

# BabelKreativ workshop: Deel de ruimte

<b>Datum:</b>	zaterdag 17 maart 2012
<b>Locatie:</b>	flexwerkplaats, Pakhuis Saigon, Veerdijk 40F+G, Wormer
<b>Workshopleider:</b>	Arnoud van den Heuvel; oprichter Doe het niet zelf <a href="http://www.doehetnietzelf.org">www.doehetnietzelf.org</a> , editor, ontwerper en animator.
<b>Organisatie:</b>	Nanine Carree, architect; Marcel Fraij, kunstenaar; Carlos Beira, architect
<b>Sprekers:</b>	Marcel Koeleman, beeldend kunstenaar, Wendemarc Peter- Jan van Steenberg, directeur St. Zaanse Schans Arnoud van den Heuvel, Stichting doe het niet zelf
<b>Deelnemers:</b>	Brian Sahertian Jacob Reitsma, Jeanet Verweij, Joanna Zegers, Jeska van de Waals Kees Hummel, Kwame van Eindhoven, Maha Benachir, Marcel Fraij, Marcel v.d. Drift, Marcel Koeleman, Mirjam Voets Paul Carree, Nanine Carree, Nick Timman, Nihad Avdic, René van de Waals, Rutger Morelissen, Sem Carree, Slaven Mandic Eva Rijs, Anouk Distelbrink, Krijn van der Voorn,
<b>Expertpanel presentatie:</b>	Jeroen Olthof, wethouder: wonen, sport en recreatie, monumenten en archeologie; Tom Bakker, communicatiedeskundige Universiteit van Amsterdam; Mark Damman, interactieve communicatie, d-tail company; Katrine van Klaveren, Stichting Tengel, kunstenaar
<b>Bezoekers:</b>	ca 30

**De Zaanstreek is een gevarieerde regio, maar loopt hier niet mee te koop! Welke aspecten en gebieden zouden de deelnemers een stimulans willen geven om zo de ruimtelijke ervaring en kwaliteit te vergroten en in welke vorm?**

**In deze workshop stond naast creativiteit ook multimedia centraal. Zou de nieuwe media een kwaliteitsslag kunnen leveren voor de beleving van de openbare ruimte in Zaanstad? Zou dit het toerisme in eigen stad en mensen van buitenaf kunnen stimuleren?**

**Hier werd over gebrainstormd tijdens BabelKreativ 2012. Op uitnodiging kwam een groep van ca. 25 enthousiaste deskundigen, architecten, stedenbouwers, kunstenaars, landschaparchitecten, vormgevers, erfgoeddeskundigen, communicatiedeskundigen etc. bij elkaar.**

**Door de verschillende achtergronden barstte er een explosie aan creativiteit los. Aan het einde van de dag presenteerde de groepen het resultaat voor het publiek en een expertpanel.**

Aan de hand van 3 lezingen gaf workshopleider Arnoud van den Heuvel de workshopdeelnemers een inspiratiebodem voor deze workshop. Marcel Koeleman, beeldend kunstenaar, nam ze mee naar Instinct Navigatie. De helft van de contacten leg je bewust binnen je eigen landschap, de andere helft onbewust. De smartphone is de machinekamer van zijn gedrag hoe zou je aan de hand van 7 zonden en 7 deugden het instinct kunnen ontsluiten? Hoe kan je navigeren naar een gemoedstoestand? Zou je bijvoorbeeld de signalen van ons dichtbevolkt land die worden uitgezonden kunnen opslaan op een kaart. Waardoor je naar verschillende gemoedstoestanden kunt navigeren. De tweede inleider was Peter Jan van Steenberg, directeur Zaanse Schans. Hij vertelde over de ontwikkeling van e-tourisme. Hoe je met behulp van bijvoorbeeld de Zaanse Schans app oude kennis kunt hergebruiken en verschillende activiteiten kunt koppelen. Het delen van de beelden is een belangrijke promotie. Tot slot gaf

workshopleider Arnoud van den Heuvel van Doe het niet zelf nog een aantal inspirerende voorbeelden van projecten in de openbare ruimte waar nieuwe media en interactie met de voorbijganger een rol spelen. Een voorbeeld was buiten beter, waar problemen gemeld worden waarna de gemeente ze oplost, bv vuilnisoverlast. Maar ook een internettunnel in Leidscherijn waar je een boodschap kunt sturen naar een lichtkrant.

In groepjes kon de creativiteit met de Zaanstreek als casus losbarsten. Dit resulteerde in een aantal verrassende ideeën

### **Odeur de Bastion (Geurschans)**

De geheim van de streek is de geur, deze zou je willen beleven. Deze geuren ontsluiten en binden gebeurt op verschillende manieren. Naast het weercijfer, krijg je bij binnenkomst in de Zaanstreek via een multimedia bericht een geurniveau. Deze geeft naast een cijfer ook een fysieke plek aan waar de geur het best waarneembaar is, de zogenaamde geurprikkelgebieden. Daarnaast zullen de verhalen van geuren worden verzameld en gelinkt aan een plek en route. Deze verhalen worden verzameld middels het plaatsen van geurkasten op centrale plekken, zoals het stadhuis, waar Zaankanters hun associaties met een bepaalde geur kunnen doorgeven. Deze verhalen worden verwerkt in een interactieve kaart, die altijd kan worden aangevuld, waardoor weer nieuwe routes ontstaan. Ten slotte is er ook een fysiek geurcentrum "TNO van de geur" op de Hemmes. Hier doet het bedrijfsleven en het onderwijs onderzoek naar geur, een expertisecentrum. Zo wordt geur geen hinder maar een exportproduct dat op korte en lange termijn mensen aan de Zaanstreek bindt.

### **Zaans DNA wereldwijd**

De Zaanstreek heeft grote invloed gehad op Nederland en op de wereld, Zaans DNA is overal terug te vinden! Dat de Zaanstreek het eerste industriële gebied was... dat is wijs bekend, maar wist u ook dat de onafhankelijkheidsverklaring van de Verenigde Staten op Zaans papier is ondertekend?

Wat als er geen Zaans papier voorhanden was geweest? En al deze, en andere "feiten", kunnen we projecteren op Zaandam voor een knooppuntenroute langs gelateerde bestaande en nieuwe "knooppunten"... de wereld terug geprojecteerd op de Zaanstreek! Zaanstad is nu nog te onbekend, met een niet altijd positief imago. Dat zal veranderen door op een coherente wijze het hernieuwde imago (Zaanse Bravoure, DNA wereldwijd verspreid) te gebruiken voor het "produkt", de Knooppuntenroute, door middel van broadcast via Youtube (wereldwijd) en narrowcasting (lokaal). Om na Czaar Peter, Napoleon, Claude Monet, en vele anderen, ook de moderne toerist zo nieuwsgierig te maken dat hij hier naar toe wil om de Zaanstreek te beleven! "Een wereldreis door de Zaanstreek, werelds!

### **Zaantalks**

Zoals de geschiedenis van de druif de wijn smakelijker maakt en het relaas achter een schilderij het kunstwerk mooier, zo kunnen verhalen de kwaliteit van onze beleving van de ruimte positief beïnvloeden. Het voelt anders, je kijkt anders als je die extra laag informatie hebt.

In de Zaanstreek zijn er heel veel verhalen. Er zijn al mensen en organisaties die de verhalen verzamelen. Je hebt Oneindig Noord-Holland, KijkZaans, Monumenten Spreken

en de nodige boeken. Er valt heel veel te halen als we die verhalen beter kunnen ontsluiten en aan de locatie zelf kunnen koppelen. Ziedaar, het verhaal achter ZaanTalks.

Locaties met een verhaal worden voorzien van een groen plaatje met een code of nummer (zoals yellow arrow). Mensen kunnen via een applicatie op hun smartphone ter plekke het verhaal achter de locatie oproepen. Het verhaal komt als kort filmpje, de beste manier om ter plekke de informatie tot je te nemen, maar met de code kun je ook uitgebreidere informatie (tekst/beeld) opvragen. Ook ter plekke als je nieuwsgierig bent of op je gemak als je weer thuis bent. Voor de toeristen komt er ondertiteling en taalversies.

### **Wordt vervolgd**

Een festival van de vertraging, want juist als je ergens voor langere tijd bent neem je de omgeving goed in jezelf op. Wat kunnen verwachten? Nou niets. Een bus met bestemming onbekend, een verrassingsfiets met leeglopende banden, grote afstanden (wc in Oostknollendam en dat tap in Assendelft), een terugtellende klok. Hierdoor ontstaat een aanleiding om het medium te delen.

### **Saenconnectors**

Een project voor en door Zaankanters. Tijd en plaats zijn relatieve begrippen in nieuwe media. De stemmingen van mensen en de verhalen zou je meer zichtbaar willen maken. De locatie om dit te doen zijn de bruggen. De Zaan is een barriere waar je meerdere malen overheen moet. Bij het opengaan van de bruggen is er 3 min exposuretime. Hier kunnen foto's van bepaalde thema's worden geprojecteerd en middels "likes", kunnen deze worden vergroot. Op deze manier wordt frustratie omgezet in het delen van kennis van de Zaanstreek en de Zaankanter.

Ook de jury was verrast met het resultaat na 1 dag. Er zaten bruikbare ideeën bij en ook hele leuke maar misschien niet direct uitvoerbaar. Tom Bakker geeft aan dat het moeilijk is om mensen te activeren met nieuwe media. Er is een bepaalde kritieke massa nodig. Als dit enthousiasme nog 3 dagen zou worden vastgehouden dan liggen er 5 bruikbare ideeën op de plank die de Zaanstreek op de kaart zet.