

Sammanställning workshop – Framtidens besökarupplevelse av sportevent

Nedan följer en sammanställning av det sista momentet i workshopen. Här finner ni både idéer, frågeställningar samt reflektioner och kommentarer kopplat till förmiddagens presentationer samt upplevelsen inne på arenan och EM-torget. Allt är redovisat i de kluster som grupperna jobbade fram (i vissa fall lite korrigerade).

Temaområde 1 – Förmedling av idrottarnas prestationer under tävlingen

Idéer, frågeställningar och reflektioner är indelade i följande områden:

- Mäta idrottarna
- Förmedla prestationer, tex relativa och svårförståeliga
- Visuell presentation
- 3D-visualisering
- Publikinvolvering och sociala medier
- Övriga

Mäta idrottarna:

- Smarta kläder (tights+linne) med sensorer -> alla tävlande
- Direkte personlig upplevelse af atletens tillstånd (EKG, puls)
- Visa/konkretisera "löpstatus" marathon (långdistans)
- Uttnyttja teknologi för att förmedla fysiologiska data – puls, muskelaktivitet, mm
- Puls mm
- Känna/höra puls av tävlande
- Grafisk presentation av biologisk data. Ex puls, belastning, etc
- BioSensorer för att visa spänning
- Mer detaljerad info kring de olika prestationerna. Hur mycket trampade längdhopparen över? Hur högt hoppade höjdhopparen över ribban?
- Absolut höjdhopp (utan ribba)

Förmedla prestationer, tex relativa och svårförståeliga:

- Bedre formidling af exempelvis "personal best"
- För de svåra sakerna för den oinvidge, använd teknik för att visa hur fort/högt/långt det är.
- Öka förståelsen för prestationen (resultat)
- PB priser. Jämför H10 i golf.
- Uppmärksamma individer
- Öjeblikkelig resultat/placering i förhållande till övriga atleter.
- Använda historiska data för att förmedla dagsform
- Försöka sätta idrottarnas prestationer i kontext till personbästa och tidigare prestationer.
- Alternativ förmedling av fart, ex 400m på 46,9 sek = 20km/h? För oss som ikke er vant til at se atletik.
- Uppkoppling smarta enheter. Koppla upp; höjdhoppsribban, längdhoppsplankan, kulbädden, löparbanorna och med sensorteknik live-förmedla till publiken.

- Ljudet i arenan. Micka upp de naturliga ljuden så publiken kan höra andning, avstamp eller en hälsna som går av ☺
- Loggning av personliga data som läggs upp via skärmar/app.
- Skapa drama genom visualisering av individuella kamper i grenen. Utmanaren vs titelhållaren + fakta.
- Anno mer hjälpgrafik som visar tidigare rekord, jämförelser, etc
- Winner of the heat. 1. Förhållande till rekord. 2. Mångkamps absolut/relativt.
- Låt idrottsmän utmana djur eller maskiner. Moderna gladiatorer.

Visuell presentation:

- En videaskärm för varje gren.
- En större skärm med några mindre skärmar så man kan fortsätta se loppet/reprisen trots att huvudgrenen är annat
- Finslipa kameravinklar från de aktiva. "GoPro" tekniken.
- Nördstatistik, visning/visualisering i mobilen.
- Skärmar i arenan som alla platser ser.
- Highlighta den mest aktuella grenen genom en lampa som blinkar eller annan signal.
- Kameror på alla tävlande strömmad till mobil.
- Generellt flere jämförelser på stadion. Split-screen på storskrmar som jämför atleterna.
- Alternative skaermupplevelser på arenan! Nye former för skärmar? Ny placering? Ny TV-produktion on site.
- Live vs TV. Enbart 1 gren åt gången + highlighta den med ljussättning
- Live isf TV: TV-sändning anpassad till live-publiken på arenan (+ små bildskärmar till alla?).
- Mer ljud och ljus i samband med bra prestationer. SB, PB, NR, ER, CR, WR.
- Sätt ljus på det ställe där det ljust nu händer något på arenan.
- En "Sverigeskärm" på arenan där det enbart visas svenska prestationer.
- Som appanvändare vill jag producera mitt eget innehåll. (Video, TV, ljud)
- Låt TV-grafiken bli synlig på arenan, tex måttlinjer vid längdhopp.
- På arenaskärmen visas inte bilder från TV-liknande produktion, utan visualisering likt den "biomekaniska" animeringen som Peter från Acreo visade.
- Ytterligare en jumbotron som enbart visar resultat och ställningar

3D-visualisering:

- Stärka visuella upplevelser genom 3D, augmented reality, "ny teknik", etc
- Google-glasses, AR- presentation av tävlande och rekord.
- AR – highlighta valt specialintresse.
- AR – Peka vad man vill veta om.
- Augmented reality – imaginer konkurrens

Publikinvolvering och sociala medier:

- "Sweat with me"
- Flytta ut tävlingar i oväntade sammanhang. Tillgängliggör idrotten, överraskar.
- Kinestetisk upplevelse
- Möjlighet för publik att testspringa, hoppa, stöta och sedan få sin prestation visualiserad i ett riktigt lopp.
- Publikstyrda UAV:er

- Fantasy friidrotts spelapp
- Möjlighet att följa en tävlande. Live streaming, tweets, notifiering, fakta, intervjuer, info.
- Som idrottsevennt-besökare vill jag dela med mig av det jag vet, ser och hör om tävlingen/tävlande.
- Som funktionär vill jag dela med mig av att vara inpå/nära stridens hetta.
- Låt atleterna bli redaktörer, gärna genom sociala medier.
- I appen välja vad du vill följa. Finns tex 20 olika kameror med olika fokus. Du blir själv producent.
- Skaka mobil för att heja på tävlande
- Publikens uppbackning, "klapometer"
- Popularitetsmätning

Övriga:

- Ha fler sittplatser i markhöjd, det är då man fattar farten och kraften.
- 100-metersfinal på avenyn.
- Ha inte nedhängande saker från taket som skymmer publikens synfält.
- Svårt/omöjligt att se målet för 400m då man sitter på andra sidan.
- Kulsötningsring utan tross, eftersom den minskar sikten på arenan.
- Fungerande wifi
- Ännu bättre jämförelse med andra. Tänk idolbilder live "gladiatorerna"
- Tenderar att bli ett "nördevenemang". Vilka utöver friidrottare kommer?
- Tydligare presentering av utövarna
- Info av tävlande genom videoprofiler

Temaområde 2 – Upplevelsen utöver idrottarnas prestationer på arenan eller platsen för evenemanget (till exempel logistik, information, underhållning, mat, med mera)

Idéer, frågeställningar och reflektioner är indelade i följande områden:

- Staden som plats
- Mobillösningar
- Underhållning
- Tillgänglighet
- Målgrupp
- Aktivera sinnen
- Design och formgivning
- EM-torget
- Mat
- Närhet till idrottarna
- Publikengagemang

Staden som plats:

- Aktiviteter utanför eller runt arenan
- Ta ut evenemanget på stan; kval eller final på oväntad plats
- Skapa aktivitet kopplad till evenemanget som är öppen för allmänheten
- Gör destinationen till arena, och en del av upplevelsen. Involvera andra aktörer, exempelvis Liseberg eller liknande

- Identitet! Platsen skall vara identitetsskapande
- Skapa mervärde (spin-off / synergi); exempelvis marknadsför kommande event aktivt

Mobillösningar:

- Biljetter kodade med specialmaterial via koder till webb. Materialet kan användas före och efter evenemanget.
- Mobila betalningar vid evenemang: Detta är bekvämt, miljövänligt, och underlättar för internationella besökare
- Mobilbetalning på arenan.
- En komplett publik-app, med tider på matkö, toalettkö, tid till hotellet (om man exempelvis måste hem och tillbaka), och mat/sevärdheter i stan.
- God tillgång till wifi/internet
- GPS-positionering till olika delar av stadion/eventplatsen: "Var befinner jag mig nu?"
- Använda positioneringstjänst inomhus – GPS fungerar inte inomhus – för att underlätta navigering
- Beställa mat i appen från läktaren. Notis om att maten är färdig att hämta. Betalning via app.

Underhållning

- Pausunderhållning inne på arenan; artist, uppvisning etc.
- Pausunderhållning eller uppvärmning för idrottarna
- Ytterligare fokus på underhållningsaspekten av arenaupplevelsen; samspel mellan speakers, idrottare och underhållare

Tillgänglighet

- Bättre tillgänglighet för rörelsehindrade
- Enkelhet att ta sig till evenemanget rent fysiskt
- Bra tillgänglighet mellan olika aktiviteter

Målgrupp

- Program som underlättar för bred målgrupp
- Skolklasser på arenan: Viktigt att somliga besökare inte uppfattar att andra besökare är ointresserade av tävlingarna.

Aktivera sinnen

- Beakta fler sinnen än syn: Temperatur på arenan får inte vara för låg
- Arbeta aktivt med övriga sinnen: Ljud från löpstegen, musik
- Skapa flexibilitet i arenan med ljus och ljud.

Design och formgivning

- Skapa en arkitektoniskt intressant arena; även om detta redan finns
- Estetik! Arenan kan inte se ut som en julgran.
- Använd duktig inredare till EM-torget
- Stadiongolv som för besökaren till arenan

EM-torget

- Avveckla "mäss känslan" på EM-torget

- Fan zone och mer idrott på torget
- Kombinera idrott med andra aktiviteter; after-work, föreläsningar med mera
- Prova på; testa utrustningar
- Aktivt deltagande; prova-på-stationer behöver inte kopplas till samma aktivitet som eventet

Mat

- Fräsch snabbmat som är närproducerad
- Bra och prisvärt utbud
- Koppla näringslära och kost till den mat som serveras på området; detta lyfter fram en annan vinkel på hållbarhet och fysisk hälsa
- TV-soffa på läktaren med förbeställd mat och dryck

Närhet till idrottarna

- Ytterligare närhet mellan idrottare och publik
- Tillför något live som inte erbjuds på TV – tävlingar, lotterier, hemlig gäst
- Ta vara på kunskap och erfarenhet hos medföljande – tränare, ledare, annan personal. Stor möjlighet för GBGs idrottsliv om mötesplats finns.
- Identifiering av idrottarna – vem är vem?
- Mer interaktion med idrottare – exempelvis små videoklipp i fan zone
- ProAm: Som i golf, fast på friidrottsvis
- Friidrottsmålet på restauranger; att man kan köpa en rätt med samma kalorier/fett/kolhydrater som friidrottsstjärna, ex Usain Bolt
- Jaga snap-shots; fyll i idolblad
- Skapa historier och iscensättningar på sociala medier – foton av idrottare. Utnyttja närheten till händelserna på arenan.
- Meet and brief

Publikengagemang

- Som besökare på evenemang vill man skapa kontakt med andra besökare; frågor, sociala medier, dela erfarenheter
- Tifo till publiken

Temaområde 3 – Upplevelsen innan och efter evenemanget (till exempel upplevelse av destinationen eller aktiviteter/information kopplat till evenemanget)

Idéer, frågeställningar och reflektioner är indelade i följande områden:

- Inför evenemanget
- Under evenemanget
- Efter evenemanget
- Destination/stad
- Infrastruktur
- Skola
- Biljetter
- Kommunikation

- Social media
- Visualisering

Inför evenemanget

- Att följa atleternas kostprogram under X antal dagar inför evenemanget, "Åt som Klüft" isf för GI-metoden.
- Få de aktiva att engagera sig mycket mer i sitt sociala nätverk före evenemanget. De är en stor del av evenemanget även före tävlingen.
- Även inför elitävlingar kunna erbjuda motionärsaktiviteter. Sponsoraktiviteter eller att alla anställda får en "kurs" i att hoppa höjdhopp.
- Att journalister och vanligt folk får testa löparbanan eller någon gren inne på arenan och får jämföra sina resultat med eliten.
- "Prova på vecka" innan eller efter evenemanget. För att locka ungdomar till att utöva friidrott.
- Möjlighet att följa idrottarna inför, under och efter evenemanget inom exv kost/träning eller "Moa Hjelmers PT".

Efter evenemanget

- Digital plattform för att kunna skapa sin egna "scratchbook" från evenemanget, som en minnesbok med foton, anteckningar, videos etc. Kanske även göra detsamma för hela evenemanget, d.v.s ett minnesalbum för alla.
- Samlarbilder fysiskt eller virtuellt för att skapa en mer engagerad och kunnig publik.

Destination/stad

- Konceptet "Walking distance" måste bevaras och tas tillvara av staden och destinationen vid stadsutvecklingen.
- Fritt WiFi i hela Göteborg. Skulle vara en stor konkurrensfördel för evenemangsstaden.
- Att näringsidkare nyttjar evenemanget i sina kampanjer, exv "EM-målet" på restauranger etc, för att skapa kommersiella värden.
- Att Göteborg skapar ett bonusprogram för turister, att varje turist som kommer hit får bonuspoäng för sitt besök, såsom "SAS Eurobonus" fast Göteborg City Bonus. Alternativt skapa ett bonusprogram för evenemangsbesökare, "Gothenburg Eventbonus".
- Flytta ut tävlingar i staden för att gynna destinationen.
- Återanvänd våra publika arenor och erfarenheter av våra arrangemang i ett större perspektiv.
- Arbeta igenom vad det finns att göra på destinationen innan och efter avseende attraktioner/sightseeing/mat/kultur.
- Fokus på idrottens möjliga folkhälsoeffekter. Aktivera befolkningen i samband med evenemang. Upplevelsekonsumtion = hållbar konsumtion.

Infrastuktur

- Fri kollektivtrafik för evenemangsbesökaren genom att lägga på avgiften för kollektivtrafik på biljettpriset eller på deltagaravgiften.
- Höghastighetståg: Sthlm-Gbg, Oslo-Gbg, Köpenhamn-Gbg samt Berlin-Köpenhamn.

Skola

- Låta friidrottsklubbar åka ut till skolor i förorterna och lära ut friidrott som rekrytering, kunskap och ur ett hälsoperspektiv.
- Skapa ett ungdomsevenemang eller ett skolmästerskap kopplat till evenemanget.

Biljetter

- Paketering av biljetter, exv en restaurang som paketerar meny med biljetten, alternativt att staden paketerar Göteborg City Card + biljett eller att en sportkedja paketerar löparskor + biljett. Alternativt Liseberg+biljett eller museum+biljett.

Kommunikation

- Nyttja evenemanget som kommunikationsplattform för att påverka besökarnas åsikt eller förändra beteenden kring exempelvis hållbarhet (jämför Way Out West och deras goes Veggie).
- Storytelling inför evenemanget, för att publiken ska kunna skapa en relation till idrottarna. Ju mer man kan om atleterna desto roligare blir det att följa evenemanget.
- Ta ett "kontroversiellt" ställningstagande gällande hållbarhet och kommunicera det tydligt och konsekvent.
- Att man börjar tala i termer av hemmaplan och hemmaarena för friidrottare. Då blir det intressant att se konkurrenterna komma hit.

Social media

- Twitter klotter plank.
- Social app som knyter ihop människor med lika intresse. Tex landsmän, samma idoler osv.
- Hitta aktiviteter som engagerar besökarna och som de kommer ihåg samt koppla på med en App.
- Oväntade uppmärksamhetssökare som kan få internationell viral spridning.
- Quizkamp om tävlande. Ämnen såsom länder, grenar, statistik.

Visualisering

- Som komplement till den stora jumbotronen ha många olika skärmar inne på arenan.
- Att exv 15 höjdhoppares prestationer läggs i digitala "lager" på varandra, så att publiken kan följa prestationerna i förhållande till varandra. Visas på digitala bildskärmar.
- Statistik från friidrottstävlingarna jämförs i en app, på TV eller live på widescreens med exv Geparden (att hastigheten på ett 60m lopp jfr med Gepardens hastighet genom visualisering). Höjden på ett enplanshus jfr med höjdhoppen och längden på en haj jfr med längdhoppen.
- Visualisera statistiken tydligare live, nyttja liten ram/stor rams grafiken på Jumbotronen/wide screens såsom exv på TV under längdskidtävlingar.
- TV-sändning inne på arenan *anpassad* till publiken. Alla har varsin egen bildskärm. Arbeta med nya sätt att visualisera data och statistik för den publik som är på plats.