

stichting draadloos groningen



**EINDVERSLAG DIENSTENONTWIKKELING  
TOERISME/EVENEMENTEN  
DRAADLOOS GRONINGEN FASE 1**

**Concept versie 1.0  
31 augustus 2009**

## 1. Vraagstelling

De Stichting Draadloos Groningen wil vanuit de marktbehoefte diensten aanjagen c.q. ontwikkelen gericht op het versterken van het gebruik van het draadloze WIFI-netwerk dat dit jaar in Groningen wordt aangelegd.

In het kader van deze opdracht is de focus gelegd bij ontwikkelen van diensten voor thema's c.q. doelgroepen; toerisme binnenstad, festivals/ evenementen en de installatiesector. De vraagstelling hierbij was werk per thema een blauwdruk uit voor het ontwikkelen van een dienst die:

- Gedragen wordt door de ondernemers;
- Kort getoetst is op haalbaarheid met de ICT-industrie;
- Duidelijke stappen tot implementatie bevat.

Op basis van deze blauwdrukken kunnen in een vervolgproces de businesscases verder worden uitgewerkt.

## 2. Resultaten

In de periode maart - juni 2009 zijn er een viertal werksessies gehouden met vertegenwoordigers van de Groninger middenstand, het MKB, de toeristische sector en de evenementensector. De thema's voor deze werksessies waren:

1. Dienstenontwikkeling Toerisme binnenstad
2. Dienstenontwikkeling Evenementen

Het derde thema 'Dienstenontwikkeling installatiebranche' is ondanks de voorbereiding en het actief benaderen van de betrokkenen niet gestart. Belangrijkste oorzaak de lage prioriteit vanuit de sector voor het ontwikkelen van nieuwe diensten. Door de crises in de bouw ligt de aandacht van de installateurs sterk op korte termijn. Op 12 augustus jl. heeft brancheorganisatie Uneto/VNI aangegeven graag op een later tijdstip alsnog in te haken op de ontwikkelingen van Draadloos Groningen. De vrijgekomen tijd is benut aan de eerste twee thema's.

Voor de eerste twee thema's zijn een introductie- en een verdiepingssessie georganiseerd, met in beide sessies grotendeels dezelfde deelnemers. In deze sessies is gezocht naar diensten die:

- toegevoegde waarde hebben voor bezoekers<sup>1</sup> van Groningen in het algemeen en specifiek de evenementen
- bijdragen aan een beter toeristisch of zakelijk klimaat in de stad Groningen oftewel; meer bezoekers die langer blijven, vaker terugkomen, meer mensen meenemen en/of meer uitgeven
- die bijdragen aan het gebruik van het WIFI-netwerk
- een korte time to market hebben
- gebruik maken van bestaande technologie
- op termijn een rendabele businesscase hebben
- opschaalbaar zijn

---

<sup>1</sup> Zie in paragraaf 3.1.2 doelgroepen; vraagkant op pagina 4.

Voor het organiseren van de sessies zijn verschillende aanpakken / programma's gedefinieerd en presentaties voorbereid. De uitkomsten van de bijeenkomsten zijn vastgelegd in een viertal tussenrapportages.

Uit de sessies zijn in totaal 12 potentiële diensten naar voren gekomen (zie bijlagen voor dienstenbeschrijvingen). Een deel van de diensten is van toepassing voor beide thema's. Uit het totaal overzicht aan mogelijke diensten Hieruit zijn de drie diensten geselecteerd waarvan de betrokkenen verwachten dat deze, op basis van de hiervoor genoemde criteria, op korte termijn de meeste kans van slagen hebben. Deze drie diensten zijn uitgewerkt in de vorm van een blauwdruk zodat deze op korte termijn nader kunnen worden ontwikkeld en mogelijk uitgerold. Deze diensten zijn op grote lijnen voorgelegd aan vertegenwoordigers van de ICT sector in Groningen, die volop mogelijkheden zien om de diensten (mee) te ontwikkelen

De andere potentiële diensten blijven interessant, maar hebben een langere realisatietijd dan de vier die hierna genoemd staan.

### 3. Blauwdrukken

Uit de sessies zijn drie diensten naar voren gekomen waarvoor onder de betrokken vertegenwoordigers breed draagvlak bestaat en die in een relatief korte periode ontwikkeld en geïmplementeerd kunnen worden. Dit zijn alle drie cross over diensten, die zowel voor de evenementen als voor toerisme binnenstad kansrijk zijn. De invulling kan voor beide sectoren wel anders zijn en in sommige gevallen moet een individueel traject per sector worden doorlopen. In de uitwerking zal hier nader aandacht aan worden besteed. Het gaat om de volgende de diensten:

1. "Gratis" internet voor bezoekers van Groningen en/of Groninger evenementen
2. Mobiel (bezoekers)portaal Groningen
3. Draadloos mobiel cameratoezicht

Schematisch is de toepassing van deze diensten voor beide thema's als volgt weer te geven:

<b>Diensten</b>	<b>thema: evenementen</b>	<b>thema: toerisme</b>
1. 'Gratis' Internet voor bezoekers	Ondersteuning life style moderne consument en basis voor andere toepassingen (zoals communities, last minute informatie, mobiel cameratoezicht en zakelijke toepassingen zoals mobiele kassa's en betalen).	Vergroten aantrekkelijkheid van Groningen in het algemeen en de horeca in het bijzonder, ondersteunen life style van de moderne consument en zakelijke bezoeker en mogelijkheid om toeristen / (zakelijke) bezoekers te trekken en langer vast te houden.

Diensten	thema: evenementen	thema: toerisme
2. Mobiel (bezoekers) portaal Groningen	<p>Het portaal ondersteunt de bezoekers onder meer met:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• algemene informatie t.b.v. het event</li> <li>• just in time informatie m.b.t. het event</li> <li>• interactie met andere bezoekers en geïnteresseerden</li> <li>• mogelijkheid te creëren / delen van (multimediale) informatie</li> <li>• algemene informatie over Groningen en de activiteiten (o.a. gericht op cross selling)</li> <li>• algemene just in time informatie m.b.t. Groningen</li> </ul> <p>(kleine) evenementen maken gebruik van de 'collectieve' back-office en een 'eigen' portaal. Grotere events eventueel eigen ontwikkeling van een bezoekersportaal.</p>	<p>Het portaal ondersteunt de (zakelijke) bezoekers onder meer met:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• algemene informatie over Groningen en de activiteiten</li> <li>• just in time informatie m.b.t. Groningen</li> <li>• interactie met andere bezoekers van Groningen</li> <li>• mogelijkheid te creëren / delen van (multimediale) informatie</li> <li>• arrangementen / cross selling informatie</li> </ul> <p>Het portaal moet bij voorkeur afgestemd kunnen worden op de persoonlijke behoefte / interesse van de bezoeker</p>
3. Draadloos (mobiel) cameratoezicht	<p>Voor crowd control (weten waar mensen zijn) bij vooral de middelgrote en grotere (sport) evenementen en festivals. Dit o.a. gericht op het verbeteren van de veiligheid in het algemeen en de serviceverlening aan de bezoeker.</p>	<p>Vergroten service en veiligheid in horeca gelegenheden en bij toeristische trekpleisters.</p>

Hierna worden deze drie diensten verder uitgewerkt. In de bijlage zijn de andere mogelijke diensten die tijdens de bijeenkomsten benoemd zijn opgenomen.

## Blauwdruk 1. "Gratis" internet voor bezoekers van Groningen

Trekkers:	Draadloos Groningen / Unwired, in nauwe samenwerking met GCC, Koninklijke Horeca Nederland en Noorderzon.
Stakeholders:	Horeca ondernemers Groningen en evenementen en festivals in Groningen.

### 3.1.1 Omschrijving

Internet - en daaraan verbonden toepassingen en diensten – vervult een steeds belangrijkere rol in het dagelijks leven van alle mensen. Dit zowel tijdens werktijd als in de eigen vrije tijd. Hierbij worden steeds meer verschillende apparaten gebruikt zoals computers, PDA's en smart phones. Men verwacht in principe overal en altijd online te kunnen zijn, zo ook als men Groningen bezoekt.

De stad kan worden gezien als één grote mobile office/huiskamer en biedt daarbovenop een scala aan services voor de (zakelijke) bezoeker om na werktijd te communiceren met thuis of gebruik te maken van voorzieningen in de stad Groningen. Het op eenvoudige wijze aanbieden van een hoogwaardige mobiele internetverbinding – bijvoorkeur gratis – maakt de stad in het algemeen al aantrekkelijker voor meerdere doelgroepen en versterkt het imago van Groningen als moderne (toeristen)stad. Hierdoor zullen bezoekers langer blijven, vaker terugkomen, meer mensen meenemen en/of meer uitgeven. Daarnaast is een laagdrempelige en hoogwaardige toegang tot het internet voor de gast een basisvoorwaarde voor de overige diensten.

### 3.1.2 Doelgroepen

Als we naar de aanbodkant kijken dan biedt deze dienst kansen voor de volgende belanghebbenden:

- horeca Groningen
- evenementen sector
- culturele sector (musea)
- (dag)attractiebedrijven
- overig toerisme
- bepaalde vormen van retail (o.a. met koffiecorners en/of wachttijden bandenservicebedrijven)

Aan de vraagkant is deze dienst interessant voor alle doelgroepen die Groningen en de Groninger horeca bezoeken. We hanteren hiervoor de term bezoeker, die bestaat uit in elk geval de volgende groepen:

- dagtoeristen
- verblijfstoeristen
- camper- en boot toeristen
- zakelijke bezoekers (bedrijven, bijeenkomsten, congressen, beurzen)
- zakelijke short en long 'stayers' (o.a. expats)
- Winkelend publiek

### 3.1.3 Key issues bij de ontwikkeling van de dienst

Belangrijkste vraag is wat het meest geschikte businessmodel is om dit de gast aan te bieden. Het laten betalen voor internettoegang ervaren de betrokkenen vanuit de horeca als gastonvriendelijk. Eén van de benoemde mogelijkheden is de zogenaamde splash-page (vaste pagina met korte reclame- boodschap) uit de opbrengsten van de reclame kunnen de gratis toegang worden geboden. Andere mogelijkheden zijn:

- Het businessmodel wat Mercure Hotels hanteert, een vast bedrag per uur voor drank, een snack en internettoegang.
- Het uitreiken van een toegangscode. Bijvoorbeeld automatisch op de afrekenbon of door het uitreiken van een 'toegangskartje' dat recht geeft op een beperkte tijd toegang tot het internet.
- Een gedifferentieerd model met een beperkte gratis toegang tot het internet en het betalen voor extra diensten zoals meer bandbreedte of specifieke diensten.

Voor bepaalde doelgroepen (bezoekers van vrienden of bekenden of campers) moet – mits deze in de afbakening worden meegenomen – de toegangsdrempel tot het internet zo laag mogelijk zijn omdat zij geen direct contact hebben met een aanbieder maar wel meerwaarde te behalen is door hen langer aan Groningen te binden of actiever te krijgen waardoor zij meer besteden in Groningen.

Enkele andere issues c.q. vragen die bij een verder uitwerking een rol spelen zijn:

- Wat zijn de (technische) mogelijkheden om tijdelijk draadloos internet aan te bieden vanuit de aanbodzijde? Hoe kunnen verschillende partijen zich onderscheiden?
- Hoeveel gebruikers kunnen tegelijk gebruik maken van / inloggen op het internet? Dit is met van belang bij evenementen. Er bevinden zich dan veel bezoekers op één fysieke locatie.
- Zowel bij horeca als bij evenementen bestaat behoefte aan een WIFI-sigitaal dat ook binnen te ontvangen moet zijn. Hiervoor zijn technische oplossingen. Deze moeten beschikbaar worden gemaakt voor gebruik in Groningen.
- Hoe zien de diverse businessmodellen er inhoudelijk uit (kosten, opbrengsten en risico's)?
- Waar liggen de cross-overs met andere initiatieven (zoals tussen toerisme en evenementen of tussen horeca en studenten) en hoe wordt hiermee omgegaan?
- Het aanbieden van internettoegang levert de eerste beperkte voordelen op. De echte meerwaarde ontstaat door het aanbieden van aanvullende diensten. Deze moeten nader worden uitgewerkt en geboden worden.

Uit een eerste verkenning naar de technische mogelijkheden blijkt dat deze dienst geheel kan worden gebaseerd op bestaande technologie. Van belang is dat er vanuit Unwired duidelijkheid komt welke rol het bedrijf zelf wil spelen bij het aanbieden van mobiel internet. Daarnaast moet (technische) documentatie beschikbaar komen en moet duidelijkheid komen over het aanbieden van WIFI in de binnenruimte van stakeholders. De oriëntatie heeft nog geen potentiële diensten aanbieders opgeleverd. Dit is een punt van aandacht voor het vervolg.

## **"gratis" mobiel internettoegang is stap één, maar ...**

Zoals eerder aangegeven verwacht de moderne consument steeds meer overal en altijd online te kunnen zijn, zo ook als men Groningen bezoekt. 'Gratis' internettoegang ondersteunt daarom vooral de aantrekkelijkheid van Groningen als stad en zorgt – afhankelijk van het toekomstige businessmodel voor de eerste beperkte opbrengsten. De grote winst moet komen van de extra diensten waardoor de consument wordt verleid meer te besteden. Vandaar dat het goed organiseren en onder de aandacht brengen van het mobiel internettoegang stap één is maar dat vooral ook andere diensten en toepassingen snel moeten volgen. Enkele hiervan worden hierna verder uitgewerkt.

### **3.1.4 Vervolgactiviteiten**

In de volgende fase is het van belang dat bovengenoemde issues als eerste worden opgepakt en vertaald naar een businesscase voor de diverse doelgroepen. Tijdens de sessies heeft onder meer Koninklijk Horeca Nederland (KHN) aangegeven dat zij in een vervolgssessie samen met ondernemers uit Groningen mogelijke businessmodellen voor 'gratis internet' wil uitwerken. Ook het Noorderzon festival wil bezoekers draadloos internettoegang aanbieden en dit onderwerp actief oppakken. Voor beide sectoren wordt hierna een stappenplan uitgewerkt.

### **Stappenplan**

Bij de verdere ontwikkeling van deze dienst stellen we het onderstaande stappenplan voor.

1. Vaststellen wie de trekker / projectleider wordt van de ontwikkeling van deze dienst. Deze rol kan liggen bij Draadloos Groningen, Unwired of een onafhankelijke derde die namens deze partijen de rol op zich neemt.
2. Nader afbakenen van de scope voor wat betreft de doelgroep (vraagzijde). Deze is nu te breed. In de bijeenkomsten is de focus gericht geweest op de dag- verblijfstoerist, de evenement bezoeker en de zakelijke bezoeker. Voorstel is om dit aan te houden omdat deze doelgroepen het grootst zijn en door de aanbodzijde het beste te benaderen zijn.
3. Uitwerken visie en businessmodel(len) voor enerzijds toerisme en anderzijds de evenementen in Groningen. Deze twee thema's vragen in deze fase om een eigen aanpak.
  - a. In samenwerking met KHN, horecaondernemers en GCC in enkele sessies verkennen van de mogelijkheden voor de horeca en het uitwerken van mogelijke businessmodellen voor introductie van "gratis" internet voor diverse doelgroepen. De volgende vragen zullen onder andere aan de orde komen:
    - Welke positieve effecten verwacht de horeca van deze dienst?
    - Waarvoor, wanneer en hoeveel is de sector bereid om te investeren om deze dienst aan hun klanten aan te kunnen bieden?
    - Gaan de ondernemers dit individueel of collectief oppakken?
  - b. In samenwerking met Noorderzon in enkele bijeenkomsten opstellen van een visie voor "gratis" internet op festivals en het uitwerken van mogelijke businessmodellen.

De volgende vragen zullen onder andere aan de orde komen:

- inventarisatie van het totaal aan festivals dat jaarlijks wordt georganiseerd in Groningen. Dit om de potentiële markt inzichtelijk te maken;
  - onderzoeken van de mogelijkheden om een back-office / serviceorganisatie op te zetten waarin diensten zoals internettoegang, een evenementenportaal (zie blauwdruk 2) worden ontwikkeld en beschikbaar worden gesteld aan de evenementen.
4. "Mappen" van de uitkomsten van toerisme en evenementen om te bepalen of één vervolg aanpak en businessmodel mogelijk is.
  5. Uitwerken van de businesscase en bepalen go – no go eventueel voor de twee thema's afzonderlijk.
  6. Opvragen van offertes op basis van de businesscase;
  7. Selectie (technische) partners/consortium, afspraken tussen Draadloos Groningen, Unwired en leveranciers van de dienst.
  8. Opstarten werving / selectie van "aanbieders" van 'gratis internet'
  9. Inrichten van de dienst (en eventueel de back-office voor evenementen)
  10. Introduceren van 'gratis internet' in de markt.

Met deze werkwijze wordt het draagvlak – bij zowel de horecaondernemers als evenementen- organisatoren – verder vergroot en ontstaat op een gestructureerde wijze inzicht in de haalbaarheid van de businesscase en de uitvoering daarvan.

## **Blauwdruk 2. Mobiel bezoekersportaal Groningen**

Trekkers: Draadloos Groningen, Marketing Groningen, Gemeente Groningen.  
Stakeholders: Groningen breed zijn er meerdere doelgroepen aan de aanbodkant te identificeren, tijdens de ontwikkeling van het businessmodel zullen een aantal launching customers/anchor tenants gevonden moeten worden.

### **3.2.1 Omschrijving**

Deze dienst betreft de ontwikkeling van een "Welkom in Groningen" mobiele toegangssite. Het portaal speelt in op de Disneyficerings-trend; bezoekers zijn in toenemende mate impuls gedreven en bereiden hun bezoek aan een stad of evenement steeds minder goed voor. Zij willen ter plekke goed worden geïnformeerd over relevante zaken en wat er te doen is. Dit bijvoorbeeld in een gepersonifieerde setting.

Het portaal is bij uitstek een communicatiemiddel om de bezoeker effectief te informeren en daarbij extra opbrengsten te genereren voor de stakeholders en cross-overs te leggen naar andere thema's bijvoorbeeld horeca en evenementen of horeca met bijvoorbeeld cultuur en studenten.

Via dit portaal kunnen bezoekers van Groningen:

- Onder bepaalde voorwaarden gratis internet toegang krijgen (zie dienst 'gratis' internet bij blauwdruk 1);
- Direct zien wat de meest actuele arrangementen/evenementen/gebeurtenissen zijn in Groningen, gebaseerd op hun eigen interesses en mogelijkheden;
- Last minute acties en aanbiedingen voor tickets, overnachtingsmogelijkheden, menu's, etc. gepresenteerd krijgen;
- Online hotels, restaurants, voorstellingen, etc. boeken;
- Wandel / fietsroutes volgen met location based informatie;
- Nuttige informatie krijgen over openbaar vervoer, parkeren, pinautomaten, winkels, dienst- en zorgverleners, etc.
- In contact komen met andere bezoekers met dezelfde interesses (community vorming, peer groups etc.) en / of informatie, foto's en /of video's met hen of het 'thuisfront' delen.

Voorwaarde is dat ze een WIFI enabled device hebben zoals een palmtop, laptop, maar ook de meeste moderne mobiele telefoons zijn uitgerust met WIFI ontvanger.

### **3.2.2 Doelgroepen**

Het mobiel portaal richt zich op de volgende doelgroepen:

Als we naar de aanbodkant kijken zien we feitelijk alle partijen die in de huidige situatie in contact komen met de bezoeker van Groningen. Dit zijn onder meer:

- Marketing Groningen
- Groninger middenstand
- Toeristische sector Groningen
- Horeca Groningen
- Evenementen sector
- Beheerders parkeergarages
- Culturele sector (musea)
- (dag)attractiebedrijven
- Overige sector vrije tijd (wellness, sport, bioscoop)
- Vervoersbedrijven
- Diensten- en zorgaanbieders

De dienst is aan de vraagkant interessant voor alle doelgroepen die Groningen, de Groninger horeca en de evenementen bezoeken. De doelgroep bestaat uit in ieder geval de volgende groepen:

- Dagtoeristen
- Verblijfstoeristen
- Zakelijke bezoekers Groningen
- Camper- en boottoeristen
- Forens (buiten de scope)

- Bewoners van Groningen (buiten de scope)
- Studenten (buiten de scope)

### 3.2.3 Key issues bij de ontwikkeling van de dienst

- Het mobiel portaal is een basisvoorwaarde voor verdere uitbouw van de dienstverlening en het benutten van het netwerk door de bezoekers. Bij de start van het netwerk moet er een eerste versie operationeel zijn. Dus haast is geboden. De vraag hierbij is: Wie moet dit op zich nemen c.q. wie is hiervoor de initiatiefnemer en trekker?  
Ons voorstel is dat Draadloos Groningen met Marketing Groningen en de Gemeente Groningen in deze fase het initiatief nemen en de activiteiten onderbrengen bij een nader vorm te geven deskundige en onafhankelijke back-office organisatie die de ontwikkeling van het portaal op zich neemt.
- Het ontwikkelen van een mobiel (bezoekers) portaal is technisch waarschijnlijk goed haalbaar. De moeilijkheid zit in het onderhouden van het portaal, het benaderen en 'binden' van de bezoeker en het activeren van stakeholders. De volgende succesfactoren spelen hierbij onder meer een rol:
  - Werk waar mogelijk samen met of maak gebruik van bestaande initiatieven (en technologieën).
  - Werk binnen Groningen maximale samen tussen de diverse stakeholders. Maak hierbij gebruik van één gemeenschappelijke 'onafhankelijke' back-office.
  - creëer een 'goede start' met kwalitatieve goede content en tools en bouw het portaal de komende jaren gericht uit qua content, tools en doelgroepen.
  - 'bundel' zoveel als mogelijk de communicatiemogelijkheden van de stakeholders.
  - Maak gebruik van cross-overs met andere diensten (o.a. gericht op de bewoners en/of studenten)
  - Creëer waar mogelijk directe verbindingen tussen de portaal en verdienmodellen van de stakeholders (hoe directer de relatie, hoe sterke de businesscase en toekomstige relatie)
  - Zorg voor een gedegen basisfinanciering voor de eerste drie jaar van het bestaan van de portaal.
- Zorg ervoor dat stakeholders waar mogelijk zelf content, arrangementen, acties, last minute zaken en andere zaken kunnen inbrengen en beheren in het portaal. Dit vergroot de reactiesnelheid, beperkt (organisatie-)kosten en vergroot de betrokkenheid. Zorg wel voor een moderator die de stakeholders stimuleert en begeleidt bij het gebruik van het portaal. De moderator ziet ook toe op de actualiteit van de content en de interactie met de bezoeker.
- Eén gemeenschappelijk back-office betekent niet dat er één front-office / website is. Stakeholders hebben veelal de behoefte om zich te onderscheiden. Het (eenvoudig) creëren van een eigen website voor alle betrokken stakeholders of het in de back-office koppelen van de bestaande website vraagt om een zorgvuldige aanpak.

#### ***"Speciale aandacht voor de Mobiel (bezoekers) portaal in de evenementensector***

Evenementen en festivals vragen om een 'eigen' website en waarschijnlijk op het event of festival toegesneden functionaliteiten voor het mobiel portaal zoals het bieden van algemene

informatie t.b.v. het event en just in time informatie (bijv. Verkrijgbaarheid van tickets).

In Groningen zijn een aantal festivals en evenementen die een eigen mobiel bezoekersportaal kunnen ontwikkelen. Het belangrijkste festival is Noorderzon. Dit kan specifiek voor Noorderzon plaatsvinden, maar – vanuit de eerder genoemde succesfactoren – is het te prefereren dat dit afgestemd wordt met de ontwikkeling van gemeenschappelijke 'onafhankelijke' back-office. Dit versterkt de 'professionaliteit' en de effectiviteit van alle stakeholders

Voor de evenementen sector kunnen twee trajecten worden geschetst:

1. De autonome ontwikkeling van een mobiel portaal voor een aantal grote evenementen/festivals (Noorderzon, Eurosonic / Noorderslag, etc.).
2. Het inrichten van een (evenementen)portaal voor "kleinere" evenementen in het gemeenschappelijke Groningen bezoekersportaal. Hiermee wordt direct een dubbelslag geslagen, waar kleinere festivals/evenementen kunnen profiteren van de professionele omgeving van het Groninger bezoekersportaal.

Bij het stappenplan maken we bewust onderscheid tussen het algemene mobiel portaal en de mobiele portalen voor de events en festivals.

#### ***Kans***

Het is een mogelijkheid om door studenten (bijvoorbeeld van het Wireless Expertise Centrum van de Hanze Hogeschool) een aantal "stap-applicaties" voor het portaal te laten ontwikkelen. Hiermee kunnen bezoekers op elk moment informatie krijgen over wat er in het uitgaansleven gebeurt.

### **3.2.4 Vervolgactiviteiten**

In de volgende fase is het van belang dat bovengenoemde issues als eerste worden opgepakt en vertaald naar een businesscase en businessmodel voor ontwikkeling van deze dienst. Hiervoor is zake dat snel duidelijkheid ontstaat over de initiatiefnemers en de benoeming van een trekker(s). Hierbij maken we bij de ontwikkeling vooralsnog onderscheid tussen het thema toerisme en evenementen.

#### **Stappenplan 1: Mobiel (bezoekers) portaal Groningen**

Het portaal moet zowel functioneel als commercieel worden ontwikkeld. De activiteiten moeten gelijktijdig plaats vinden. Mede met het oog op snelheid en financiering adviseren wij om het portaal in eerste instantie te ontwikkelen in het verlengde van de huidige webomgeving van Marketing Groningen (inclusief content-leveranciers) en de back-office organisatie daar te 'beleggen'. Na lancering kunnen stapsgewijs nieuwe applicaties in het portaal worden ondergebracht en de organisatie verder worden ontwikkeld. Bij de verdere ontwikkeling van deze dienst stellen we het onderstaande stappenplan voor.

1. Organiseren (op korte termijn) van een werksessie met Draadloos Groningen, Marketing Groningen en de Gemeente Groningen om bovenstaand voorstel te bespreken en een visie te ontwikkelen op de ontwikkeling van het mobiel portaal.

2. Uitwerken – in een samenwerkingsverband van Marketing Groningen met Draadloos Groningen en de Gemeente – van een eerste concept voor het mobiel bezoekersportaal Groningen. Dit zal in eerste instantie gebaseerd moeten zijn op de huidige webomgeving van Marketing Groningen.
3. Identificeren van de key stakeholders aan de aanbodkant en eerste gesprekken met de beoogde launching customers.
4. Organiseren van de financiering (van de eerste stap en het beheer daarvan voor de komende jaren).
5. Opstellen van een eerste versie van het businessmodel voor het portaal op basis van het bij stap 2 ontwikkelende concept portaal.
6. Vertalen concept en businessmodel naar een functioneel en technisch ontwerp, planning en begroting. De focus ligt hierbij op het realiseren van de bezoekersportaal voor de korte termijn (deadline 19 december 2009).
7. Afspraken maken met content leveranciers (GCC, RECRON, KHN, MKB Noord etc.) over aanleveren content en klanten.
8. Selecteren (technische) partners / vormen van een consortium van partijen.
9. Contractvorming voor realisatie van het portaal met de toekomstige partners c.q. het consortium.
10. Ontwikkelen en implementeren van het (basis) portaal.
11. Opstellen en uitvoeren van een marketingstrategie voor introductie van het mobiel portaal.
12. Marktintroductie op 19 december 2009.

### ***Kans voor marktintroductie***

Voor het succes van Draadloos Groningen en de kans voor Groningen om zich (inter) nationaal op de kaart te zetten als eerste stad waar de bezoeker verwelkomd wordt op een mobiel internetportaal is het essentieel dat het met veel publiciteit geïntroduceerd wordt.

Ons voorstel is om dit te doen als het glazen huis in Groningen staat, met aansluitend de kerst en oud-en nieuw dagen waarop traditioneel veel toeristen Groningen bezoeken. Op deze manier worden 2 doelgroepen; jongeren (glazen huis) en (de vaak wat oudere) verblijfstoeristen en dagjesmensen in een korte tijd bekend gemaakt met het mobiel portaal. De bezoekers worden gevraagd om over Draadloos Groningen hun mening te geven, bijvoorbeeld via Hyves, Twitter etc. (er zijn Hyves en Twitter pagina's van het glazen huis)

Daarna kan in de relatief rustige periode van Q1 2010 een evaluatie, acquisitie van content leveranciers en doorontwikkeling van het mobiel portaal plaatsvinden. In het voorjaar van 2010 kan het portaal het eerste toeristenseizoen ingaan (met een mogelijke kick off op het bevrijdingsfestival).

Als dit traject te ambitieus blijkt te zijn is de periode van het glazen huis in elk geval geschikt voor het aanbieden van gratis internet op de Grote markt en het introduceren van een "Groninger" glazen huis community (uiteeraard met koppelingen naar bestaande communities).

## **Stappenplan 2: Mobiel evenementen portaal**

Zoals hiervoor aangegeven vragen evenementen en festivals om eigen portaal en functionaliteiten. Uitwerking daarvan staat los van het algemene Groningen portaal. Hieronder in aanvulling op het bovenstaande stappenplan de trekkers van de activiteiten, de stakeholders en een stappenplan voor het mobiel evenementenportaal.

Trekkers:	Marketing Groningen en Noorderzon festival
Stakeholders:	Alle organisatoren van evenementen en festivals in Groningen. Draadloos Groningen en de Gemeente Groningen

Er zijn twee ontwikkelingspaden te identificeren; een (deels) autonome ontwikkeling van een mobiel portaal voor en door grote evenementen en festivals enerzijds en het integreren van een (kleinere) evenementenportaal in de ontwikkeling van het algemeen bezoekersportaal anderzijds. Voor het eerste adviseren wij een apart traject in te richten waarbij, na een start door Draadloos Groningen, met de grote evenementen een eigen ontwikkelingstraject wordt doorlopen. Hierbij is het wel essentieel dat er nauw overleg is met Draadloos Groningen en Marketing Groningen.

### *Stappenplan 2a: Evenementenportaal grote evenementen.*

1. Organiseren van een werksessie met Draadloos Groningen, Marketing Groningen, de Gemeente Groningen en het Noorderzon festival (wellicht aangevuld met 1 of 2 andere groter evenementen voor het ontwikkelen van een 'gezamenlijke' visie op het evenementen portaal.
2. Zoeken van raakvlakken tussen bezoekersportaal en het evenementen portaal voor de grotere evenementen.
3. Uitwerken eerste concept evenementenportaal (met raakvlakken met het algemene mobiel bezoekersportaal) door evenementen zelf.
4. Bepalen van een gemeenschappelijk ontwikkeltraject voor het bezoekers portaal en het evenementenportaal (incl. benoeming van (technische) randvoorwaarden).
5. Ontwikkelen van de gemeenschappelijke functionaliteiten en technologie door evenementensector zelf, in nauw overleg met Draadloos Groningen / Marketing Groningen.

### *Stappenplan 2b: Evenementenomgeving in bezoekersportaal Groningen*

1. Inventarisatie evenementen en festivals in Groningen (zie ook bij blauwdruk 1).
2. Ontwikkelen – in samenwerking met enkele organisatoren van kleinere festivals – van een visie op het portaal (functionaliteiten/tools en businessmodel) voor de kleinere evenementen en festivals. Dit onder meer op basis van de ervaring opgedaan vanuit het overleg met de grotere evenementen (zie stappenplan 2a).
3. Ontwikkelen van de functionaliteit binnen het algemene bezoekers portaal (zie stappenplan 1).
4. Op het moment dat het businessmodel voor het bezoekersportaal uitgewerkt is kunnen de kleinere festivals benaderd worden als launching customer en content-leverancier voor het bezoekersportaal Groningen. Hiermee krijgen de kleinere festivals de beschikking over de functionaliteiten van het gehele portaal.
5. Hierna lopen de kleine evenementen mee in het traject van bezoekersportaal Groningen.

### **Blauwdruk 3. Mobiel draadloos cameratoezicht**

Trekkers:	Draadloos Groningen, MKB Noord (Keurmerk Veilig Ondernemen en Kwaliteitsmeter veilig uitgaan).
Key Stakeholders:	KHN, Regionaal Platform Criminaliteitsbestrijding (RPC), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD), Groningen City Club (GCC), Gemeente Groningen.

#### **3.3.1 Korte beschrijving businesscase**

Bij mobiel draadloos cameratoezicht gaat het enerzijds om tijdelijk toezicht in de 'publieke ruimte' bij bijvoorbeeld festivals en anderzijds om meer permanent mobiel toezicht in de private ruimte bijvoorbeeld in uitgangsegelegenheden.

Om meerdere redenen en voor meer gebeurtenissen wordt tijdelijk mobiel cameratoezicht belangrijker, bijvoorbeeld voor "crowd control" bij evenementen en grote gebeurtenissen in de stad. Het plaatsen van meer vaste camera's in de publieke ruimte is bijvoorbeeld niet wenselijk en is kostbaar. Een flexibele en schaalbare oplossing voor tijdelijk cameratoezicht op basis van draadloze technologie wordt gezien als een goede mogelijkheid om de veiligheid tijdens evenementen en festivals in de stad te vergroten en (kleine) criminaliteit tegen te gaan. Daarnaast is bij grotere evenementen een beter serviceverlening mogelijk doordat er een beter zicht is op waar de bezoekers zijn.

Voorbeelden waarbij mobiel draadloos cameratoezicht ingezet zou kunnen worden zijn:

- Crowd control bij grotere evenementen, met de mogelijkheid om flexibel in te springen op situaties;
- Tijdelijk toezicht op in de openbare ruimte geplaatste exposities.
- Risicowedstrijden van FC Groningen en crowd control bij andere sportevenementen (bijvoorbeeld de 4 mijl van Groningen).

Maar ook voor cross-overs met andere thema's zoals:

- Inzet van mobiele camera's bij bestrijding van (grote) branden, ongelukken of andere calamiteiten.
- Tijdelijk toezicht op bouwplaatsen in de stad.

Ook in de private ruimte wordt veiligheid steeds belangrijker. Door het plaatsen van camera's in de private ruimte kan bij calamiteiten effectiever worden gereageerd. Bijvoorbeeld door de beelden door te zetten naar de meldkamer van de politie (voorbeeld Rotterdam) of naar 'buren' (i.p.v. het bestaande burenbelsysteem) of private bewakers die beschikken over een mobiel device.

### 3.3.2 Doelgroepen

De doelgroep aan de aanbodkant kan een consortium zijn van technologie bedrijven met kennis en ervaring met mobiel cameratoezicht in samenwerking met Draadloos Groningen en Unwired.

Aan de vraagkant zijn dat onder andere:

- evenementen en festivals
- uitganggelegenheden
- retail
- Gemeente Groningen
- zwaailichtsector
- aannemers / projectontwikkelaars

### 3.2.3 Key issues bij de ontwikkeling van de dienst

- Uit de werksessies is naar voren gekomen dat (horeca) ondernemers in Groningen terughoudend zijn als het gaat om investeringen in (mobiel) cameratoezicht. Men ziet dit als taak en verantwoordelijkheid van de overheid. Er verschuiven echter steeds meer taken naar hen. Naar het voorbeeld van Rotterdam willen zij eerst een goed inzicht in de mogelijke businesscase.
- Technisch gezien is het mogelijk om binnen een WIFI-sigitaal te krijgen. Of dit voldoet aan de eisen van het gewenste niveau voor cameratoezicht is nog niet bekend.  
Er moeten koppelingen worden gemaakt met (regionale) toezichtruimtes, deze moeten aan allerlei (wettelijke) eisen voldoen. Hiervoor zijn goede afspraken nodig met de politie in Groningen.
- Om dit tot een succes te maken is samenwerking met beveiligingsbedrijven noodzakelijk.
- (Mobiel) cameratoezicht wordt een steeds belangrijkere tool voor evenementen en festivals ten behoeve van crowd control en verkeersmanagement. Voor individuele evenementen is een dergelijke oplossing vaak niet rendabel te maken, maar in samenwerking met elkaar en de andere sectoren liggen er waarschijnlijk toch mogelijkheden.

### 3.2.4 Vervolgactiviteiten

#### Stappenplan 1: Mobiel cameratoezicht toerisme binnenstad

Er is sinds kort een nieuwe subsidieregeling voor investeringen in veiligheid vanuit het Ministerie van Economische zaken. Het is de moeite waard om te onderzoeken of het mogelijk is om in Groningen de krachten te bundelen om op deze wijze een groter project te kunnen vormgeven. De haalbaarheid van deze businesscase kan door een korte marktverkenning worden onderbouwd. Deze kan als volgt worden uitgevoerd:

1. Bepalen van de trekkers en stakeholders voor deze dienst.

2. Achterhalen van de subsidiemogelijkheden en uitvoeren van een toets op haalbaarheid voor Groningen.
3. Organiseren van een werksessie met MKB Noord als link naar het Keurmerk Veilig Ondernemen en de Kwaliteitsmeter veilig uitgaan. In dat laatste ligt een duidelijke relatie met brancheorganisatie Koninklijk Horeca Nederland en de GCC voor het concretiseren van de dienst.
4. Met genoemde partners vaststellen van de haalbaarheid van een 'koepelproject'.
5. Onderzoeken van de (technische en zakelijke) mogelijkheden voor draadloos mobiel cameratoezicht. In andere regio's zijn op beide gebieden al ervaringen opgedaan.
6. Gesprekken met mogelijke afnemers en aanbieders van de diensten.
7. Uitwerken van een businesscase.
8. Vormen van een consortium om de dienst te ontwikkelen en in de markt te introduceren.
9. Introduceren van de dienst(en) in de markt.

## **Stappenplan 2: Mobiel cameratoezicht evenementen**

Voor evenementen is het niet alleen een kwestie van het voldoen aan scherpere eisen van de politie/gemeente aan crowd control en toezicht op het festivalterrein, maar ook een kans om het publiek beter te bedienen (zo kunnen op basis van loopprofielen en druktemetingen de kaartverkoop en horecapunten worden geoptimaliseerd of kan publiek via rustiger routes van A naar B geleid worden). In een kort traject moet duidelijk worden of hier draagvlak voor is. Als de interesse er is kan deze worden meegenomen in het ontwikkelen van het businessmodel voor mobiel draadloos cameratoezicht

- Draadloos Groningen organiseert een werksessie voor grote (Groningse) evenementen met als thema de inzet van mobiel cameratoezicht als tool voor crowd control en klant optimalisatie.
- Bij voldoende draagvlak wordt dit meegenomen in de ontwikkeling van het brede businessmodel met toerisme binnenstad.

### **Blauwdrukken ontwikkeling overige diensten voor toerisme en evenementen**

Tijdens de sessie met de vertegenwoordigers van het thema toerisme en evenementen zijn meerdere potentiële mobiele diensten geïdentificeerd. Hierbij is vooral gekeken naar diensten die op korte termijn voor een brede doelgroep – overwegend toeristen en evenementbezoekers – kunnen worden ontwikkeld. De uitkomsten van de sessies zijn opgenomen in een bijlage bij dit verslag.

Door de hiervoor genoemde afbakening zijn een aantal potentiële en meer innovatieve diensten buiten beschouwing gebleven. In de opstartfase is dit erg maar kort daarna is het raadzaam deze diensten alsnog te identificeren en tot ontwikkeling te brengen. Voorbeelden van dit soort diensten die elders al worden benut zijn:

- 'Lichtkranten' in uitgangsgesgelegenheden. Dit naar het voorbeeld van de zogenaamde 'lichtkranten' zoals deze door muziekzenders als MTV en TMF worden gebruikt. Binnen een uitgaansgelegenheid kunnen bezoekers (met een smart phone met WIFI) op soort gelijke wijze berichten voor anderen op de beeldschermen plaatsen. Dit kan binnen één uitgangsgeslegenheid maar ook bij een samenwerkingsverband van uitgangsgesgelegenheden.
- Voting-systemen. Op beeldschermen in een uitgangsgeslegenheid worden overzichten van muziek gepresenteerd. De bezoekers kunnen hun voorkeur aangeven. De beste scorende muziek wordt afgespeeld.
- Sharing-systemen. Bezoekers kunnen via WIFI hun muziek, foto's of video's (aanwezig op hun mobiel device) uploaden en via beeldschermen delen met andere bezoekers in de uitgangsgeslegenheid.
- Gaming. Met hun mobiel device kunnen bezoekers 'meespelen' met een game dat via schermen in een uitgaansgelegenheid worden aangeboden. Op soortgelijke wijze kunnen ook competities tussen verschillende uitgangsgesgelegenheden worden gespeeld.

Dit zijn enkele van de vele mogelijkheden die elders al worden gebruikt. WIFI maakt deze diensten veel toegankelijker dan de huidige telecom-toepassingen. De hier genoemde diensten / toepassingen zijn een cross-over tussen horeca en vooral jongeren en studenten.

#### **4. Betrokkenheid ICT sector bij de verdere ontwikkeling van de blauwdrukken**

##### *Activering landelijk ICT netwerk van Nederland BreedbandLand*

Voor een aantal diensten zijn er vanuit het netwerk van (voormalig) Nederland BreedbandLand ([www.nederlandbreedbandland.nl](http://www.nederlandbreedbandland.nl)) goede voorbeeldcases te gebruiken die als basis kunnen dienen voor de verdere ontwikkeling van de blauwdrukken in Groningen (bijvoorbeeld het project "heterdaadkracht" in Rotterdam Rijnmond). De relevante bedrijfscontacten kunnen op korte termijn geactiveerd worden en mogelijk ingezet bij de uitrol. De elders opgedane ervaring kan zo worden gekapitaliseerd en leiden tot een versnelling in de uitrol van de diensten in Groningen. Daarnaast kan dit netwerk ook worden aangesproken als het gaat om de ontwikkeling en uitrol van andere diensten op het netwerk van Draadloos Groningen. Dit kan een positieve invloed hebben op het uitbreiden van de ICT bedrijvigheid in Groningen

##### *Betrokkenheid lokale ICT sector bij ontwikkeling blauwdrukken*

Recentelijk zijn de blauwdrukken besproken met de directies van Internet Valley ([www.internetvalley.nl](http://www.internetvalley.nl)) en Incubator YEAH! (<http://www.incubatoryeah.nl/>) om de mogelijkheden en kansen te onderzoeken voor de Groningse innovatieve ICT sector in de verdere uitwerking en uitrol van de blauwdrukken (en eventueel andere diensten). Door beide is aangegeven dat voor een aantal blauwdrukken in de Groningse ICT sector de kennis op inhoudelijk en technisch vlak aanwezig is. De inschatting die men maakt is dat er zeker een aantal diensten kunnen worden opgepakt door lokale ondernemingen.

##### *Organisatie werksessies met de innovatieve ICT sector voor de ontwikkeling van nieuwe diensten*

Voor de verdere ontwikkeling van de blauwdrukken stellen wij ook voor om een aantal sessies met de Groningse innovatieve ICT sector te beleggen waarbij de kansen voor het ontwikkelen van diensten op het WIFI-netwerk van Draadloos Groningen aan de orde komen. Hierbij kunnen Groningse bedrijvennetwerken actief benadert worden om mee te doen aan deze sessies.

##### *Prijsvraag dienstenontwikkeling Draadloos Groningen*

Wij stellen voor om, in samenwerking met de Gemeente Groningen, Draadloos Groningen, Internet Valley en YEAH! Incubator een prijsvraag te organiseren voor ICT ondernemers in Groningen voor de ontwikkeling van diensten op het WIFI netwerk van Draadloos Groningen. De prijs kan bestaan uit:

- Een klein ontwikkelbudget (€ 10.000,- per case);
- Een jaar gratis toegang tot het netwerk van DG om de dienst in de markt te kunnen zetten;
- Mogelijk gratis gebruik maken van de faciliteiten en netwerk van Internet Valley en YEAH incubator;

De prijsvraag staat open voor bestaande bedrijven, nieuwe bedrijven, studenten etc.



**Bijlage 1:**

**Rapportage uitkomsten van brainstormsessies gehouden op 9 maart 2009  
naar mogelijke diensten voor Toerisme en evenementen.**

stichting draadloos groningen



**WORKSHOP DIENSTENONTWIKKELING  
DRAADLOOS GRONINGEN**

**THEMA: EVENEMENTEN**

**UITWERKING**

## **Sessie Draadloos Groningen thema evenementen Maandag 9 maart 2009**

### **Deelnemers:**

Noorderzon:	Henk Bothof	
Lichtpunt:	Leon van Warmerdam	
Jonge Harten:	Rene de Haan	
Bevrijdingsfestival/Eurosonic:	Pieter Spoelstra	(verhinderd)
Draadloos Groningen	Robert Janz	
Draadloos Groningen	Ruth van der Veld	

### **Begeleiding**

Erik Rickelman	Empuls
Geerten Eijkelenboom	De Eijk Innovatie en Vernieuwing

### **Doelstellingen van de sessie**

- Identificeren van potentiële (ICT-)toepassingen / diensten voor evenementen die mogelijk worden door de aanwezigheid van de WiFi-infrastructuur gericht op het verbeteren van de aantrekkelijkheid van de Stad Groningen voor de evenement- bezoeker
- Benoemen van 2 tot 3 meest kansrijke (ICT-)toepassingen / diensten die op relatief korte termijn kunnen worden gerealiseerd

Hieronder belangrijkste bevindingen van de bijeenkomst. Deze input wordt in de vervolgsessie benut voor het nader uiwerken van businesscases.

### **Identificatie van doelgroepen**

De volgende doelgroepen zijn tijdens de bijeenkomst impliciet benoemd.

- Event- / Festivalorganisatoren (inclusief personeel)
- Event- / Festivalbezoekers
- "Toevallige" bezoekers van Groningen
- Artiesten, groepen, kunstenaars, performers, enz.
- productie bureaus
- Dienstverleners verbonden aan het evenement / festival (horeca, techniek, verlichting, bewaking, logistiek, veiligheid, enz.)
- Zwaailichtsector en andere hulpverleners (EHBO, GG & GD, enz.)

Onderstaande geïdentificeerde toepassingen moet in het vervolg worden vertaald naar de toegevoegde waarde voor één of meerdere van deze doelgroepen.

## **Uitwerking belangrijkste punten, aangemerkt als meest kansrijk**

Tijdens de brainstorming zijn onderstaande (ICT-) toepassingen / diensten geïdentificeerd. De eerste vijf worden vooralsnog als meest kansrijk bestempeld en zijn derhalve reeds beperkt uitgewerkt.

### **1. *Internettoegang op locatie***

Of je nu consument, gast, werknemer of artiest bent, de behoefte om always-on te zijn neemt alleen maar verder toe. De gebruiker beschikt in toenemende mate over devices waarmee deze draadloos het internet op kan. Het stadsdekkend WiFi-netwerk biedt met name door de flexibiliteit waarmee de verbindingen kunnen worden opgezet veel mogelijkheden om Internet op de locaties te kunnen aanbieden. Tijdens de bijeenkomst zijn hiervoor meerderde toepassingen geïdentificeerd zoals: mobiel kantoor voor productieleders groepen, toegang tot kaartverkoop, mogelijkheid om in voorstellingen gebruik te maken van het netwerk, "gratis" internet voor bezoekers etc.

### **2. *Streaming video/audio***

Deze toepassing kan zowel artistiek als uit het oogpunt van PR en marketing ingezet worden in de programmering en strategie van de festivals en evenementen. De inzet van streaming video maakt het mogelijk voor festivals die op verschillende plekken worden gehouden een groter "festival gevoel" te kweken. Bezoekers raken meer betrokken bij de andere activiteiten die op het festival plaatsvinden en kunnen eventueel ter plekke nog keuzes maken om andere voorstellingen etc te gaan bezoeken op een andere locatie.

Ook maakt deze toepassing het mogelijk om, tegen relatief lage kosten, hetzelfde optreden op meerdere plekken in de stad te kunnen zien/volgen. Vooral voor de meest populaire optredens tijdens festivals lijkt dit een mogelijkheid om meer publiek te trekken.

### **3. *Just in time & place bezoekersinformatie***

Locatie en tijdgebaseerde informatie voor bezoekers van evenementen en festivals wordt steeds belangrijker. Op deze manier kan de bezettingsgraad van voorstellingen omhoog, kunnen niet afgehaalde kaarten alsnog op het laatste moment verkocht worden en kan de bezoeker voortdurend op de hoogte worden gehouden van het actuele aanbod etc. Dit spreekt zeker de groep "niet voorbereide" bezoekers aan.

Andere ideeën zijn het last minute aanbieden van tickets en aanbiedingen. Dit geldt overigens ook voor last minute kaartverkoop bij wedstrijden van FC Groningen (om precies te zijn), zeker als zij met de UEFA cup mee doen

#### **4. *Communities en interactiemogelijkheden***

Virtuele communities vormen voor veel jongeren een manier om ervaringen te delen en te communiceren. Een goed voorbeeld hiervan is Twitter. Rondom evenementen en festivals is het mogelijk om "instant communities" te maken die een bijdrage kunnen leveren aan het festival gevoel en die ook mensen die niet op het festival aanwezig zijn te kunnen laten proeven van de sfeer en ambiance. Dit kan weer een aanzuigende werking hebben op het bezoek van het festival/evenement;

#### **5. *Beheer op afstand van belichting (kunst) objecten***

Kunst(historische) objecten in de openbare ruimte worden steeds vaker "intelligent" uitgelicht. Hiervoor is ter plekke vaak apparatuur aanwezig. Met het netwerk van draadloos Groningen kan 24 x 7 monitoring en beheer van de apparatuur plaatsvinden. Dit biedt mogelijkheden voor nieuwe vormen van (interactief) kunst beleving in de openbare ruimte. Een andere toepassing is het monitoren van de flexibele verlichting waar de gemeente op inzet.

#### **Andere toepassingen**

Tijdens de sessie zijn ook ander toepassingen geïdentificeerd. Deze zijn waarschijnlijk minder kansrijk of niet op de korte termijn te realiseren. De (ICT-)toepassingen / diensten zijn:

- Digitale evenement- festivaltour (naar voorbeeld van Hasselt)
- Generiek mobiel platform voor festival- evenementtoepassingen/diensten  
De ontwikkeling van flexibel inzetbare draadloze toegang kan gebruikt worden om aan derde partijen aan te bieden als contentplatform. Deze partijen kunnen dan bij de ontwikkelaar/eigenaar van de verbinding/het platform ruimte inkopen om eigen content over aan te kunnen bieden.
- Mobiliteitsondersteuning (bijvoorbeeld gericht op vindbaarheid en parkeren)

#### ***Creatief idee voor de opening van het draadloos Groningen netwerk:***

##### ***"THE WIRELESS ART FESTIVAL GRONINGEN 2009"***

Als officiële opening van het draadloos Groningen netwerk zouden kunstenaars en artiesten in de nazomer van 2009 gevraagd/uitgedaagd kunnen worden om het gegeven van een draadloos netwerk in Groningen artistiek te gebruiken voor een kunstwerk, voorstelling, performance, optreden etc.

Een dergelijk festival biedt grote PR mogelijkheden voor de stad en voor Draadloos Groningen. Het kan ook een blijvend karakter krijgen door een aantal lichtinstallaties hierin mee te nemen. Het project zou mogelijk in het kader van Smart Cities uitgevoerd kunnen worden.

## **LUMINEUS IDEE VOOR DIT VOORJAAR/ZOMER**

Het initiatief "Schaken een meesterlijke sport" van de KNSB (Kon. Ned. Schaak Bond) is een lumineuze mogelijkheid voor Draadloos Groningen, zeker in de lente- en zomerperiode. Dit initiatief staat op pag 38 van De Telegraaf (Telesport) van zondag 22 maart

*Hans Böhm werd bereid gevonden als ambassadeur op te treden. Alle schaakverenigingen in den lande doen actief mee aan een campagne gericht op een NK Internetschaken. Iedereen die de regels machtig is, kan meedoen vanuit de huiskamer. De huiskamer kan bij de beschikbaarheid van Draadloos Groningen (breedband) ook een willekeurig terrasje zijn (b.v. op de markt of in de sociëteit). De KNSB site geeft dagelijks ook toegang tot alle belangrijke toernooien met live analyses door wereldtoppers. Zoiets kan je ook uitbreiden met een evenement waarbij een levensgroot scherm op een terras of de markt het computerscherm in de zomer vervangt. Hier is vanuit de studentenbevolking zeker interesse voor. Zou een geweldig spektakel kunnen worden.*

### **Afspraken**

- De individuele dienstbeschrijvingen worden globaal uitgewerkt en besproken in een volgende sessie.
- De deelnemers aan deze sessie wordt gevraagd namen door te geven van personen die ook belang zouden kunnen hebben bij de vervolgsessie.

### **Aandachtspunten voor het vervolg**

De volgende zaken vragen bij de uitwerking om aandacht;

- Wijze waarop internet toegang kan worden geboden (o.a. identificatie van de bezoeker)
- Cross-overs met andere werkgroepen (zoals Toerisme)
- Ontwikkelen van toekomstige dienstverleners
- Vertalen van de globale dienstenconcepten naar de geïdentificeerde doelgroepen;
- Bepalen 2-3 meest kansrijke toepassingen + organisaties die de ontwikkeling hiervan willen trekken



# **WORKSHOP DIENSTENONTWIKKELING DRAADLOOS GRONINGEN**

**THEMA: TOERISME BINNENSTAD**

stichting draadloos groningen



**UITWERKING**

**Sessie Draadloos Groningen thema toerisme binnenstad**

**Deelnemers:**

MKB Noord:	Ron van Gent
Marketing Groningen	Dirk Nijdam
Koninklijke Horeca Nederland:	Hans Singelenberg
Draadloos Groningen	Robert Janz, Ruth van der Veld

**Afwezig**

Groningen City Club	Bert Jan Hakvoort
---------------------	-------------------

**Begeleiding**

Erik Rickelman	Empuls
Geerten Eijkelenboom	Eijk Innovatie en Vernieuwing

**Doelstellingen van de sessie**

- Identificeren van potentiële draadloze (ICT-)toepassingen / diensten voor het verbeteren van de aantrekkelijkheid van de Stad Groningen voor de toeristische bezoeker door de aanwezigheid van de WiFi-infrastructuur en daarmee samenhangend het rendement van en voor de bedrijven
- Benoemen van 2 tot 3 meest kansrijke (ICT-)toepassingen / diensten die op relatief korte termijn kunnen worden gerealiseerd

Hieronder belangrijkste bevindingen van de bijeenkomst. Deze input wordt in de vervolgsessie benut voor het nader uiwerken van businesscases.

**Identificatie van doelgroepen**

De volgende doelgroepen zijn tijdens de bijeenkomst impliciet benoemd aan de gebruikerskant:

- Dagtoeristen
- Verblijfstoeristen
- Zakelijke bezoekers Groningen
- Ambulante handel
- Camper-en boot toeristen
- Forens
- Groninger

Aan de aanbod cq. ontwikkelkant zijn de volgende doelgroepen benoemd

- Groninger middenstand
- Toeristische sector Groningen
- Horeca Groningen
- Evenementen sector
- Zwaailichtsector en andere hulpverleners (EHBO, GG & GD, enz.)
- Beheerders parkeergarages
- Culturele sector (musea)
- (dag)attractiebedrijven
- VVV

Onderstaande geïdentificeerde toepassingen moet in het vervolg worden vertaald naar de toegevoegde waarde voor één of meerdere van deze doelgroepen.

## **Uitwerking belangrijkste punten, aangemerkt als meest kansrijk**

Tijdens de brainstorm zijn onderstaande (ICT-) toepassingen / diensten geïdentificeerd. De eerste zes worden als meest kansrijk bestempeld en zijn beperkt uitgewerkt.

### **1. Last Minute applicaties/tickets voor events/voorstellingen/diners**

De mogelijkheid voor toeristen om online te reageren om last minute aanbiedingen van theaters, restaurants, filmhuizen, hotels, etc. brengt extra kansen voor de toeristische sector, de horeca en de middenstand om:

- Het toeristisch verblijf te verlengen (extra overnachtingen);
- De bezoeker te verleiden om meer te besteden tijdens het bezoek aan Groningen;

### **2. Location based services/rondleidingen**

De binnenstad van Groningen heeft ruim voldoende te bieden voor thematische rondleidingen op de PDA/Telefoon. Bezoekers kunnen van te voren, bijvoorbeeld op de site van marketing, aangeven waarin men geïnteresseerd is. In Groningen aangekomen krijgen de bezoekers de informatie die voor hun van belang is en aansluit bij de interesses. Deze service leent zich uitstekend om ook richting bedrijfsleven in Groningen te vermarkten. Deelnemende organisaties kunnen worden opgenomen in de online arrangementen en rondleidingen. De bezoeker kan van alle gewenste achtergrond informatie worden voorzien en makkelijk en snel van "thema wisselen".

### **3. Internet toegang voor (zakelijke) verblijfstoerist**

#### *Zakelijk*

Voor met name de zakelijke verblijfstoerist kan "gratis" internettoegang een duidelijke meerwaarde bieden. De stad kan worden gezien als één grote mobile office en biedt daarbovenop een scala aan services voor de zakelijke bezoeker na werktijd te communiceren met thuis, of een op de eigen interesse gebaseerd gebruik te maken van voorzieningen in de stad Groningen.

Gratis, bijvoorbeeld in combinatie met een consumptie of conform het concept van Mercure (voor 8,5 / uur / per persoon een werkplek, consumpties en internettoegang

#### *Prive gebruik*

Ook de privé bezoeker/vakantieganger heeft belang bij "gratis" internet voor het verkrijgen van informatie, voor communicatie en toepassingen voor de kinderen.

Het "gratis" internet kan worden gezien als manier om het bezoek te veraangename en als service van de stad Groningen voor de verblijfstoerist.

Gratis met toegangsportaal met de Agenda voor Groningen (VVV-informatie), zoeken van bedrijven (restaurants, hotels, enz. die betalen hiervoor), reclame.

### **4. Digitale toeristen Pas**

Vergroten loyaliteit van de gast met een RFID-pas met online gegevens-

uitwisseling voor:

- vereenvoudiging van toegang
- persoonlijke arrangementen
- gemak zoals gratis openbaarvervoer
- kleine betalingen

## **5. *Communities en interactiemogelijkheden***

Virtuele communities vormen voor veel mensen een manier om ervaringen te delen en te communiceren. Een goed voorbeeld hiervan is Twitter. Rondom het bezoek aan Groningen is het mogelijk om "virtuele communities" te maken rondom attracties en toeristische "hotspots" in de stad. Mensen kunnen ervaringen virtueel van en met anderen delen of interactief op zoek naar mensen die in Groningen zijn met dezelfde reisdoelen of interesses. Ook kunnen ervaringen van anderen worden bekeken etc. Deze ervaringen kunnen weer een aanzuigende werking hebben op nieuwe bezoekers van Groningen.

## **6. *Camera beveiliging***

De koppeling van informatie die komt van het cameratoezicht in de openbare ruimte en in de winkelpanden leidt tot een hogere pak kans van criminelen en hogere veiligheid voor winkelpersoneel. Met het project "heterdaadkracht" is in Rotterdam al bewezen dat dit mogelijk is en ook concrete resultaten oplevert.

## **Andere toepassingen**

Tijdens de sessie zijn ook andere toepassingen geïdentificeerd. Deze zijn waarschijnlijk minder kansrijk of niet op de korte termijn te realiseren. De (ICT-)toepassingen / diensten zijn:

### ***Digitale stads- / gebiedstour***

- vergroot de beleving en het gemak
- draadloos, multimedia, 'guide tour'
- indoor (bijv. Musea) en outdoor
- voorbeelden:
  - *I-City, Hasselt*
  - *Abel, Oost Nederland*
  - *Digitale toeristengids Tilburg*

### ***Mobiel platform voor lokale leveranciers van versproducten***

Het bij elkaar brengen van vraag en aanbod van producten uit de (ambulante) vershandel ("restpartijen" of aanbiedingen) op een mobiel platform. Op deze manier kunnen zowel de lokale horeca als de vershandel op een efficiëntere manier inkopen/verkoppen

### ***Veiligheid nachthoreca***

De samenwerking tussen de politie en de private beveiligingsbedrijven in de nachthoreca verloopt vaak moeizaam. Met behulp van het draadloos netwerk kan de communicatie beter en vlotter verlopen en kan bij calamiteiten en/of escalatie sneller worden ingegrepen.

### ***Streaming audiodiensten/IP-audio over breedband***

- *muziekkanalen met muziek en boodschappen gericht op de doelgroep(en)*
- *informatie, tips en instructies voor bezoekers*

### ***Streaming videodiensten/narrowcasting***

- *Passief; schermen met sfeerbeelden en informatie gericht op de doelgroep(en)*
- *Actief; mobiele devices, displays en zuilen waarop interactie met bezoeker plaatsvindt.*

### ***Nomadische Werker***

- Grens tussen zakelijk en privé vervaagt
- Match tussen mobiele medewerkers en de horeca.
- Combinatie van:
  - *zakelijke werk- en vergaderplekken*
  - *faciliteiten voor videovergaderen*
  - *gevarieerd aanbod zakelijke en gemakdiensten*

## **Lumineus idee voor deze (na) zomer**

Het initiatief "Schaken een meesterlijke sport" van de KNSB (Kon. Ned. Schaak Bond) is een lumineuze mogelijkheid voor Draadloos Groningen, zeker in de lente- en zomerperiode. Dit initiatief staat op pag 38 van De Telegraaf (Telesport) van zondag 22 maart

*Hans Böhm werd bereid gevonden als ambassadeur op te treden. Alle schaakverenigingen in den lande doen actief mee aan een campagne gericht op een NK Internetschaken. Iedereen die de regels machtig is, kan meedoen vanuit de huiskamer. De huiskamer kan bij de beschikbaarheid van Draadloos Groningen (breedband) ook een willekeurig terrasje zijn (b.v. op de markt of in de sociëteit). De KNSB site geeft dagelijks ook toegang tot alle belangrijke toernooien met live analyses door wereldtoppers. Zoiets kan je ook uitbreiden met een evenement waarbij een levensgroot scherm op een terras of de markt het computerscherm in de zomer vervangt. Hier is vanuit de studentenbevolking zeker interesse voor. Zou een geweldig spektakel kunnen worden.*

## **Voorstel voor vergroten betrokkenheid burgers en bedrijfsleven: De "Groningen's got wireless" competitie**

Het zou voor Draadloos Groningen een idee kunnen zijn om een prijsvraag uit te schrijven onder de Groningse bevolking en bedrijfsleven wie de beste toepassing voor het draadloze netwerk kan bedenken. De winnaar krijgt een geldbedrag en ondersteuning om de toepassing te ontwikkelen en in de markt te zetten. De wedstrijd zou goed via nieuwe multimediatoepassingen in beeld kunnen worden gebracht op een "dragon's den/x-factor" -achtige manier om de betrokkenheid te vergroten. Het is mediageniek en er moeten vrij makkelijk sponsors voor gevonden kunnen worden.

## **Afspraken**

- De individuele dienstbeschrijvingen worden globaal uitgewerkt en besproken in een volgende sessie.
- De deelnemers aan deze sessie wordt gevraagd namen door te geven van personen die ook belang zouden kunnen hebben bij de vervolgsessie.

## **Aandachtspunten voor het vervolg**

De volgende zaken vragen bij de uitwerking om aandacht;

- Wijze waarop internet toegang kan worden geboden (o.a. identificatie van de bezoeker)
- Cross-overs met andere werkgroepen (zoals Toerisme)
- Ontwikkelen van toekomstige dienstverleners
- Vertalen van de globale dienstenconcepten naar de geïdentificeerde doelgroepen;
- Bepalen 2-3 meest kansrijke toepassingen + organisaties die de ontwikkeling hiervan willen trekken



**Bijlage 2:  
Rapportage uitkomsten van vervolgsessies gehouden op 28 mei 2009  
naar mogelijke diensten voor Toerisme en evenementen.**

stichting draadloos groningen



## **VERVOLGWORKSHOP DIENSTENONTWIKKELING DRAADLOOS GRONINGEN**

**THEMA: EVENEMENTEN d.d. 28 mei 2009**

**Verslag en uitwerking**

## **Sessie Draadloos Groningen thema evenementen Donderdag 28 mei 2009**

### **Deelnemers:**

Noorderzon:	Henk Bothof
Jonge Harten:	Rene de Haan
Draadloos Groningen	Robert Janz
Draadloos Groningen	Ruth van der Veld

### **Begeleiding**

Erik Rickelman	Empuls
Geerten Eijkelenboom	De Eijk Innovatie en Vernieuwing

### **Doelstellingen van de sessie**

- De in de eerste sessie geïdentificeerd toepassingen kwalificeren op kansrijkheid.
- Input leveren voor de verdere ontwikkeling en implementatie van de geselecteerde toepassingen.
- Voorstellen doen voor een vervolgtraject waarin de businesscases verder worden uitgewerkt in samenwerking met relevante partners.

Hieronder de belangrijkste bevindingen en aanvullingen van de bijeenkomst van 28 mei 2009.

### **Stand van zaken Draadloos Groningen**

Robert Janz licht kort de stand van zaken toe. De belangrijkste punten zijn:

- De aanbesteding is afgerond en de uitrol van het netwerk zal volgens planning plaats gaan vinden door Unwired Solutions. Dit bedrijf heeft aangegeven om zelf de uitrol te willen versnellen. Mogelijk kan dit ook voor sommige van de businesscases die in deze workshopsessies ontwikkeld worden.
- Unwired heeft zelf in ieder geval ambities om internet en IP-telefonie als dienst aan te gaan bieden. Voorwaarde vanuit Stichting Draadloos Groningen is dat ook andere dienstenaanbieders deze diensten op concurrerende wijze moeten kunnen aanbieden.
- De Hanze Hoge school heeft lector wireless – Piet Velthuisen – aangesteld en een draadloos expertise centrum neergezet. Vanuit dit centrum wordt het volgende aangeboden:
  - Ondersteuning bij business development door studenten;
  - Studenten die zelf (multifunctioneel) aan de slag gaan met de ontwikkeling van nieuwe draadloze diensten;
  - Uitvoeren van onderzoeken ten behoeve van dienstenontwikkeling voor Draadloos Groningen.
- De RuG legt zich toe op het ondersteunen van bedrijven bij het maken van businessplannen.

- Stichting Draadloos Groningen wil bekendheid geven aan het draadloze netwerk en de mogelijkheden daarvan, dit in de vorm van showcases. In kader doen zich twee gelegenheden voor:
  - Het Glazen huis komt dit jaar naar Groningen. De stichting wil rondom dit evenement allerlei innovatieve toepassingen integreren in het Glazen Huis Concept.
  - MVOur World: Dit is een schip dat gebruikt wordt als multimedia experimenteer ruimte. Draadloos Groningen is met de initiatiefnemers in gesprek om mensen op afstand in 3-D met elkaar laten interacteren (everywhere, anytime)

### **Stand van zaken evenementen / festivals**

- Er zijn geen op- of aanmerking op het verslag van de eerste bijeenkomst d.d. 9 maart 2009.
- De volgende aanvulling op de eerder geïdentificeerde mogelijkheden zijn besproken:
  - Het Noorderzon festival ziet commerciële kansen voor een draadloze kassa voor ondersteuning van de kiosk en de last minute verkoop van tickets; Het komend jaar wil men hiermee al gaan experimenteren
  - De veiligheids-eisen die de politie stelt op het gebied van crowd control voor festivals worden komende jaren aangescherpt. 'Slim camera toezicht' kan hierbij een belangrijke rol gaan spelen. Hiermee denkt Noorderzon te kunnen voldoen aan de strengere eisen die de politie. Ook voor eigen commerciële doeleinden kan slim cameratoezicht worden ingezet;
  - Routing naar en tijdens festivals is een interessante toepassing voor Noorderzon; Ook voor andere evenementen of festivals zijn deze toepassingen interessant. Hierbij is wel opgemerkt dat de andere festivals vaak niet de mankracht hebben dit zelf op te pakken. Dit in tegenstelling tot Noorderzon.
- Jonge Harten speelt zich grotendeels binnen af. Robert Janz geeft aan dat met een kleine investering in een relaisstation (150 euro) draadloos signaal naar 'binnen getrokken' kan worden;

### **Bespreken businesscases**

Tijdens deze sessie zijn de eerder geïdentificeerde toepassingen nogmaals besproken en kwalificeren op kansrijkheid. Waar mogelijk wordt bekeken hoe (en met wie) de verdere ontwikkeling en implementatie kan worden opgepakt. Ter voorbereiding van deze bespreking is een datasheet per toepassing opgesteld (zie bijlage).

#### **1. Tijdelijke Internettoegang / bandbreedte op locatie**

Deze toepassing / dienst is voor meerder doelgroepen interessant en is in zeker zin een basisvoorwaarde voor veel andere toepassingen en diensten. Het gaat hierbij onder meer om de (tijdelijke) bezoeker / gasten / toerist als de bij het evenement betrokken personen / bedrijven (o.a. artiesten, dienstverleners, ondersteuners, enz.). Noorderzon creëert al dit soort voorzieningen. In de toekomst zou men ook gebruik kunnen maken van het Draadloze netwerk.

Vragen die bij een verder uitwerking een rol spelen zijn;

- Wat zijn de mogelijkheden om tijdelijk draadloos internet aan te bieden vanuit het evenement zelf?

- Algemeen internettoegang aanbieden is één zaak maar kom je in contact met de bezoeker? hoe krijg je gerichte informatie over het event gecommuniceerd naar de bezoeker? De gedachte is dat dit middels een portal voor het event moet lopen. Hoe dit (technisch) werkt moet nader worden onderzocht / uitgewerkt
- Hoe ziet de mogelijke businessmodellen er uit?
- Hoe wordt dit beschikbaar straks aangeboden? Met andere woorden; hoe regel je dit op een eenvoudige wijze? De kleiner festivals kunnen dit waarschijnlijk niet zelf oppakken / organiseren.
- Waar liggen de cross-overs met andere initiatieven (zoals met de horeca) en hoe wordt hiermee omgegaan?

Deze en andere zaken moeten bij de verdere uitwerking worden beantwoord.

## **2. Streaming video / audio**

Volgens de aanwezigen is dit een weerbarstige technologie, waar nog veel issues op te lossen zijn. Hoewel dit een interessante optie is zullen festivals niet snel hun programmering hier aan ophangen. Met de laatste compressie technieken ontstaan echter wel nieuwe mogelijkheden deze te koppelen aan de beschikbare bandbreedte streaming. Mogelijkerwijs dat streaming video / audio ingezet kan worden voor de beleving van de bezoeker. Een voorbeeld hiervan is de Amstel Gold race in Valkenburg. Video beelden van deelnemers worden beschikbaar gemaakt via de website van de race. De prioriteit van deze dienst is bij de deelnemers vooralsnog laag.

Aanvullende eisen van de deelnemers zijn:

- Voor het succes van een dergelijk dienst is het van belang dat er een goede en betaalbare dienstverlener komt.
- Een ander issue is dat voor deze toepassing een rendabele businesscase moet komen. Deze zien de aanwezigen nog niet. Mogelijk dat dit wel lukt in combinatie met andere diensten (Bijvoorbeeld tijdelijk cameratoezicht).

## **3. Just in time & place bezoekersinformatie**

Hier liggen goede directe commerciële kansen voor de evenementen. Zoals hierboven aangegeven start Noorderzon in dit kader met het ontwikkelen van een online kassasysteem. In combinatie met just in time informatie aan de bezoekers biedt dit goede kansen om op efficiënte wijze de laatste kaarten beschikbaar te maken c.q. verkopen.

Op dit gebiedt doen zich nog tal van andere mogelijkheden voor. Zeker voor festivals zoals 'Jonge Harten' dit op meerdere locaties in de stad organiseert. Te denken valt aan statische informatie over het programma, locaties, parkeren, betaalautomaten, enz. maar ook meer dynamische – soms plaatsgebonden - informatie over beschikbaarheid van tickets, alerts over aanvang tijden, last minute aanbiedingen, enz.

Opmerkingen en vragen van de sessie zijn:

- Een geleidelijke ontwikkeling van dit soort diensten van eenvoudig naar meer complex heeft de voorkeur.
- Vragen zoals geformuleerd bij toepassing 1: tijdelijk internettoegang, spelen ook hier een rol.
- Noorderzon start dit jaar de ontwikkeling van de online kassa. Noorderzon is bereid hierover kennis te delen.

## **4. Communities en interactieve mogelijkheden**

De deelnemers onderschrijven het belang van deze toepassingen. Het voordeel van deze diensten is dat zij gebruik kunnen maken van bestaande technologie / toepassingen zoals Twitter en Hyves. Noorderzon gaat dit jaar experimenteren met Hyves en Twitter. Eén aanvullend idee van dat tijdens de sessie werd geopperd is het inrichten van een 'Twitter paviljoen' waar bezoekers kunnen afspreken.

Opmerkingen en vragen van de sessie zijn:

- De ontwikkeling van deze toepassingen moet bijvoorkeur gebeuren vanuit een algemeen portal voor het evenement / evenementen.
- Als het gaat om het interesseren van groepen mensen met dezelfde belangstelling is het de moeite waard om contact op te nemen met het CJP- Deze is gedigitaliseerd en biedt al mogelijkheden om interesses op te geven en te delen in profielen. Het is de moeite waard om met CJP contact op te nemen over het gebruik van profielinformatie en andere combinatie mogelijkheden (o.a. de agenda / regio).
- Tijdens de sessie van Horeca is naar voren gekomen dat Marketing Groningen dit thema ook hoog op de agenda heeft staan. Hier ligt een mogelijke cross-over.

### **5. *Beheer op afstand***

De gebruiksmogelijkheden van deze toepassing krijgen van de aanwezige in deze fase een lage prioriteit. Het op afstand monitoren verlichting van kunstvoorwerpen en cultuurhistorische panden in de stad is iets wat direct met de gemeente besproken kan worden.

Een andere interessante toepassing op dit gebied is real time biertank 'monitoring'. Omdat dit soort faciliteiten bij derden (in dit geval de brouwer) worden ingehuurd, kunnen dit soort activiteiten mogelijkserwijs via deze kant of via bijvoorbeeld service- of installatiebedrijven worden opgepakt.

### **6. *Mobiel tijdelijk camera toezicht (ook tijdelijk)***

Dit is een punt dat weer op de agenda is gekomen en krijgt een hoge prioriteit. Zie eerder gemaakte opmerkingen bij stand van zaken op pagina 4.

Deze businesscase is breder op te pakken en heeft onder meer raakvlakken met politie, verkeerstoezicht, ambulante handel, evenementen, middenstand etc. Het voordeel van deze toepassing is dat de basis technologie al aanwezig is en ervaringen met cameratoezicht talrijk.

## **Aandachtspunten**

Tijdens de bespreking en verdere uitwerking zijn de volgende aandachtspunten geïdentificeerd.

1. De stad kent erg veel kleine en middelgrote evenementen. Deze zijn over het algemeen niet in staat zelfstandig bovengenoemde toepassingen of diensten op te zetten of aan te beiden. Daarnaast leidt dit tot een sterke versnippering van middelen en energie. Tijdens de sessie is in dit kader geopperd om een BackOffice / service organisatie op te zetten waarin diensten zoals internettoegang, een evenementenportaal (zie hierna) of online kassasystemen worden ontwikkeld en beschikbaar worden gesteld aan de evenementen. Gezien de input vanuit de sessie met Horeca liggen hier cross-overs met Marketing Groningen.
2. Noorderzon heeft aangegeven dat zij een aantal van de eerdere toepassingen en diensten wil gaan ontwikkelen t.b.v. het eigen evenement. Van de kennis die op deze wijze wordt

verkregen kunnen ook andere evenementen leren. Bij het verdere ontwikkelen van de toepassing zou Noorderzon als 'witte raaf' kunnen / willen fungeren.

3. Beschikbaar maken van de mogelijkheid om het WiFi-sigitaal ook naar 'binnen te trekken'. Van belang is dat voldoende zekerheid ontstaat over de kwaliteit van het sigitaal in de binnen ruimte.
4. Unwired is van plan om zelf Internettoegang en telefonie aan te bieden. Wat zijn de mogelijkheden voor andere (tijdelijke) aanbieders? Hoe ziet de gebruiker dit straks op zijn device terug?
5. Er is gesproken over een online kassa. Bij een kassa hoort in principe ook betalen. Op dit moment bestaan er draadloze pinapparaten op basis van GPRS. Pinnen op basis van Wi-Fi bestaat nog niet. Dit is voor Groningen het onderzoeken waard.

### **Prioriteiten**

Op basis van bovenstaande bespreking van businesscases is de volgende prioriteit bepaald:

1. Tijdelijke Internettoegang / bandbreedte op locatie
2. Ontwikkelen van een evenementen portal voor de bezoeker met:
  - a. Just in time & place bezoekersinformatie
  - b. Communities en interactieve mogelijkhedenMet een geleidelijk ontwikkeltraject (van eenvoudig naar meer complex)
3. Online kassasysteem (inhaken / ondersteunen van de ontwikkeling van Noorderzon)
4. Mobiel cameratoezicht
5. Opzetten van een service organisatie voor ontwikkeling en exploitatie van Wi-Fi-diensten voor evenementen en evt. andere doelgroepen.

### **Activiteiten voor het vervolg**

1. Uitwerken verslag van de sessie en data sheet businesscases.
2. Afstemming met Draadloos Groningen over de invulling van de onderstaande activiteiten en uitwerking van de businesscases.
3. Inventariseren van de financieringsmogelijkheden.
4. Gesprek met Marketing Groningen voor het vaststellen van de gemeenschappelijke ontwikkelingen, belang en mogelijkheden voor het opzetten van een BackOffice.
5. Gesprek met Unwired / Draadloos Groningen over mogelijkheden van tijdelijk Internettoegang en betrokkenheid bij het opzetten van de BackOffice
6. Gesprek met Hanze Hogeschool over mogelijkheden voor het uitwerken van bovengenoemde prioriteiten.
7. Gesprek met Noorderzon over hun rol als 'witte raaf' voor het ontwikkelen van de hierboven genoemde toepassingen / diensten.
8. Noorderzon, de leverancier van het kassasysteem van Noorderzon, Draadloos Groningen en Unwired Holding gaan om de tafel met een nader te bepalen leverancier over de ontwikkeling van een just in time ticketing systeem.
9. Opstarten van de uitwerking en realisatie van de businesscases (optie)
10. Doorzetten van de toepassing 'beheer op afstand' naar andere sector of gemeente.

### ***Het 'wireless Art Festival Groningen'***

Hier is vanuit de evenementen sector zeker belangstelling voor. Het wordt ook gezien als een kans om de uitrol van Draadloos Groningen publicitair te ondersteunen en de bevolking op een positieve manier erop attent te maken dat Draadloos Groningen er is.

Er zijn in Groningen ook zeker partijen die dit op zouden kunnen pakken. Als Draadloos Groningen en de gemeente hier iets in zien dan kan dit in een vervolgtraject verder uitgewerkt kunnen worden in samenwerking met de creatieve industrie in Groningen. Misschien is het ook wel te combineren met het Glazen Huis in dit najaar. Het idee moet neergelegd worden bij de gemeente en/of bij het bestuur van Draadloos Groningen. Als zij hier wat in zien zal er met een aantal partijen een voorstel worden ontwikkeld om het festival dit najaar te organiseren.

stichting draadloos groningen



## **VERVOLGWORKSHOP DIENSTENONTWIKKELING DRAADLOOS GRONINGEN**

**THEMA: TOERISME BINNENSTAD d.d. 28 mei 2009**

**Verslag en uitwerking**

## **Sessie Draadloos Groningen thema Toerisme binnenstad Donderdag 28 mei 2009**

### **Deelnemers:**

MKB Noord:	Ron van Gent
Marketing Groningen	Inge IJsseldijk
Koninklijk Horeca Nederland:	Hans Singelenberg
Draadloos Groningen	Robert Janz
Draadloos Groningen	Ruth van der Veld

### **Begeleiding**

Erik Rickelman	Empuls
Geerten Eijkelenboom	Eijk Innovatie en Vernieuwing

### **Doelstellingen van de sessie**

- De in de eerste sessie geïdentificeerde toepassingen kwalificeren op kansrijkheid.
- Input leveren voor de verdere ontwikkeling en implementatie van de geselecteerde toepassingen.
- Voorstellen doen voor een vervolgtraject waarin de businesscases verder worden uitgewerkt in samenwerking met relevante partners.

Hieronder de belangrijkste bevindingen en aanvullingen van de bijeenkomst van 28 mei 2009.

### **Stand van zaken Draadloos Groningen**

Robert Janz licht kort de stand van zaken toe. De belangrijkste punten zijn:

- De aanbesteding is afgerond en de uitrol van het netwerk zal volgens planning plaats gaan vinden door Unwired Solutions. Dit bedrijf heeft aangegeven om zelf de uitrol te willen versnellen. Mogelijk kan dit ook voor sommige van de businesscases die in deze workshopsessies worden ontwikkeld.
- Unwired heeft zelf in ieder geval ambities om internet en IP-telefonie als dienst aan te gaan bieden. Voorwaarde vanuit Stichting Draadloos Groningen is dat ook andere dienstenaanbieders deze diensten op concurrerende wijze moeten kunnen aanbieden.
- De Hanze Hoge school heeft lector wireless – Hugo Velthuisen – aangesteld en een draadloos expertise centrum neergezet. Vanuit dit centrum wordt het volgende aangeboden:
  - Ondersteuning bij business development door studenten;
  - Studenten die zelf (multifunctioneel) aan de slag gaan met de ontwikkeling van nieuwe draadloze diensten;
  - Uitvoeren van onderzoeken ten behoeve van dienstenontwikkeling voor Draadloos Groningen.
- De RuG legt zich toe op het ondersteunen van bedrijven bij het maken van businessplannen.

- Stichting Draadloos Groningen wil bekendheid geven aan het draadloze netwerk en de mogelijkheden daarvan, in de vorm van showcases. In dit kader doen zich twee gelegenheden voor:
  - Het Glazen Huis komt dit jaar naar Groningen. De stichting wil rondom dit evenement allerlei innovatieve toepassingen integreren in het Glazen Huis Concept.
  - MVOur World: een schip dat gebruikt wordt als multimedia experimenteer ruimte. Draadloos Groningen is met de initiatiefnemers in gesprek om mensen op afstand in 3-D met elkaar laten interacteren (everywhere, anytime).

### **Stand van zaken Toerisme Binnenstad.**

- Er zijn geen op- of aanmerking op het verslag van de eerste bijeenkomst d.d. 9 maart 2009.
- Er zijn geen aanvullingen op de eerder geïdentificeerde mogelijkheden.
- Inge IJsseldijk van Marketing Groningen is nieuw in deze workshop. Zij heeft zich ingelezen op de stukken, begrijpt het doel en heeft geen vragen.
- Inge IJsseldijk geeft aan dat Marketing Groningen aanknopingspunten ziet. Deze worden bij de businesscases nader benoemd.
- Hans Singelenberg van Koninklijk Horeca Nederland (KHN) geeft aan dat de overheid steeds meer veiligheidstaken naar de Horeca schuift. Taken die volgens hem feitelijk niet bij de Horeca moeten liggen. KHN is daarom terughoudend als het gaat om het inzetten van veiligheidstoepassingen. Hierbij wordt een korte toelichting gegeven van de mogelijkheden van draadloos cameratoezicht voor onder meer crowd control zoals dat is geopperd tijdens de sessie voor Evenementen.
- Horeca speelt zich voor een deel binnen af. Robert Janz geeft aan dat met een kleine investering in een relaisstation (150 euro) draadloos signaal naar 'binnen getrokken' kan worden.

### **Bespreken businesscases**

Tijdens deze sessie zijn de eerder geïdentificeerde toepassingen nogmaals besproken en gekwalificeerd op kansrijkheid. Waar mogelijk is bekeken hoe of met wie de verdere ontwikkeling en implementatie kan worden opgepakt. Ter voorbereiding van deze bespreking is een datasheet per toepassing opgesteld.

#### ***7. Last minute applicaties / tickets voor events / voorstellingen / diners***

Hier liggen directe commerciële kansen voor de toeristische bedrijven in de binnenstad. Dit gaat verder dan alleen de last minute aanbiedingen, tickets voor events, enz. Het gaat hier om het goed informeren van de gast over de volle breedte. Deze taak hangt nauw samen bij de brede promotie van Groningen. Marketing Groningen wil deze en enkele andere businesscases, zie hierna, graag oppakken en verder uitwerken. KHN en MKB Noord zijn het hiermee eens.

Opmerking:

- Op dit gebied ligt een mogelijk cross over met het thema Evenementen. Ook zij werken aan dit soort diensten, maar dan specifiek voor het eigen evenement.

#### ***8. Location based services / rondleidingen***

Ook op dit gebied zien de aanwezigen goede kansen maar dan op de langere termijn. Marketing Groningen heeft dit onderwerp ook op de agenda staan. Besloten wordt dat ook deze businesscase in nauwe samenwerking met Marketing Groningen moet worden opgepakt.

### **9. Internettoegang voor de (zakelijke) verblijfstoeurist**

Deze dienst wordt als zeer kansrijk bestempeld en is interessant voor alle doelgroepen die de horeca bezoeken. In zeker zin is dit een basisvoorwaarde voor veel andere toepassingen en diensten. Sommige horeca gelegenheden hebben inmiddels eigen voorzieningen gemaakt.

Belangrijkste vraag is wat het meest geschikte businessmodel is om de gast aan te bieden. Het laten betalen voor internettoegang in de horeca is gastonvriendelijk. Eén van de benoemde mogelijkheden is de zogenaamde splash-page (korte reclameboodschap). Andere mogelijkheden die tijdens de sessie zijn benoemd, zijn het businessmodel van Mercure Hotels (een vast bedrag per uur voor drank, een snack en internettoegang) of het meegeven van een toegangscode op de afrekenbon (geeft recht op een beperkte tijd toegang tot het internet). Voor bepaalde groepen bezoekers (campers, boten, kampeerders) moet de toegangsdrempel tot het internet zo laag als mogelijk zijn omdat dit immers een prachtig middel kan zijn om ze langer aan Groningen te binden. Andere suggesties die worden geopperd zijn het financieren van internettoegang uit de toeristenbelasting of uit de besparingen die de gemeente realiseert door de inzet van Draadloos Groningen.

Vragen die bij een verder uitwerking een rol spelen zijn:

- Wat zijn de (technische) mogelijkheden om tijdelijk draadloos internet aan te bieden vanuit de Horeca?
- Hoe zien de mogelijke businessmodellen er uit?
- Waar liggen de cross-overs met andere initiatieven (zoals met de evenementen) en hoe wordt hiermee omgegaan?

Deze en andere zaken moeten bij de verdere uitwerking worden beantwoord.

**Kans:** Het geven van gratis internettoegang in de openbare ruimte zou ook goed gekoppeld kunnen worden aan een "Welkom in Groningen" toegangssite. Hierop kunnen bezoekers dan direct zien wat de meest actuele evenementen/gebeurtenissen zijn in Groningen.

### **10. Digitale toeristenpas**

Dit is een mooie kans om in combinatie met o.a. internettoegang de aantrekkelijkheid van Groningen voor de gast te vergroten (naar het voorbeeld van bijvoorbeeld Schouwen-Duiveland Pas). Ook ligt er een cross-over met de Gemeente Groningen (terugdringen automobiliteit, verminderen parkeerproblematiek, inkomsten uit toeristenbelasting, enz.). Deze krijgt vanuit deze bijeenkomst een lage prioriteit. Vanuit de bijeenkomst wordt de vraag gesteld of het mogelijk is te onderzoeken of dit vanuit de Gemeente of de provincie kan worden opgepakt.

### **11. Communities en interactiemogelijkheden**

De deelnemers onderschrijven het belang van deze toepassingen. Het voordeel van deze diensten is dat zij gebruik kunnen maken van bestaande technologie / toepassingen zoals Twitter en Hyves. Marketing Groningen geeft aan dat ook zij dit

onderwerp hoog op de agenda hebben staan. Ook bij deze dienst wordt besloten om dit in nauwe samenwerking met Marketing Groningen verder op te pakken.

Opmerking:

- Tijdens de sessie van Evenementen is naar voren gekomen dat ook een partij als Noorderzon dit thema hoog op de agenda heeft staan. Hier ligt een mogelijke cross-over.

## **12. Camerabeveiliging**

Biedt goede kansen maar zoals aangegeven is KHN terughoudend als het gaat om investeringen in veiligheid (zie stand van zaken). Er wordt stilgestaan bij het 'heterdaadkracht-model' van de stad Rotterdam. Hier levert een investering van de ondernemers in cameratoezicht in combinatie met andere breedbanddiensten een terugverdientijd van 1 tot 1,5 jaar op.

Het voorstel van de aanwezigen is om deze dienst op te pakken in samenwerking met het Keurmerk Veilig Ondernemen en de Kwaliteitsmeter veilig uitgaan. In dat laatste ligt een duidelijke relatie met KHN. Andere partijen die hierbij betrokken moeten worden zijn het Regionaal Platform Criminaliteitsbestrijding (RPC), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en de Groningen City Club (GCC).

Er is sinds kort een nieuwe subsidieregeling voor investeringen in veiligheid vanuit het Ministerie van Economische zaken. Het is de moeite waard om te onderzoeken of het mogelijk is om in Groningen de krachten te bundelen om op deze wijze een groter project te kunnen vormgeven. De GCC zou hier een logische trekker in kunnen zijn.

## **13. Overige businesscases**

Gezien de lage prioriteit van de overige businesscases zijn deze niet nader besproken en uitgewerkt.

## **Prioriteiten**

Op basis van bovenstaande bespreking van businesscases is de volgende prioriteit bepaald.

### **6. Internettoegang voor de (zakelijke) verblijfstoerist**

Van belang hierbij is dat in overleg met de horecaondernemers een haalbaar businessmodel voor 'gratis internet' wordt uitgewerkt. KHN is bereid een vervolgworkshop met horecaondernemers te organiseren om deze dienst verder uit te werken.

### **7. Samenvoeging van de businesscases 1, 2 en 5.**

Voor deze diensten heeft Marketing Groningen in principe al de 'opdracht' en het past in hun strategische plan voor de komende jaren. Deze businesscase is goed te combineren met last-minute-acties en Location based services. Hiervoor zijn, naast DG en Unwired Holding, meerdere partijen nodig.

Om het proces vlot te trekken, wordt gesuggereerd om studenten een aantal showcases te laten maken in samenwerking met ondernemers in de binnenstad. Dat betekent dat naast Marketing Groningen ook de GCC aan zou kunnen haken (en eventueel het Groninger forum).

Het project 'Groningen in beeld' van Marketing Groningen, waarbij bezoekers van Groningen foto's van hun bezoek aan Groningen op internet kunnen zetten en daar prijzen mee kunnen winnen, zou een goed startpunt voor deze ontwikkeling kunnen

zijn.

Tijdens deze pilotperiode kunnen in samenwerking met de betrokken ondernemers de businesscases voor de brede uitrol worden opgesteld. Met andere woorden: voor welke toepassingen willen ondernemers in de binnenstad hun portemonnee trekken en wat is in dat geval de terugverdientijd, de inspanning, de technische vereisten etc.

#### 8. Camerabeveiliging

MKB Noord vindt deze dienst interessant en wil de ontwikkeling actief ondersteunen. Het voorstel is om in een aantal KVO gebieden in Groningen met ondernemers in gesprek te gaan om met de genoemde regionale partners een beveiligingsproject van de grond te trekken. Zij volgen graag de lijn die bij andere best practices is uitgezet zoals "heterdaadkracht" van politie regio Rijnmond.

### **Aandachtspunten**

Tijdens de bespreking en verdere uitwerking zijn de volgende aandachtspunten geïdentificeerd.

6. De stad kent erg veel kleine en middelgrote evenementen. Deze zijn over het algemeen niet in staat zelfstandig bovengenoemde toepassingen of diensten op te zetten of aan te bieden. Daarnaast leidt dit tot een sterke versnippering van middelen en energie. Tijdens de sessie is in dit kader geopperd om een back-office / service organisatie op te zetten waarin diensten zoals internettoegang en communities worden ontwikkeld en beschikbaar worden gesteld aan de horecaondernemers. Marketing Groningen heeft aangegeven (een deel van) deze back-office te willen invullen. Daarnaast liggen er cross-overs met Evenementen
7. Beschikbaar maken van de mogelijkheid om het WiFi-sigitaal ook naar 'binnen te trekken'. Van belang is dat voldoende zekerheid ontstaat over de kwaliteit van het sigitaal in de binnenruimte.
8. Unwired is van plan om zelf Internettoegang en telefonie aan te bieden. Wat zijn de mogelijkheden voor andere (tijdelijke) aanbieders? Hoe ziet de gebruiker dit straks op zijn device terug?
9. Er is draadloos betalen. Op dit moment bestaan draadloze pinapparaten op basis van GPRS. Pinnen op basis van WiFi bestaat nog niet. Dit is voor Groningen het onderzoeken waard.

### **Activiteiten voor het vervolg**

11. Uitwerken verslag van de sessie en data sheet businesscases.
12. Afstemming met Draadloos Groningen over invulling onderstaande activiteiten en uitwerking businesscases.
13. Inventariseren van financieringsmogelijkheden voor de vervolgactiviteiten.
14. Gesprek met Marketing Groningen voor het vaststellen van de gemeenschappelijke ontwikkelingen, belang en mogelijkheden voor het opzetten van een back-office.
15. Gesprek met Unwired / Draadloos Groningen over mogelijkheden van tijdelijk internettoegang en betrokkenheid bij het opzetten van de back-office.
16. Gesprek met Hanze Hogeschool over mogelijkheden voor het ondersteunen bij het uitwerken van bovengenoemde prioriteiten.

17. Overleg met KHN over het organiseren van een vervolgworkshop met Horeca ondernemers voor het uitwerken van een businessmodel voor 'Gratis internet'.
18. Uitwerken van vervolgactiviteiten in het kader van veiligheid / cameratoezicht.
19. Opstarten van de uitwerking en realisatie van de businesscases (optie).
20. Uitwerken van een plan voor een back-office zoals hierboven aangegeven.
21. Organiseren gesprek met gemeente / provincie wat de mogelijkheden zijn voor een toeristenpas.



## Bijlage 3. Dienstenbeschrijvingen sessies evenementen

Dienstenbeschrijving Draadloos Groningen Evenementen	
1. Beheer op afstand	
Acties	Opmerkingen
Projectidee	Belichting, bewaking en bediening van kunstobjecten en historische objecten kunnen met behulp van Draadloos Groningen gemonitord worden. Hierdoor is een 24x7 aanpak mogelijk Dit leidt tot een continuere kwaliteit, gericht toezicht en het verdwijnen van de noodzaak om mobiele controleteams op pad te sturen.
Bestaande technologie?	Beheer op afstand via een draadloze verbinding is er al. De koppeling met licht is relatief eenvoudig te maken.
Best Practices?	..nog niet bekend in relatie tot deze businesscase.
<b>Potentiele eigenaren</b>	Gemeente Groningen
Quick wins?	Interessant voor de gemeente, minder uitval, storingen sneller verholpen, geen mobiele controleteams. Ook artistiek uitdagend. Bij gebruik camera's ook interessante toepassingen in relatie met kunstroutes en internet.
Globale businesscase	De objecten kunnen voorzien worden van sensoren die het functioneren monitoren. Dit kan vanuit een centrale plaats uitgelezen worden. Het beheer kan hierdoor efficiënt en effectief uitgevoerd worden. Zijn sensoren niet mogelijk dan kunnen bijvoorbeeld camera's worden gebruikt.
Realisatie termijn?	Korte termijn. Deze toepassing is snel uit te werken in een businesscase. Het gaat waarschijnlijk om een combinatie van bestaande technologieën.
Betrokken partijen	Gemeente Groningen (één van de gemeentelijke diensten)
Uitvoering	Gemeente Groningen in samenwerking met Draadloos Groningen
Industrie	overwegend instralatiebedrijven
Doelgroepen	Gemeenten Groningen, CBK Groningen, eventueel kunstenaars



Wie nog meer nodig?	Voor de artistieke toepassingen zijn er veel partijen te bedenken die mee kunnen doen.	
<b>Potentiele crossovers</b>	Monitoring kent vele toepassingen. Naast de kunstobjecten kun je hierbij denken aan het monitoren van parkeerautomaten, ondergrondse afvalcontainers (hiervoor bestaat dit al met GSM, wat duur is). Kun kunt ook denken aan toezicht op afstand van locaties, beheren van pompen van het waterschap enz.	Monitoring zou als afzonderlijk thema over de diverse lijnen kunnen worden opgepakt.
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box	Er zijn(licht) kunstenaars die concepten aanbieden waarop (online) publiek invloed uit kan oefenen op de kleur, intensiteit,vorm en inhoud van lichtobjecten of uitgelichte (kunst) historische objecten in de openbare ruimte. In het kader van evenementen en andere manifestaties kan de bezoeker van Groningen uitgedaagd worden om hieraan deel te nemen. Ook mogelijkheden om kunstobjecten die zich op geheel andere plaatsen (andere landen) bevinden, maar één geheel met de tentoon gestelde collectie vormen, ter plaatse met HD te streamen. Dat zal de aantrekkelijkheid van zo'n collectie vergroten.	

<b>Parameters</b>	<b>Toelichting</b>	<b>Scoring</b>
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	2
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	1
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	2
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	1
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	1
Investeringen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	2
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	1
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	2
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	1
<b>SCORE</b>		15



2. Tijdelijk bandbreedte en/of internet op locatie		
Naam Activiteit	Omschrijving	Opmerkingen
Projectidee	<p>Flexibel gebruik kunnen maken van bandbreedte en/of Internet toegang is een kans voor de evenementensector. Samen met de koppeling aan een stadsdekkend netwerk biedt dit voordelen boven bestaande alternatieven.</p> <p>Toepassingen: mobiel kantoor voor productieleders groepen, kaartverkoop, mogelijkheid om in voorstellingen gebruik te maken van het netwerk, "gratis" internet voor bezoekers etc.</p>	<p>Hier spelen meerdere zaken te weten: algemeen internettoegang voor meerdere doelgroepen / dienstverleningsniveaus en ondersteunende diensten m.b.v. van aangepaste websites voor o.a. programma's, roudekaarten, kaartverkoop, enz. Hier zitten andere BC's achter en techniek.</p>
Bestaande technologie?	Ja, is te realiseren op basis van het DG netwerk en mogelijkkerwijs bestaande internetdiensten toe te snijden op de Groningse situatie	
Best Practices?	Op deze schaal zijn er nog geen ervaringen opgedaan	
Potentiele eigenaren	Serviceverlenende bedrijven die draadloze verbindingen en ondersteunende website faciliteren	
Quick wins?	Goedkopere en flexibele oplossing voor evenementen en festivals (dit in relatie met vaste verbindingen of andere telecom varianten)	
Globale businesscase	De wholesale partij biedt bandbreedte aan het festival en brengt daar een tarief voor in rekening. Dit is per dag af te rekenen tegen veel lagere kosten dan voor het aanleggen van tijdelijke vaste en/of straal verbindingen. De festivalorganisatie zou dit door kunnen berekenen aan gebruikers van de toepassing.	

Realisatie termijn?	Korte termijn: Draadloos Groningen heeft aangegeven zich in te willen zetten om dit voor het festivalseizoen mogelijk te maken (juni/juli).
Betrokken partijen	Draadloos Groningen, de leverancier van het netwerk, Noorderzon, Jonge Harten, bevruidingsfestival, andere evenementen.
Uitvoering	Op korte termijn formuleren van een propositie met de leverancier van het netwerk en draadloos Groningen. Als extra kans narrowcasting bedrijven erbij betrekken voor aanvullende diensten.
Inzet	Tijd en communicatieaanpak richting organisatoren van evenementen in Groningen.
Doelgroepen	* Event/Festival organisatoren, <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artiesten, groepen, kunstenaars, performers, enz.</li> <li>• productiebureaus</li> <li>• Dienstverleners verbonden aan het evenement / festival (horeca, techniek, verlichting, bewaking, logistiek, veiligheid, enz.)</li> </ul>
Potentiële cross-overs	Er zou een generiek tool voor kaartverkoop, programma's, routes, enz. kunnen komen. Hierbij zouden ook andere diensten gecombineerd kunnen worden.
Opmerkingen/eyepeners	1. Mogelijk is er zelfs een koppeling te maken met Narrowcastingmogelijkheden voor adverteerders of sponsors (op schermen op het festival terrein). Hiermee kan er zelfs een positieve businesscase voor de festivalorganisatie ontstaan. 2. Deze propositie is mogelijk uit te breiden naar de ambulante handel, marktlooplui, kermisexploitanten, organisatoren van allerlei buurt- en straatfeesten etc.

Parameters	Toelichting	Scoring
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	1
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	1
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	1
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	<b>1</b>
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	2
Investeringen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	1
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	1
Cross-overs	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	1
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1

Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	3
<b>SCORE</b>		<b>13</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)

## Dienstenbeschrijving Draadloos Groningen Evenementen



3. Communities en interactie	
Naam Activiteit	
Acties	Omschrijving
Projectidee	Bezoekers van festivals/evenementen hebben steeds sterker de behoefte om ervaringen te delen met anderen. Dit kunnen steeds vaker vreemden zijn met dezelfde interesses. Door zich van tevoren aan te melden op "Special Interest Groups" kan de bezoeker ter plekke contact zoeken met deze personen (maar ook later). Dit is te koppelen aan bestaande toepassingen als Twitter, Hyves etc.
Bestaande technologie?	Er bestaan legio community sites, de kunst is om per evenement/festival een link te kunnen leggen met de bestaande communities en relevante Special Interest Groups te vormen. Deze communities zijn goed te koppelen aan Draadloos Groningen. Leden van de Special Interest Groups moeten elkaar op deze manier kunnen vinden.
Best Practices?	Twitter etc.
<b>Potentiële eigenaren</b>	Serviceverlener (eventueel vanuit de bestaande organisatoren)
Quick wins?	De beleving van evenementen en festivals is altijd beter als je deze met anderen kan delen. Deze toepassing kan ook individuele bezoekers trekken die zin hebben in een avond met gelijkgestemden en vooraf niet alles willen plannen.
	Er is een strategie mogelijk waarbij eerst uitsluitend gebruik wordt gemaakt van bestaande initiatieven en waarin dit later wordt uitgebouwd naar een volwaardige back-office portal
	Opmerkingen

Globale businesscase	Deze businesscase zal nog verder moeten worden uitgewerkt. Het verdienmodel moet nog worden ontwikkeld, IN ieder geval kan het een interessante optie zijn voor festivals om de bezoekersaantallen omhoog te krijgen (en om cross selling van producten en reclame te organiseren).	
Realisatie termijn?	Middellange termijn	Start kan laagdrempelig en korte termijn zijn.
Betrokken partijen	Festivals, bestaande communities, marketingbureaus	
Uitvoering	Er moet eerst een inventarisatie plaatsvinden van bestaande toepassingen/communities. Dan kan worden bekeken of er voldoende markt is om deze dienst rond een aantal festivals in Groningen op te gaan zetten	
Doelgroepen	Event/Festival bezoekers	
Wie nog meer nodig?		
Potentiële crossovers	op het gebied van het inrichten van de back-office	
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box		

Parameters	Toelichting	Scoring
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	3
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	2
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	1
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	3
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	2
Investerings	Vergt dit hoge (extra) investeringen	1
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	2
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	1
<b>SCORE</b>		<b>18</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)



4. Just in time & place bezoekersinformatie	
Naam Activiteit	
Acties	Opmerkingen
Omschrijving	
Projectidee	Evenementen en festivals kunnen baat hebben bij Just in Time & place bezoekersinformatie. Te denken valt aan live informatie over beschikbaarheid van kaarten, informatie over het programma op andere locaties, maar ook "teasers" om bezoekers te bewegen om langer te blijven, meer te bezoeken of vrienden uit te nodigen. De uitdaging ligt erin om niet alleen de info te verstrekken, maar de bezoeker ook in de gelegenheid te stellen om actie te ondernemen (bijvoorbeeld een last minute veiling van kaartjes voor populaire voorstellingen per sms)
Bestaande technologie?	De technologie is er grotendeels. De combinatie met draadloos Internet moet gemaakt kunnen worden. De vraag is hoe deze informatie bij een zo breed mogelijk publiek gebracht kan worden. Cross overs met GSM/UMTS en SMS moeten in deze wel overwogen worden. Ook narrowcasting schermen kunnen de informatie bieden.
Best Practices?	Narrowcasting is een veelgebruikte methode om dit te bereiken en wordt al op vele plaatsen toegepast.  Er zijn ook methodieken met een RFID toegangkaart. Bijvoorbeeld congres ICT - maatschappelijke sectoren
Potentiële eigenaren	Serviceverlener (eventueel vanuit de bestaande organisatoren)
Quick wins?	Hogere bezettingsgraad festivals en evenementen, ook mogelijkheden voor de "impuls" bezoeker om voorstellingen te bekijken, mogelijke ontwikkeling nieuwe bezoekersconcepten.

Globale businesscase	Bezoekers van het festival kunnen zich aanmelden om de informatie te ontvangen en betaald per bericht/avond. Dienstenaanbieders zullen in overleg met de directies van evenementen deze dienst in kunnen zetten. Draadloos Groningen kan het faciliteren door het netwerk beschikbaar te stellen.	
Realisatie termijn?	Middelrange termijn: de concepten zijn in grote lijnen al wel beschikbaar, maar de kosten voor het ontwikkelen van de dienst zullen gedeeld moeten worden met andere gebruikersgroepen (zoals de toeristische sector etc.)	Zie eerdere opmerking bij community over back-office en strategie
Betrokken partijen	Draadloos Groningen, leverancier netwerk, dienstverlenancier, festivals, toeristische sector.	
Uitvoering	Opzetten dienst met meerdere sectoren in Groningen om er een "stapelbare" businesscase van te maken. Breed uitrollen als er voldoende massa is.	
Doelgroepen	Aan de aanbod kant: Event/Festival organisatoren, productiebureaus en dienstverlenende bedrijven aan de festivals. Aan de vraagkant: De festival bezoeker en de "toevallige" bezoeker van Groningen	
Wie nog meer nodig?	Dienstenaanbieder, andere sectoren.	
Potentiële crossovers	op het gebied van het inrichten van de back-office	
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box	Als het mogelijk is om dit te doen, ontstaat er ook een platform voor publieksparticipatie bij voorstellingen, publiek kan rechtstreeks terugkoppelen wat men van bepaalde voorstellingen/attracties vind en mogelijk ook invloed uitoefenen op het verdere verloop hiervan. Ook kunnen "stemrondes" worden gehouden onder publiek.	

Parameters	Toelichting	Scoring
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	3
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	2
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	2
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	2
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	1
Investeringen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	3
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	2
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	2

Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	1
<b>SCORE</b>		<b>20</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)

## Dienstenbeschrijving Draadloos Groningen evenementen



5. Streaming video/audio op locatie(s)		
Naam Activiteit	Omschrijving	Opmerkingen
Acties		
Projectidee	<p>Artistiek en vanuit het oogpunt van PR is dit een interessante mogelijkheid. Festival gevoel creëren op verschillende plekken. Bezoekers betrekken bij de andere activiteiten die op het festival plaatsvinden. Ter plekke keuzes obv. sfeerimpressies aanbieden om andere voorstellingen etc te gaan bezoeken op een andere locatie.</p> <p>Ok mogelijk om, tegen relatief lage kosten, hetzelfde optreden op meerdere plekken in de stad te kunnen zien/volgen.</p>	
Bestaande technologie?	Streaming over draadloos op meerdere locaties is technisch mogelijk, maar biedt nog wel enkele uitdagingen ivm. continuïteit en kwaliteit van de service. Deze zullen in het kader van een pilot uitgewerkt kunnen worden.	
Best Practices?	Er zijn op kleine schaal projecten gedaan met streaming. Op de schaal van een stad en op meerder locaties is uniek te noemen. KLOPT DIT?	
Potentiele eigenaren	Festival organisatoren / serviceproviders	
Quick wins?	<p>Verbreding festival naar meerder locaties in de stad</p> <p>Artistieke uitdagingen toevoegen aan de programmering</p> <p>Festival gevoel versterken voor publiek op verschillende locaties</p> <p>Mogelijkheden voor meer publiek en spreiding publiek</p>	
Globale businesscase	De leverancier van het netwerk biedt de bandbreedte aan een streaming video/audio bedrijf. Deze verkoopt de streaming oplossing door aan de festivalorganisatie,. Festivals kunnen de bezettingsgraad vergroten, een attractiever programma bieden en meerdere locaties bedienen. Deze businesscase zal op basis van een pilot verder uitgewerkt moeten worden. Mogelijk ook andere inkomsten zoals advertenties	
Realisatie termijn?	Middelange termijn: het is aan te bevelen om eerst een pilot op bescheiden schaal uit te voeren en op basis daarvan een businesscase uit te werken.	

Betrokken partijen	Draadloos Groningen, leverancier netwerk, streaming bedrijf (bedrijven), festivals, mogelijk ook artiesten er bij betrekken.	
Uitvoering	Formuleren pilot op 1 festival en 1 evenement in 2009, ervaringen gebruiken om een feasibility studie en een businesscase op te stellen. Daarmee een marktpropositie formuleren en in 2010 in de markt gaan zetten.	
Doelgroepen	Primair: Event/festivalorganisatoren. Verder ook festivalbezoekers.	
<b>Parameters</b>	<b>Toelichting</b>	<b>Scoring</b>
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	2
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	3
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	1
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	2
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	2
Investeringen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	3
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	2
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	2
<b>SCORE</b>		<b>20</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)

## Bijlage 4. Dienstenbeschrijvingen sessies toerisme binnenstad

### Dienstenbeschrijving Draadloos Groningen Toerisme binnenstad

stichting draadloos groningen

1. Camera beveiliging	
Naam Activiteit	
Acties	Opmerkingen
Omschrijving	
Projectidee	Tijdelijk en permanent camera beveiliging waarbij koppeling van informatie (beveiligingsbeelden) in de openbare ruimte aan de informatie die in de private ruimte beschikbaar is vergroot de pakkans bij incidenten en (kleine) criminaliteit
Bestaande technologie?	Ja, de technologie is beschikbaar. Er moet nog wel een koppeling gemaakt worden met de wireless propositie van DG. Dit zou binnen het kader van de ontwikkeling plaats kunnen vinden.
Best Practices?	Heterdaadkracht Rotterdam Rijnmond
Potentiële eigenaren	Festival organisatoren, ondernemers (o.a. horeca en retail) en politie
Quick wins?	Directe link met daling kleine criminaliteit, toegenomen veiligheid in de binnenstad en prettiger klimaat en sfeer.
Globale businesscase	Minder criminaliteit, hogere omzet en lagere verzekeringspremies moeten voor ondernemers voldoende zijn om hier in te investeren. Er is een mogelijkheid om dit met een nieuwe regeling van het ministerie van EZ te combineren.
Realisatie termijn?	Korte termijn
Betrokken partijen	Gemeente, DG, netwerk operator, politie, MKB Noord en GCC, leverancier cameratoezicht
Uitvoering	Plan van aanpak maken, inhoudelijk en technisch concept ontwikkelen met de betrokken partijen, marktpartijen oplijnen voor het aanbod, daarna inventarisatie ondernemers en uitrol van de toepassing.
Doelgroepen	Alle ondernemers in Groningen, te beginnen in gebieden met een KVO
Wie nog meer nodig?	Keurmerk Veilig Ondernemen, ministerie EZ

Potentiele crossovers	met festivals, evenementen en andere tijdelijke activiteiten (in rotterdam is door de politie reeds een mobiele mast met camera's ontwikkeld (inclusief eigen stroomvoorziening voor een paar weken)
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box	

Parameters	Toelichting	Scoring
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	2
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	3
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	1
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	1
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	1
Investerings	Vergt dit hoge (extra) investeringen	2
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	1
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	1
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	1
<b>SCORE</b>		14

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)



2. Communities en interactie	
Naam Activiteit	
Acties	Omschrijving
	Opmerkingen
Projectidee	Toeristen hebben steeds sterker de behoefte om ervaringen te delen met anderen. Dit kunnen steeds vaker vreemden zijn met dezelfde interesses. Door zich van tevoren aan te melden op "Special Interest Groups" kan de bezoeker ter plekke contact zoeken met deze personen (maar ook later). Dit is te koppelen aan bestaande toepassingen als Twitter, Hypes etc.
Bestaande technologie?	Er bestaan legio community sites, de kunst is om een link te kunnen leggen met de bestaande communities en relevante Special Interest Groups te vormen. Deze communities zijn goed te koppelen aan Draadloos Groningen. Leden van de Special Interest Groups moeten elkaar op deze manier kunnen vinden.
Best Practices?	Twitter etc.
Potentiele eigenaren	Serviceverlener (eventueel i.s.m. de ondernemers)
Quick wins?	De beleving van steden en attracties is altijd beter als je deze met anderen kan delen. Deze toepassing kan ook individuele bezoekers trekken die zin hebben in een avond met gelijkgestemden en vooraf niet alles willen plannen.
Globale businesscase	Deze businesscase zal nog verder moeten worden uitgewerkt. Het verdienmodel moet nog worden ontwikkeld, IN ieder geval kan het een interessante optie zijn voor Groningen om de bezoekersaantallen omhoog te krijgen.
Realisatie termijn?	Midellange termijn
Betrokken partijen	Bestaande communities, marketingbureaus , toeristische koepelorganisaties
Uitvoering	Er moet eerst een inventarisatie plaatsvinden van bestaande toepassingen/communities. Dan kan worden bekeken of er voldoende markt is om deze dienst rond een aantal festivals in Groningen op te gaan zetten
	Er moet (evt in combinatie met festivals) een back-office portal komen waarin dit soort zaken worden geregeld.

Doelgroepen	Alle bezoekers van Groningen	
Wie nog meer nodig?		
<b>Potentiële crossovers</b>	<b>op het gebied van het inrichten van de back-office</b>	
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box		
<b>Parameters</b>	<b>Toelichting</b>	<b>Scoring</b>
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	3
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	2
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	1
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	3
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	2
Investeringsen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	1
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	2
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	2
<b>SCORE</b>		<b>19</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)



3. Digitale toeristen pas		
Naam Activiteit		
Acties	Omschrijving	Opmerkingen
Projectidee	Het verstrekken van "tijdelijke" digitale toeristenpassen voor verblijfstoeristen. Deze passen bieden de mogelijkheid voor vereenvoudiging van toegang bij attracties, het samenstellen van persoonlijke arrangementen, "gratis" openbaar vervoer, kortingen bij veel bedrijven in Groningen.	
Bestaande technologie?	Ja, er bestaan passen met een RFID chip die dit mogelijk maken. Er zal ook een ondersteunende infrastructuur aan moeten worden gekoppeld.	
Best Practices?	Schouwen Duivenland, Toeristische E-business Ameland	
<b>Potentiële eigenaren</b>		
Quick wins?	Er zijn een aantal van de andere in de workshops besproken concepten te "stapelen" op de digitale toeristenpas. Hiermee zouden de verschillende concepten tegelijkertijd in de markt gezet kunnen worden met de introductie van de toeristenpas.	
Globale businesscase	Marketing Groningen zou de digitale toeristenpas via de bestaande kanalen bij bezoekers onder de aandacht kunnen brengen. Op de kaart kunnen, zoals gezegd, diverse toepassingen gebundeld worden. De eigenaren van deze toepassing kunnen een kleine "fee" betalen voor het gebruik van de pas, waardoor deze exploitabel kan worden.	
Realisatie termijn?	Middellange termijn; de technische infrastructuur moet hier op aangepast worden, daarnaast is het zaak dat er eerst al een aantal toeristische toepassingen voor Draadloos Groningen in ontwikkeling zijn die met de pas kunnen worden gecombineerd.	
Betrokken partijen	Marketing Groningen, gemeente Groningen, netwerkpartijen en evt., Sensor Universe voor de doorontwikkeling van het RFID concept.	
Uitvoering	Technisch: Operator netwerk, DG, gekoppeld aan RFID partijen. Conceptueel: Marketing Groningen, GCC, gemeente andere koepels	
Doelgroepen	Alle bezoekers van Groningen	
Wie nog meer nodig?		

Potentiele crossovers	Eventueel in combinatie met monitoring (parkeren, afval, enz.)
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box	Het concept "digitale stadspas": Dit concept is goed uit te breiden naar alle bewoners van Groningen of naar de doelgroep van de "stadspas. Eigenaren van deze pas zouden bijvoorbeeld automatisch kortingen kunnen krijgen op alle aan de stadspas verbonden initiatieven en instellingen.

<b>Parameters</b>	<b>Toelichting</b>	<b>Scoring</b>
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	3
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	3
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	2
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	2
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	2
Investeringsen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	3
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	1
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	2
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	1
<b>SCORE</b>		<b>21</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)



4. "Gratis" Internet voor (zakelijke) verblijfstoerist		
Naam Activiteit		
Acties	Omschrijving	Opmerkingen
Projectidee	Beschikbaar stellen van "gratis" draadloos Internet voor de (zakelijke) verblijfstoerist. Dit is goed te koppelen aan "incentives" die de commerciële propositie van Groningse (horeca) ondernemers ondersteunt. Voorbeelden hiervan zijn gratis bij afname van consumpties of in combinatie met een toegangsportaal voor Groningen.	
Bestaande technologie?	Ja, dit kan gewoon op basis van de bestaande technologie. Er moet wel worden gekeken of het draadloze signaal op een groot aantal locaties "naar binnen kan worden getrokken" om hier echt een succes van te maken.	
Best Practices?	Vaak op kleinere schaal van hotels, horecaondernemingen en tijdelijke events.	
<b>Potentiële eigenaren</b>		
Quick wins?	Dit is technisch makkelijk en snel realiseerbaar. Het maakt Groningen direct aantrekkelijker voor zakelijke en toeristische bezoekers. Dit kan goed in combinatie met horeca en andere ondernemers in de binnenstad van Groningen worden opgepakt. Op basis hiervan is een sluitende businesscase redelijk snel te maken. Kan al voor de zomer in de lucht zijn indien gewenst.	
Globale businesscase	(Horeca) ondernemers, ambulante handel en middenstand in Groningen kunnen "wholesale" internettoegang inkopen en gebruiken in aanbiedingen richting het publiek (bij 1 consumptie op het terras 20 minuten internettoegang). Dit is ook een manier om klanten langer te binden (Nederlanders die iets krijgen willen het ook "op"gebruiken)	
Realisatie termijn?	Korte termijn	
Betrokken partijen	Trekker/initiatiefnemers: KHIN, RECRON, GCC, Gemeente Afnemers: Horeca, hotels, evenementen, ambulante handel, middenstand, instellingen zoals de bibliotheek etc.	
Uitvoering	Businesscase maken met providers internettoegang, via de koepels actief uitventen naar het bedrijfsleven in de binnenstad van Groningen	
Doelgroepen	Dagtoeristen, verblijfstoeristen, zakelijke bezoekers, studenten, Groningers etc	

Wie nog meer nodig?	
<b>Potentiele crossovers</b>	
Opmerkingen/eyeopeners en out of the box	Om hier een impuls aan te geven en de naamsbekendheid van het initiatief snel in de markt te zetten zouden de gemeente en andere sponsorsen dit bijvoorbeeld het eerste half jaar gratis aan kunnen bieden aan de ondernemers in de Groninger binnenstad

<b>Parameters</b>	<b>Toelichting</b>	<b>Scoring</b>
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	2
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	3
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	1
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	2
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	1
Investeringsen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	2
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	1
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	1
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	3
<b>SCORE</b>		<b>17</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)



5. Last minute applicaties		
Naam Activiteit	Omschrijving	Opmerkingen
Acties		
Projectidee	Online last minute boekingen maken voor overnachtingen, restaurants, voorstellingen, virtuele gids, etc	implementatie strategie wordt heel belangrijk
Bestaande technologie?	Op basis van bestaande technologie. Er zal met een combinatie van technieken gewerkt kunnen worden. Deze combi moet nog verder uitgezocht worden.	
Best Practices?	I-city hasselt Elders op beperkte schaal in combinatie met GPS routes	
Potentiële eigenaren	Gezamenlijke ondernemers, VVV, enz.	
Quick wins?	Toename aantal overnachtingen en meer bestedingen. Groningen kan eerste stad zijn die dit op grote schaal doet	
Globale businesscase	De dienst kan aangeboden worden aan toeristische en horeca ondernemers in Groningen. Bezoeker kunnen zich bij interesse van te voren aanmelden. Er moet uitgezocht worden of dit voor bezoekers een betaalde dienst kan worden, of dat het businessmodel volledig uit de aanbodkant moet komen.	
Realisatie termijn?	Korte tot middellange termijn. Er zal eerst een businessmodel uitgewerkt moeten worden en bekeken worden hoe dit technisch te realiseren is.	
Betrokken partijen	Marketing Groningen, GCC, MKB Noord, KHIN, RECRON	
Uitvoering	Ontwikkelen technisch concept, gesprekken met restaurateurs/hotelliers/middenstand etc. Uitwerken businessmodel en breed introduceren van de dienst.	
Doelgroepen	Aan de aanbodkant: horeca en middenstand in de binnenstad van Groningen. Aan de vraagkant: toeristen, bezoekers en zakelijke bezoekers van Groningen, eventueel ook goed aan te bieden aan organisatoren van congressen en zakelijke bijeenkomsten in Groningen.	
Wie nog meer nodig?		
Potentiële crossovers	Met de nodige andere diensten / back-office portal	

Opmerkingen/eyeopeners en out of the box	

Parameters	Toelichting	Scoring
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	3
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	3
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	2
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	1
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	1
Investeringsen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	2
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	2
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	<b>1</b>
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	2
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	3
<b>SCORE</b>		20

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)

## Dienstenbeschrijving Draadloos Groningen Toerisme Binnenstad



6. Location based services		
Naam Activiteit		
Acties	Omschrijving	Opmerkingen
Projectidee	Realtime en online aanbieden van locatiegebonden diensten, stads rondleidingen, informatie over attracties etc.	
Bestaande technologie?	Ja, de combi tussen GPS en Mobiel Internet via WI-FI moet nog wel gelegd worden in deze	
Best Practices?	Die zijn er legio, echter allemaal op beperkte schaal en zeker niet realtime.	
Potentiële eigenaren	Service provider	
Quick wins?	Door een combinatie te maken tussen LBS en realtime informatie kan de bezoeker van Groningen op korte termijn een uniek concept aangeboden worden. Dit kan een aanzuigende werking hebben op het aantal bezoekers en de dagelijkse bestedingen van deze bezoekers.	
Globale businesscase	Aangezien het mooi zou zijn als de bezoeker van Groningen deze dienst gratis aangeboden krijgt moet de businesscase aan de aanbodkant ontwikkeld worden. Dit zou een dienst zijn die Marketing Groningen en de gemeente samen zouden kunnen ontwikkelen en aanbieden. Op termijn kan, bij gebleken succes, worden gekeken of er secundaire inkomsten uit de markt gehaald kunnen worden. Te denken valt hierbij aan deelname fees van aanbieders, advertentieruimte etc.	
Realisatie termijn?	Korte termijn als de gemeente en Marketing Groningen dit samen oppakken en in de markt gaan zetten.	
Betrokken partijen	Marketing Groningen, Gemeente Groningen voor het ontwikkelen van de dienst.	
Uitvoering	Idem	
Doelgroepen	Bezoekers en toeristen, horeca, culturele sector, middenstand etc.	
Wie nog meer nodig?		
Potentiële crossovers	met last minute applicatie en anderen diensten	

Opmerkingen/eyepeners en out of the box	Deze dienst kan op middellange termijn uitgebreid en gekoppeld worden aan de ontwikkeling van communities en interactiemogelijkheden. Hierdoor kunnen bezoekers, naast de reguliere informatie ook aanvullende info krijgen van eerdere bezoekers van GRoningen, die hun persoonlijke ervaringen willen delen.	
---	--	--

<b>Parameters</b>	<b>Toelichting</b>	<b>Scoring</b>
Ontwikkeltijd	Hoe lang is de "time to market"	<b>3</b>
Benodigd aantal partners	Hoeveel partijen zijn nodig	3
Technische realisatie	Is het bestaande of nieuwe technologie	<b>2</b>
Businessmodel	Hoe ziet het verdienmodel er uit?	<b>3</b>
Lokale trekkers	Is er een logische partij die dit wil oppakken	<b>2</b>
Investeringsen	Vergt dit hoge (extra) investeringen	3
Aanwezigheid aanbieders	Zijn er aanbieders bekend van deze diensten?	1
Crossovers	Is er een overlap met andere initiatieven en diensten die worden ontwikkeld?	1
Best Practices	Zijn er al elders dergelijke toepassingen?	1
Opschaling	Is er een bredere (landelijke) businesscase van te maken	<b>3</b>
<b>SCORE</b>		<b>22</b>

(1 = goed, 2 = gemiddeld, 3 = slecht)