



9.12.2005 // HyperFit-hankkeen kokous
Sonja.Kangas@vtt.fi



"Exergame"/ "exertainment" perusteet

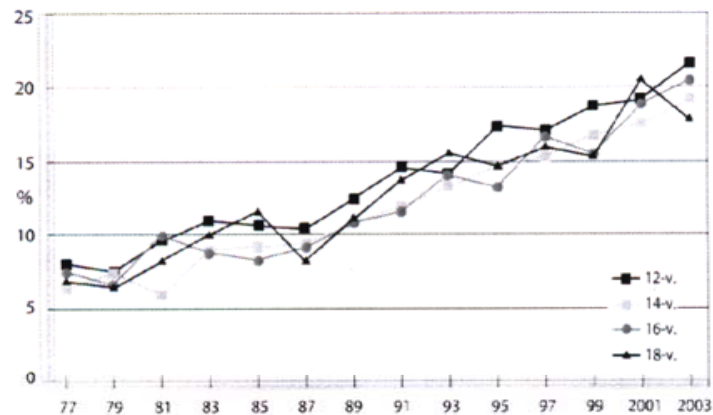
- Exergame = exercise + game *"stealth exercise"*

- Exergame-tuotteissa yhdistyy 1) kuntoiluun/hyvinvointiin motivointi, 2) tiedonjakaminen, 3) arki, 4) sosiaalisuus ja 5) viihde/tarina/peli
- 1) Hektinen, informaatorikas ja mobiili elämäntyyli
 - uudet ja fragmentoituneet kuluttajasegmentit/tarpeet
 - kuluttajat sisällöntuottajina, innovaattoreina tai informaation jakajina
- 2) Ennaltaehkäisevä (kaksisuuntainen) terveystkasvatus
 - 100 vuotta sitten tarttuvat taudit kuten tuberkuloosi, keuhkokuume ja influenssataudit olivat huolenaiheina. Tänä päivänä yleisiä kuolinsyitä ovat sydäntauti, syöpä ja halvaukset, jotka johtuvat suurilta osin elintapojen muutoksista.
 - *"Jos olet teini-iässä kunnossa, olet sitä myös vanhempana"*

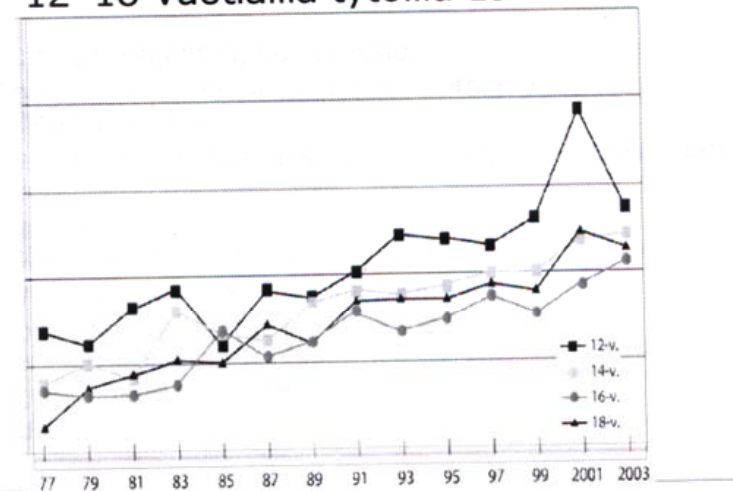
"Exergame"/ "exertainment" perusteet

- Nuorten oireilu ja kehittyvät hyvinvointiin liittyvät huolet: liikalihavuus, ajankäytön muutokset (digitaalinen media painottuu), ravintotottumukset...

Ylipainoisuuden esiintyvyys (%)
12–18-vuotiailla pojilla 1977–2003



Ylipainoisuuden esiintyvyys (%)
12–18-vuotiailla tytöillä 1977–2003



(Lähde: Suomen sydänliitto)

Exergame-hanke

- Syyskuu 2005 - joulukuu 2006
- VTT:n Service Beyond Technologies -teemahanke
- VTT Biotekniikka, Elektroniikka, Tietotekniikka ja Tuotteet&Tuotanto
-

Maximus Wellness



SUUNTO
Wristop Computers

Kunto



- Kohderyhmät: 13-18 -vuotiaat nuoret ja työpaikkaliikunta (tapahtumat)
- Kotiympäristö (UPnP) ja mobiili (RFID, hybridimedia, kontekstietoisuus)
- Kuluttajatutkimus, markkinatutkimus (prototyypeistä), teknologia roadmap
- Konsepteja ja 2-3 prototyyppiä (Agile-metodi)
- Tavoitteena +5-vuoden aikajänteellä edistää kv-markkinoille kohdennettujen "exergame" palvelu-, ohjelmisto- ja laitteistotuotteiden kehitys- ja tuotteistusprosessia

EXERGAME-hankkeessa tutkitaan...

Uudenlaisia pelimäisiä (motivoivia) sovelluksia, joissa fyysinen toiminta yhdistyy viihteelliseen ajanvietteeseen. Hankkeessa painotutaan (cross media) mobiilisovelluksiin, mutta sivutaan myös kotiympäristössä käytettäviä "exergame"-tuotteita.

Ideana on kehittää uudenlaisia ratkaisuja, joilla

- 1) motivoida seuraamaan omaa hyvinvointiaan/kuntoaan,
- 2) tarjota hyödyllistä tietoa ja
- 3) opastaa/verkottaa.

Exergame-ilmion sijoittuminen kuntoilun kentälle

Teknisavusteinen kuntoilu

Exergame (viihde)



*"Burn Calories and Monsters
On the ExerGame Bike"*



40-v. mies (nainen)
aktiivikuntoilija

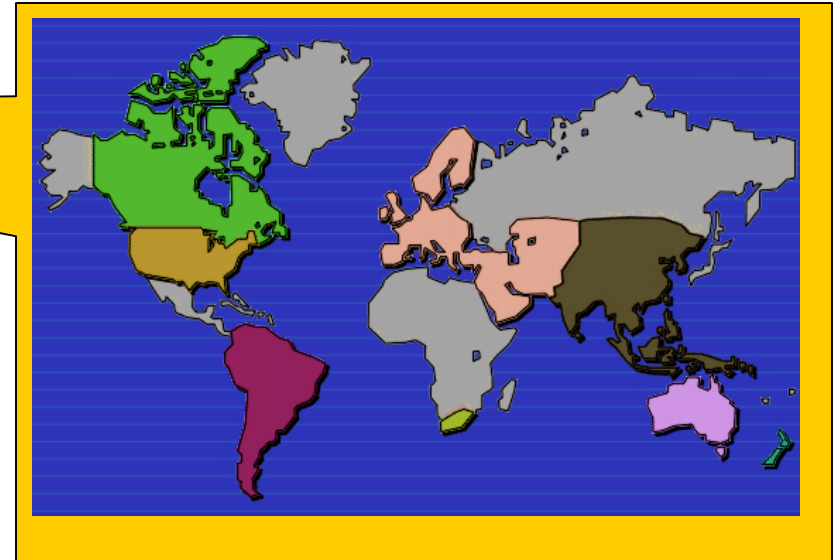
Teini-ikäinen poika
(tyttö)

Kuntoilua ilman hikeä?

- Ei, vaan kuntoilu osaksi sosiaalista elämää, arkikuntoilu näkyväksi
- Osaksi arkea (hengailu, matkailu, shoppailu, työmatkat...)
- Motivaatiotekijät
- Ohjatun kuntoilun / toiminnan sekä seurannan tarve
- Kilpailufunktio, vertailu (vertaisryhmät)
- Osallistuminen kokemuksen tuottamiseen
- Tekniikka motivoinnin, jakamisen ja seurannan avuksi

Rinnakkaisilmiöitä

- MegaZone
- Kuntotestit yms. verkossa
- Fyysinen pelaaminen (mm. EyeToy)
- Social gaming (sosiaalinen pelaaminen)
- DDR (Dance Dance Revolution)



Konami (Japani)
2003 joulukuu
yli 2 miljoonaa kopiota myyty
getupandmove.com
Inferno (SE)
7th Level (<http://www.cafelevel7.fi/>)

Kiitos!

Sonja.Kangas@vtt.fi

EXERGAME-hankkeen verkkisivut (myös blogi):

www.vtt.fi/exergame

