

Puck & Hans

- Een interactieve etalage voor 50-plussers -

De Opdracht

Deze zomer zal er in het Amsterdam museum een tentoonstelling zijn ter ere van het toonaangevende modeduo Puck en Hans. Aan ons is gevraagd om een elektronische omgeving te ontwikkelen ter ondersteuning van deze tentoonstelling. Het hoofddoel van deze elektronische omgeving is dat het er een wordt die de stijl van Puck en Hans vertaalt. Het moet dus zowel een aanvulling op als vertaling van de tentoonstelling is. Hierbij is het belangrijk dat de bezoeker online en offline een overeenkomende ervaring hebben.

Over Puck en Hans

Puck en Hans waren een toonaangevend modeduo dat in de jaren 70, 80 en 90 winkels had in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag. Puck en Hans stonden voornamelijk voor vernieuwing en ongewone ontwerpen. Zij wilden graag de truttigheid bestrijden, zoals zij dat zelf formuleerden. De winkel verkocht eigen ontwerpen en ontwerpen van andere modehuizen die Puck en Hans interessant vonden. Zo waren zij de eerste die Jean Paul Gaultier verkochten in Nederland. Zij begonnen hun winkel met name voor de lol en niet om winst te maken. De winkel was een groots succes onder jonge modeliefhebbers en verkreeg bovendien (internationale) erkenning. In 1987 mochten zij zelfs de Fil d'Or prijs in ontvangst nemen. In 1997 werden zij beiden zelfs tot ridder geslagen in de orde van Oranje-Nassau onder andere voor hun toonaangevende rol in de nederlandse mode industrie.



De wensen van Het museum

• Esthetiek

Normaliter zijn de tentoonstellingen van het museum chronologisch, de tentoonstelling van Puck en Hans wordt echter meer ingedeeld op stijl. De elektronische omgeving moet ook zo ingedeeld worden.

• De Puck en Hans "ervaring"

Het museum wil ook graag dat de applicatie aansluit bij de stijl van Puck en Hans, de zogenaamde Puck en Hans "ervaring".

• Twee doelgroepen

De tentoonstelling is vooral gericht op 50-plussers echter moet de applicatie ook nog interessant blijven voor hun andere doelgroep: de jonge modeliefhebber.

• Voor of na het bezoek

Belangrijk is dat de applicatie vooraf of achterafgaand van het bezoek bekeken kan worden. Vooraf zonder naar het gaan van de tentoonstelling overbodig te maken en om het bezoeken van de tentoonstelling juist aantrekkelijker te maken³. Achteraf zodat bezoekers nog kunnen nagenieten.



De wensen van De 50-plusser

• Passend design

Uit onderzoek is gebleken dat er veel richtlijnen zijn waar design voor ouderen zich aan moet houden. Zo moeten onder anderen witte achtergronden met zwarte letters vermeden worden en zijn dropdowns een echte no-go. Uit ons eigen statistisch onderzoek is ook gebleken dat 50-plussers moeite hebben met horizontaal scrollen¹.

• Nostalgie

Veel bezoekers van de tentoonstelling zullen vroeger zelf de kleding van Puck en Hans gedragen hebben, daarom is het belangrijk dat ons ontwerp goed aansluit bij de stijl van Puck en Hans, want dat is waar deze groep mensen bekend mee is.

• Nagenieten zonder moeite

50-plussers zijn over het algemeen ongeduldig op het gebied van technologie, daarom moet de site niet te ingewikkeld zijn. Daarnaast bezoeken veel 50-plussers de website van het museum waar ze net zijn geweest om na te genieten⁵. Het design moet dus niet in de weg staan van hun ervaring.



De wensen van De jonge modeliefhebber

• Bepalen of de tentoonstelling interessant is

Een jongere die niet bekend is met de werken van Puck en Hans wil weten of de tentoonstelling de moeite waard is om te bezoeken. Een paar representatieve voorbeelden van items uit de collectie, en de stijl van Puck en Hans, zullen dus moeten helpen met het bepalen of de tentoonstelling een is die ze willen bezoeken⁴.

• Inspiratie

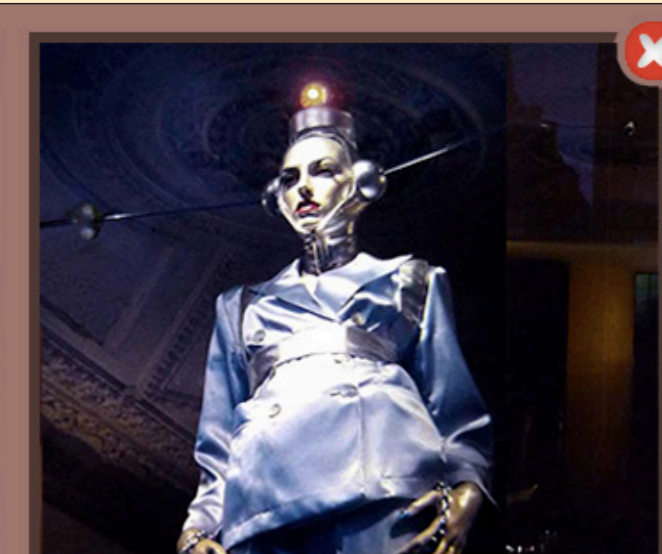
De jonge modeliefhebber bezoekt vaak musea om inspiratie op te doen voor zijn of haar eigen werken en outfits, de applicatie moet dus veel verschillende voorbeelden van de kleding van Puck en Hans geven om een zo breed mogelijk beeld te geven.

• Social-media integratie

Vaak is de jonge modeliefhebber heel actief op social-media, hier delen ze bijvoorbeeld hun eigen outfits. Een omgeving waar ze kunnen pronken met hun eigen kleding zou dus ideaal zijn².

Het eindproduct

Een "interactieve" etalage, bevattend paspoppen uit de meest spectaculaire etalages van Puck en Hans. Wanneer de gebruiker met zijn muis op een van de paspoppen staat, licht deze op. Als de gebruiker op de paspop klikt verschijnt er een popup met een foto en informatie over de etalage. De gebruiker kan zijwaarts scrollen, maar ook navigeren met de grote pijlen aan de zijkanten van het scherm¹. Daarnaast is er nog een etalage die gebruikers met foto's van zichzelf kunnen vullen en delen op social media². Op die manier laten zij niet alleen hun eigen outfits aan de wereld zien maar wordt de tentoonstelling van Puck en Hans gepromoot³. Deze webapplicatie geeft de gebruikers een voorproefje van de tentoonstelling⁴, maar is ook een manier waarop gebruikers kunnen nagenieten van hun bezoek aan het Amsterdam Museum⁵.



Ipsum etalage, 1974
Deze etalage stamt uit 1974, afkomstig van de herstcollectie van Puck & Hans. Morbi ac dolor sem. Aliquam suscipit vulputate hendrerit. Ut semper turpis non dui molestie, sit amet sagittis quam porttitor. Ut semper turpis non dui molestie, sit amet sagittis.