomgang av konseptene

Avstemmingsresultater fra konsepttest

Realiseringsalternativ

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

4. Neste steg

Digitalt kulturkort med og for et ungt publikum

Konsept 1



Tara: Elev på videregående skole som er deltakende i utvikling av digitalt kulturkort-app



- Inkludering av elever (brukergruppen) som administratorer
- Disse kan legge til kulturinnhold i det digitale kulturkortet (appen)



- Elever: Kan anbefale og rate kulturinnhold i appen
- Administratorer: Kan legge til kulturinnhold -og aktører i appen
- Tara: Legger til Vitensenteret



- Administratorer kan også melde seg som «kulturguide»
- Disse kan bli med andre ungdommer når de oppdager kultur



- Distribusjon av appen gjennom skoleverket som informerer om kulturkortet via egne kanaler og oppfordrer kulturguidene til å spre informasjon om appen i SoMe

Christian: Elev i 10. klasse på ungdomsskolen som er filminteressert og bruker av digitalt kulturkort-app



- Christian blir oppmerksom på kulturkortet på Instagram og laster ned appen
- Her kan han søke på arrangementer, legge til favoritter og opprette varslinger



- Christian søker opp hvilke kulturarrangement de mest aktive kulturguidene anbefaler
- Christian sorterer på popularitet, og leser anbefaling fra en medelev



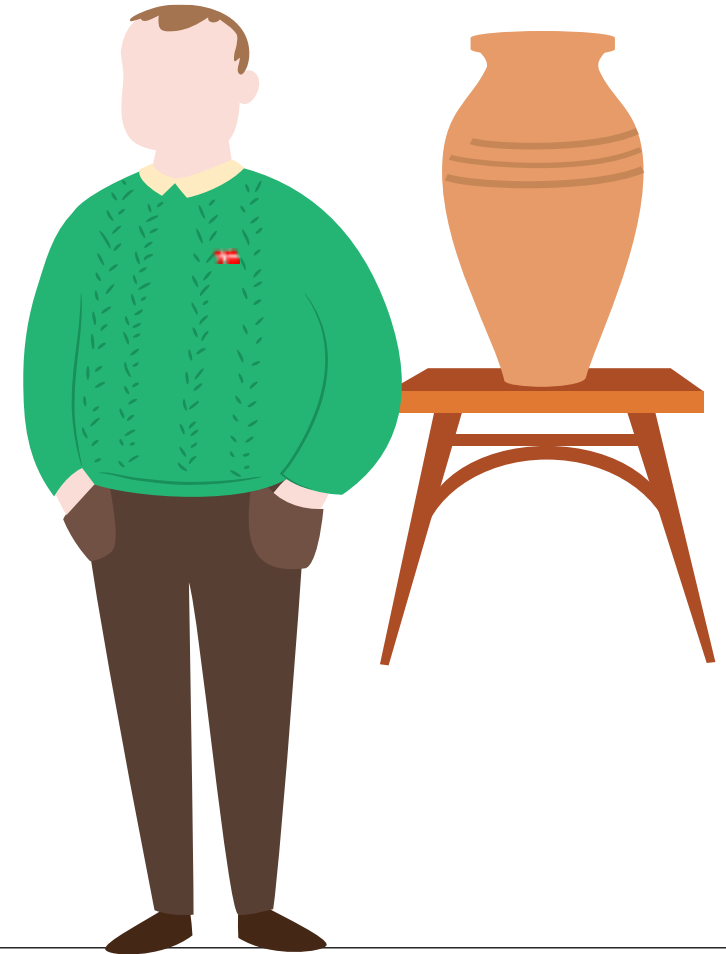
- Ingen kompiser kan være med
- I appen har flere kultur guider satt seg opp som verter/omvisere
- Christian kontakter Tara og blir med en gruppe med 6 andre elever



- Christian og Tara ser alle ungdoms-rabatter og kan spare opp lojalitetspoeng
- De kjøper billett i appen og legger til arrangementet i mobilkalenderen

Digitalt berikede kunst og -kulturopplevelser

Konsept 2



Elias: Ansvarlig for gjesteopplevelse på Bomuldsfabrikken



- Elias kan enkelt administrere digitalt innhold, dvs. legge ut bilder, informasjon om arrangement, gi rabatter til medlemmer



- Ved dataanalyse av besøkstall har Elias lært at den mest effektive måten å få de besøkende til å laste ned deres app er å gi informasjon ved skranken



- Bomuldsfabrikken gir kunden info om liknende kultur hos samarbeidende kulturaktører
- Appen gir de besøkende reiserute og navigering dit



- SKMU og Bomuldsfabrikken er to av flere som er tilstede på samme plattform
- Appen kan da også benyttes hos andre aktører (endrer grensesnitt og innhold)

Thomas og Mette: Far og datter, hvorav far er kunstinteressert og ønsker å ta med datteren på skulpturutstilling



- På utstillingen gir appen valg mellom ulike guidede turer (barn, keramikk-tema mv.)
- Mobil-app og headsett brukes som guide, og de kan velge mellom ulike språk



- Økt informasjon om gjenstander gjennom AR (augmentet reality, mobilens kamera)
- Tekstlig informasjon og video som beriker kunstverket



- Påminnelse gjennom push-varsel på mobilen (arrangement)
- Innendørs navigering for å finne frem på museet



- Utforsking av museet gjennom «spillifisering»
- Utplasserte beacons som gir poeng hver gang de finner en spesifikk vase
- Lojalitet (5 vaser gir gratis kaffe)

Thomas og Mette: Far og datter, hvorav far er kunstinteressert og ønsker å ta med datteren på skulpturutstilling



- Reiseruten fra museet er automatisk fanget opp vha. beacons
- Denne kan enkelt deles i SoMe
- Push-melding kan inspirere til deling og rating



- Push-melding ved avreise
- Eksempel på budskap: Medlemstilbud, rabatter ved neste besøk

Digitalisering og tilgjengeliggjøring av sørlandskunst og -kultur

Konsept 3



Ingrid: Jobber med digitalisering av Sørlandskunst



- Museet Ingrid jobber for har inngått en bilateral avtale med Google Arts & Culture
- Museet fikk dermed tilsendt avansert utstyr fra Google som de benyttet til å ta høyoppløselige bilder og video av flere malerier
- Google Arts & Culture er verdensledende på å ta i bruk ny og avansert teknologi, og har hele verden som innovatører gjennom åpne kildekoder (Google Experiments). Museet har dermed tilgang til et bredt spekter av spennende funksjoner.



- Ingrid publiserer bilder og video på Arts & Culture og egne flater
 - Avtalen med Google har ingen kostnad, men det digitale innholdet må kunne distribueres i Google Arts & Culture
 - Ingrid kan også dele innholdet i museets egne kanaler
- Avtalen med Google kan avsluttes når som helst dersom museet ikke lenger ønsker eksponeringen til Arts & Culture
- Ingrid har også ansvar for at de immaterielle rettighetene blir ivaretatt (kun opphavsfri –eller klarert kunst blir digitalisert)

Gunnar: Konsulent som ønsker å lære seg mer om kunst



Han oppretter profil på Google Arts and Culture og setter sammen et galleri av kunst- og kulturverk han liker

- Gunnar oppretter profil på Google Arts & Culture
- Setter sammen eget galleri basert på hva han liker
- Søker, sorterer og ser mer info om kunstnere, verker, personer og steder



Han tar så på seg headsettet sitt og gjennomfører et virtuelt besøk til Ansgarkapellet med stemmestyrte navigering

- Besøk med VR-briller navigert med stemmestyring
- Mulighet for å besøke digitaliserte museer virtuelt



Gunnar bruker Bruker Art camera til å zoome inn på bilde av Kjell Nupen og se detaljene i kunstverket

- Gunnar bruker Art Camera til å zoome inn på et spesifikt bilde og ser detaljene i penselstrøkene¹
- Informasjon om maleriet integrert
- Kan også gjøres med AR



Han tar frem laptopen og bruker Art Palette til å finne fargekodene – kunne det vært noe for soverommet?

- Gunnar bruker Art Palette til å finne fargekoder i et spesifikt maleri
- Google Experiments: Kan se liknende verker, og kan bruke mange spennende nye løsninger

Agenda

1. Introduksjon

2. Konseptene

Gjennomgang av konseptene

Avstemmingsresultater fra konsepttest

Realiseringsalternativ

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

4. Neste steg

Hvis du måtte velge ett av konseptene 1-3, hvilket ville du da valgt?

Konsept 1: Digitalt kulturkort
med og for et ungt publikum



31%

Konsept 2: Digitalt berikede kunst
og -kulturopplevelser



32%

Konsept 3: Digitalisering og tilgjengeliggjøring
av sørlandskunst og -kultur



36%

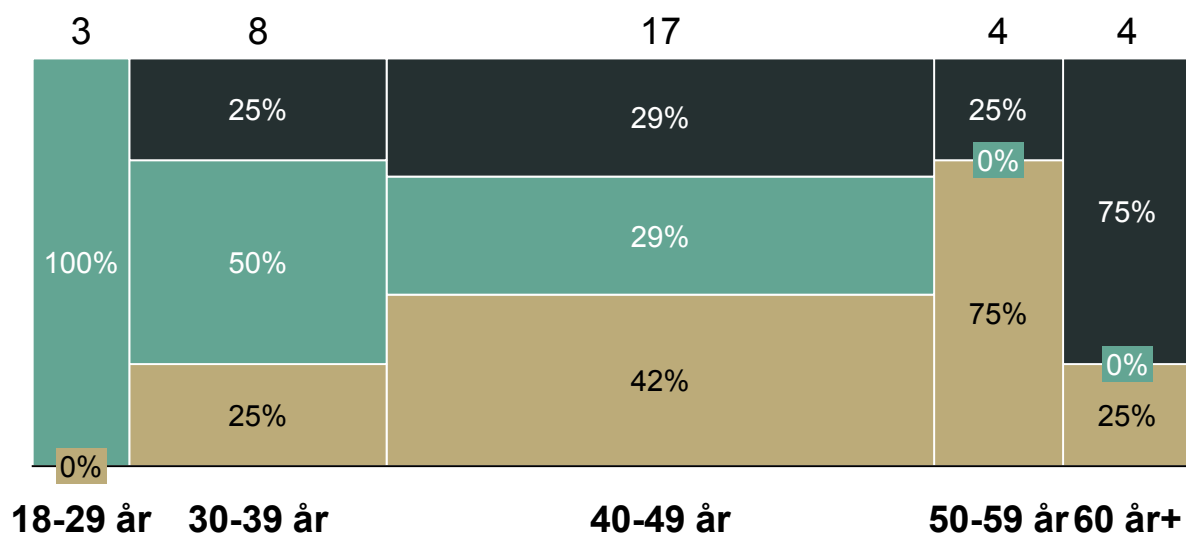
Konseptene ble samlet sett vurdert likt

Vurdering av de enkelte konseptelementenes attraktivitet, i kombinasjon med gjennomførbarhet basert på realiseringsalternativene, kan gi føringer for valg av konsept

Demografisk nedbrytning av resultater fra beste konsept (1/2)

Alderssammensetning

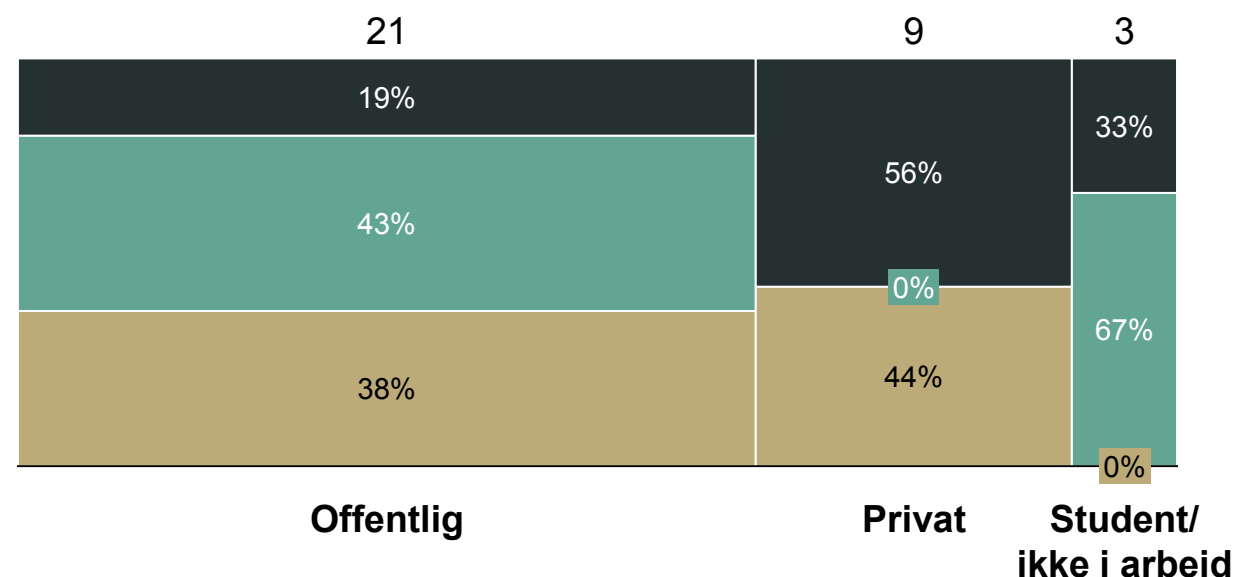
Konsept 1 Konsept 2 Konsept 3



- De yngste prioriterte konsept 2 (18-39 år)
- De eldste prioriterte konsept 1
- Konsept 3 foretrukket av 40-59 år

Eierskap

Konsept 1 Konsept 2 Konsept 3

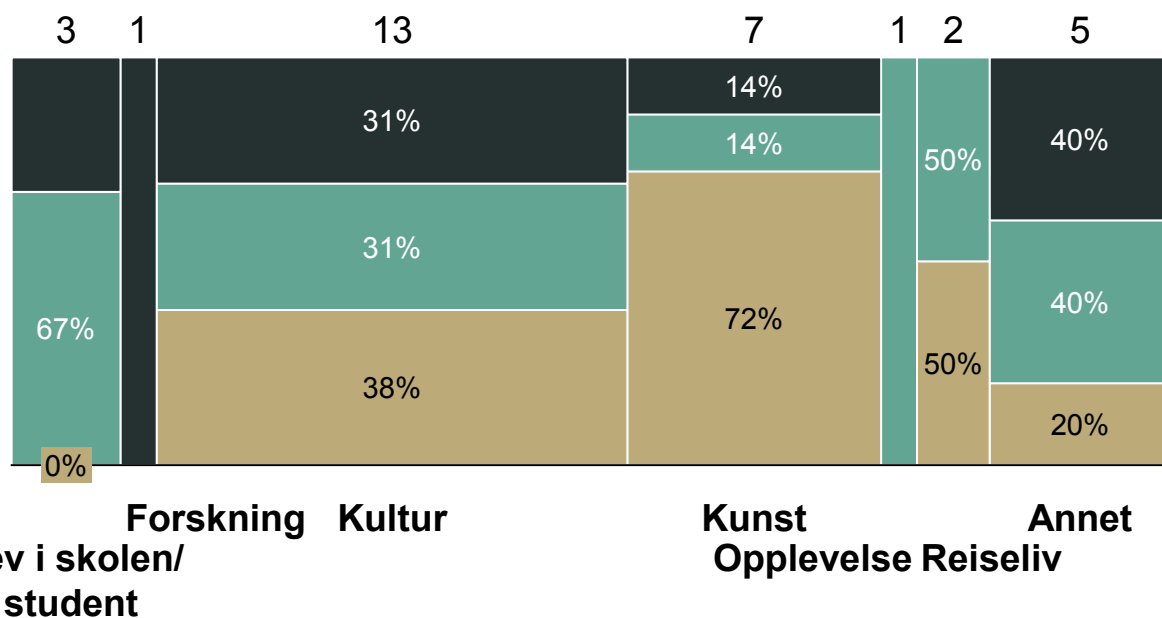


- Ingen i privat sektor foretrakk konsept 2
- Færrest andel som prioriterte konsept 1 blant offentlig sektor

Demografisk nedbrytning av resultater fra beste konsept (2/2)

Bransje

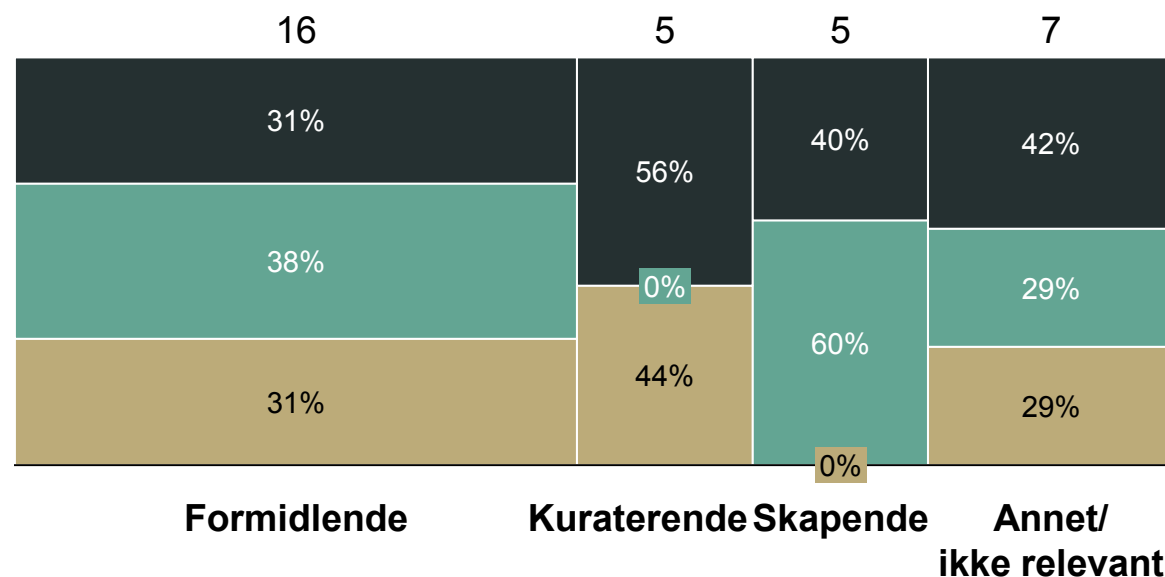
■ Konsept 1 ■ Konsept 2 ■ Konsept 3



- Konsept 3 foretrukket av aktører innenfor kunst, kultur og reiseliv
- Konsept 2 prioritert av elev/student, reiseliv og annet
- Konsept 1 foretrukket av forskning og annet

Type virksomhet

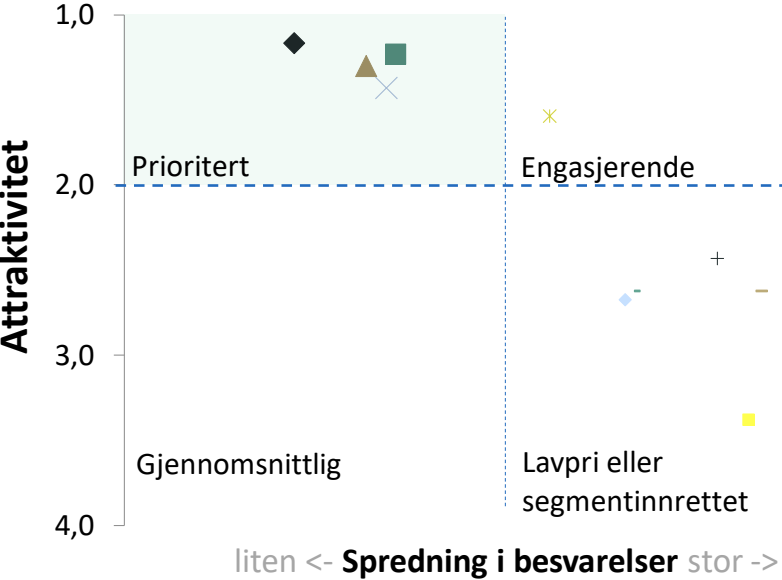
■ Konsept 1 ■ Konsept 2 ■ Konsept 3



- Konsept 1 foretrukket av kuraterende virksomhet og annet
- Konsept 2 foretrukket av skapende virksomhet
- Formidlende virksomhet den største gruppen, hvorav de 3 konseptene scoret relativt likt

Samlet vurdering

Oversikt over attraktivitet for konsept 1:
Digitalt kulturkort med og for et ungt publikum



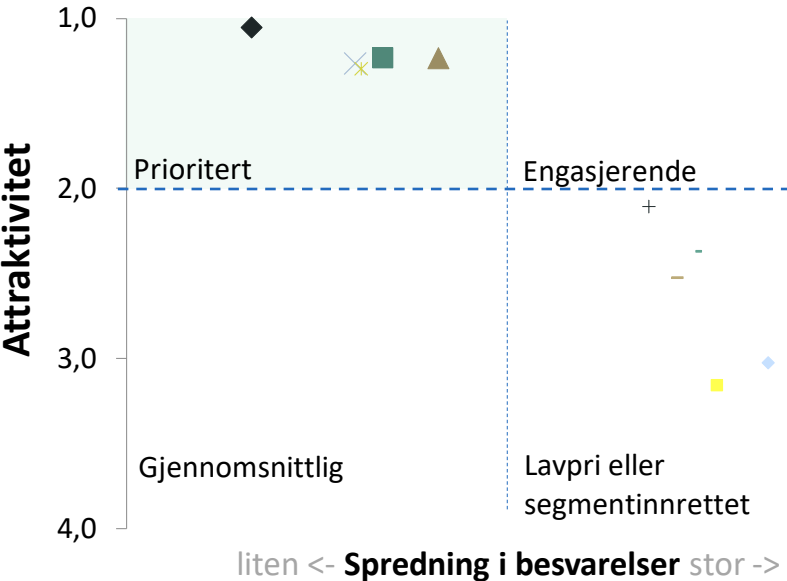
Konseptelementer	Attraktivitet	Spredning	
◆ Gi varsel om endringer	1,2	0,4	Topp 5
■ Mulighet for online betaling	1,2	0,7	
▲ Spredning via sosiale medier	1,3	0,6	
✕ Inkludere vgs-elever eller studenter til utvikling av et digitalt kulturkort	1,4	0,7	
✱ Deling av innhold	1,6	1,1	
+ Samle opp eksisterende rabatter	2,4	1,5	Laveste 5
- Ambisjonsnivå for å øke konsum av tradisjonell "finkultur"	2,6	1,3	
- Poeng og lojalitetsprogram for økt kulturkonsum	2,6	1,6	
◆ Inkludere ungdomsskoleelever til utvikling av et digitalt kulturkort	2,7	1,3	
■ Fremheve og sortere på f.eks. topp 3 kulturarrangementer	3,4	1,6	

Konseptelementer som vil medføre en styrking av eksisterende funksjonalitet i Bizzy-appen var de som kom høyest ut i attraktivitet.



Samlet vurdering

Oversikt over attraktivitet for konsept 2:
Digitalt berikede kunst og -kulturopplevelser

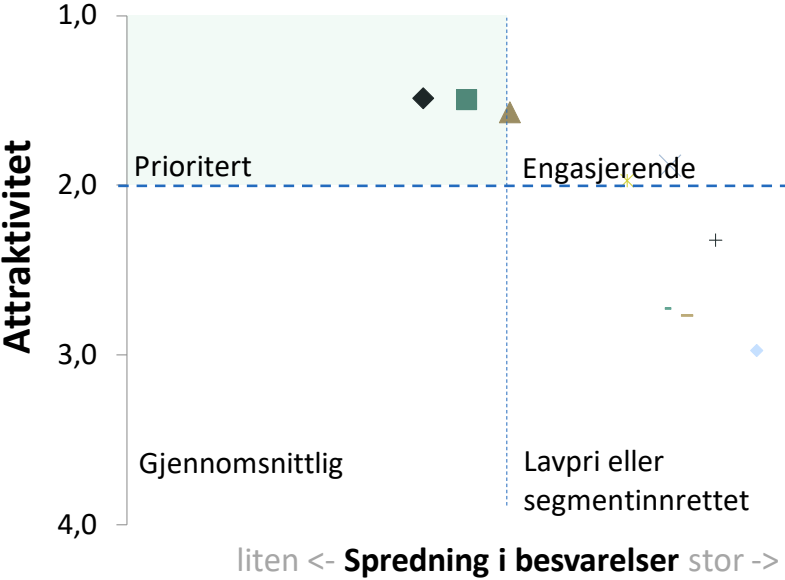
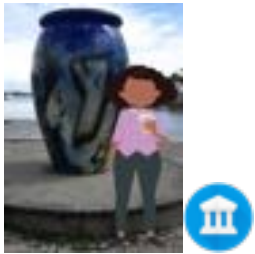


Konseptelementer	Attraktivitet	Spredning	
◆ Selv å legge ut informasjon om arrangement	1,1	0,3	Topp 5
■ Flere kulturaktører på plattformen	1,2	0,7	
▲ Selv å kunne legge ut bilder og video fra utstillinger	1,2	0,8	
✕ Tilgjengelighet på flere språk	1,3	0,6	
✱ AR for å berike fysiske kulturattraksjoner	1,3	0,6	
+ Spillifisering for å øke engasjement	2,1	1,4	Laveste 5
- Digitale kart med objekters lokasjon	2,4	1,5	
- Lokasjonsbasert lyd og bilder	2,5	1,4	
◆ Deling av besøksrute i sosiale medier	3,0	1,7	
■ Innendørsnavigering	3,2	1,5	

Konseptelementer som i større grad gjør kulturaktører i stand til å administrere digitalt innhold er vurdert som mest attraktive. Digital involvering av brukere er relativt sett vurdert lavere.

Samlet vurdering

Oversikt over attraktivitet for konsept 3:
Digitalisering og tilgjengeliggjøring av sørlandskunst og -kultur



Konseptelementer		Attraktivitet	Spredning	
◆	Utvidet informasjon via AR	1,5	0,8	Topp 5
■	Organisere og publisere digitalisert kunst	1,5	0,9	
▲	Digitalisere kunst i form av bilder og video	1,6	1,0	
×	Utforske kunst og kultur i ulike kategorier	1,9	1,4	
✱	Virtuelt besøk til kulturattraksjoner	2,0	1,3	
+	Zoom inn på kunstverk	2,3	1,5	Laveste 5
-	Opprette profil via Google Arts and Culture	2,7	1,4	
-	Sette sammen favoritter og galleri	2,8	1,5	
◆	Stemmestyring for å navigere i virtuelt besøk	3,0	1,6	
■	Få tilgang til fargekombinasjoner basert på kunstverk (Art Palette)	4,1	1,4	

Digitalisering av kunst og en berikelse av en digital kulturopplevelse vha. AR blir vurdert som svært attraktivt. Annen tilleggsfunksjonalitet i Google Arts and Culture ble vurdert lavere

Agenda

1. Introduksjon

2. Konseptene

Gjennomgang av konseptene

Avstemmingsresultater fra konsepttest

Realiseringsalternativ

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

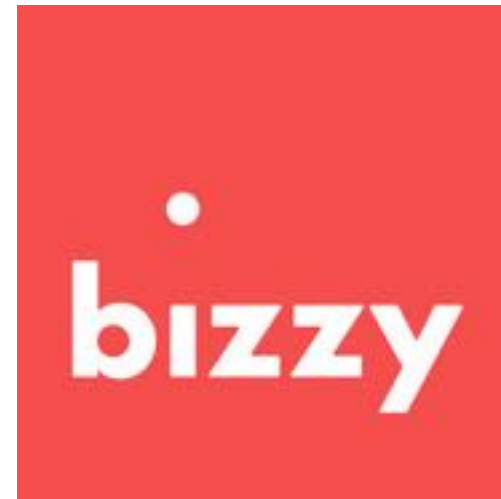
4. Neste steg

Digitalt kulturkort med og for et ungt publikum

Konsept 1



Evaluering: Bizzy





FUNKSJONER



Alle eventer samlet
Alle eventer i Buskerud,
samlet på et et sted.



Rabatter
Få gode rabatter på
eventer du vil dra på.



Varsler
Få varslar hvis endringer
for et event blir gjort.



Sorter
Filtrer eventer på steder
og type event.

Funksjoner i Bizzy

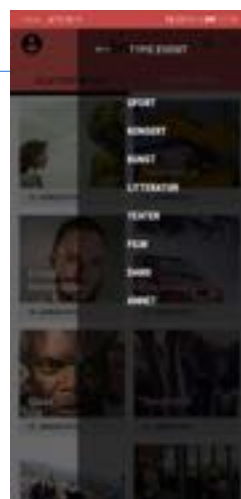
Om løsningen

- Innlogging:
 - Løsningen krever ingen innlogging (men innlogging er en mulighet for brukeren)
- 3.000 brukere i november 2018
 - Men: Sier ikke noe om aktive brukere
- Ingen god løsning for deling av innhold
- Det økonomiske incentivet er godt
 - En gjennomsnittlig rabatt ligger på 50%
 - Gjennomsnittlig Bizzy-pris er kr 100



Navigasjon

- Enkel navigering gjennom egen meny
- Men: Lite egnet ettersom det er såpass få kulturaktiviteter i dag
- Oppleveres til tider som treg og har enkelte tekniske feil som er noe ødeleggende brukeropplevelsen



Kulturaktiviteter

- Har svært få kulturaktiviteter/lite innhold
 - 14 arrangementer fordelt på hele fylket per 15.01
 - I snitt 1 arrangement per kommune
- Hovedsakelig populærkultur



Betaling

- Mulighet for «kjøp billett» i Bizzy
- Men: Betalingen skjer gjennom eksternt grensesnitt
 - Dårlig kundeopplevelse
 - Problematiske ift. å gi rabatter og samle data om kundene i kulturaktørens egne betalingssystemer
 - Potensiale på sikt: Vipps in-app betaling



Erfaringer fra løsningen

Erfaringer fra Bizzy

Distribusjon av løsning

- Promotering er ressurskrevende og mye stand-aktivitet har blitt brukt for å promotere appen
 - Aktivitet i appen “peaker” når det er stand-aktivitet
 - Fysiske aktiviteter for å promotere en digital løsning
 - Det har i flere tilfeller vist seg veldig vanskelig å trekke ungdom til ulike arrangementer

Arrangementer

- Løsningen har hatt svært få arrangementer
 - Dette kan ha virket begrensende på antall nedlastninger og brukere
 - Dette kan videre ha gitt økte distribusjonsutfordringer (relativt til om det feks. var flere arrangementer tilgjengelig i løsningen)
- Art Access: Har flere aktører som samarbeider
 - Potensiale for å samle flere arrangementer enn hva Bizzy har klart gjennom sin løsning

Parallell satsning gjennom Kristiansand kommune

- Kristiansand Kommune samarbeider med KomInn om å utvikle en arrangementskalender for unge
- Utvikling er ikke i gang, men anbud sendes ut til utviklere ila. januar
 - Fra mars vil en trainee-ressurs dedikeres til videreutvikling og drifting av appen



Test av løsning – potensiale for Art Access å lære av denne satsningen før en evt. egen satsning

Spørsmål, innspill og kommentarer?



Digitalt berikede kunst og -kulturopplevelser

Konsept 2





Mobile Engagement

Powered by Cuseum



Funksjoner i Cuseum (1/3)

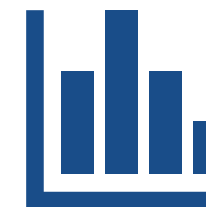
Content management

- Eget content management system som gjør det enkelt å oppdatere og endre innhold



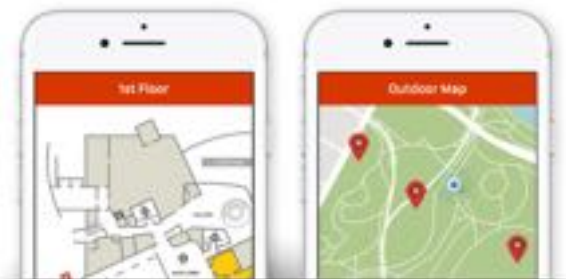
Data analytics

- Automatisk genererte analyser tilgjengelig i Cuseum dashboard
- Innsikt om hvor lenge de besøkende er på hvert galleri, hva som er det mest populære maleriet
- GDPR compliant, og det er sluttkunden som eier dataene (museet kan riktignok analysere kundedataene)



Kart og navigering

- Interaktivt kart med informasjon om nærmeste utstilling, toalett, utganger mv.
- GPS for utendørs navigering, med «blå prikk»
- Beacons for innendørs navigering



Tilgjengelig på flere språk

- Mulighet for å velge mellom flere språk
- «Screen reader» for personer med begrenset syn



Funksjoner i Cuseum (2/3)

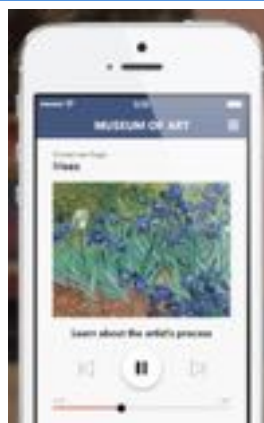
Events kalender

- Mulighet for å vise arrangementer sortert etter dato, og vise hva som skjer de neste ukene



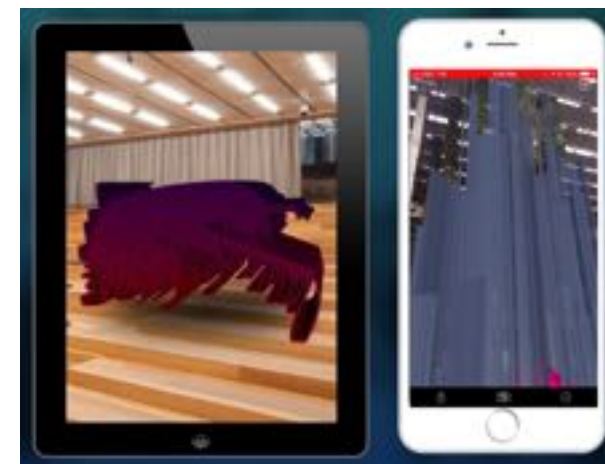
Kuraterte tours

- Mulighet for å lage egne in-app tours, og la de besøkende benytte smarttelefonen for audio
- Mulighet for å gi tilleggsinformasjon under touren i det digitale grensesnittet



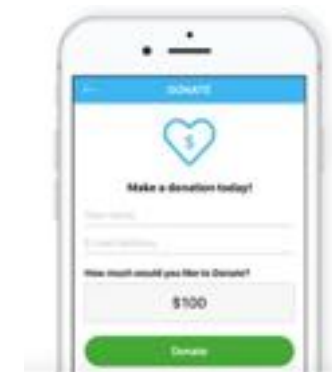
Augmented reality

- AR som tilleggsfunksjon¹
- Tilbyr AR både for stillestående og bevegelige objekter²



Donasjoner

- Påminnelse om å gi donasjon i egen in-app «donate now»
- Påminnelser til de besøkende om fordeler ved å bli medlem



Funksjoner i Cuseum (3/3)

Deling i sosiale medier

- Besøkende kan dele opplevelsen fra museet uten å forlate museums-appen



Multimediainnhold

- Mulighet for å gi de besøkende ekstra informasjon, bilder, video og audio



iBeacons-støtte

- Mulighet for å gi de besøkende notifikasjoner basert på avstand til et objekt eller lokasjon
 - De fleste museer velger å ha beacons ved inngang og utgang
 - Sendes i posten, men er kalibrert for egnet bruk av Cuseum
- Bruksområder for beacons-støtte
 - Push-meldinger som kan gi highlights til de besøkende
 - Innendørs navigasjon



- Beacons-støtte kun tilgjengelig for iPhone
 - Native app kun for iOS (61% av smarttelefoner i Norge), mobile web app for Android (krever ikke nedlastning)
 - Mulig å lage app for Android, men anbefales ikke av Cuseum, og medfører ekstra kostnader

Om løsningen

Om Cuseum

- Cuseum er lokalisert i USA
 - Erfaring fra Europa (Irland og Østerrike)
- Tilbyr en white-label app-plattform
 - Kun et verktøy for at kundene kan realisere egne apper
 - Tilknyttet skybasert løsning (Amazon web services)
- App på tvers av kulturaktører
 - Etterspurt av flere men er enda ikke gjort i praksis
 - De mener selv dette bør være mulig, men bør ikke foreligge som potensiale i en MVP



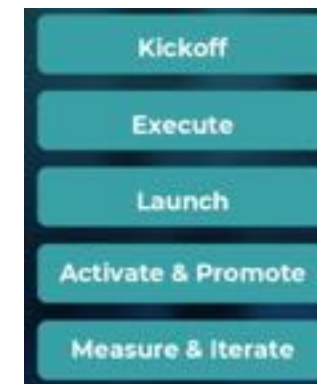
Support og videreutvikling

- Support
 - Har ikke et lokalt støtteapparat, og mener heller ikke at dette er nødvendig pga. at løsningen er software-basert
 - Tilgjengelig support på chat og telefon
 - Cuseum kan gjøre endringer direkte i det skybaserte systemet
- Videreutvikling og endringer
 - Foretas i content management grensesnitt



Utvikling av løsning

- Et dedikert team fra Cuseum kommer i kontakt med kunden
- Kunden velger ønskede funksjoner
- Klar for lansering ila. 2-3 mnd.
- Det er ikke påkrevd at kunden har teknisk kompetanse
 - Kunden trenger an «app developer account» (for å lansere i App Store)



Pris

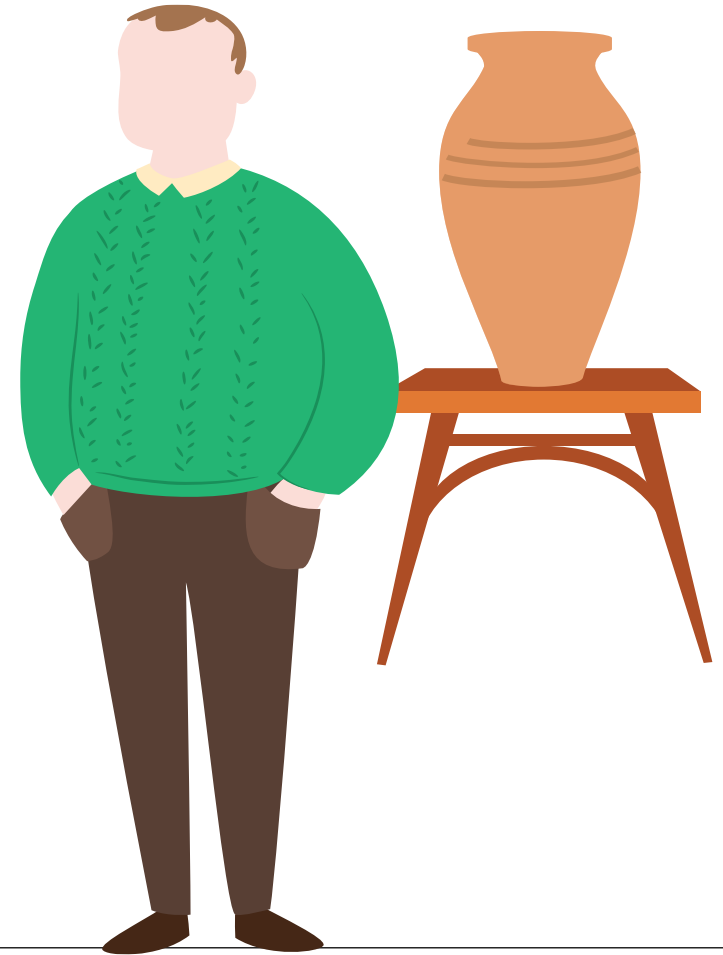
- Basispakke: 500 USD/mnd. (ca. 4.100 NOK)
- Tillegg for ekstrafunksjoner:
 - +50 USD/mnd.: Events kalender, interaktivt kart
 - +100 USD/mnd.: iBeacon-støtte, bildegjenkjenning, analytics
 - +100 USD (engangskostnader): Legge til ekstra språk, medlemskap, donasjoner
 - Mulige utvidelser (ikke satt pris, engangskostnader): Android-app, AR
- Utvikling: Tilsvarende 1 månedspris inkl. ekstrafunksjoner



Spørsmål, innspill og kommentarer?



CUSEUM



Digitalisering og tilgjengeliggjøring av sørlandskunst og -kultur

Konsept 3



Google Arts & Culture v/ Reidar



Spørsmål, innspill og kommentarer?



Evaluerings av konseptene opp mot topp 5 viktigste konseptelementer

Fra vurderinger gjort under konsepttest

Konsept 1

Viktigste konseptelementer

- Gi varsel om endringer
- Mulighet for online betaling
- Spredning via SoMe
- Inkludere elever til utvikling av digitalt kulturkort
- Deling av innhold

Konsept 2

Viktigste konseptelementer

- Selv legge ut informasjon om arrangement
- Flere kulturaktører på plattformen
- Selv å kunne legge ut bilder og video fra utstillinger
- Tilgjengelig på flere språk
- AR for å berike fysiske kulturattraksjoner

Konsept 3

Viktigste konseptelementer¹

- Utvidet informasjon via AR
- Organisere og publisere digital kunst
- Digitalisere kunst i form av bilder og video
- Utforske kunst og kultur i ulike kategorier
- Virtuelt besøk til kulturattraksjoner

Agenda

1. Introduksjon

2. Konseptene

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

Gruppearbeid

Presentasjon fra gruppene

Felles innstilling til MVP

4. Neste steg

Gruppearbeid

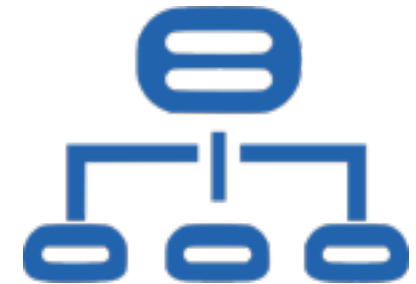
Oppgave

- Gruppen diskuterer fordeler og ulemper ved hvert av de 3 konseptene
 - Noteres på egen mal som deles ut til gruppene
 - 6 grupper med 3-4 personer
- For hvert konsept:
 - Hva er viktigste manglene ved konseptet?
- Hva er gruppens foretrukne konsept dersom de måtte velge kun ett?
 - Begrunnelse for dette
 - *Sett opp konseptene i prioritert rekkefølge (er ikke nevnt spesifikt på malen)*



Praktisk organisering

- Dere får utdelt en mal som dere fyller ut i fellesskap
- Arbeid i gruppen i ca. 30 min
- Gjennomgang i plenum med innspill fra én og én gruppe (ca. 20-30 min)
 - Velg en talsperson fra gruppen (gjerne samme som noterer på malen)
 - 2 første gruppene: Gjennomgang konsept 1
 - 2 neste gruppene: Gjennomgang konsept 2
 - 2 siste gruppene: Gjennomgang konsept 3
 - Alle gruppene: Foretrukne konsept til MVP, samt prioritering av konseptene
- Oppsummering v/ styringsgruppen, og endelig innstilling til MVP



Agenda

1. Introduksjon

2. Konseptene

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

Gruppearbeid

Presentasjon fra gruppene

Felles innstilling til MVP

4. Neste steg

Presentasjon fra gruppene



Evaluering av Bizzy



Viktigste konseptelementer

Topp 5 viktigste konseptelementer (fra konsepttest)

- Gi varsel om endringer
- Mulighet for online betaling
- Spredning via SoMe
- Inkludere elever til utvikling av digitalt kulturkort
- Deling av innhold

Ikke oppdatert med alle innspill fra gruppene p.t.

Evaluering

Fordeler

- Høy gjennomførbarhet: Løsning finnes, potensiale for samarbeid om løsningen (KomInn, eksisterende løsning fra Bizzy)
- Potensiale for å nå ungdom (som ellers er underrepresentert på flere kulturelle aktiviteter)

Ulemper

- Løsningen har begrensede funksjoner og få arrangementer
- Brukeropplevelsen er ikke optimal (eks. betaling, treg løsning), og det er ikke mulig med deling av innhold
- Krevende med distribusjon
- Potensielt krevende med deling og samhandling av data mellom aktørene

Potensiale for MVP: Er løsningen god nok, og gir den ønsket effekt?

Til tross for at en løsning finnes med potensiale for samarbeid, så er løsningen umoden/uferdig – potensiale fra å høste erfaring fra KomInn som skal teste liknende løsning

Evaluering av Cuseum



Viktigste konseptelementer

Topp 5 viktigste konseptelementer (fra konsepttest)

- Selv legge ut informasjon om arrangement
- Flere kulturaktører på plattformen
- Selv å kunne legge ut bilder og video fra utstillinger
- Tilgjengelig på flere språk
- AR for å berike fysiske kulturattraksjoner

Ikke oppdatert med alle innspill fra gruppene p.t.

Evaluering

Fordeler

- Har mange av de viktigste konseptelementene
- Virker enkel å utvikle og vedlikeholde
- Kan realiseres relativt raskt (2-3 mnd.)
- Moderat kostnad (men kan bli kostbar for en mindre aktør)

Ulemper

- App og beacons-støtte ikke tilgjengelig for Android (men kan utvikles)
- Selskap lokalisert i USA
- Ikke mulig med flere kulturaktører på plattformen



Potensiale for MVP: Bør løsningen testes for utvalgte aktører?

Potensiale for å dele erfaringer i etterkant av MVP med øvrige aktører i Art Access, og for å søke en løsning med flere kulturaktører på samme plattform¹



Evaluering av Google Arts & Culture

Viktigste konseptelementer

Topp 5 viktigste konseptelementer (fra konsepttest)

- Utvidet informasjon via AR
- Organisere og publisere digital kunst
- Digitalisere kunst i form av bilder og video
- Utforske kunst og kultur i ulike kategorier
- Virtuelt besøk til kulturattraksjoner

Evaluering

Fordeler

- Har de fremste tekniske løsningene i markedet, med avansert AI (kunstig intelligens) og åpen innovasjon
- Felles råderett over innhold
- Kontrakt kan avsluttes når som helst
- Ingen kostnad for å bruke løsningen

Ulemper

- Bilaterale avtaler – ressurskrevende, og ikke en felles løsning for en klynge
- Digitaliseringsprosessen: Noen på kulturinstitusjonen må sette av tid
- Potensiell rettighetsproblematikk

Ikke oppdatert med alle innspill fra gruppene p.t.

Potensiale for MVP: Bør løsningen testes for utvalgte aktører?

Potensiale for å dele erfaringer i etterkant av MVP med øvrige aktører i Art Access, slik at evt. flere kan opprette avtale med Google Arts & Culture

Agenda

1. Introduksjon

2. Konseptene

3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

Gruppearbeid

Presentasjon fra gruppene

Felles innstilling til MVP

4. Neste steg

Felles innstilling til gjennomføring av MVP

- Pri 1 = 3 poeng
- Pri 2 = 2 poeng
- Pri 3 = 1 poeng

Konsept 1: Digitalt kulturkort med og for et ungt publikum



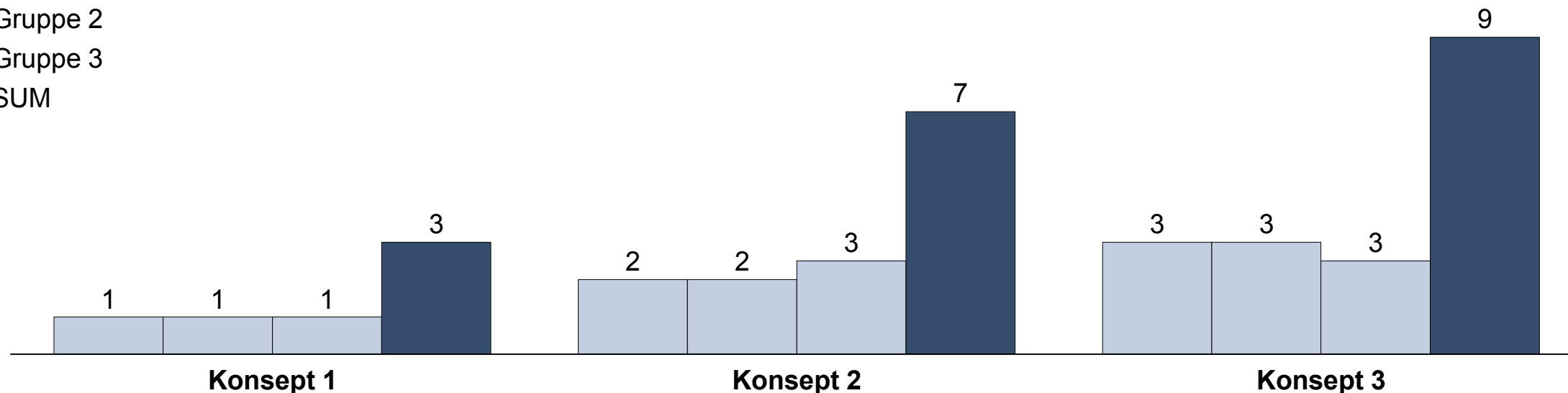
Konsept 2: Digitalt berikede kunst og -kulturopplevelser



Konsept 3: Digitalisering og tilgjengeliggjøring av sørlandskunst og -kultur



■ Gruppe 1
■ Gruppe 2
■ Gruppe 3
■ SUM



Agenda

1. Introduksjon
2. Konseptene
3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

4. Neste steg

Realisering av MVP

Hvordan sikre læring og kompetansedeling

Avslutning

Realisering av MVP

Flere aktører meldte seg
for testing av Google Arts
& Culture

MVP testaktører



- Hvilke aktører i USUS Art Access ønsker å realisere MVP?

Oppfølging



- MVP testaktører: Velger interne ressurser som kan følge opp ifm. realisering av MVP
- USUS: Kan potensielt stille med ressurs for praktisk oppfølging av MVP testaktører og evt. underleverandør

Finansiering



- Budsjettet til USUS Art Access gjør det mulig å dekke hele eller deler av kostnadene tilknyttet implementeringen av MVP
 - Avhenger av valgt konsept(er)
- Vil detaljeres ytterligere i etterkant av Vinterkonferansen

Forslag til prosess

**Diskusjon om det skal
nedsettes en egen gruppe
for å sikre realisering**

Verifiseringsfase

- Verifisere realiseringsalternativet, eks.
 - Bizzy: Er distribusjonsutfordringen løst
 - Cuseum: Innholdsdatabase, Android
 - Google Arts & Culture: Rettigheter mv.

Implementeringsfase

- Signere kontrakt med leverandør
- Implementer løsningen
- Oppfølging av interne ressurser for realisering

Læring og kompetansedeling

- Sikre læring gjennom egentesting og brukerstesting
- Sikre kompetansedeling med øvrige i Art Access

Agenda

1. Introduksjon
2. Konseptene
3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

4. Neste steg

Realisering av MVP

Hvordan sikre læring og kompetansedeling

Avslutning

Hvordan sikre læring og kompetansedeling?

Egentesting

- Aktører i Art Access tester selv løsningen
 - Ut i fra dette gjør man seg opp en formening av hvordan løsningen fungerer, og hva som må videreutvikles i løsningen
- Aktører i Art Access gjør en vurdering av det administrative ved løsningen
 - Hvor enkelt det er å utvikle løsningen, og ta denne i bruk
 - Hvor enkelt det er å administrere løsningen når den benyttes av faktiske kunder

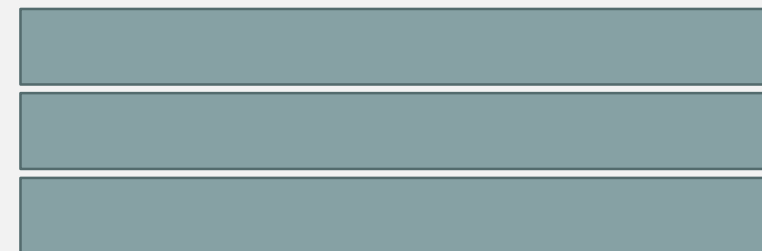
Brukertesting 1

- Samle inn brukerens egne vurdering av løsningen
 - Spørreskjema og/eller dybdeintervjuer
 - Vurdering av MVP-løsningen i praksis
- Så langt det lar seg gjøre:
 - Også undersøke hvilke funksjoner brukerens evt. savner i MVP-løsningen
 - Dette kan være krevende for brukeren ettersom hun/han ikke har innsikt i alternative funksjoner/målbilde for konseptet

Brukertesting 2

- Forenklet konsepttest til kunder som har brukt løsningen
 - Brukeren opplever hvordan løsningen fungerer i dag (MVP) og gir innspill til denne
 - Brukeren får se en visualisering av hvordan løsningen er tenkt i et målbilde og gir innspill til dette (eksisterende konsepttest kan benyttes)

Grad av læring fra MVP



Etter lansering og brukerstesting (læring) fra MVP: Sikre kompetansedeling med øvrige aktører i Art Access

Agenda

1. Introduksjon
2. Konseptene
3. Valg av MVP (inkl. gruppearbeid)

4. Neste steg

Realisering av MVP

Hvordan sikre læring og kompetansedeling

Avslutning

Avslutning v/ Reidar

