

MM

NIEUWS

2012 # 5

MARKETING- EN MANAGEMENT
NIEUWS VOOR ONDERNEMERS
IN DE CULTURELE EN CREATIEVE
INDUSTRIE



thema SYNERGIE EN TRANSMEDIA

High-tech synergie

Samen met Virtueel Platform duiken we dit nummer in de wereld van transmedia en de mogelijkheden tot synergie die het met zich mee brengt. Over viral Youtube-filmpjes, dansende canta's en het publiek in de hoofdrol.

[Vanaf pagina 3.](#)

Killer game

De serie *Dexter* breekt records op de Amerikaanse televisie. Howard Goldkrand, bedenker van de *alternate reality game* rondom de serie, heeft een grote hand gehad in dat succes. We gingen met hem in gesprek.

[Vanaf pagina 6.](#)

Roof als reclame

The Spiral verenigde zes Europese musea rondom een spannend verhaal van internationale kunstroof. Hille van der Kaa en Eefje op den Buysch vroegen het Van Abbemuseum in Eindhoven over hun deelname en het succes van de serie.

[Vanaf pagina 31.](#)

MM NIEUWS

MMNieuws is een uitgave van Buro Menno Heling.

Hoofredactie Menno Heling en Stefan Penders
Eindredactie Stefan Penders
Redactie en administratie
Buro Menno Heling
Planciusstraat 13b
1013 MD Amsterdam
T 06 - 31974866

Aan dit nummer werkten mee

Emily Ansenk, Steve Austen, Eefje op den Buysch, Gerard Challa, Twan Eikelenboom, Jeroen Gijssels, Ellen Groenveld, Howard Goldkrand, Giep Hagoort, Jos de Haan, Michelle 't Hart, Menno Heling, Hein Hofman, Johan Idema, Hille van der Kaa, Klaas Kuitenbrouwer, Pepijn Kuyper, Michel Langendijk, Max Meijer, Stefan Penders, Hilde Smetsers, Nathalie Sonck, Floor van Spaendonck, Katia Truijten, Nancy Wiltink, Gerard Wolters.

Redactienetwerk

- Martijn Arnoldus (Kennisland)
- Gerbrand Bas (Designlink)
- Dimitri van den Berg (Dolhuys)
- Inez Boogaarts (Nederlands consulaat-generaal Düsseldorf)
- Andries van den Broek (SCP)
- Thomas van Dalen (Thomas van Dalen Advies)
- Marco van Es (Gelders Orkest)
- Freek van Duyn (Frame)
- Evellien ter Ellen (Odeon/De Spiegel)
- Jos de Haan (SCP)
- Giep Hagoort (HKU/ASOM)
- Michelle 't Hart (ACMC)
- Joost Heijthuisen (Incubate)
- Hein Hofman en Hilde Smetsers (We Cross)
- Peter Horsten (NHTV)
- Lucie Huiskens (Kunstenaars&Co)
- Johan Kolsteeg (HKU)
- Isjah Koppejan (HKU/CMBKU)
- Ann Laenen (Laenen cultuurcommunicatie)
- Michel Langendijk (Virtueel Platform)
- Letty Ranshuysen (Bureau Letty Ranshuysen)
- Max Meijer (TiMe Amsterdam)
- Dirk Noordman (Adviesbureau Cultuurtoerisme)
- Giel Pastoor (Parktheater Eindhoven)
- Pieter de Rooij (NHTV)
- Margo Rooijackers (NHTV)
- Arno Ruis (provincie Utrecht)
- Rob van Steen (LAGroup/theater de Hanzehof)
- Bastiaan Vinkenburg (Berenschot BV)
- Karel Werdler (InHolland)
- Simon de Wijs (Colin)

Opgeven advertenties

T 06 - 31974866
E advertieren@mmnieuws.nl

Vormgeving
Roquefort Ontwerpers
(www.roquefort.nl)

Drukwerk
Drukkerijfabriek, Oosterhout

Van Dooren Advies, BMC en Virtueel Platform zijn partner van MMNieuws

virtueel_ platform



BMC | advies management

INHOUD

03

SAMEN VERHALEN VERTELLEN
Synergie als sleutelwoord voor samenwerking

Floor van Spaendonck

04

column
EEN SPROOKJE OVER DE
WELDAAD VAN DE SYNERGIE

Steve Austen



06

"IK WIL DAT ER VOOR MIJ OOK
IETS OP HET SPEL STAAT"

In gesprek met Howard Goldkrand

Twan Eikelenboom

09

Best Practice
BEST PRACTICES
Successen uit de mediawereld

10

Best Practice
HUMAN BIRDWINGS
Van mythische droom tot mediahype

Katia Truijten

11

Best Practice
HET NATIONALE CANTA BALLET
Wat betekent bewegen?

Katia Truijten

12

Best Practice
HET PUBLIEK ALS HELD

Katia Truijten

14

RETHINKING TRANSMEDIA
Lance Weiler on new ideas and new challenges

Klaas Kuitenbrouwer & Katia Truijten

16

TRANSMEDIAREGELINGEN
Cultuurfondsen voorzichtig in nieuw vaarwater

Klaas Kuitenbrouwer

18

adressenselectie
UITGEZOCHT

20

CONTENT OP SCHAAL
Het belang van context en schermgrootte voor online succes

Hein Hofman



21

TRANSMEDIAAL ERFGOED
Geschiedenis met een draai

Jeroen Gijssels

22

SUPERMARKTMODEL OF NIET?
De rol van het theater in een veranderende samenleving

Pepijn Kuyper & Gerard Wolters

24

GLASGOW LIFE
Krachtige samenwerking aan de Clyde

Max Meijer

26

KUNST 2.0
In gesprek met de organisatoren van Museum Minutes
Redactie MMNieuws & Johan Idema

28

sep
BREED AANBOD, VERSPREID
GEBRUIK

Jos de Haan & Nathalie Sonck

29

MIND THE GAP!
Ontwikkelen van winstgevende productlijnen in licentie

Ellen Groenveld & Gerard Challa

30

KUNSTROOF ALS PR-MIDDEL
The Spiral als transmedia case study

Eefje Op Den Buysch & Hille van der Kaa

32

STORYTELLING EN EMPOWERMENT
Vind kracht in verhalen

Nancy Wiltink

34

column
FUN OF FUNDRAISING

Michelle 't Hart

35

column
CREATIEF 1 PLUS 1 = >3

Giep Hagoort



SAMEN VERHALEN VERTELLEN

Synergie als sleutelwoord voor samenwerking

Tekst: Floor van Spaendonck

Dit nummer van MMNieuws staat synergie centraal. In samenwerking met Virtueel Platform duiken we dieper in de wereld van transmedia en storytelling. Wat is het nut voor de culturele sector en wat kunnen we leren uit de praktijk tot dusver? Floor van Spaendonck, directeur van Virtueel Platform en gasthoofdredacteur van het huidige nummer, geeft de aanzet.

Breekt nood echt wet, of beginnen we door te krijgen dat de som meer kan zijn dan het optellen van de delen? De golf aan samenwerkingen die de laatste tijd is ontstaan, laat in ieder geval zien dat samenwerkingen worden opgezocht en dat er resultaat wordt geboekt. Mijn keuze voor het thema van deze MMNieuws gaat in op deze ontwikkelingen en stelt synergie als gevolg van nieuwe werkvormen centraal.

Op organisatorisch gebied zie ik om mij heen veel fusies maar er zijn ook interne veranderingen bij opleidingen en instellingen. Ze willen meer een reflectie zijn van de praktijk door de hokjesgeest te verbannen. Muren tussen afdelingen worden afgebroken en er ontstaan gemeenschappelijke programma's. Niet alleen inhoudelijk komen programma's samen maar er worden ook fysieke ruimtes gecreëerd. Een voorbeeld hiervan is de enorme groei van gezamenlijke *medialabs* bij opleidingen. In de beroepspraktijk van creatieven is dit soort synergie goed zichtbaar door de opkomst van transmedia storytelling.

Transmedia

Dat ons mediagebruik verandert, is voor veel lezers van MMNieuws waarschijnlijk geen nieuws. We maken zelf gebruik van verschillende media om informatie tot ons te nemen en erop te reageren. In de communicatiestrategie voor bijna elk project moeten

verschillende media worden opgenomen. Hoe zorg je ervoor dat wanneer je meerdere media gebruikt dit ook echt leidt tot synergie en niet slechts tot een opstelsom?

Makers experimenteren al enige tijd met het vertellen van verhalen door gebruik te maken van meerdere media. Deze transmediale projecten zorgen ervoor dat je via verschillende media op verschillende momenten en manieren een verhaalwereld kunt betreden. Denk aan een film waarvan je de verhaalwereld kunt bereizen in een game en die achtergrond krijgt in een stripverhaal. Of een boek waarvan de karakters een online identiteit hebben en met fans communiceren.

FLOOR'S FAVORITES

YOU WERE IN MY DREAM

Deze interactieve installatie van Isobel Knowles en Van Sowerwine werd getoond tijdens Cinekid MediaLab in 2012. *You were in my dream* slingert je in één klap een bizarre droom-junglewereld in, waar je de hoofdpersoon speelt in je eigen gekozen avontuur. De installatie is in beheer van Cinekid.



COVER

door Josse Blase



Josse Blase is een illustrator, afgestudeerd aan de Hogeschool van Kunsten in Utrecht.

Zijn stijl kenmerkt zich in humor, kleur, speelsheid en een groot gevoel voor detail. Voor meer info:

www.josseblase.com

advertentie

ROQUEFORT
ONTWERPERS
WWW.ROQUEFORT.NL

tekst uitleg
ONTWERP EN REALISATIE
www.tekstenuitleg.nl 023-5316693

museums
educative exhibitions
information centers
tourist attractions
science centers
technical working models
scale models
eye-catchers
prototypes
exhibition engineering
BRUNS
WWW.BRUNS.NL

Transmediaal vertellen moet niet verward worden met een crossmediale aanpak waar dezelfde inhoud gewoonweg via meerdere kanalen wordt aangeboden. Er ontstaan nieuwe vormen van verhalen vertellen die geweldige lagen kunnen aanbrenge en de beleving van de gebruiker versterken. Tegelijkertijd vraagt transmediaal produceren om nieuwe vormen van aanpak op juridisch, financieel en inhoudelijk

FLOOR'S
FAVORITES

NEDERLAND VAN BOVEN

Nederland van Boven is een VPRO-serie die door middel van luchtopnames, interviews en computeranimaties datajournalistiek een geheel andere vorm geeft. Samen met de interactieve website schetst de serie een verrassend beeld van Nederland en haar bevolking.



gebied. We hebben voor dit nummer pioniers opgezocht die hier al stappen in hebben gezet.

Synergie

Synergie is het sleutelwoord voor samenwerkingen tussen disciplines en sectoren. Culturele disciplines werken meer samen door de gedeelde handvatten die digitale media bieden. Experimenten die in e-cultuur zijn gedaan worden toegepast in het bedrijfsleven en investeringen uit de commerciële sector zorgen voor nieuwe financieringsmogelijkheden voor cultuurmakers. Daarbij is de cultuursector in het afgelopen jaar ook door de politiek gedwongen om na te denken over fusies, efficiënter werken en inkrimpen waardoor de samenwerkingen ontstaan.

In deze MMNieuws staat synergie centraal. We kijken met name naar de praktijk van transmediaal werken omdat hierbij elk medium dat wordt

ingezet uitgaat van zijn eigen kracht maar wel in dienst staat van het volledige verhaal. De praktische modellen die dit oplevert, zijn zeer goed toe te passen in marketing en communicatie, zowel voor de cultuursector als voor het bedrijfsleven. De eigen kracht en de kennis van het vakgebied is hierbij de belangrijkste voorwaarde om ruimte te bieden aan de samenwerking en anderen toe te laten. □



Floor van Spaendonck is directeur van Virtueel Platform. Naast een groot netwerk in de e-cultuursector volgt en beïnvloedt ze trends en ontwikkelingen in de wereld van e-cultuur. (floor@virtueelplatform.nl)

column

STEVE AUSTEN

EEN SPROOKJE OVER DE WELDAAD VAN DE SYNERGIE

Voor eenieder die met verbazing de opheffing van de sectorinstututen in de podiumkunsten heeft gadeslagen is de vrolijke en pontificale, vrijwel gelijktijdige, oprichting van het sectorinstituut voor architectuur, design, mode en e-cultuur onder de voorlopige naam NIADEC een licht hallucinerende ervaring.

Gaat het hier om een fata morgana? Om een van de weinige voorbeelden van het sardonische gevoel voor humor van Halbe Zijlstra of om de langzame maar onvermijdelijke prelude op het opheffen van ook dit sectorinstituut over een jaar of tien, vijftien; juist dan wanneer het zijn grootste nationale en internationale succes weet te behalen?

Het grote voordeel van het aangaan van "nieuwe" allianties is dat er niet of nauwelijks tijd overschiet om achterom te kijken. Dat is jammer want van de inrichting van het Nederlandse kunstbeleid dat pas zo'n vijftig jaar bestaat, valt wel wat op te steken. Uiteraard bestond er voor de oorlog ook al zoiets als Rijkskunstbeleid. Dat had vanaf Koning Willem I, mede door diens persoonlijke bemoeienis, geleid tot enige prominente nationale instituten zoals het Rijksmuseum.

Een echt kunstbeleid met de daarbij behorende serieuze financiering hebben we te danken aan de Duitse bezetter, die ervoor gezorgd had dat de Rijksbegroting een substantiële post voor de kunsten bevatte. De Nederlandse kunstwereld en de haar welgezinde ambtenaren moesten onmiddellijk na de bevrijding alsnog een beleid formuleren dat besteding van deze middelen rechtvaardigde.

De deliberaties over de legitimering van de kunstsubsidies waren al begonnen in kringen van het kunstenaarsverzet en duren voort tot op de huidige dag. Helaas heeft dit nog steeds niet geleid tot een enigszins algemeen aanvaarde consensus zoals die er wel is voor de bestedingen voor onderwijs bijvoorbeeld. Aangezien deze bij de kunsten ontbreekt, kunnen ingrepen van toevallig passerende staatssecretarissen alleen al om die reden geen onderdeel zijn van een algemeen aanvaard cultuurbeleid.

Wat sinds de, in mijn ogen fatale, wetswijziging van Ronald Plasterk de "basisinfrastructuur" heet suggereert dat deze uitvinding een zeker tijdsloos fundament representeert. Ik help u maar even uit de droom: daarvoor is geen enkele aanleiding. Integendeel.

Nu Plasterk het parlement definitief buiten de besluitvorming over het kunstbeleid heeft geplaatst, is het de ultieme speeltuin geworden voor kunstliefhebberende staatssecretarissen die er, zoals bekend, geen been in zien de maatregelen van hun voorgangers ongedaan te maken, diametraal te veranderen of met eigen uitvindingen te verrijken. Dat is mijns inziens ook het geval met de fusie van het Virtueel Platform, het Nederlands Architectuur Instituut en Prensela tot NIADEC.

Is dit reden tot wanhopen? Geenszins, dat lijkt mij contraproductief. Wel kan geleerd worden van de opkomst en totale teloorgang van het Theater Instituut Nederland en het Muziekcentrum Nederland. Of daarmee een soortgelijke deconfiture van NIADEC voorkomen kan worden is maar zeer de vraag. Reden tot gezonde scepsis over de

Friendraising in plaats van fundraising



Bestel
nu zonder
verzendkosten

“Friendraising is teamwork!”

“Alle medewerkers van non-profits kunnen een steentje bijdragen aan het verbinden van supporters aan hun organisatie. Dus: leer je donateurs kennen, betrek ze bij wat je doet, luister naar wat je voor elkaar kunt betekenen. In haar boek ‘Friendraising heeft Vera Peerdeman haar ervaring en enthousiasme voor friendraising gebundeld tot 21 baanbrekende strategieën. Hiermee kun je direct aan de slag.”

Erica Terpstra ambassadeur van donatie.nl

■ 176 pagina's ■ gebonden ■ ISBN 978.90.5730.888.8

Ik bestel exempla(a)r(en) van **Handboek Friendraising** voor € 29,50

Dhr./Mw.

Adres

Postcode

Plaats

Telefoon

E-mail

Ik betaal

met een factuur (verzendkosten € 3,95)

met een eenmalige machtiging

Machtiging

Hierbij machtig ik Walburg Pers om eenmalig € 29,50 per exemplaar af te schrijven wegens levering van bovenstaande titel. Ik betaal geen verzendkosten.

Rekeningnummer

Handtekening eenmalige machtiging

Zend deze bon naar: Walburg Pers, Antwoordnummer 87, 7200 VB ZUTPHEN. Bestellen kan uiteraard ook telefonisch (0575-513882), per email verkoop@walburgpers.nl of via onze website www.walburgpers.nl

bedoelingen van de overheid, *if any*, is echter alleszins gewettigd. Ik moest aan bovenstaande denken toen ik de weldadig optimistische plannen van het kersverse kennisinstituut las.

Ik had sterk het idee dat het mijn eigen beleidsvoornemens uit 1988 betrof. Ik was toen net belast met de fusie van het Theater Klank en Beeld, het Toneelmuseum, het Nederlands centrum van het Internationaal Theater Instituut, de bij die instellingen behorende collecties en documentatieafdelingen en bibliotheek en in een later stadium het Nederlands Mimecentrum, het Nederlands Instituut voor de Dans en het Nederlands Poppenspel Instituut. Deze instellingen stonden er ieder voor zich niet echt florissant voor.

Fusie zou aanzienlijke synergievoordelen hebben. Automatisering (toen nog volstrekt nieuw) en internationalisering, om enkele aspecten te noemen, zouden zeer spoedig een ongekende vlucht nemen.

Het aantal bibliotheek- en documentatiebezoekers steeg tot ongekende hoogte, buitenlandse delegaties kwamen met grote regelmaat naar Nederlandse voorstellingen kijken en er werden kleinere en grotere buitenlandse festivals geproduceerd met vooraanstaande buitenlandse partners. Omdat er op het gebied van de muziek, de architectuur, de beeldende kunst en de film nog niet zoiets fantastisch was als het Nederlands Theater Instituut (NthI), zoals het gefuseerde instituut ging heten, werd er met afzonderlijke instellingen uit deze disciplines op voet van gelijkheid samengewerkt om Nederland zo multidisciplinair mogelijk in het buitenland te presenteren. WVC en Buitenlandse Zaken waren buitengewoon opgetogen. Officiële buitenlandse delegaties werden regelmatig op het NthI ontvangen.

Nu het TIN/NthI met één pennenstreek van het Nederlandse culturele toneel is afgevoerd, rest de vraag: was dit te voorzien? Wat ging er mis? Zónder een afdoende antwoord op deze vragen te kunnen geven stel ik in retrospectief twee zaken vast. Ten eerste: het opgaan van afzonderlijke kunstbedrijfjes met hun eigen achterbannen en

Nu Plasterk het parlement definitief buiten de besluitvorming over het kunstbeleid heeft geplaatst, is het de ultieme speeltuin geworden voor kunstliefhebberende staatssecretarissen, die er, zoals bekend, geen been in zien de maatregelen van hun voorgangers ongedaan te maken, diametraal te veranderen of met eigen uitvindingen te verrijken.

draagvlak in een groot geheel onder gelijktijdige inlevering van hun “merken” is een roekeloze operatie geweest. Ten tweede: synergie nastreven in en buiten de sector is mooi, maar zónder synergie met de belastingbetaler kan van een serieus draagvlak in de bevolking geen sprake zijn. Dan hebben toekomstige staatssecretarissen vrij spel om een bloeiend en met omvangrijke subsidies opgebouwd instituut op te heffen. □



Dr. (H.C.) Steve Austen is visiting professor, consultant en publicist.
(www.steveausten.nl, steve@steveausten.nl)