

OVERSIGT

over Apex' netværk og projekter

ApEx' aktiviteter med virksomheder, kulturliv, uddannelses- og videninstitutioner har udmøntet sig i en række forskellige aktiviteter til fremme for oplevelsesøkonomien, udvikling af produkter, virksomheder og processer. ApEx' netværk og projekter kan i en oversigtsform inddeles i fem indsatsområder.

Projekterne har hver især kastet succeser af sig – flere af dem er formidlet i dette og tidligere numre af Kreative Tidende, som i øvrigt kan downloades fra www.apex-center.dk

AF // Andy J.S. Madsen

Digital Indholdsproduktion

Under dette indsatsområde har der været en lang række forskellige aktiviteter. Af større knopskud findes her *U-Drive:IT*, som handler om brugerdreven innovation og overflytning af brugerdrevne innovationsmetoder fra IKT-sektoren til andre brancher. Projektet er omtalt andet sted i dette nummer af Kreative Tidende. *ApEx Innovationsprojekt #1 om Computerspil og interaktiv digital underholdning* handler bl.a. om afholdelse af spilcamps 2006, 2007 og 2008 (under Livslang Læring, Aalborg Universitet), MultiMediaMania 2007, en række netværksmøder (i samarbejde med ComITOP og Dreamgames) samt analyse af interaktiv digital indholdsproduktion. Der har også i forbindelse med innovationsprojektet været nye projektsøgninger og projekter. Et af disse projekter, der er udsprunget af partnerskabskredsen omkring ApEx er Bretteville Hotspot. Bretteville er et projekt, som har til formål at skabe en kreativ klynge inden for digitale oplevelser: selve det fysiske væksthus

Bretteville, kompetenceudvikling via DADIU (Det Danske Akademi for Interaktiv Digital Underholdning), analyse af AV og animation i Nordjylland samt netværk som Dreamgames. Aktiviteter inden for ComITOP-netværket for computerspilindustri, computerspilforskning og erhvervsorganisationer i det jysk-fynske område er i øvrigt videreført i Dreamgames-regi.

Mobilt indhold

Her skyder især *MoOZ – Mobile OplevelsesZoner* frem som et større projekt. MoOZ handler om udvikling af digitalt berigede oplevelser på attraktioner via lokationsbaserede teknologier og tjenester, som kan bestå af spil, videoklip, wallpapers, praktiske oplysninger og lignende indhold. I *ApEx Innovationsprojekt #2 om Lokationsbaserede tjenester og mobilt indhold* blev der udarbejdet en kortlægning af regionens kompetencer inden for lokationsbaserede tjenester med titlen *ApEx Mapping: Lokationsbaserede tjenester i Nordjylland*. Ud over innovationsprojektet er en række af virksomhederne efterfølgende gået sammen om at udarbejde en web- og mobilportal, der kortlægger, hvor der findes lokationsbaserede tjenester. Nordjyllands kompetencer på området – og de oplevelser som landsdelen har inden for lokationsbaserede tjenester – bliver dermed synlige. Yderligere er der i samarbejde med VisitNordjylland udarbejdet en web- og mobilportal for turismeinformation.

Cultural HeriTALes

I dette indsatsområde findes bl.a. *ApEx Innovationsprojekt #3: Cultural HeriTALes*, som handler om kulturarvsformidling – primært i digital udgave. En del af dette projekt har været et kulturarvskommuneprojekt, der satte fokus på

BID-TV
31.12.07

Plan B,
30.11.07

SIGNATURER:



Overordnede (klynge)projekter



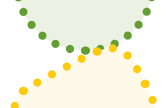
ApEx's innovationsprojekter / ApEx projekter



Før-ApEx netværksprojekter (senere indoptaget i ApEx, men med separat finansiering)



Større før-ApEx-innovationsprojekter med separat finansiering, men med tematisk forbindelse til ApEx's innovationsprojekter



Forskellige tematisk forbundne ExCITe/m.m-projekter



Projekter, ApEx ikke er tovholder for, men deltager i



Fremtidige projekter, dark horses, der er søgt, men endnu ikke bevilget

"dato"

Viser dato for afslutning af projektet

DIGITAL INDHOLDS-PRODUKTION

ApEx inno#1
Computerspil

ComITop
31.12.07

Nordic Game Network

START-midler
01.10.09

Dig:IT

U-Drive:IT
31.08.09

Animation HUB

KASK SkanDIMedia

IT-oplevelsescenter
Hjørring

MOBILT INDHOLD

ApEx inno#2
Mobilt indhold

MoOZ Mobile Oplevelses-Zoner

NetOp
1.9.09

ExCITe-serien

COST EU

Cross Media Content, EU

ARG spil

Aalborgs industrihistorie og på bevaring og formidling af kulturarven. Her benyttes mobiltelefonen som formidlingsteknologi, idet den kobles med elementer af skattejagt og bruger de gamle industriområder som spilleplade – resultatet er ARGborg-spillene. Foreløbig kan mobilejere blive ringet op af fortiden og gå på en læringsrig oplevelse i spillet DACMAN i Nørresundby eller følge *Vera fra Vestbyen* og begge steder udforske Aalborg i industriens tidsalder.

Med baggrund i erfaringerne fra ARGborg-spillene og andre museumsprojekter, bl.a. den virtuelle sejltur med Skuldelevskibet på Lindholm Høje-museet og 3D lyd-installationen på Bangsbo Museum, er der etableret en regional klyngeorganisation for oplevelsesorienteret museumsformidling og ny teknologi. Klyngen har fået navnet *Kulturarvsklyngen. Cultural HeriTALes*, og den skal koordinere og fremme arbejdet med digital og interaktiv kulturarvsformidling på tværs af museer, institutioner og erhvervsliv.

gerne inden for personaleudvikling, produktudvikling m.v. er beskrevet i Kreative Tidende #4. De fleste af virksomhederne er så begejstrede for forløbet, at de gerne fortæller om deres udbytte. Flere overvejer at fortsætte de kreative alliancer efter projektets forsøgsperiode. *Nordjyske Kreative Alliancer* bliver videreført i det nordiske projekt *KIA – Kreativ Interaktion i Arbejdslivet* under Interreg/KASK – læs mere herom side 16-17.

iTourism og krydsklynger m.m.

Shoplev er et netværk for Shopping og Oplevelser. Formen var dialogmøder, workshops samt erhvervs- og forskningskonferencer, hvor fokus var at formidle viden og erfaringer inden for oplevelsesøkonomien mellem det regionale erhvervsliv og forskningsinstitutionerne i Jylland og på Fyn. Projektet er afsluttet i 2008 og erfaringerne med bl.a. dette netværk er grund for Apex' visioner for *Xchange-net*, som består i etablering af et medlemsbaseret netværk for virksomheder inden for oplevelsesøkonomien. Under *Boblere og krydsklynger* findes også iTourism, som handler om interaktiv turisme, informationsteknologisk turisme og intelligent turisme – med andre ord berigelse af turismeprodukter via digitale teknologier og oplevelser. Konkret har det udmøntet sig i et samarbejde mellem Apex, VisitNordjylland og Det Hem'lige Teater, hvor resultatet er *Soundtracks*, dramatiserede historiske fortællinger med lyde og musik. Læs mere side 9. #

Kreative alliancer

Nordjyske Kreative Alliancer gennemførte kreative alliancer mellem nordjyske virksomheder og kunstnere eller kreative personer. De 10 succeshistorier og erfaringer

