

Nieuws



A Verenigde Staten #George-Orwell

Door de recente onthullingen over hoe de Amerikaanse overheid zijn bevolking bespioneert en afluistert, is *1984* van George Orwell in de VS opnieuw een bestseller geworden. De klassieke roman staat in de top van de lijst met meest verkochte boeken van internetwinkel Amazon. In de roman over een totalitaire maatschappij houdt Big Brother alle touwtjes in handen.

B Nederland #BillyElliot

Om de succesmusical *Billy Elliot* naar Nederland te halen, is Joop van den Ende Theaterproducties begonnen met de zoektocht naar jonge acteurs die de rol van Billy aankunnen, de mijnwerkerszoon die balletdanser wil worden. Dat gebeurt in samenwerking met de Nationale Ballet Academie. Na een opleiding van een half jaar zal worden besloten of de acteurs goed genoeg zijn.

GEDENKEN COLUMBARIUM

Rouwen met multimedia

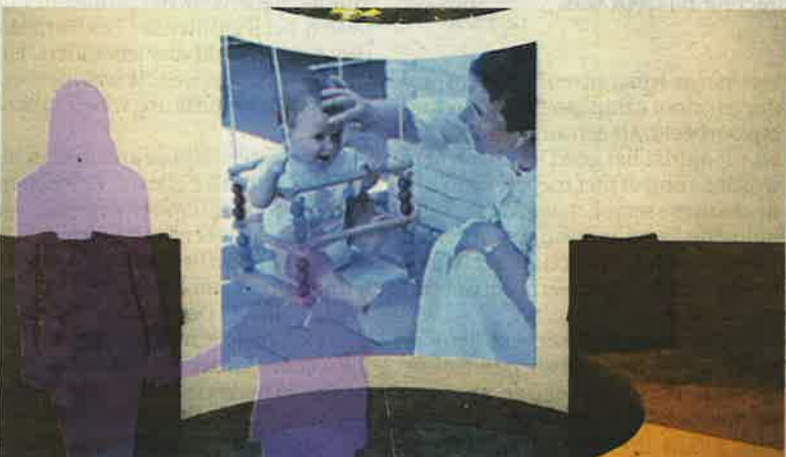
Jelger Woudstra
Amsterdam

Een moderne uitvoering van het columbarium, een herdenkingsruimte met urnen, moet zorgen voor een nieuwe manier van gedenken van overledenen. In een *House of Memories* kunnen urnen worden bewaard en nabestaanden in het hart van het gebouw, in een soort bioscoopzaaltje, foto's en filmpjes afspelen waarop de overledene is te zien. Beeldbestanden worden opgeslagen in hetzelfde gebouwje en zijn alleen te bekijken voor de rouwendenden.

De gang naar het columbarium moet zo een meer compleet rouwproces opleveren dan alleen de stille mijmering bij een urn. In het gebouwje worden urnen bewaard achter muren van gehard glas. Daarop zijn afbeeldingen van natuurlandschappen te zien, die verdwijnen na het invoeren van een persoonlijke code. Dan ook kunnen bezoekers bij de urn. De bedenkers, architectuurbedrijven Concepts & Images, ABT en Kuiper Arnhem, zijn in gesprek met de gemeenten Arnhem en Duiven over de aanleg van een 'House'. Het plaatsen van een urn kost naar verwachting 2.500 euro voor tien jaar.



Ontwerp voor een modern columbarium: het *House of Memories*.



Zaaltje met projectiescherm voor beelden van een overledene.



Het staatsieportret van koningin Silvia van Zweden (links) dat dinsdag werd onthuld, is gemaakt door een Amsterdamer van Zweedse afkomst, Urban Larsson. Hij is getrouwd met de Nederlandse restaurateur Lara van Wassenauer. Eerder maakte hij officiële portretten van minister-president Wim Kok en Kamervoorzitter Gerdi Verbeet.

TWITTER OPENING NEDERLANDS KANTOOR

Twitter opent aanval op Nederlandse adverteerder

Haro Kraak
Amsterdam

Sociaal netwerk Twitter richt haar pijlen op Nederland. Maandag twitterde Tony Wang, general manager van Twitter in Groot-Brittannië, dat Marc de Vries de nieuwe country manager wordt van het nog op te zetten Nederlandse hoofdkantoor. De oud-directeur van Hyves en manager Online Media van Telegraaf Media Groep (TMG) zal vanaf augustus een team samenstellen dat bedrijven gaat ondersteunen bij hun activiteiten op het openbare chatprogramma.

Waarom is Nederland zo'n belangrijke markt voor het Amerikaanse sociale netwerk? En wat is het verdienmodel?

Zowel Wang als De Vries wil nog niets kwijt over de invulling van het kantoor, maar uit eerdere interviews met Wang valt op te maken dat Twitter Nederland ziet als een vooruitstrevend land, dat als voorbeeld fungeert voor andere Europese landen. Nederland behoort volgens Wang tot de zogeheten *early adopters*.

De penetratiegraad, zoals Twitter dat noemt, is bijzonder hoog in Neder-

land. Samen met Engeland zijn hier relatief de meeste gebruikers van Europa. Exacte cijfers geeft Twitter niet prijs, maar naar verluidt zijn er meer dan 2 miljoen Nederlandse twitteraars. Dat komt onder meer door de verregaande integratie met televisieprogramma's. In geen enkel land staat er bij zo veel programma's onderin beeld 'Twitter mee!'.

Talpa's talentenjacht *The Voice*, waarvan het format over de hele wereld is verkocht, is volgens Wang het schoolvoorbeeld van de combinatie Twitter en tv. Hiermee was Nederland weer het proefkonijn. Na het Nederlandse succes sloeg het format ook elders aan. Twitter lift hierop mee en verwerft zo wereldwijd nieuwe gebruikers.

Een ander sprekend voorbeeld van het enthousiaste Nederlandse twittergebruik is de troonswisseling. Over de inhuldiging werden ruim een miljoen tweets verstuurd, met #troon als meest gebruikte hashtag.



Marc de Vries
Foto ANP

Tot nu toe wordt de gebruiker op Twitter nog niet overstelpt met reclame. De advertentiemogelijkheden beperken zich voorlopig tot *promoted trends*, *promoted accounts* en *promoted tweets*. Het eerste betekent dat je een *trending topic* koopt en je gedurende een dag in het lijstje met meest besproken onderwerpen staat.

Hier rekent Twitter een vast bedrag voor. Volgens Amerikaanse blogs is dit 200 duizend dollar (ruim 150 duizend euro). In het geval van Nederland zal dit hoogstwaarschijnlijk lager liggen.

Bij de andere twee vormen betalen adverteerders per handeling. Met *promoted accounts* wordt een bedrijf aangeraden in het lijstje 'who to follow'. Per volger wordt tussen de twee en drie euro gerekend. *Promoted tweets* staan tussen de andere tweets op iemands tijdlijn. Hiervoor betaalt de adverteerder alleen als er op geklikt wordt.

Zowel de *promoted tweets* als *accounts* kun je specificeren naar doelgroep, bijvoorbeeld als je wilt dat alleen voetballiefhebbers je tweet zien. Opvallend is dat merken in de nieuws-, sport-, voedsel- en drankbranche advertenties op Twitter prefereren boven Facebook.