



SOLANDERLEDEN

## Solanderleden 2014-2015

# Delprojekt: Produktutveckling – Ny Teknik

Delrapport – Konceptförslag 2014-12-08

**Syfte** (enligt projektansökan): Utveckling av "ny" teknik för berättande efter vägen, berättar-app, vevlådor mm. I samverkan med LTU, lärare och studenter utveckla en app för berättande längs leden. Även vevlådor testas för utvärdering (se manualen).

**Budget:** App-utveckling 100 000, Vevlådor 50 000

### Summarisk bakgrund:

**Analoga hjälpmedel** för vandrare:

- Skyltar och informationstavlor
- Ledbroschyrer och ledböcker, kartor
- Kombination av skylt (med nummer) och informationsmaterial (köpes)
- Interaktiva hjälpmedel längs leden såsom Vevlådor (en låda med inspelat ljud, som kan spelas in från distans vars mekanism drivs genom att man drar i en vev)

**Digitala hjälpmedel** till platsupplevelser kan utgöra följande tekniker:

- **Hemsida** – med karta och platsinformation (digitaliserad ledbroschyr)
- **Ring-så berättar-vi** – telefonnummer till berättarröst i telefonsvarare
- **Digital karta** – t ex Google Maps med sevärdheter markerade, WikiMaps m.fl.
- **QR-koder** – på speciella platser finns QR-koder som länkar till hemsida med platsspecifik information
- **GPS-Geocaching** – tematiserade (storytelling) geocatcher
- **Besöks-App/Mobilguide** – App med bilder, ljud, film och text som beskriver led/stig ("Upplevelsestigar i Överkalix"-projekt, "Spökvandring", "Stadsvandring Kristinehamn")
- **Argumented Reality** – App till smartphone där datagenerrad information och bilder läggs över mobilkamerans bild i realtid (peka och se)

### Förslag på innovativ: **Wiki-trail App: Solander Trail Adventure**

**Vision** – Att ta vandringsupplevelser till webb 3.0 genom att faktiska (på plats) och potentiella (hemmavid) vandrare längs Solanderleden ska kunna ta del av tidigare och simultana vandrarens upplevelser genom en form av "Wikimapia-funktion -inlägg (bilder, filmer, text m.m.) i realtid längs leden och som tidsaxel (tidigare inlägg). Lokalbefolkning kan bidra med historier, (bilder (historiska) och filmer, ha dialog (chatta med) med faktiska och potentiella vandrare m.m. Besökare, forskare m.m. kan likaså bidra till storytelling och informationen kring leden.

Inom upplevelseproduktion utvecklas upplevelser utifrån:

- "**första generationens upplevelseproduktion**" - där en "producent" har skapat och designat upplevelsen och den information som skall presenteras (t ex analoga och digitala hjälpmedel)
- "**andra generationens upplevelseproduktion**" - co-produktion, användarstyrd upplevelse m.fl. liknande begrepp - där gästen (besökaren) är medproducent av upplevelsen



SOLANDERLEDEN

## Solanderleden 2014-2015

- "**tredje generationens upplevelseproduktion**" - där "producenten" endast tillhandahåller arenan och verktygen (i detta fall vandringsleden och digitala applikationen) - men gästerna själva genererar sina upplevelser.

**Visionen är att Solanderleden ska vara först med att kunna leverera andra- och tredje generationens digitala upplevelseproduktion kring leden - på plats eller hemmavid.**

### Målgrupper:

- **Active Family** – Aktiva familjer som är erfarna globala resenärer från Swedish Laplands marknader med friluftsvandring/intresse och teknikintresse
- **Friluft-DINK's** - *Double-Income-No-Kids* – med friluftsvandring/intresse och teknikintresse
- **Friluft-WHOP's** – *Wealthy-Healty-Older People* – välbärgade, resevana med intresse för friluftsliv och teknik
- **Lokala/regional friluftsvandrare** – joggare, vandrare, friluftsvandring/intresserade med teknikintresse
- **Generation, X, Y och Z** – Digitala generationer med liten natur- & friluftserfarenhet men uppskattar modern digital teknik, spel (gamification) och rollspel.

### Funktioner:

- **Smartphone-App och hemsida** – med grundläggande funktioner med karta, ledbeskrivning (distanser, svårigheter, sevärdheter m.m.), platsinterpretation, Solander-presentation, aktivitetspresentation och aktivitetskalender, upplevelsetips, besöks-service m.m.
- **GPS- positionering** - IRL (*In-Real-Life*) besökaren ser vart på leden denne befinner sig på en digital ledkarta, och kunna göra avståndsberäkningar (trail-routs) som kan sparas.
- **Graderingsfunktion** – besökaren kan gradera (stjärnmärka och kommentera) delsträckor och platser/sevärdheter
- **Grundfunktioner off-line** – vid dåligt nätverk bör funktioner såsom karta och grundläggande information, gradering m.m. kunna laddas ned lokalt i miltelefonen och insamlade data (bilder, kommentarer, rutt m.m.) automatiskt laddas upp vid ny nätkontakt
- **Narrativ Databas** – byggs upp av ortsbör, besökare, forskare m.fl. i realtid och via tidslinje (se vad andra tidigare har upplevt av platsen/artefakten)
- **Rapportfunktion** – skador på leden eller ledinstallationer, svårigheter m.m. rapporteras med automatisk geotagg
- **Wiki-funktion** - Direkt i Appen kunna ladda upp platsspecifika bilder, filmer, ljud, texter och bidra till organisk storytelling kring leden.
- **Trail-blogs** – besökare kan blogga sina upplevelser i en dedikerad bloggfunktion
- **Trail-community** – kunna vara direkt uppkopplad till andra vandrare på leden eller hemmavid
- **Gamification** - ge spelliknande digitala upplevelser (problemlösning, rollspel, clues i landskapet m.m.)
- **Gamification** – ska finnas funktioner som är spebaserade utan att vara rena spel (se MaptoHike, Stockholm Sounds, Sighter, StrayBoots m.fl.), kan säljas som Add-on (tilläggsfunktioner)
- **Skapa mystik och magi i landskapet** – med ljudeffekter, Argumented reality (ersätter vevlådor) – kan säljas som Add-on (tilläggsfunktioner).



SOLANDERLEDEN

## *Solanderleden 2014-2015*

### **Krav på Appen:**

- **Lättanvänd** - självinstruerande och logisk, tydligt enkelt och intelligent interface
- Använder mobiltelefonens GPS/Geotagging för kartmarkering och positionering
- Möjlighet att ladda ned off-line funktioner
- Lätt att med få tryck ladda upp text, bild, film till appen
- Lätt att administrera och kontrollera innehållet (kunna göras av fler via inloggningsfunktion)
- Exportfunktion av besökarens egna eller annat material till FB, twitter m.fl. sociala media
- Enkelt utbyggbar för nya delsträckor
- Inte plattformspecifik

### **Partners:**

- Upplevelseproduktion, LTU Piteå - konceptutveckling
- In the Cold – My Wats och Nicklas Berg – Apputveckling
- Piteå Kommun – kartfunktioner (GIS)

### **Potentiella partners och finansiering:**

- Interaktiva Institutet Piteå – Ping! Multimodal mobile concept for location based services
- Sparbanken Nord – finansiering?
- VINNOVA - finansiering av koncept och applikationsutveckling?
- Ytterligare LTU-forskare för detaljerad konceptutveckling – systemteknik, produktinnovation m.fl.
- CENTEK
- LTU-Innovation



SOLANDERLEDEN

# Solanderleden 2014-2015

## Genomförande:

Resursen (100 000) räcker ej för hela konceptet – och knappt till en App med grundfunktionerna enligt Zryd och Jansson – varför uppbyggnaden måste ske i steg och moduler och ytterligare aktörer och finansiering hittas.

### Steg 1:

Grundfunktions-App och hemsida – beskrivande och delvis interaktiv (positionering, graderingsfunktion) – utvecklas för teststräckan Flottarleden.

- Grafisk profil tas fram utifrån Solanderleden-profilen.
- Grunden till Intelligent Interface planeras.
- Informations- och storytelling inventering och implementering

### Steg 2:

Grundfunktions-Appen vidareutvecklas att omfatta resterande sträckor.

### Steg 3:

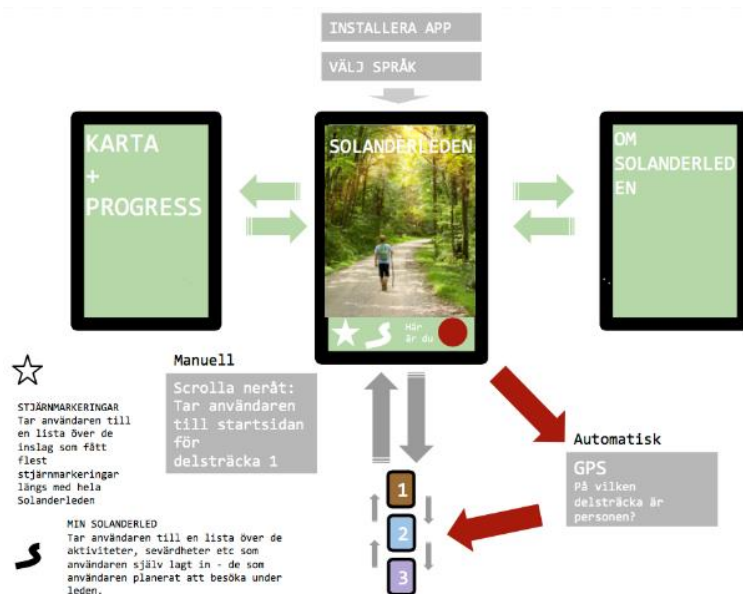
Med ytterligare finansiering (Sparbanken Nord?, VINNOVA? M.fl.) vidareutvecklas övriga funktioner Realtidschatt, Traillblogg, Ping!- Applikationer m.m.

### Steg 4:

Adds-On (köpbara av gästen) utvecklas:

- Argumented Reality
- Gamification applikationer
- Trail-trainer .m.fl.

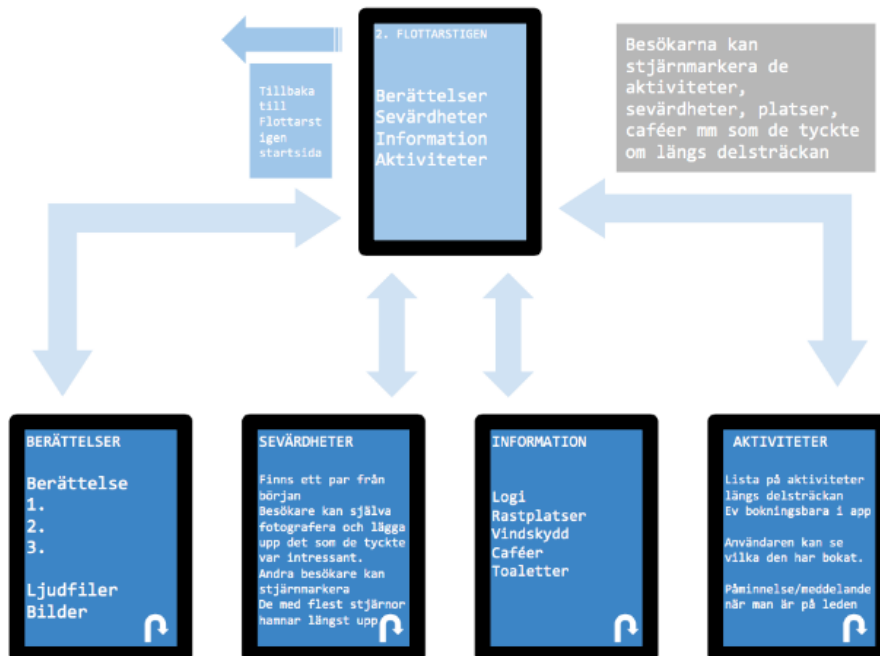
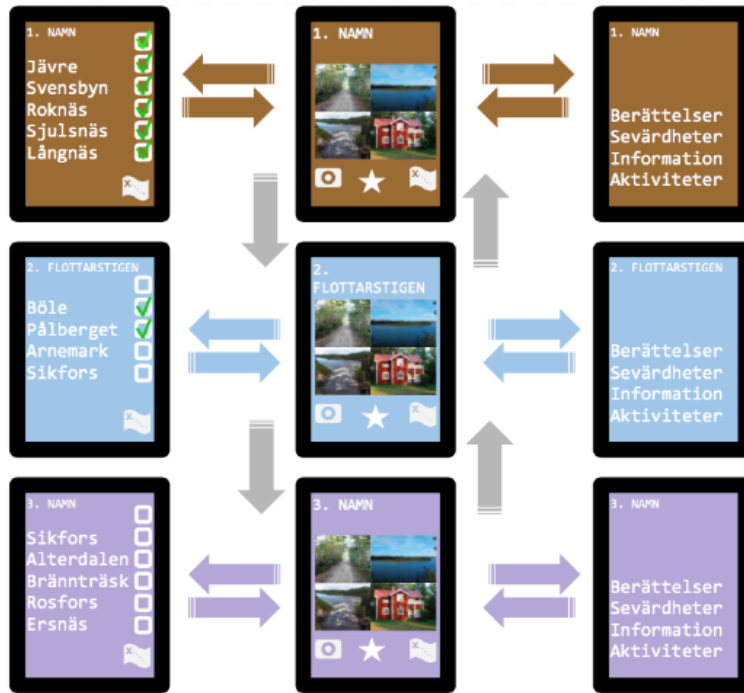
## Grundfunktioner (enligt Zryd & Jansson 2014):





SOLANDERLEDEN

# Solanderleden 2014-2015





SOLANDERLEDEN

## Solanderleden 2014-2015

### Strategi:

Implementera resultatet av Kairos Future studie "Upplevelser i Världsklass":

#### 7 Insikter:

1. **Kick, Komfort, Kompetens och kontakt** – Ro – Risk, Flykt-Förankring
2. **7 livsfaser:**
  - 1) **Unga singlar:** Med "jag Gillar" kommenterar de varandras upplevelsekickar
  - 2) **Unga par:** I gränslandet mellan målmedvetenhet och eskapism
  - 3) **Småbarnsföräldrar:** Upplever genom barnen
  - 4) **Tonårsföräldrar:** Gemensamma upplevelser innan det är för sent
  - 5) **Vuxenföräldrar i den nya frihetstiden:** Söker lugn och lyx
  - 6) **Yngre Pensionärer:** Bekväma upptäckare i orienteringsfasen
  - 7) **Pensionärer:** Verklighetsflykt i lugnt tempo
3. **Värsta floppen:** Gick inte, Fick inte, Blev inte, Kunde inte, Tekniskt strul, Antiklimax
4. **I trygga hörnet finns inga superlativ: flow-upplevelser**
5. **Dela, gilla, hissa. dessa:** att kunna dela en upplevelse – snabbt!
6. **Helhetsupplevelser i världsklass:** Nytt, spännande, god mat, feelgood, relationer, motsvarar och överträffar förväntningar
7. **Upplevelseåret har känslomässiga höjdpunkter:** vill ha olika upplevelser beroende på årstid baserat på våra traditioner m.m. träning, romantik, kultur, mys

#### 7 Trender:

1. **Professionella upplevelser** – Senaste teknik, teori och vetenskap
2. **Allting har ett tema** – en storytelling
3. **Edutainment** - Gamification
4. **Virtuella upplevelser utan gränser** - Wiki-App koncept (Webb 3 & Tredje Generationens upplevelseproduktion)
5. **Kompisar i fickan** – Wiki-trail Community i Appen
6. **Focus på Flöde** – Digital teknik som underlättar upplevelsen
7. **Eko** – ekobaserad edutainment och gamification

#### 7 Slutsatser:

1. Sätt Arena för gemenskapen
2. Skruva upp upplevelsen
3. Använd teknologin för strul-reduktion och tidsoptimering
4. Maximera upplevelseåret och optimera timning
5. Underlätta och stimulera upplevelsedelning och minnen
6. Jobba på tillgängligheten
7. Investera i ekologiska koncept och hållbar utveckling



SOLANDERLEDEN

## *Solanderleden 2014-2015*

### **Referenser:**

Zryd, Julia & Jansson, Lisa, 2014. Digital Interpretation för Solanderleden. Kursrapport för U0033F  
Upplevelseproduktion inom turism- och besöksnäring, Uplevelseproduktion, Luleå tekniska universitet

Kairos Future 2011. Upplevelser i Världsklass. En rapport för Parks and Resorts Scandinavia.

MaptoHike <http://mapcase.de/home.html>

Stockholm Sounds <https://itunes.apple.com/se/app/stockholm-sounds/id692744018?mt=8>

Sighter – Photobased Urban treasure Hunt - <http://sightergame.com/>

Wikimapia - <http://wikimapia.org/about/>

StrayBoots <https://www.strayboots.com/>

Vetenskapliga artiklar om ICT och turism via smartphones.



SOLANDERLEDEN

# Solanderleden 2014-2015

## Bilaga: Idéskiss till Wiki-trail App – Solander Trail Adventure

