

# DDW Music laat programmaboekje van de toekomst zien

Pieter Van der Meer

25 oktober 2018

**Het is Dutch Design Week in Eindhoven. Dat betekent een week lang tentoonstellingen, lezingen en netwerkmogelijkheden voor ontwerpers, maar ook een muzikfestival: DDW Music. Voor dit festival ontwierp het Eindhovense Dutch Rose Media samen met Spielerei concept & design het programmaboekje van de toekomst, waarbij papier en digitaal met behulp van augmented reality samenkomen.**

Samen met de Effenaar presenteert Dutch Rose Media rond de Dutch Design Week meerdere interessante concepten. Eerder liet het bureau al de mogelijkheden van augmented reality zien in een advertentie in muziektijdschrift OOR. "Technisch gezien was dat nog niet eens het nieuwste op het gebied van augmented reality", zegt Alex van Hapen van Dutch Rose Media.

## Praktische oplossing met AR

Op verzoek van poppodium Effenaar is het bureau vorig jaar al gaan kijken naar een praktische oplossing met augmented reality. Vorig jaar was het programmaboekje van DDW Music al voorzien van een aantal extra digitale opties. Dat concept zijn ze dit jaar verder gaan ontwikkelen. Het resultaat is een papieren programmaboekje dat in een app een hele digitale dimensie opent.

## Blokkenschema met muziek

De gebruiker heeft daar behalve het papieren boekje ook de Effenaar Experience app voor nodig. "Als je daarmee het boekje scant lichten eerst al op de cover een aantal blokjes op van de artiesten die op die dag bij DDW Music spelen. Dat rouleert met de dag mee." In het blokkenschema werkt dat ook zo met pop-ups van artiesten. "Bij DDW Music heb je best veel voor het grote publiek onbekende artiesten die je zo makkelijk kunt beluisteren. Je hoeft dan niet helemaal die artiest in YouTube of Spotify in te tikken. Je kunt gelijk een nummer luisteren en makkelijk switchen tussen artiesten."

## Meerwaarde voor festivals

Van Happen denkt dat dit programmaboekje met augmented reality vooral voor meerdaagse festivals een meerwaarde kan hebben. Als vaste Lowlandsganger ziet hij de voordelen wel van een naar digitaal uitgebreid boekje. "Je hebt toch vaak een moment dat je denkt: waar gaan we vandaag naar toe? Veel artiesten heb je al opgezocht, maar vaak moet je op de camping nog wat gaten vullen. Dan kan deze app nuttig zijn, want dit downloadt je vooraf en dan werkt het verder offline. Dan heb je ook geen last van matig internetbereik op de camping."

## Merkbeleving

De app en het papieren boekje bieden volgens Van Happen ook kansen voor merken. "Alle video's in de pop-ups kun je ook branded maken zonder dat er een commerciële boodschap in zit." Dat kan dan weer bijdragen aan een andere merkbeleving. Bij [Dutch Rose Media](#) dromen ze in ieder geval al van het werken met grote merken voor meerdere festivals. "Wat mij mooi lijkt: als je bijvoorbeeld voor een merk als Heineken zo'n app maakt waar al hun festivals in zitten. Dan kun je als Heineken zeggen: 'heb je 's ochtends geen idee waar je heen wil? Dan helpen wij je op weg!'"

Van Happen merkt dat in de muziekwereld al positief wordt gereageerd op hun concept. "Daarbij hebben we ook het geluk met De Effenaar die heel erg open staan voor nieuwe dingen en dat en dat ook willen proberen. Nu zie je het wel een beetje landen. We krijgen veel positieve reacties op wat we doen met de combinatie van papier en video."