

# Brabant C - Projectplan *Erfgoed Escape*

08-08-2016



**BASECAMP**  
G A M E S

## Auteurs:

Ivo van Dijk (Director/Producer)  
Willem Olderaan (Business Development/Research)  
Meggy Althuisen (WY projectbureau)

## Contactgegevens:

Ivo van Dijk  
[Tel] +31 6 51555667  
Additionele bijdrage:  
[ivo@basecampgames.com](mailto:ivo@basecampgames.com)

## Inhoud

Aanleiding.....	3
Kort samengevat.....	4
Real Life Game Experiences.....	5
Up The (Real Life) Game.....	7
Basecamp Games.....	8
Basecamp Games - Erfgoed Escape.....	9
Artistieke kwaliteit.....	10
Locaties voor de eerste pilots.....	12
Kasteel Heeswijk - Heeswijk.....	12
Markiezenhof – Bergen op Zoom.....	12
HEUS/Tramkade – 's-Hertogenbosch.....	12
Voorbeelden narratief.....	12
Overige bruikbare voorbeelden van Nederlandse Folklore.....	13
Digiroom Tool.....	14
Voorbeelden technologieën.....	14
Brabantse cultuursector & duurzame versterking.....	16
Samenwerkingen.....	17
Maatschappelijk draagvlak voor cultuur.....	19
Schaalbaarheid, product ambitie & financiële (on)afhankelijkheid.....	19
Financiële (on)afhankelijkheid.....	20
Toelichting op de begroting.....	21
Planning.....	23
Literatuurlijst.....	25
Comité van aanbeveling.....	25
Bijlage 1. Contactlijst.....	26
Bijlage 2. BMC.....	27
Bijlage 3. Samenvatting van Begroting.....	28
Bijlage 4. Brancheoverzicht.....	29

## Aanleiding

*Erfgoed Escape* speelt in op verschillende trends binnen zowel de erfgoed sector, Real Life Gaming,- en vrijetijds-innovatie, en het bewezen effect van belevenderwijs en spelenderwijs leren. De initiator van het project, Basecamp Games, ontwikkelt toegepaste games en betraapt zichzelf er op steeds vaker de virtuele en de echte wereld te willen mengen. Vorig jaar werd het concept uitgewerkt omtrent een Jeroen Bosch Escape Game, waar de verbinding tussen Erfgoed, educatie en Real Life Gaming al werd opgezocht. Door verschillende omstandigheden vond het project geen doorgang, maar de driekoppige doelstelling (Erfgoed, Educatie, Innovatie) wil het team nog steeds realiseren. Daarnaast stelt het project het team in staat binnen autonoom geschapen kaders te ontwikkelen.

Na het verder ontwikkelen van een specifiek gecreëerde tool (zie "Digiroom Tool") om een totaal beleving te kunnen maken die de eerder genoemde doelstelling kan realiseren, werd het volledige concept op de schop genomen en herzien. Met een sterkere verbinding tussen de drie elementen en met een betere visie op schaalbaarheid, ligt er nu het concept van *Erfgoed Escape*.

Op 29 september 2015 werd het nieuwe Beleidskader Erfgoed van provincie Noord-Brabant gepubliceerd waarin verschillende doelstellingen worden aangehaald die direct kunnen worden gerealiseerd door het inzetten van *Erfgoed Escape*. De ambitie van Noord-Brabant is om

*"over pakweg vijftig jaar nog steeds de geschiedenis van Brabant door te kunnen geven aan nieuwe generaties, aan de hand van ons erfgoed."*

Basecamp Games heeft ondertussen de verbindingen gelegd met de nodige partners. Dit zijn ondermeer Erfgoed Brabant, strategisch partners in de vorm van een drietal locaties die graag een pilot zouden willen zien van *Erfgoed Escape*, een cultureel ingesteld communicatiebureau om het project onder de aandacht te brengen, het educatieve veld, en andere makers (theater, gebiedsontwikkeling). Daarnaast heeft Midpoint Brabant zijn enthousiasme getoond voor het project en wilt mee kijken hoe dit in de markt te zetten.

Als het project succesvol kan worden ge-pilot, betekent dit:

- Een aantoonbaar innovatief en educatief concept dat erfgoed op een nieuwe manier onder de aandacht kan brengen bij een reeds bestaande en een nieuwe doelgroep, in lijn liggend met de doelstellingen van het Beleidskader Erfgoed
- De mogelijkheid van het zich autonoom technische en artistiek kunnen ontwikkelen van betrokken partijen, en daarnaast het kunnen versterken van het netwerk en zich beter kunnen positioneren als innovatieve partij van Basecamp Games
- Financiële onafhankelijkheid voor *Erfgoed Escape* en het kunnen creëren van genoeg beeld- en anderen communicatiemateriaal om een vervolg op het project door te zetten
- Daarna is het slechts een kleine stap om het project verder te schalen naar landelijk, en zelfs internationaal, niveau.

## Kort samengevat

Het project is:

- interessant voor erfgoed
- combinatie tussen legend-tripping, Escape Rooms en interactief theater
- meeliften op succes van escape room-trend
- richt zich, afhankelijk van de locatie, op meerdere doelgroepen (extended family tot Escape Room fanatici)
- modulair en heeft een verplaatsbaar systeem
- verplaatsen zowel tussen als binnen locaties, maakt gebruik van meerdere ruimtes
- vernieuwend, door ontwerp "Digiroom Builder", door de grote schaal (veel kamers en lange tijdsduur) en door de combinatie van theater en storytelling
- goed door te ontwikkelen, nieuwe verhalen en puzzels worden bedacht vanuit een zelfde technische en productionele opzet
- Tevens (na het maken van iteraties) voor totaal andere doelgroepen in te zetten dan in eerste instantie beoogd (denk aan bedrijfsuitjes, scholen etc.)

De ervaring:

- heeft 50-60 spelers tegelijk
- duurt ongeveer 3 uur per game
- heeft minimaal een locatie met een 4-tal kamers/ruimtes nodig
- zou per dag 3 á 4 keer kunnen worden gespeeld
- kan gedurende de hele dag plaatsvinden
- bestaat uit meerdere puzzels en uitdagingen, met een sterk teambuilding karakter
- draait om het oplossen van puzzels in connectie tot de locatie/historie van de locatie
- heeft afhankelijk van de locatie afwisselend een thema, maar is altijd een mengeling van historisch correcte feiten en fictie

## Real Life Game Experiences

Dit zijn geen digitale games, of eenvoudige bordspellen, maar grootse ervaringen in de realiteit. Deze "Real Life Game Experiences" zijn levende spellen met verschillende thema's. Fysieke avontuurlijke games waarin mensen samen moeten werken om het uit te spelen. Het is een mix van een vossenjacht, puzzels oplossen en videogames. Bij "Escape Rooms" moet men binnen een vooraf bepaalde tijd uit een ruimte ontsnappen door aanwijzingen en geheime compartimenten te vinden, door gebruik te maken van verschillende objecten en door uitdagende puzzels op te lossen. (Wikipedia, 2015) "Real Life Game Experiences" nodigen de spelers uit om een actieve rol te spelen bij hun eigen vermaak door interactie met de omgeving.

Deze spannende ervaringen zijn gebaseerd op de *point-and-click* "escape the room videogames" waarin de speler opgesloten zit en door gebruik te maken van de omgeving uit een kamer moet ontsnappen. Net zoals in de real-life versie moeten de spelers gebruik maken van hun kritische denk- en puzzelvermogen om te winnen. De online escape games, ook wel "takagism" genoemd, zijn al jaren populair en ook de mobiele versies staan tegenwoordig in de top van app downloads. De "real-life Escape Rooms" begonnen een decennium geleden overal te wereld op te duiken. (Fischer, 2014)

Het merendeel van de Nederlanders kent de "real life game experiences", zoals bijvoorbeeld "Escape Rooms", momenteel nog niet. Deze bevinden zich nog in de 'Early-adaptors' fase. Dit betekent dat de eerst komende jaren een grote vraag vanuit nieuwe gebruikers zal ontstaan en dat het concept nog veel ontwikkelingen te wachten staat. (Van Spronsen & Partners, 2016)



Hoewel de eerste "Escape Rooms" zijn gevestigd in 2013 (zie bijlage 4. over hoe deze "Escape Rooms" over Nederland zijn verdeeld), waren eind 2015 toch al 133 escape room bedrijven in Nederland met in totaal 238 kamers. Veel bedrijven zijn ingestapt op deze trend met "Escape Rooms" wegens de lage investerings drempel (beperkte oppervlakte en lage investeringen). Het ontwikkelen van "Escape Rooms" vergt echter een hoge mate van creativiteit.

Een fors deel van de aanbieders zal echter te lang hetzelfde blijven doen waarmee de marktpositie snel verslechtert... Het worden in vergelijking met innovatieve developers "Escape Rooms" van lage kwaliteit; weinig immersie, narratief of technologie en met weinig echt uitdagende puzzels. (Van Spronsen & Partners, 2016)

De kwaliteits-aanbieders zullen innoveren en daarmee aantrekkelijk blijven. De locaties zullen moeten uitbreiden en de kamers vernieuwen om gebruikers te behouden. De groep succesvolle "Escape Rooms" zullen komen van gespecialiseerde aanbieders. Dit kunnen aanbieders zijn waarbij de kamers diverse wisselende thema's hebben en hebben een groot onderscheidend vermogen door de specifieke locaties en de sfeer in het pand en ruimtes. Hiernaast worden deze "Real Life Game Experiences" gecombineerd met andere vrijetijdsactiviteiten en horeca concepten (welke het meest toevoegen wanneer deze onderdeel zijn van het thema van de "Real Life Game Experience"). (Van Spronsen & Partners, 2016)

In het geval van "Real Life Game Experience" geldt dat het een van de snelst groeiende vorm van entertainment trends is sinds de opkomst van de bioscoop. Er wordt een sterke groei in de vraag verwacht voor de komende drie tot vijf jaar en daar speelt *Erfgoed Escape* op in. "Real Life Game Experiences" zijn dan ook een serieuze investering. Het zijn geen pop-ups. De trend van "Real Life Game Experiences" zal alleen maar sterker worden. (Weikamp, 2016). Grotere "Real Life Game Experiences" komen op - zoals Prison Escape of H.E.L. Shooter - die mensen het gevoel geven alsof ze meedoen aan een filmverhaal. Deze ervaringen duren langer dan "Escape Rooms" en worden veelal gemaakt op grootse of unieke locaties.

In het geval van *Erfgoed Escape* wordt het concept van de "escaperoom" gecombineerd met het zogenaamde "legend tripping" (of "sagensafari"). Legend Tripping is het (her)beleven van een plaatselijk volksverhaal. Dit zijn vaak spookverhalen die 's nachts worden begeleid of nagespeeld. Hierbij moet men door middel van aanwijzingen een pad afleggen langs de plaatsgebonden sagen en legenden. Soms gaat dit bezoek gepaard met het naspelen van magische rituelen, oproepen van geesten en overnachten op een spannende locatie. Het zijn passieve ervaringen waarbij veel wordt (verteld en) geluisterd en weinig wordt getoond of gedaan.

*Erfgoed Escape* maakt gebruik van het "legend tripping" door middel van het vertellen van de verhalen, legenden of sagen van specifieke locaties. Deze verhalen worden echter gegoten in een interactieve vorm waarbij spelers niet alleen het verhaal te horen krijgen, maar waar ze onderdeel van het verhaal worden en door middel van uitdagende puzzels, raadsels en spelletjes de legenden of sagen leren kennen.

Door niet alleen in te zetten op bestaande "real life games" concepten zoals "Escape Rooms" maar door het ontwikkelen van een nieuwe, grotere en technologische geavanceerdere vorm van "real life gaming" (met daarnaast een directe verbinding met cultuur erfgoed) wordt met het *Erfgoed Escape* concept een nieuwe weg ingeslagen voor de toekomst van "Real Life Game Experiences".

De versmelting van gaming, theater en de culturele erfgoed locaties zorgen voor een unieke immersieve ervaring voor de bezoeker. Andere elementen die ingezet zullen worden binnen *Erfgoed Escape* zijn het gebruik van technologie om de puzzels zo spectaculair mogelijk te maken, het inzetten van acteurs om het verhaal te verrijken en te sturen en het instellen van een bepaalde tijd waarin men de ervaring moet uitspelen.

## Up The (Real Life) Game

*“one of the fastest-growing entertainment trends since the rise of cinema” (McClean, 2016)*

Dit jaar was er zelfs voor het eerst een Real Life Gaming evenement genaamd [Up The Game](#) waar bekende internationale “Escape Rooms” experts kwamen praten over de wereld en toekomst van Real Life Gaming.. Basecamp Games was hier natuurlijk ook aanwezig. Tijdens dit evenement werd ingegaan op de volgende onderwerpen:

- Innovatie in Real Life Gaming
- Optimaal een verhaal vertellen in spelbeleving
- Flow theorie (psychologie van de ultieme ervaring)
- Escape Rooms in het onderwijs
- Marktontwikkeling van Escape Rooms
- Recht en aansprakelijkheid van Escape Rooms (o.a. oprichting, brandveiligheid)
- Professionalisering Game Design
- Toekomst van Escape Rooms

Dit was de eerste internationale “Escape Rooms” en real life gaming beurs en was uitverkocht. Er waren veel internationale gasten waardoor gelijk duidelijk werd dat real life gaming een grote internationale industrie is. Opvallend aan de bezoekers was dat voornamelijk “Escape Room” eigenaren of mensen met panden die een “Escape Rooms” op willen zetten, aanwezig waren. Er waren dus veel potentiële klanten aanwezig. Dit kwam ook naar voren in het aantal bezoekers bij lezingen; de lezingen over marketing waren drukker dan bij de creatieve lezingen. Gesproken werd er over de ontwikkeling van narratief, immersie en technologie binnen “Escape Rooms”. De volgende trends werden geïdentificeerd voor toekomstige “Escape Rooms”:

- Virtual reality- Het gebruik en de mogelijkheden van de VR brillen geeft “Escape Rooms” een extra dimensie. Het trekt de speler meer in het verhaal. Er kunnen puzzels of raadsels verschijnen waardoor nauwe samenwerking met het team nodig is.
- Pop-up Escape Rooms- Ze bestaan al wel maar zijn nog volop in opkomst. De pop-up Escape Room heeft de flexibiliteit om zich te vestigen op diverse locaties. Zo kan *Erfgoed Escape* ingezet worden op meerdere locaties door het modulair verplaatsbare systeem en het aanpassen van de content.
- Mengvormen- Mengvormen in de horeca en leisure zijn populair vanwege de beleving en mogelijkheden. De combinatie met retail, horeca en leisure biedt veel mogelijkheden. Escape Rooms kunnen worden toegevoegd aan restaurantconcepten, zaalbedrijven, hotels, events, winkelstraten of als promotie van producten. Bij *Erfgoed Escape* kan de ervaring uitstekend worden gecombineerd met een horecagelegenheid; deze voegt echter het meest toe wanneer dit in stijl is met de rest van de ervaring.

## Basecamp Games

Basecamp Games is een start-up gevestigd in 's-Hertogenbosch, en bestaat uit een groep jonge en dynamische mensen. Zij richt zich op het multidisciplinair inzetten van nieuwe technologie en het verbinden van uiteenlopende disciplines. Door op een professionele wijze bezig te zijn om het artistieke en creatieve talent op een hoog niveau uit te oefenen kunnen we kennis op doen over andere werkgebieden en experimenteren met nieuwe technologieën en zo tot artistieke vernieuwing komen, bijdragend aan de algemene groei van (e-)cultuur en media in Brabant en verder.

Aan het hoofd van het team staat Ivo van Dijk, die in het verleden vooral actief was als muzikant van de Bossche band Xystus, in 2008 de Rock Opera Equilibrio schreef die voor 4400 man in Vredenburg Leidsche Rijn werd uitgevoerd, en ondermeer samenwerkte met het Noordpool Orkest, BAFTA award winnend componist Austin Wintory en het Metropole Orkest. Van Dijk was tevens enkele jaren actief in het Bossche cultuurcircuit en had een rol in muziektheater, meerdere community art projecten, Oetelpop (Oeteldonkse krakers in een modern jasje) hetzij als arrangeur, uitvoerend musicus, componist of producent middels zijn stichting MASH, of organiseerde mee in concerten bij W2 en P79. Van Dijk studeerde af als Componist for Media met specialisatie op Interactieve Game Audio aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (waar hij als enige Compositie student genomineerd werd voor de HKU Award) in 2014.

Het team van Basecamp Games richt zich op unieke, immersieve (Real Life) multidisciplinaire "Game Experiences". Zo kwam het team samen vanuit de studie aan de HKU, wat leidde tot Karmaflow: The Rock Opera Videogame (uitgevoerd in de tweemaal uitverkochte grote zaal van Theater aan de Parade, 's-Hertogenbosch, samen met het Metropole Orkest) waarin de combinatie tussen muziek, kunst & gaming centraal stond. In het project Verwaterd Geluid (voor Bosch Parade en Muziek aan de Dommel) werd aan deze combinatie ook Virtual Reality toegevoegd.

Naast deze kunstzinnige games werkt Basecamp Games aan meerdere educatieve games. Voor de development van de game SOwhAt! hebben zij de krachten gebundeld met experts (GGD, GGzE) en de doelgroep (via jongeren organisatie en scholen) om een product te ontwikkelen ter promotie van seksuele gezondheid. De game, ontwikkeld voor mobiele devices, handelt met herkenbare situaties en uitdagende micro-games om gedragsverandering bij jongeren te stimuleren. Tevens verzamelt de app speeldata (zonder de privacy van de jongeren in het gedrang te brengen) om eerder negatieve trends te kunnen signaleren en daarop (vanuit de GGD) in te spelen. Hierbij wordt onderzocht hoe de game bijdraagt aan gedragsverandering en functioneert als gespreksopener (voor zowel leerling als leraar). Basecamp Games heeft hiervoor een researcher in het team (M.A. Willem Olderaan) met een universitaire graad en specialisatie op het gebied van het valideren van applied games.

Buiten kunstzinnige, maatschappelijk relevante, en/of educatieve applied games wordt de kracht van Basecamp Games gevormd door structurele samenwerkingen met partijen. Zo is het bedrijf ondermeer partner van het eLab van de GGzE waarbij ze ondersteunen bij het ontwikkelen van toegepaste games, en wordt er nauw samengewerkt met GGD Hart van Brabant.

Door een goede samenwerking met Avans Hogeschool en Fontys Academy for Creative Industries is er ook een sterk netwerk met het educatieve veld, en werden op deze manier al meerdere projecten gerealiseerd.



## Basecamp Games - Erfgoed Escape

Net zoals bij videogames staan de spelers centraal in de *Erfgoed Escape*. Anders dan bij boeken, films of theater kunnen de spelers op directe wijze invloed hebben op de uitkomst. Anders dan bij een videogame zijn alle vijf zintuigen van belang. (Suellentrop, 2014) Wat huidige "Real Life Game Experiences" (zoals "Escape Rooms") missen is dat ze spelers niet volledig deel laten uitmaken van de ervaring zelf. Ze hebben een locatie, thema en puzzels die vaak wel aan elkaar gerelateerd zijn (ook al is de kwaliteit daarvan vaak in twijfel te trekken), de speler blijft echter zichzelf en wordt niet echt deel van het verhaal (als deze "Real Life Game Experiences" überhaupt een degelijk verhaal hebben) Wij willen de spelers deel maken van de ervaring, een rol geven in het verhaal. Door het mengen van historie, legend en fictie (fantasy) wordt bij uitstek een immersief verhaal ingezet om de speler mee te slepen in een overweldigende ervaring. (Nicholson, 2015) Denk voor inspiratie hierbij aan boeken, games en films zoals: Lord of the Rings, Harry Potter, The Legend of Zelda, Castlevania, Bloodborne, Dark Souls...

Belangrijk onderdeel van *Erfgoed Escape* is de koppeling met de locatie, het Nederlandse erfgoed. De "Real Life Game Experience" is nauw verbonden met de specifieke locatie en de daarbij behorende cultuurhistorische inhoud. De unieke locatie is de drijfveer van het narratief, zo wordt samen met bijvoorbeeld een cultuurhistoricus (vanuit of Erfgoed Brabant of de locatie zelf) gekeken naar de geschiedenis, verhalen en mythes verbonden aan deze locaties. Hieruit komt dan ook het verhaal voort waarin de spelers worden meegenomen en een onderdeel worden van de levendige geschiedenis van dit stukje Nederland.

Door middel van de nauwe samenwerking met Erfgoed Brabant krijgen we toegang tot veel informatie over de geschiedenis, achtergrond en mythes van locaties om zo de oorspronkelijkheid te behouden. Door deels trouw te blijven aan het bronmateriaal en hier een nieuwe impuls aan te geven (door het toevoegen van technologie en fictie), zal een nieuwe doelgroep in aanraking komen met Nederlands cultuurhistorisch erfgoed, en dragen we op deze manier bij aan het behoud en de bewustwording van Nederlands Erfgoed (locaties).

Kenmerken game design voor *Erfgoed Escape*:

- Diversiteit aan vaardigheden en kennis nodig
- Logisch nadenken
- Verhalend element
- Koppeling met Erfgoed locaties & Geschiedenis
- Koppeling met Nederlandse Legendes & Mythen
- Oplossingsgericht
- Sociale dynamiek
- Intense ervaring

## Artistieke kwaliteit

Basecamp Games werkt, naast het ontwikkelen van applied games in de educatieve en zorg sector, graag aan projecten met een meer autonoom karakter. In de afgelopen maanden zijn/worden een aantal projecten in opdracht verwezenlijkt, onder meer 2 "Escape Rooms" in Nijmegen. Om een artistiek hoogwaardig karakter te houden, is het van belang dat de leden van Basecamp Games zich ook op autonoom niveau kunnen blijven ontwikkelen. *Erfgoed Escape* faciliteert dit uitgangspunt.

De sterke kant van Basecamp Games is storytelling en world-building, elementen die een zeer prominente rol spelen in het realiseren van *Erfgoed Escape*. De totaal beleving vanaf het moment van communicatie naar een bezoeker totdat hij/zij de *Erfgoed Escape* verlaat, dient te kloppen en de potentiële spelers te prikkelen en onder te dompelen in de wereld die Basecamp Games weg wilt zetten op de verschillende locaties. Een partij die hier zeer geraffineerd in te werk gaat is "De Efteling", en wij noemen dat dan ook graag als een inspiratiebron (zie bijvoorbeeld Videomapping Projectie Efteling - <https://www.youtube.com/watch?v=15IR-ilBxwQ>).

Aangezien we binnen het medium "Real Life Game Experiences" een nieuwe standaard willen zetten, vinden we het belangrijk de lat direct op de juiste plaats te leggen. Om deze reden is reeds de link gelegd met een aantal relevante partijen zoals Erfgoed Brabant, de 3 eerder genoemde locaties, Rezone (die als doelstelling stedelijke gebiedsontwikkeling door middel van gamification heeft) en wordt er in co-creatie met meerdere makers gewerkt. Het doel is om op gebied van regisseur en acteurs hoog in te zetten, en mensen binnen de beoogde pilots bekend te laten worden en groeien in hun aandeel binnen *Erfgoed Escape*. Dit vergt een hoge eis aan commitment van de betrokken partijen. Om deze reden zetten we in op een pool mensen van verschillende niveau's (18 top acteurs inschakelen is financieel simpelweg niet haalbaar) waarin we een gezonde mengeling zoeken per pilot van professionals en semi-profs en/of studenten. Belangrijk hierin is dat deze groep acteurs door een professionele regisseur worden ingewerkt. De regisseur zal in nauwe samenwerking met Basecamp Games (die het grootste gedeelte van het ontwerp, narratief en world-building op zich neemt) uitgebreide karakter omschrijvingen opstellen, om dit vervolgens structureel in lijn met het ontwerp van de totale ervaring aan de acteurs over te kunnen dragen. Kennis van interactie met publiek en improvisatie is hierin een essentieel uitgangspunt, omdat de acteurs met verschillende situaties en reacties van het publiek te maken zal krijgen. Er wordt momenteel met een aantal acteurs en regisseurs gepraat die hun enthousiasme hebben geuit over het project.

*N.b. Op het moment van schrijven van dit document kunnen wij nog geen concrete namen noemen, maar zijn ervan overtuigd dat dit bij een eerstvolgende contact met Brabant C anders zal zijn.*

*Erfgoed Escape* zal gebruik maken van een transmediaal narratief en innovatieve technologie. Onder het eerste verstaan we gebruik van verschillende kanalen (zoals social media, radio/tv, websites) om het verhaal te vertellen. Om deze reden is een nauwe samenwerking met een professioneel communicatiebureau en/of strateeg een belangrijker partner. WY projectbureau zal hier een groot aandeel in hebben, en wordt er tevens een samenwerking met Midpoint Brabant verkend. Daarnaast zal er natuurlijk aanspraak worden gemaakt op de locaties om te voorzien in eventueel beeldmateriaal en informatie over de locatie.

In het kader van innovatieve technologie ontwikkeld Basecamp Games het Digiroom Builder Platform waarmee (naast digitale configuraties) ook fysieke producten kunnen worden geconfigureerd en aangestuurd. Het doel van dit Digiroom Builder Platform is om alle techniek centraal, automatisch en van een afstand te kunnen besturen zodat de ervaring van de spelers niet wordt onderbroken. Bij meer analoge "Escape Rooms" wordt de ervaring onderbroken door

bijvoorbeeld het geven van hints met papiertjes onder de deur of het gebruik van walkie-talkies. Bij *Erfgoed Escape* daarentegen wordt dit probleem opgelost door een combinatie van technologie en een sterke toepassing van World-Building, waardoor de ervaring meer compleet en onafgebroken is. Denk in het geval van *Erfgoed Escape* bijvoorbeeld aan een magische spiegel: een LED scherm dat kan worden getriggerd door een sensor in de ruimte. Op het scherm verschijnt een karakter (een vooraf opgenomen acteur) wat de spelers verder kan helpen. Ook het automatisch aan laten passen van licht en een adaptief geluid-systeem dragen bij aan een completere ervaring. Voor meer informatie over de mogelijkheden van dit systeem, kijk op

Basecamp Games heeft vertrouwen in het systeem nadat zij het eerste prototype hadden geïmplementeerd in de twee Escape Rooms te Nijmegen (die momenteel geopend zijn en goede recensies ontvangen). Dit Digiroom Builder systeem is toe aan een aantal grote testen, *Erfgoed Escape* stelt het team in de gelegenheid dit te doen en op grote schaal te pressure testen en te itereren waar nodig. Met een dergelijk grootschalig project als *Erfgoed Escape* in het hoofd is het systeem immers ontwikkeld en onderzocht.

Samengevat: *Erfgoed Escape* gaat bestaan uit een combinatie van meerdere disciplines, die spelenderwijs samen zullen komen. Er wordt geëxperimenteerd met nieuwe technologie, nieuwe omgevingen, nieuwe samenwerkingen en een nieuwe manier van verhalen vertellen. Ook voor de eindgebruiker van *Erfgoed Escape* zal de ervaring die men zal beleven ongekend zijn. Binnen onze *Erfgoed Escape* moet de speler zo veel mogelijk ondergedompeld worden in de omgeving en het verhaal. Hierbij is het van belang dat de puzzels goed passen binnen de verhaallijn en dat de ruimtes teamwork bevorderen. Te eenvoudig zorgt voor te weinig uitdaging, maar te complex werkt demotiverend (Spronsen & Partners, 2016).

Met het reeds verworven draagvlak en commitment van onze partners willen we excelleren wat betreft het ontwikkelen van content en ons eigen ontwikkelde technologie, om zo een project van hoge culturele kwaliteit neer te zetten. Het komen tot een hoger artistiek niveau wordt bewerkstelligd door het toe kunnen passen van de technologie waar we al enige tijd mee aan het experimenteren zijn, die ook in de toekomst ingezet kan worden voor andere projecten en een verbindende factor voor verschillende disciplines kan zijn.

Voor het team wat *Erfgoed Escape* gaat ontwikkelen is de relevantie voor het aangaan van dit project te vinden in het feit dat er op meerdere vlakken voor elk teamlid onderzoek en ontwikkeling kan worden gedaan. Hiernaast verbreed het werken met nieuwe disciplines (acteurs, script schrijvers, filmmakers) de kennis over andere media, beeldende kunsten en diens werkwijze. Voor alle betrokken geldt dat hun algemene kennis en netwerk verbreedt en dat zij in contact komen met hoogstwaarschijnlijk niet eerder aangedane locaties.

## Locaties voor de eerste pilots

De belangrijkste partner binnen *Erfgoed Escape* zijn natuurlijk de locaties. Zij bepalen immers het verhaal en hebben een grote impact op de esthetiek van de beleving. Een drietal locaties zijn aan boord om een pilot van *Erfgoed Escape* in 2016 en 2017 te draaien, waarbij (mits er natuurlijk succes wordt geboekt) er een langere termijn samenwerking mogelijk is.

### Kasteel Heeswijk - Heeswijk

Kasteel Heeswijk is een voormalige waterburcht bij Heeswijk (Noord-Brabant) uit de 11e eeuw. Reeds in het jaar 1080 ontstond er een voorloper van het huidige kasteel, een zogenaamde motte-burcht. In de loop van de middeleeuwen werd de motte (kasteelheuvel) afgevlakt en werd op de plaats van de burcht een kasteel gebouwd. Kasteel Heeswijk heeft toegezegd in de voorjaarsvakantie 2017 graag een pilot van *Erfgoed Escape* te willen draaien, om te verkennen of het een vaker terugkerend evenement zou kunnen worden.

\*contact met Luc Eekhout (Directeur Kasteel Heeswijk)

### Markiezenhof – Bergen op Zoom

Het Markiezenhof in Bergen op Zoom is een uitermate geschikte plek voor een variant van *Erfgoed Escape*. De locatie en zijn stad is rijk aan verhalen, heeft een prachtige esthetiek, en biedt ruimtelijk veel mogelijkheden. Daarnaast is Bergen op Zoom op zoek naar een dergelijke verbinding van zijn historisch erfgoed met nieuwe varianten van kunst, cultuur en vrijetijdsbesteding om zo op grotere schaal bewustwording te creëren voor zijn unieke positie in de geschiedenis van Brabant en Nederland, en het vele erfgoed wat er te bezichtigen valt. Iets wat door *Erfgoed Escape* mede kan worden gerealiseerd. Een eerste pilot in juni-augustus 2017 wordt momenteel samen verkend.

\*contact met Gerlof Jorritsma (strategisch beleidsadviseur) & Jesse van Tetterode (vastgoed management) van gemeente Bergen op Zoom

### HEUS/Tramkade – 's-Hertogenbosch

Stichting Zuidlijn heeft het USE073 project in leven geroepen om de spoorzones in de B5 steden onder de aandacht te brengen. In samenwerking met REZONE wordt momenteel al een eerste concept ontwikkeld wat perfect past binnen het *Erfgoed Escape* project. November vindt de premiere plaats, momenteel vinden er onderhandelingen plaats (met een zeer positief karakter) om dit te continueren als maandelijks evenement. Dit is een mooie gelegenheid om op regelmatige basis met de *Erfgoed Escape* techniek en het ontwerp te kunnen experimenteren en daarop te itereren.

\*contact met Ruth Giebels (projectleider) van ZUIDLIJN, Rolf van Boxmeer en Tessa Peters van REZONE en Simone Kramer van Social Label

## Voorbeelden narratief

*N.b. Dit voorbeeld is gemaakt ter illustratie. Het eigenlijke narratief van de pilots worden in de komende weken/maanden vormgegeven als er zekerheid is over de doorgang van het project en wij naar de locaties toe een bevestiging van de samenwerking kunnen geven.*

1596, Brabant, Hellenend

Zwarte Kaat en haar Rovers trekken richting De Hoeve. Aangekomen bij de hoeve vallen de rovers het huis binnen en beginnen te plunderen. Zwarte Kaat richt zich meteen tot het kindje waar ze van hoorde dat hij geboren was op Drie Koningen. "Een kind geboren op Drie Koningen brengt geluk..." fluistert ze zachtjes tegen zichzelf, en grist het kind uit wieg. Het kind wordt meegenomen naar het rovershol van de bende.

"Vanaf nu ben jij van mij, Thomas" zegt Zwarte Kaat terwijl zij wiegend met het kind op haar arm rond het kampvuur in het rovershol rond loopt. Ze trekt het doek, wat om de baby zijn hoofd

gewikkeld zit, een stukje opzij, en ziet een amulet om de nek van het jongetje hangen. Het goud reflecteert in Kaat haar ogen. "En deze..." zegt Kaat terwijl ze het amulet van de baby zijn nek trekt "...is ook van mij..."

Thomas zal opgroeien als rover, niet wetende wie zijn echte familie is.

Het enige wat hem nog bindt aan zijn verleden is de helft van het amulet wat om zijn nek hing...

1612, Noordzee

Floris staat op de boeg van het schip. Hij is moe van alle avonturen die hij de afgelopen paar jaar heeft meegemaakt... Zeemeerminnen, zeerovers, Kraken... Alles heeft hij ondertussen wel gezien. Om zijn nek bungelt een half amulet. Een amulet dat hem al sinds het begin van zijn reizen op zee roept om terug te keren naar Brabant...

Kruip in de huid van de rovers of van de zeelieden. Breng de twee delen van het amulet bij elkaar, versla Zwarte Kaat en haar aanhangers en verenig de verloren zoon met zijn familie.

### **Overige bruikbare voorbeelden van Nederlandse Folklore**

#### ***Bergen op Zoom – De stille ronde van Bergen op Zoom***

Een soldatensage waarin de geest van een overledene blijft rondspoken. Een strenge en punctuele militair - bijgenaamde de Duivel - doet elke avond zijn ronde. Wanneer hij ziet dat een schildwacht op zijn post in slaap is gevallen, schiet hij hem zonder pardon dood. Het blijkt zijn eigen zoon en tot in lengte van dagen spookt het nu op die plek in Bergen op Zoom.

#### ***Niet plaatsgebonden - Spokende galgenbergen***

Een galgenveld is een open ruimte waarop één of meerdere galgen geplaatst staan. In de loop der tijd verdwenen deze velden, maar tot ver in de 18e eeuw waren de galgenvelden nog op vele plaatsen te vinden, zowel in de Nederlanden als daarbuiten. In 1795 worden de galgenbergen afgeschaft (in Utrecht pas 1809). Over verschillende Galgenbergen zijn verhalen bekend van rondlopende zielen van gehangenen, of andere doden die niet volgens de juiste rituelen begraven zijn. Vergelijkbaar met de Draugr uit de Noorse mythologie Plekken waar vroeger in Brabant galgen stonden: Bergen op Zoom, Breda, 's-Hertogenbosch: Vugtherheide, Loon op Zand, Putte, Tilburg, Galgenberg (Deurne).

#### ***Niet plaatsgebonden - Koalmenke***

Zoals in veel landen is ook in Nederland een mijngeest bekend, dit wezen wordt wel Koalmenke of Kaspar genoemd. Het wezen beschermt de kolenvoorraden en soms zijn de rode ogen te zien in het donker. Ondergronds fluiten kon rampen veroorzaken, de Kaspar kon net als de Blue Cap, Knocker en Coblynau instortingen veroorzaken. De Kaspar pakte onbewaakt voedsel of gereedschap, het wezen draagt mijnwerkerskleding en kan zich onzichtbaar maken.

#### ***Brabant - Kabouterkoning Kyrië***

Kyrië woonde met al z'n kabouters in de Kempen (Brabant) op de Kerkackers in de Kabouterheuvel, een van de grafheuvels in de hei van Hoogeloon (Brabant). Kyrië en zijn kabouters hielpen nabijgelegen boeren en huizen 's nachts maar wilde daarbij niet gezien worden. We ze bespiedde werd gestraft! Eén verhaal vertelt over een nieuwsgierige boer die toch stiekem de kabouters bespiedde had en daarna blind werd aan één oog. Vlakbij Riethoven (Brabant) werd Kyrië per ongeluk geraakt door een kogel van een jager. Hij had nog net genoeg energie om naar de Duivelsberg te komen, waar een kabouterfolk leefde, waar hij vervolgens overleed. Het trieste nieuws bereikte alle kabouters en sinds Kyrië's begrafenis ergens in Hoogeloon heeft men nooit meer van de kabouters gehoord...

### ***Brabant - Kabouter op de Vugtherheide ('s-Hertogenbosch)***

Op de Vugtherheide is een kabouter die getuige was van de bouw van de Sint Jan. De kabouter vroeg een man om wat tabak voor zijn kleine pijpje en krijgt dit. De kabouter rookt en zegt: "ik rook nu, straks rook jij" en is weg. Als de man thuiskomt ligt er een grote zak tabak en hij sterft als rijk man.

### ***Brabant - De kabouter en de Molenaar***

Bij Heesch was eens een donker mannetje die de molenaar vroeg om zijn edelstenen te malen. Op een dag hield de molenaar een zak achter, maar de veldwachter vond deze zak en de molenaar werd gevangengenomen. Er bleken edelstenen in de omgeving gestolen te zijn. In de cel kwam het mannetje en de man had spijt. Toen de rechter in de zak keek, zag hij normale keien. Thuisgekomen maalde de molenaar de edelstenen alsnog fijn.

### ***Brabant - Het dankbare alvermanneke***

Op de Kempense heide woonde een smid met zijn gezin. De smid bezocht op een dag een familielid in Limburg. Op de terugweg ziet hij alvermannekes/kabouters dansen bij het maanlicht. Ze gooien allemaal hun puntmuts omhoog en vertrekken, maar er blijft er eentje achter omdat zijn muts blijft hangen in een spleet. De smid helpt hem en de kabouter wil hem belonen met een zak diamanten, maar de smid weigert. De volgende dag is al zijn werk gedaan! De smid en zijn vrouw wachten de volgende nacht en zien om twaalf uur het kaboutertje binnenkomen en hun werk doen. De smid ontslaat zijn leerling en maar veel winst. Echter, de kabouters worden zeldzaam omdat het bos en de heide ontgonnen worden. De smid houdt de mannetjes tevreden met een schoteltje melk of een glaasje bier. Wanneer de vrouw nieuwe kleertjes koopt voor de kabouter is hij heel blij en vertrekt voor goed en moet de smid het werk zelf weer doen. Wel zijn ze voor altijd gezegend met geluk.

## **Digiroom Tool**

De Digiroom Tool is in leven geroepen door Basecamp Games om zoveel mogelijk controle te hebben over de gehele game-omgeving en om hier zo flexibel mogelijk mee om te kunnen gaan bij het ontwikkelen van "Real Life Game Experiences". Dit (node-based configuration) systeem is om (onderdelen van) games/applicaties flexibel te kunnen configureren, en wordt middels Openframeworks aan verschillende andere software gekoppeld.. Daarnaast kan men door middel van het systeem, naast digitale configuraties, ook fysieke producten (bijv. Magneten, Sensoren, Arduino, Kinect) configureren en aansturen. De sensory input van spelers kan gebruikt worden voor het beïnvloeden van verschillende zaken: licht, geluid, activeren en deactiveren van actuatoren in de ruimte etc. De enige beperking van het systeem is de creativiteit van de gebruiker. Deze controle over alle design aspecten binnen de omgeving leidt tot een sterkere immersive ervaring dan wat je normaal tegenkomt bij "Real Life Game Experiences". Hieronder enkele voorbeelden van technologieën die we toe kunnen passen middels dit systeem.

### **Voorbeelden technologieën**

Een groot deel van de immersie van een game komt voort uit hoe krachtig de zintuigen van de spelers worden geactiveerd. Zo worden spelers sterker betrokken bij de ervaring als gebruikt wordt gemaakt van alle zintuigen. Het activeren van evenementen die deze zintuigen aanspreken moet op zodanige manier gebeuren dat het de spelers niet uit de ervaring haalt. Door het onopvallend activeren van bijvoorbeeld achtergrondmuziek dat subtiel het tempo aan de ervaring aanpast, of door het gebruik van bepaalde geuren die men zou verwachten in de omgeving wordt men mee meegeslept in de realiteit van de ervaring.

## Arduino's

Arduino's zijn open-source computerhardware, open-source software en microcontroller-gebaseerde kits voor het bouwen van digitale apparaten en interactieve objecten die fysieke apparaten kunnen detecteren en aansturen. Arduino boards kunnen inputs lezen - zoals licht van een sensor, een vinger op een knop of een bericht op twitter – en daarmee bepaalde acties uitvoeren – zoals een moter activeren, een lamp aanzetten of een social media bericht plaatsen.

Basecamp games maakt gebruik van arduino's om alle soorten sensoren en elektra te begeleiden en controleren, zoals bijvoorbeeld het detecteren van aanrakingen, elektronische sloten of LED's om de verlichting te besturen. Hierdoor kunnen nieuwe, innovatieve en geweldige ervaringen worden gecreëerd die vanuit een centraal systeem worden bestuurd en subtiele veranderingen teweeg brengen die bijdragen aan de immersie in het verhaal. Basecamp Games combineert deze technologie met hun op maat gemaakte software, speciaal gemaakt om alle arduinos, geluiden en andere opties die het mogelijk om een Escape Room ervaring te reguleren.

## Near field communication (NFC)

Near field communication is een set van communicatie protocol dat 2 elektronische apparaten in staat stelt contactloos met elkaar te communiceren. Zo is een ervan vaak een draagbaar apparaat dat op korte afstand met een ander NFC apparaat kan communiceren. Wanneer een van de apparaten internetverbinding heeft kan ook het andere apparaat data uitwisselen met online services.

Een van de sensoren die Basecamp Games gebruikt is de Radio Frequency Identification (RFID) welke registeren wanneer NFC kaarten in de buurt zijn. Hiermee kunnen puzzles worden gemaakt waarbij voorwerpen (met NFC chips erin) op specifieke locaties moeten worden gezet waarna automatisch het volgende onderdeel van de "Real Life Game Experience" wordt geactiveerd.

## Projectie

Daar de meeste gelijksoortige ervaringen alleen worden begeleid door muziek en licht effecten, willen wij met behulp van projectie technieken de fysieke ruimtes onderdompelen met een visueel spektakel. Vuur, geesten, demonen en andere special effects moeten de ervaring en het verhaal ondersteunen. Een voorbeeld: Ghostly Apparitions - Hologram Illusion in Doorway:

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_MMqlzXo1k8](https://www.youtube.com/watch?v=_MMqlzXo1k8)

## Geurgeneratoren

Geurgeneratoren kunnen geuren creëren die bijdragen aan die 'prikkeling van alle zintuigen'.

## Triggers & Events

Net zoals in videogames gebruiken we triggers die events (zoals puzzels, projecties en adaptief geluid) activeren. Hiervoor willen we bijvoorbeeld drukmatten en sensoren gebruiken. Triggers kunnen ook gebruikt worden voor puzzels. Denk aan die spelers op bepaalde plekken in de ruimte moeten staan, sensoren zouden dan kunnen lezen of ze er daadwerkelijk staan of niet.

## Adaptief geluid

Het geluid in de *Erfgoed Escape* zal constant mee evolueren met de progressie van de speler. Geluidseffecten en een non-lineaire score verzorgen constant een juiste sfeer, en versterken de ervaring.

*"In this situation the progress made throughout the puzzles can't be reflected in either music or light. Nothing tells the music or the lights to change (except for when you place someone in a control room to do all this on cue). The number of puzzles, riddles or any other form of interaction needed to progress in the game multiplies immensely when technology comes into the mix."*

## Brabantse cultuursector & duurzame versterking

Basecamp Games gaat het innovatieve *Erfgoed Escape* opzetten. De doelstelling hierbij is onder andere om meer aandacht te vestigen op nieuwe media, gaming, theater en cultureel erfgoed van en uit Nederland. Dit project heeft een breed multidisciplinair karakter, een cross-over tussen theater en (Real Life) gaming. Deze versmelting van verschillende disciplines zorgt voor een unieke immersieve ervaring.

Hiervoor moet worden samengewerkt met designers, programmeurs, licht- en geluidstechnici, prop makers, acteurs, scriptschrijvers etc. Het mooie van dit concept is dat het naast een multidisciplinair innovatief karakter, ook nog eens extra aandacht vestigt op cultureel erfgoed. Er zijn namelijk veel kastelen (zoals bijvoorbeeld Het Markiezenhof, Kasteel d'Oultremont van het Land van Ooit, Kasteel Heeswijk, Kasteel Maurick), kloosters, forten, bunkers, kerken enzovoorts die geweldige settings vormen in Nederland. Basecamp Games probeert hiermee te laten zien dat de locaties die men veelal kent uit films en videogames ook in ons eigen land aanwezig zijn.

De ervaring zal steunen op een modulair verplaatsbaar systeem wat in verschillende kastelen/forten (binnen Nederland) kan worden opgebouwd. Aan deze *Erfgoed Escape* kunnen ongeveer 50 spelers tegelijk meedoen gedurende een 3 uur durende ervaring. Binnen *Erfgoed Escape* wordt gebruik gemaakt van uiteenlopende technologie en media zoals sensoren, 3D beelden, Arduino's, Videomapping, Adaptieve muziek etc.

Door activiteiten in onderdelen op te splitsen, goed te documenteren, multidisciplinair te werken, tussentijds te testen en bij te sturen wordt de faalkans van het project geminimaliseerd. Zo wordt ervoor gezorgd dat alle onderdelen worden uitgevoerd door de meest geschikte partij met de meeste kennis/vaardigheden voor elk deel en worden de deadlines strikt nageleefd. Hierbij gaan alle partijen voor een hoge entertainment en artistieke waarde. Unique Selling Point is dat prachtige culturele locaties uit Brabant samen met gaming en theater worden gecombineerd om tot een innovatieve "Real Life Game" te komen.

*"Afzonderlijk vertelt het erfgoed veelal het verhaal van een gemeenschap, dorp of stad. Maar tezamen vertellen ze in hun onderlinge verband de verhalen van Brabant."*

Zoals aangegeven is Basecamp gevestigd in 's-Hertogenbosch binnen een historisch pand ("de Drie Mollen"). Het is een plek waar meerdere creatieve, culturele ondernemers zijn gevestigd onder het mom van het Drie Mollen Project. Het is een bruisende, inspirerende, creatieve en ambachtelijke werkplek gerealiseerd voor het behouden en aantrekken van Brabants talent waar verschillende disciplines elkaar kunnen stimuleren en ondersteunen. Het doel hiervan is kruisbestuivingen en synergie stimuleren, waarbinnen innovatie ontstaat en nieuwe mogelijkheden worden gecreëerd door de ontwikkeling van evenementen, kunstwerken en media. Binnen het *Erfgoed Escape* project kan gebruik gemaakt worden van de verschillende disciplines die er zijn gevestigd, zoals kunstenaars, fotografen en grafisch ontwerpers. Zo creëren we samen, door middel van de culturele hotspot, meer zichtbaarheid voor creatieve projecten en bieden we een plek om talent te ontwikkelen.



## Samenwerkingen

### Erfgoed Brabant

Erfgoed Brabant is het expertisecentrum voor erfgoed in Brabant. Erfgoed Brabant ondersteunt en verbindt erfgoedveld, onderwijs en beleidsmakers in het verkennen, behouden en doorgeven van het veelzijdige verhaal van Brabant. Voor *Erfgoed Escape* zal Erfgoed Brabant ondersteuning bieden in het kennis uitwisselen over specifieke culturele erfgoederen, het verbinden van Basecamp Games met culturele locaties (zoals kastelen, forten en kloosters in Brabant) en het creëren van draagvlak en samenwerkingen bij relevante partijen.

### Stichting Zuidlijn & Tramkade (Social Label)

In het kader van het USE073 project wordt de koppeling gemaakt met *Erfgoed Escape*, gezien de doelstellingen en opzet hetzelfde zijn. Zuidlijn voorziet in een stukje financiering, laat de communicatie en PR verzorgen (voor deze specifieke events) en stimuleert en activeert netwerk om aan het project te participeren. Zo zijn er momenteel nog onderhandelingen met het Zuidelijk Toneel gaande of zij acteurs en een goede regisseur kunnen leveren. Tramkade (Social label) stelt in eerste instantie kosteloos de locatie ter beschikking en voorziet in alle benodigde informatie omtrent de locatie. Zoals eerder aangegeven wordt er gekeken naar een langdurige samenwerking, waarin Tramkade (Social Label) naast facilitair tevens als promotionele partner en mogelijk mede-exploitant een rol zal vervullen.

### Kasteel Heeswijk

Kasteel Heeswijk voorziet in informatie omtrent de geschiedenis van deze locatie voor de tweede van de drie pilots die plaats zullen vinden. Daarnaast is zij partner in de exploitatie en promotie van *Erfgoed Escape*.

### Gemeente Bergen op Zoom

Gemeente Bergen op Zoom heeft de ambitie om over 3 á 4 jaar een groot evenement te starten in de binnenstad om als unieke historische stad zichzelf in de kijker te spelen. Vol enthousiasme is er gereageerd op *Erfgoed Escape* als mogelijk overkoepelend evenement hierin. De samenwerking willen Basecamp Games en Bergen op Zoom graag in eerste instantie verkennen middels een pilot, waarin een aantal instanties die de gemeente ondersteunt ook onderdeel zouden zijn van het project. Het Markiezenhof is momenteel de locatie die ter beschikking is, en er wordt op korte termijn verder geschakeld met andere instanties op gebied van kleding en audio-visuele technieken.

### WY projectbureau

WY projectbureau zorgt voor de conceptontwikkeling, projectleiding, productie en communicatie van verschillende culturele projecten in 's-Hertogenbosch. Onder andere voor B\*THREE festival, Bosch Parade, Kunstbende Noord-Brabant, Jheronimus Bosch 500, ZIMIHC/ Jaarbeurs Utrecht. Zij zullen samen met Basecamp Games een strategie ontwikkelen om het beoogde transmediale communicatieplan vorm te geven.

### Midpoint Brabant

Midpoint Brabant is hét regionaal economisch samenwerkingsprogramma van de regio Hart van Brabant. Speerpunten van het programma zijn: Leisure, Logistiek, Smart Industry en Care. Daarvoor werken overheid, ondernemers, onderwijsinstelling en ook steeds meer maatschappelijke partners en burgers samen aan regionale ontwikkeling. Midpoint heeft al het een en ander aan netwerk bijgedragen voor *Erfgoed Escape* en Basecamp Games, en zal verdere mogelijkheden tot samenwerken in de zeer nabije toekomst verkennen.

## Dukebox

DUKEBOX is hét productiehuis voor urban & hiphop in 's-Hertogenbosch. Een broedplaats, een netwerk en een homebase voor iedereen die actief is. DUKEBOX maakt zich hard voor promotie en professionalisering van de Bossche urban- en hiphopscene. Dit doen zij als platform, met projecten en door een plek en podium te bieden. Dukebox zal een aantal acteurs verzorgen en meedenken over de aankleding van het eerder genoemde USE073 concept, wat bij de Tramkade te 's-Hertogenbosch plaats zal vinden.

## Nick Bökkerink Productions

Voor het vervaardigen van promotie materiaal en vastleggen van speelsessie voor latere evaluatie en gebruik werken we samen met Nick Bökkerink Producties ('s-Hertogenbosch). Bökkerink werkte eerder samen met het team van Basecamp Games en legde de Rock Opera "Karmaflow" vast, waar een documentaire en videoclip voor vervaardigd werden. Bökkerink zal gekoppeld worden aan een aantal opkomende jongeren semi-professionals die via SOLOS (zie hieronder) worden aangetrokken.

## SOLOS

Basecamp Games oprichter Ivo van Dijk werkte in het verleden meerdere malen samen met SOLOS, een platform wat jonge makers en initiatieven ondersteunt. SOLOS draagt onder meer bij aan netwerkverbreding, zal een aantal filmers en fotografen verzorgen om de pilots goed te documenteren voor later gebruik op het gebied van communicatie, en ter vervaardiging van materiaal voor de "Real Life Game Experience" zelf.

## Avans Hogescholen, Fontys Hogescholen

*Docent Bertus Rosier, Docent Maarten de Rooij*

Basecamp Games geniet een warme samenwerking met zowel Avans Hogescholen ('s-Hertogenbosch, afdeling CMD) en Fontys Hogescholen (Tilburg/Eindhoven, IEMES, Minor Game Business). Beide partijen werkten al eerder samen met Basecamp Games (stagiaires, afstudeerstages en projectgroepen) en beide partijen zijn reeds betrokken bij de aanzet naar het realiseren van *Erfgoed Escape*.

Een afstudeerstagiaire van Fontys is momenteel het systeem wat Basecamp Games heeft ontwikkeld voor *Erfgoed Escape* aan het "stress-testen", en een projectgroep is een uitgebreid marktonderzoek aan het doen met betrekking tot "Real Life Gaming". Vanuit Avans is er de intentie om een "excellente studenten" werkgroep op te richten, waar een deel van mee zal draaien aan de productie omtrent *Erfgoed Escape*.

## Mass Audio

Mass Audio is een vaste partner van Basecamp Games en richt zich onder andere op het maken van producten zoals muziekinstallaties en games. Bij het project *Erfgoed Escape* wordt Mass Audio ingezet voor de goede afhandeling van de live interactieve en adaptieve audio en het afmixen van de muziek.

## Basecamp Audio

Basecamp Games heeft een eigen audio afdeling inhouse. Basecamp Audio bestaat uit componisten Ivo van Dijk, Sophie Ansems en Colin van der Lei. Apenstreken, De Kameleon, 48H Award Winner "Best Music" Paradise#9, Karmaflow: The Rock Opera Videogame, Equilibrio, reclames voor Nuon, De Luchtmacht waren onder meer producties waar Basecamp Audio (al dan niet in zijn geheel) voorzag in de compositie en muziekproductie.

## Maatschappelijk draagvlak voor cultuur

Het in Brabant gevestigde Basecamp Games daagt zichzelf uit om nieuwe technologieën te verkennen: Basecamp is hier al enige tijd mee aan het experimenteren. Denk hierbij aan lichtkunst, het gebruik van Virtual Reality, verschillende soorten sensoren, cross-overs met andere vormen van kunst etcetera. Uiteindelijk is het experiment klaar en wordt het tijd om hier ook daadwerkelijk iets mee te creëren. Het maken van een “Real Life Game Experience” is al langer een autonome wens, en biedt de gelegenheid om de cross-over te maken met deze nieuwe technologieën met een momenteel populaire vrijetijdsbesteding. Basecamp heeft twee belangrijke doelstellingen als bedrijf: 1) Het opzoeken van nieuwe manieren van het toepassen van gamification in zowel de virtuele als de reguliere realiteit, en 2) het hierbij interdisciplinaire samenwerking met andere kunstvormen om tot artistieke vernieuwing te komen. Binnen dit bewuste project gebeurt dit door de koppeling met film/theater makers, acteurs en scriptschrijvers, zowel amateur als professioneel.

De kwaliteit van de innovatieve “Real Life Game Experience”, zowel cultureel als technologisch, wordt een dusdanig unieke ervaring dat het een trekpleister kan worden voor onder andere “Real Life Game Experience” fans en cultuurbezoekers, en zo draagvlak kan creëren voor het gamificeren van cultuur. Met dit project wordt ingezet op de verhoging (en verjonging) van cultuurtoerisme in Brabant. Dit begint bij het vergroten van maatschappelijk draagvlak voor cultuur door het versterken van de betrokkenheid bij de samenleving. Basecamp Games geeft het fenomeen Nieuwe Media/Games een breder podium in Brabant en omgeving, en is hier actief in bezig door connecties te zoeken met semi-overheid instellingen om kennisavonden, lezingen en workshops aan games gerelateerd te initiëren of te ondersteunen. Basecamp Games is in de unieke positie dat zij een researcher in het team hebben (M.A. Willem Olderaan) die de effectiviteit van verschillende projecten op de speler onderzoekt en vanuit wetenschappelijk/psychologisch oogpunt kan benaderen. *Erfgoed Escape* zal bijdragen aan de verhoging van cultuurtoerisme en de versterking van de stedelijke economie en de werkgelegenheid door het nastreven van culturele en artistieke doelstellingen in combinatie met het optimaal gebruik maken van de markt.

Omdat wij een innovatief en gedurfde “Real Life Game Experience” gaan maken, dat wellicht de nieuwe standaard zal worden, kan het van (inter)nationale betekenis zijn. Het concept en de opbouw van onze specifieke “Real Life Game Experience” wordt namelijk opgezet zo dat het een goede potentie heeft voor (inter)nationale doorontwikkeling (zie *schaalbaarheid*).

## Schaalbaarheid, product ambitie & financiële (on)afhankelijkheid

Om *Erfgoed Escape* een zo sterk mogelijke basis te geven en zo goed mogelijk te kunnen doorontwikkelen, beginnen met we een (of meerdere) pilot(s). Door de technologie die voor *Erfgoed Escape* zal worden ingezet eerst te testen en te fine-tunen worden de risico's voor de opschaling ingeperkt. *Erfgoed Escape* leent zich uitstekend om verder te ontwikkelen en in te zetten op andere gebieden. De opgedane kennis van technologie en uitbreiding op het verkennen van de connectie tussen erfgoed en vrijetijdsbesteding kunnen voort worden gezet in verschillende vormen. De content is uiteindelijk relatief simpel te reproduceren en aan te passen naar wens van potentiële afnemers en/of exploitanten van het basisconcept. Ook de grootte en duur van de “Real Life Game” kan aangepast worden naar wens. Potentiële aangepaste toepassing van het concept zouden kunnen zijn:

### I. Andere erfgoed locatie/educatie: Erfgoed anders beleefd (promotie van locaties)

Door de content simpelweg te itereren kan er een daadwerkelijke koppeling worden gemaakt met de geschiedenis van een specifieke locatie, en kan dit in een meer educatief jasje worden gestoken. Een aangepaste versie zou permanent of als tijdelijke installatie worden geplaatst in/bij een locatie.

## II. Bedrijfsuitjes: High-end dagje uit (exclusieve groepsactiviteiten)

In een minder op storytelling gefocuste variant zou kunnen worden gedaan aan teambuilding binnen het ontwerp van *Erfgoed Escape*. De "Real Life Game" wordt in de basis ontworpen voor een grote groep, waarbij een aantal puzzels door middel van samenwerking moeten worden opgelost. Een uitstekend instrument om teambuilding te stimuleren. Dit kan uitstekend worden gecombineerd met arrangementen/horeca om een zo volledig mogelijk pakket aan te bieden.

## III. Permanent plaatsen/vrije tijds exploitant (Escaperoom 3.0)

Het concept is zeer interessant voor reeds bestaande Escape Rooms en overige "leisure" exploitanten. Door de grote groep die in één keer de ervaring kan beleven, kan een grotere omzet worden gedraaid per speelsessie. Wederom is ook hier het thema, de grootte, duur etc. aan te passen naar wensen van de afnemer. Zo heeft DoeDenBosch (waar Basecamp Games al eerder mee samenwerkte) aangegeven een variant van het concept af te willen nemen als het eenmaal is gerealiseerd.

## IV. Overname van het gehele project (Escapecamp Games)

Basecamp Games heeft op lange termijn geen interesse om als exploitant te blijven functioneren, wij zijn immers makers/creatievelingen. Bij een succesvolle eerste versie van het concept is het zeker niet ondenkbaar om het totale concept te verkopen, en/of mede aandeelhouder in het concept te blijven, en de exploitatie uit te besteden. Een alternatief hierop is om zelf een entiteit op te richten dat het project verder ontwikkelt en exploiteert.

Deze 4 scenario's zijn in onze optiek de meest voor de hand liggende. We zijn momenteel samen met onze partners verder aan het verkennen hoe varianten van het concept zouden kunnen worden geëxploiteerd. Hiervoor wordt parallel aan dit projectplan gewerkt aan een communicatie en businessplan in samenwerking met WY projectbureau.

## Financiële (on)afhankelijkheid

Met het team waarmee we *Erfgoed Escape* gaan ontwikkelen hebben we ervaring met het bouwen van games en Escape Rooms, en willen deze ervaring verder uitbreiden door te werken in de fysieke ruimte. Deze ontwikkeling zal de komende jaren verder worden doorgezet door de komst van nieuwe technologieën: Virtual Reality (Oculus Rift, Morpheus), Motion Tracking (Kinect), Video-mapping, maar ook het gebruik van 3D geluid en verschillende sensoren. Als team hebben we ons hier verder in verdiept, en kennis opgedaan door te experimenteren met deze technologieën en nieuwe combinaties hierin te zoeken. Dit kost de nodige tijd, middelen en geld. *N.b: Om in een veilige setting dit experiment aan te kunnen gaan, vragen we hiervoor dan ook een bijdrage vanuit Brabant C. Zie toelichting op begroting voor een verdere uiteenzetting hieromtrent.*

Met het reeds verworven draagvlak en committeren van onze partners willen we excelleren wat betreft het ontwikkelen van content. Aangezien Basecamp Games over onvoldoende reserves beschikt om de gehele ontwikkelperiode te kunnen dekken en te kunnen investeren in benodigde apparaten en externe partijen, geloven we dat met steun vanuit Brabant C een gezonde risicoverdeling en een optimaal resultaat wordt gerealiseerd. Mocht het project break-even draaien en binnen aanzienlijke periode winst behalen, dan verkennen we graag een terugsluizen van de verkregen gelden naar een Brabant C project wat in gelijke lijnen ligt met onze eigen doelstellingen.

Alle bovenstaande genoemde zaken tonen aan dat het creëren van *Erfgoed Escape* voor de ontwikkeling en continuïteit van Basecamp belangrijk zijn, daarmee bijdragen aan het relevant blijven van het team en zijn geleverde projecten voor nu en in de toekomst (en daarmee dus ook

voor de algemene ontwikkeling binnen ons land op het gebied van E-cultuur), en hebben tevens een maatschappelijk belang door het verbinden van verschillende doelgroepen en het behoud van cultureel erfgoed.

## **Toelichting op de begroting**

Door de splitsing van de begroting in 3 verschillende pilots, en het feit dat er over winst wordt gesproken in de begroting, zijn we van mening dat een toelichting op de begroting op zijn plaats is. Hier zullen wij schetsen hoe de verschillende pilots elkaar financieel ondersteunen, en langzaam werken naar financiële onafhankelijkheid van het project.

## **Aanschaf van apparatuur**

Een essentieel onderdeel van het zelfstandig (en dus op elk denkbaar mogelijke locatie) kunnen opereren van Erfgoed Escape is het bezitten van apparatuur (met name licht en geluid). Een aantal zaken zullen per locatie moeten worden bekeken en gehuurd, maar een basis-set van licht en geluid is het vertrekpunt voor elk mogelijke denkbare variant van het project. Het constant moeten huren van deze apparatuur is na de eerste 15 uitvoeringen van Erfgoed Escape duurder dan overgaan tot aanschaf van een eigen set geluid. Uiteraard kan dit in de toekomst tevens voor andere varianten van Erfgoed Escape worden ingezet, om zo verder te kunnen bouwen naar een solide team met de juist benodigdheden.

## **Regisseur en acteurs**

Alle startende projecten moeten ergens de broekriem aantrekken om te kunnen bouwen. Doordat Basecamp Games connecties heeft met een aantal semi-prof en zeer goede amateurs (via eigen netwerk en dat van SOLOS en Dukebox), wordt er ingezet op het “upgraden” van de kwaliteit van de acteurs en regisseur: Erfgoed Escape groeit, dit betekent het beschikbaar hebben van meer budget voor professionele acteurs en regisseurs. Maar ook is het denkbaar dat de groep waar in eerste instantie mee wordt gewerkt, groeit in zijn kwaliteit. Wij geloven in de synergy van een betrokken team die zien dat een project groeit, waar iedereen de vruchten van plukt. Wij denken dat de kwaliteit door de juiste keuze van mensen per definitie bewaakt blijft op een hoog niveau, of zij nu semi-prof, amateur of professioneel zijn, een goede regisseur en een leuk team zorgen dat iedereen optimaal tot zijn recht kan komen. Om deze reden is er een laag budget voor de eerste pilot en een hoger wordend budget bij de vervolg-pilots opgenomen.

## **Prijsstijging kaarten per evenement**

Zoals op de begroting te zien is, stijgen de entree prijzen van de kaarten per pilot; een logisch gevolg door steeds interessanter wordende locaties, meer kennis en beter design, en het groeien van het team. Om deze reden werken we langzaam naar een beoogde vaste ticket prijs van rond de EUR 60,-, maar kunnen we het project in eerste instantie voor een breder publiek (en in zijn algemeenheid) toegankelijk maken. Dit alles met het oog op het geleidelijk laten groeien van de populariteit van het project.

## **Hardware, kleding, aankleding**

Voor elke pilot worden een aantal nieuwe zaken ontworpen en gemaakt: puzzels, techniek, props en nieuwe software wordt voor elke pilot apart ontwikkeld. Na de pilots hebben we een breed scala aan deze zaken die we opnieuw in kunnen zetten bij continuering van het project, en we dus ook steeds minder hoeven te investeren in het produceren van dit soort materialen.

## Communicatie/PR

*Opmerking: bij het tabblad Tramkade is een klein communicatie budget opgenomen. Dit wordt voor de rest verzorgd en bekostigd door Stichting Zuidlijn, die een communicatiebureau in arm nemen.*

*Op deze PR en communicatie kunnen de latere pilots verder bouwen.*

Ervaring en onderzoek leert dat het hoog inzetten op dit soort "nieuwe" projecten qua communicatie een belangrijke factor is in het slagen. Momentum opbouwen duurt lang. We hebben 3 pilots die gespreid in de tijd plaatsvinden. Dit betekent dat dit qua communicatie dichtheid een perfecte gelegenheid is om Erfgoed Escape constant onder de aandacht te houden. Echter is daar wel een goed doordachte strategie en een constante creatie van nieuwe relevante content voor nodig. Basecamp Games kan daar deels in voorzien vanuit het goed documenteren van het creatie proces en de uitvoeringen, maar om werkelijk impact te maken is een opvallende advertentie campagne en groot bereik nodig. Dit betekent adverteren, drukwerk, reclame in de openbare ruimte etc. Het doel is om uiteindelijk bij De Wereld Draait Door of RTL Late Night aan tafel te zitten als Brabantse start-up en leiders in educatieve en innovatieve Real Life Gamification van Erfgoed N.b. We kunnen niet ontkennen dat deze zelf bedachte specialisatie meer dan chique klinkt wanneer juist gearticuleerd.

## Verschil\*

Basecamp Games ziet graag een constructie waarin een percentage van gemaakte winst terugvloeit naar Brabant C. Wij zien wat wij in de begroting subsidie noemen, als een voor-investering die wij zelf niet kunnen dekken. Het bedrijf is te jong en maakt nog niet genoeg omzet om dusdanig in een project te kunnen investeren (naast het maken van vele uren, komt er tevens veel materiaal aan te pas). Wij zien geen mogelijkheden om investeerders uit het sec commerciële veld aan te trekken. Dit komt simpelweg door het feit dat het hier om een innovatieve nieuwe vorm van een net opkomende trend gaat: men heeft er nog geen concreet beeld van. Basecamp Games heeft ook de mogelijkheden tot lenen verkent, maar komt niet in aanmerking door de nog recente oprichting van het bedrijf (ook al werkte het team natuurlijk al langer samen).

Uiteindelijk wil Basecamp Games dat het *Erfgoed Escape* project zichzelf kan bedruipen. We hebben in de begroting een kaartverkoop met een 66% bezetting gerekend. Het verschil hierin is om zekerheid te hebben dat er voldoende reserves worden opgebouwd om enerzijds onafhankelijkheid voor het project te creëren (we kunnen een deel van de winst in nieuwe varianten investeren), en anderzijds om in onvoorziene omstandigheden direct in te kunnen grijpen mochten daar financiële middelen voor nodig zijn.

Zoals aangegeven, kan een percentage terugvloeien aan het einde van het project, maar ook tijdens de continuering van het project na de drie pilots (tot de subsidie is "terugbetaald"). Basecamp Games zou het erg waarderen als het geld wat terugvloeit ter beschikking wordt gesteld aan een project wat een soortgelijk karakter heeft in de zin van innovatie op gebied van gaming, VR of andere nieuwe media, om zo dit vakgebied (wat men in onze optiek meer als zowel kunstvorm als educatieve middelen zou moeten gaan zien) meer in de kijker te spelen bij het publiek.

## Verzekeringen/Vergunningen

Basecamp Games heeft een doorlopende verzekering voor zijn apparatuur en personeel. Overige verzekeringen worden met de locatie opgenomen. Eventueel benodigde vergunningen worden via de locaties verzorgd. Om deze reden zijn deze posten niet opgenomen in de begroting.

## Boekhouder

Basecamp Games neemt de boekhouding en eventuele benodigde accountsverklaring bij toekenning van een subsidie voor eigen rekening, en is om die reden niet opgenomen in de begroting.

## Planning

Hieronder een globale uiteenzetting van de maandplanning van Erfgoed Escape voor de eerste drie pilots, en een korte blik op de toekomst van het project na de laatste pilot.

### Januari 2016 - heden (Augustus 2016)

- Eerste opzetten en concept uitgewerkt
- Projectplan, planning, begroting vervaardigd
- Partners benaderd en betrokken (SOLOS, WY, Dukebox, Acteurs, Regisseur)
- Overleg met onder meer Midpoint, Erfgoed Brabant, Efteling, Brabant C gehad
- Committee van aanbeveling benaderd
- Eerste versie Digiroom Builder opererend in Nijmegen Escape Rooms
- Onderzoek laten doen op Digiroom Builder
- Betrokken geraakt bij USE073: Connectie met ReZone en Tramkade
- Kasteel Heeswijk benaderd en in onderhandeling over gebruik locatie
- Bergen op Zoom: Markiezenhof reeds in bespreking en geaccordeerd
- Project met communicatiebureau besproken en opzet gemaakt voor plan

### September 2016

- Verdere conceptualisatie design, verhaal etc.t.b.v. *Tramkade Pilot I*
- Vervaardiging prototypes van puzzels en technologie
- Verhaal en opzet *Tramkade Pilot* rond
- Eind september: Start promotie vanuit Stichting Zuidlijn t.b.v. *Tramkade Pilot I*
- Design documenten rond (script, worldbuilding, karakters etc.)
- Start Fontys Project t.b.v. Tramkade Pilot II-VII

### Oktober 2016

- Start productie puzzels, technologie en props t.b.v. *Tramkade Pilot I*
- Vervaardiging muziek, lichtopzet
- Tweemaal repetitie Regisseur en Acteurs t.b.v. *Tramkade Pilot I*
- Verdere vervaardigen communicatie t.b.v. *Tramkade Pilot II* en *Kasteel Heeswijk Pilot*

### November 2016

- 5 November uitvoering *USE073: Erfgoed Escape Editie Tramkade Pilot I*
- Evaluatie op *Tramkade Pilot I*
- Start conceptualisatie design, verhaal etc.t.b.v. *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Verdere vervaardigen communicatie t.b.v. *Tramkade Pilot II* en *Kasteel Heeswijk Pilot*

### December 2016

- Start communicatie en kaartverkoop *Tramkade Pilot II* en *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Start prototypen puzzels, technologie etc. t.b.v. *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Eventueel aanpassingen puzzels, technologie, verhaal etc. t.b.v. *Tramkade Pilot II*
- Eindresultaat Fontys Project: Additioneel design en communicatie materialen

### Januari 2017

- Tweemaal repetitie Regisseur en Acteurs t.b.v. *Tramkade Pilot II*
- Eventueel aanpassingen puzzels, technologie, verhaal etc. t.b.v. *Tramkade Pilot II*
- Productie puzzels, technologie en props t.b.v. *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Continueren communicatie t.b.v. *Tramkade Pilot II* en *III* en *Kasteel Heeswijk Pilot*

### Februari 2017

- Begin Februari uitvoering *Tramkade Pilot II*
- Afronding en tests puzzels, technologie en props t.b.v. *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Tweemaal repetitie Regisseur en Acteurs t.b.v. *Kasteel Heeswijk Pilot*

### Maart 2017

- 28 feb-2 maart Uitvoering Erfgoed Escape: Editie *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Evaluatie op *Kasteel Heeswijk Pilot*
- Start Prototyping puzzels, technologie etc. t.b.v. *Het Markiezenhof Pilot*
- Eventueel aanpassingen puzzels, technologie etc. t.b.v. *Tramkade Pilot III & IV*

### April 2017 - Mei 2017

- Tweemaal repetitie Regisseur en Acteurs t.b.v. *Tramkade Pilot III en IV*
- Half April: Uitvoering *Tramkade Pilot III*
- Meivakantie: Uitvoering *Tramkade Pilot IV*
- Start Productie puzzels, technologie en props t.b.v. *Het Markiezenhof Pilot*

### Juni 2017

- Afronden Productie puzzels, technologie en props t.b.v. *Het Markiezenhof Pilot*
- Testen puzzels, technologie en props t.b.v. *Het Markiezenhof Pilot*
- Tweemaal repetitie Regisseur en Acteurs t.b.v. *Kasteel Heeswijk Pilot*

### Juli 2017 - Augustus 2017

- Begin Juli: Uitvoering Erfgoed Escape: *Tramkade Pilot V*
- Uitvoering Erfgoed Escape: Editie *Het Markiezenhof Pilot*
- Start nieuw design, verhaal etc. *Tramkade Pilot VII (USE073 versie 2.0)*
- Bij succes; start benaderen nieuwe locaties voor na Oktober of November 2017*

### September 2017

- Uitvoering Erfgoed Escape: *Tramkade Pilot VI*
- Productie nieuw design, verhaal etc. *Tramkade Pilot VII (USE073 versie 2.0)*
- Bij succes; start ontwikkeling nieuwe communicatie strategie voor na Oktober of November 2017*

### Oktober of November 2017

- Uitvoering Erfgoed Escape: *Tramkade Pilot VII (USE073 versie 2.0)*
- Start Evaluatie totaal project

### November/December 2017

- Bij succes; Start concept design, verhaal etc. nieuwe locaties*



## Literatuurlijst

Fischer, D. (2014). *Are you smart enough to break out of prison? Real-life room escape attractions become a hit in the U.S.* Laatst bekeken op 13-05-2016 via <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2782746/Real-life-room-escape-attractions-hit-U-S.html>

McClellan, P. (2016). Escape room adventures captivate rising numbers of players. Laatst bekeken op 21-06-2016 via <http://www.ft.com/cms/s/0/10c4ffda-0e00-11e6-b41f-0beb7e589515.html>

Meijs-Appels, M.T.E. (2015). De (verbeeldings)kracht van erfgoed - Beleidskader erfgoed 2016-2020. Provincie Noord-Brabant, afdeling cultuur. Laatst bekeken op 08-08-2016 via <https://www.brabant.nl/dossiers/dossiers-op-thema/cultuur/erfgoed-en-monumenten/-/media/CE73AA2CB3E14903BE2BF6547C3EC832.pdf>

Nicholson, S. (2015). *Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities.* Laatst bekeken op 12-04-2016 via <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf>

Suellentrop, C. (2014). *In Escape Rooms, Video Games Meet Real Life.* Laatst bekeken op 13-05-2016 via [http://www.nytimes.com/2014/06/04/arts/video-games/in-escape-rooms-video-games-meet-real-life.html?\\_r=2](http://www.nytimes.com/2014/06/04/arts/video-games/in-escape-rooms-video-games-meet-real-life.html?_r=2)

Van Hoenselaar, M. (2015). *Wat maakt een goede escape room?* Laatst bekeken op 12-04-2016 via <https://www.EscapeRoomsNederland.nl/wat-maakt-een-goede-escape-room/>

Van Raaij, S. (2015). *Escape rooms: Marketing zonder vaste klanten?!* Laatst bekeken op 14-04-2016 via <http://www.one4marketing.nl/blog/escape-rooms-marketing-zonder-vaste-klanten>

Van Spronsen & Partners (2016). 'De Escape Room in beeld' - Jaargang 2016. Laatst bekeken op 14-04-2016 via <http://www.spronsen.com/downloads/EscapeRooms%20in%20beeld%202016.pdf>

Weikamp, S. (2016). Escape Room trend in bedrijfsuitjes-land: Prison Island als variant voor grote groepen. Laatst bekeken op 22-06-2016 via <http://www.eventbranche.nl/nieuws/escape-room-trend-in-bedrijfsuitjesland-prison-island-als-variant-voor-grote-groepen-11122.html>

Wikipedia (2015). *Real-life room escape.* Laatst bekeken op 13-05-2016 via [http://en.wikipedia.org/wiki/Real-life\\_room\\_escape](http://en.wikipedia.org/wiki/Real-life_room_escape)

## Comité van aanbeveling

- Dhr. Joy Arpots (Scout / Aanjager bij Brabant C)
- Mevr. Mirjam Hament (Adviseur Business Development Brabant C)
- Dhr. Maarten de Rooij (Docent Music & Game Industries bij Fontys IEMES)
- Bertus Rosier (Docent CMD, Avans Hogescholen)
- Marlies Germanus (B\*THERE festival)
- Harry Vermeulen (Directeur Theater aan de Parade)
- Istvan Zomers (Oprichter/Eigenaar DoeNederland.nl)
- Jesse van Tetterode (Projectleider Cultuurbedrijf Bergen op Zoom)
- Cees Meijer (Directeur Cultuurbedrijf Bergen op Zoom)
- Gerlof Jorritsma (Strategisch beleidsadviseur gemeente Bergen op Zoom)

## Bijlage 1. Contactlijst

### Basecamp Games

<http://www.basecampgames.com/>

Zuid Willemsvaart 215, 5211 SG 's-Hertogenbosch

[info@basecampgames.com](mailto:info@basecampgames.com)

T: 06-51555667

### WY projectbureau

<https://wyprojectbureau.nl>

Orthenstraat 47, 5211 SV 's-Hertogenbosch

[meggy@wyprojectbureau.nl](mailto:meggy@wyprojectbureau.nl)

T: 06-12824600

### Stichting SOLOS

<http://www.solos.nu/next/>

Nieuwstraat 28, 5211 NL 's-Hertogenbosch

[info@solos.nl](mailto:info@solos.nl)

T: 06-54226888

### Nick Bokkerink Producties

<http://nickbokkerink.nl/>

Bararaplaats 41, 5211 SK 's-Hertogenbosch

[bokkerink.nick@gmail.com](mailto:bokkerink.nick@gmail.com)

T: 06-13301850

### Fontys

[http://www.fontys.nl/opleidingen/co\\_iemes](http://www.fontys.nl/opleidingen/co_iemes)

Prof. Goossenslaan 1-04, 5022 DM Tilburg

[ACIstudent@fontys.nl](mailto:ACIstudent@fontys.nl)

T: 08850 77655

### Mass Audio

<http://www.massaudio.nl>

Nijveldsingel 6-3, 3525 CN Utrecht

[info@massaudio.nl](mailto:info@massaudio.nl)

T: 06-11629422

### Cultuurbedrijf Bergen op Zoom

<http://www.demaagd.nl/cultuurbedrijf>

Postbus 300, 4600 AH Bergen op Zoom

[c.j.l.meijer@bergenopzoom.nl](mailto:c.j.l.meijer@bergenopzoom.nl)

T: 0164 280500

### Stichting Zuidlijn & Tramkade (Social Label)

<http://www.sociallabel.nl/>

Tramkade 20, 5211 VB 's-Hertogenbosch

[mail@sociallabel.nl](mailto:mail@sociallabel.nl)

T: 06-12696417

### Kasteel Heeswijk

<http://www.kasteelheeswijk.nl/>

Kasteel 4, 5473 VA Heeswijk-Dinther

[leekhout@stichtingkasteelheeswijk.nl](mailto:leekhout@stichtingkasteelheeswijk.nl)

T: 0625021936

### Gemeente Bergen op Zoom (Markiezenhof)

<https://www.markiezenhof.nl/>

Steenbergsestraat 8, 4611 TE Bergen op Zoom

[G.Jorritsma@bergenopzoom.nl](mailto:G.Jorritsma@bergenopzoom.nl)

T: 06-55690489

### DUKEBOX

<http://www.dukebox.nl/>

Buitendijk 2, 5211 WJ 's-Hertogenbosch

[bart@ruimdenbosch.nl](mailto:bart@ruimdenbosch.nl)

T: 06-27319179

### Erfgoed Brabant

<http://www.erfgoedbrabant.nl>

Waterstraat 16, 5211 JD 's-Hertogenbosch

[info@erfgoedbrabant.nl](mailto:info@erfgoedbrabant.nl)

T: 0736156262

### Midpoint Brabant

<http://www.midpointbrabant.nl>

Reitseplein 15, 5037 AA Tilburg

[info@midpointbrabant.nl](mailto:info@midpointbrabant.nl)

T: 013 5944728

## Bijlage 2. BMC

<p><b>Partners</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-WY projectbureau</li> <li>-Stichting SOLOS</li> <li>-Nick Bokkerink Producties</li> <li>-Fontys</li> <li>-Mass Audio</li> <li>-Stichting Zuidlijn &amp; Tramkade (Social Label)</li> <li>-Kasteel Heeswijk</li> <li>-Gemeente Bergen op Zoom (Markiezenhof)</li> <li>-DUKEBOX</li> <li>-Erfoed Brabant</li> <li>-Midpoint Brabant</li> <li>-VVV</li> <li>-Fondsen/sponsors</li> </ul>	<p><b>Hoofdactiviteit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Productie</li> <li>-Exploitatie</li> <li>-Ontwikkeling</li> <li>-Communicatie</li> <li>-Uitwerking</li> <li>-Concepting</li> </ul>	<p><b>Waardepropositie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Unieke/immersieve ervaring</li> <li>-Artistiek hoogwaardig</li> <li>-Speelse kennismaking cultureel erfoed en promo hiervan</li> <li>-Innovatie op gebied van real life games</li> <li>-Entertainment</li> <li>-Promotie van cultureel &amp; innovatief Brabant</li> </ul>	<p><b>Klant Relaties</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Community building via online omgeving</li> <li>-Exploitatie</li> <li>-Educatief</li> <li>-Co-creatie</li> </ul>	<p><b>Klant Segment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-12 en 45 jaar</li> <li>-(Real Life) Gamers</li> <li>-</li> <li>Dagjesmensen/toeristen</li> <li>-Bedrijven</li> <li>-Verenigingen (LARP)</li> <li>-Elfta/castlefest bezoekers</li> <li>-Cosplayers</li> </ul>
<p><b>Hoofd Middelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Budget (investering ontwikkeling)</li> <li>-Personeel</li> <li>-Software</li> <li>-Hardware</li> <li>-Locatie/props/kostuums</li> <li>-Website voor Social Media</li> </ul>		<p><b>Verkoopkanalen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Word of mouth</li> <li>-Social Media/Website</li> <li>-Drukwerk/Beurzen</li> <li>-Netwerkevenementen</li> <li>-Printed Media/Locaties</li> <li>-Bestaande communities</li> </ul>		
<p><b>Kost Structuur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Personeel/productie</li> <li>-Software licenses kostuums</li> <li>-Hardware</li> </ul>			<p><b>Inkomstenstromen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Locatie</li> <li>-Materiaal, Props &amp;</li> <li>-Catering</li> <li>-Investering (ook tijd) Sponsoring</li> <li>-Subsidies</li> <li>-Klanten (ticket sale)</li> </ul>	

## Bijlage 3. Samenvatting van Begroting

Zie <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Chbp2Y-AKHjAibE5Zkux9m0KKhio7-MMn-6JQGOVq4/edit?usp=sharing> voor de verschillende tabbladen "Tramkade", "Kasteel Heeswijk" en "Het Markiezenhof"

KOSTEN		BATEN	
Totaal kosten organisatie, design, softw	45000	Subsidies totaal	64632
		Waarvan Brabant C	56.632
		Overig	8000
Totaal kosten communicatie	20000	Sponsoring etc.	3900
Totale kosten voorbereiding	24225	Opbrengst uit 66% Kaartverkoop	168256,3025
		Bij 90% kaartverkoop	229440,4125
		Verschil*	61184,11001
Totale kosten uitvoering	116758		
<b>TOTAAL</b>	<b>205983</b>	<b>TOTAAL</b>	<b>236788,302</b>
		<b>WINST</b>	<b>30805,3025</b> <i>Gebruiken als ONVOORZIEN</i>
		Winst met Verschil* meegerekend	91989,41253
		Zie Toelichting op begroting in het projectplan voor informatie over Verschil*	

## Bijlage 4. Brancheoverzicht

### Aanbod in cijfers

- Nederland telde eind 2015 133 escape room bedrijven met in totaal 238 kamers. De eerste bedrijven zijn gevestigd in 2013. Over 2014 zijn geen gegevens bekend.
- In de onderstaande tabel is een overzicht van het aantal escape rooms per provincie, de dichtheid (aantal escape room locaties per 100.000 inwoners) en de gemiddelde prijs (weekend toegangsprijs incl. btw) weergegeven.

Provincie	Bedrijven	Kamers	Inwoners	Dichtheid	Prijs
Limburg	17	31	1.117.941	1,52	€ 17,69
Noord-Brabant	35	63	2.488.751	1,41	€ 18,99
Utrecht	11	16	1.263.572	0,87	€ 18,33
Overijssel	9	13	1.140.652	0,79	€ 18,93
Zeeland	3	3	380.726	0,79	€ 15,33
Flevoland	3	2	401.791	0,75	€ 19,50
Noord-Holland	19	19	2.761.929	0,69	€ 19,98
Gelderland	13	23	2.026.578	0,64	€ 19,78
Groningen	4	14	583.942	0,68	€ 17,18
Friesland	3	3	646.257	0,46	€ 16,80
Zuid-Holland	16	298	3.600.011	0,44	€ 21,04
Drenthe	0	0	488.576	0	-
<b>Totaal</b>	<b>133</b>	<b>238</b>	<b>16.900.726</b>	<b>0,79</b>	<b>€ 19,07</b>

