



uRule

Lessons learned

Voor je start met game ontwikkeling

Wat je moet weten vóór je begint

- Games en virtuele realiteit staan niet (meer) los van de realiteit, maar gaan voortdurend in elkaar over
- Games gaan over wat je doet en niet over wat je ziet
- Begin bij het spel: wat gaan de spelers doen? Vergeet het "decor" even, dit komt later wel
- Gameprincipes en gamedesign zijn cruciaal voor de toekomst. In leerprocessen in regulier onderwijs, erfgoededucatie, cultuureducatie, amateurkunst en het bedrijfsleven zal dit steeds meer terug komen. Voor erfgoedinstellingen moet een game dus niet vanuit een enkele hoek als marketing, educatie of collectiebeheer worden bedacht, maar op de hele instelling van toepassing zijn en dus ook op alles invloed hebben. En dat vraagt een andere aanpak. Geen geïsoleerd projectplan, maar inbedding in een totaalvisie.

Wat je moet doen vóór je begint

- Ga zelf gamen
- Ga op onderzoek uit: hoe doen anderen het? Kijk niet alleen naar voorbeelden in de erfgoedsector.
- Vraag anderen hoe zij het gedaan hebben
- Vraag je doelgroep wat ze leuk vinden en wat voor spellen ze spelen (en ga die dan ook zelf spelen)
- Ga praten met een deskundige of met verschillende gamebedrijven - en dan gaat de bal pas echt rollen
- Zorg voor draagvlak in je hele organisatie: betrek iedereen bij het plan een game te ontwikkelen en ga met elkaar op onderzoek uit

Tips voor goed opdrachtgeverschap

- Stel het gamedoel niet gelijk aan het leerdoel. Dit maakt een spel saai. Beter is het als het leerdoel als het ware 'per ongeluk' wordt geleerd op de weg naar het gamedoel.
- Plan als erfgoedorganisatie voldoende tijd in voor meedenken en mee ontwikkelen met het gamebedrijf wat je een opdracht geeft. Vaak is bij erfgoedinstellingen het enthousiasme groot en de daadwerkelijke tijd maar beperkt. Veel instellingen werken bovendien met vrijwilligers. De slagkracht is daarom vaak lager dan wordt gedacht.
- Tijdens de ontwikkeling van een game zijn er veel krachten die meespelen en die allemaal een rol spelen in het verloop van het proces. Zowel vanuit de opdrachtgever als het gamebedrijf. Elk van deze krachten heeft een ander perspectief op het geheel en dus op de uitkomst of op het verloop van het proces.
- Verwacht niet dat op basis van een idee van een erfgoedorganisatie een gamebedrijf "de rest" doet. Ontwikkelen van een game is een proces waarin het product langzaam de uiteindelijke vorm aanneemt.
- Een van de pijlers onder goed opdrachtgeverschap is een goede en gelijkwaardige samenwerking tussen opdrachtgever en gamestudio. Dit betekent niet "u vraagt wij draaien".



uRule

- De meeste erfgoedinstellingen zijn georganiseerd als stichtingen. Een bestuur of raad van advies heeft bij deze stichtingen vaak de laatste (beslissende) stem als het gaat om strategie en ontwikkeling. Breng het gamebedrijf altijd op de hoogte van de rol van het bestuur in het totale proces zodat duidelijk is bij wie de beslissende stem in een traject ligt.
- Communiceer alle testfasen en de uitkomsten met alle partijen (medewerkers, bestuur, raad van advies, gamebedrijf etc.)
- Zorg voor veel testen zodat je kunt bewijzen dat de (toekomstige) speler iets interessant vindt.
- Vraag het gamebedrijf goed aan te geven wat de proces *points of no return* zijn in de ontwikkeling. Kijk of deze aansluiten bij je verwachtingen als erfgoedorganisatie en bij je eigen beslismomenten.

Aandachtspunten in het proces van een game ontwikkeling

- Start zo snel mogelijk met testen van simpele prototypes. Van papier of een simpele digitale vorm. Blijf tijdens de ontwikkeling testen. Test niet alleen zelf maar laat ook je beoogde doelgroep testen. Leer van wat je maakt en neem tijd om zaken aan te passen
- Idee - bouwen - product - meten/testen - gegevens - leren: deze cyclus herhaal je tijdens het maken van een game diverse keren. Dit kost (veel) tijd maar levert echt het beste resultaat.
- Zorg voor een connectie zijn tussen je *goals*, *rules* en *play*. Deze vormen de kern van de game
- Bewaar het uiterlijk (decor/theme/declaration, props) voor een later stadium.
- Een lijst met functionaliteiten met een weging van de verschillende onderdelen kan voor zowel opdrachtgever als gamestudio beter inzicht geven in hoeveel waarde gehecht wordt aan bepaalde zaken, en op welke punten eventuele compromissen gesloten kunnen worden.
- Vergeet niet: een game is een proces, geen eindproduct. It's a means, not the end.
- De game initieert iets, waardoor het een grotere beweging teweegbrengt. Probeer niet die grotere beweging te creëren vanaf het begin. Maar probeer wel voor ogen te houden dat die beweging ontstaat en zich ontwikkelt.

Conclusies

- Het ontwikkelen van een game vraagt veel tijd en geduld. Voor erfgoedorganisaties is het soms lastig om die tijd op te brengen. Vaak wordt onderschat hoeveel tijd de ontwikkeling van een goede game kost.
- Erfgoedpartijen en gamebedrijven vinden het lastig om elkaar als gelijkwaardige partner te zien. Het gaat juist om het samen ontwikkelen, dan kom je tot het beste resultaat. Dit heeft bijvoorbeeld te maken met het niet spreken van elkaar "taal" en onduidelijkheid in organisatiestructuur en beslissingsbevoegdheid.
- Het ontwikkelen van een game moet niet op zichzelf staan. Het is voor erfgoedorganisaties soms lastig om een game niet als project te zien maar als proces waarbij de hele organisatie wordt betrokken. Het vraagt echt om een andere manier van kijken naar eigen waarden en doelen.