



Verbindend evenement Picnic '08

Eind september was het terrein van de Amsterdamse Westergasfabriek weer drie dagen lang het podium voor Picnic - het jaarlijkse internationale evenement voor creativiteit en innovatie in media, entertainment en technologie. Een combinatie van gerenommeerde sprekers uit binnen- en buitenland én gespecialiseerde workshops en seminars maakten ook van deze editie een succes. In totaal bezochten meer dan 8500 professionals uit meer dan honderd landen Picnic '08.

Picnic vond dit jaar voor de derde keer plaats en lijkt elk jaar te groeien. Ook voor 2009 staat het evenement alweer op de kalender (23 t/m 25 september – Westergasfabriek) én zijn de eerste sprekers alweer vastgelegd. Ook tijdens deze

'08 editie kwamen vernieuwende, inspirerende en creatieve sprekers aan bod. Al was het gezien de planning (veel parallel lopende programmaonderdelen) niet altijd even makkelijk om alles mee te krijgen.

Pickering Player

Wat we wel meekregen? Bas Kennis bijvoorbeeld, toetsenist van de Zeeuwse band Bløf. De band lijkt bij elke nieuwe release iets nieuws te bedenken (niet altijd even succesvol overigens) en is ook nu weer met een vernieuwend presentje gekomen: de zogenaamde Pickering Player. Een extraatje dat muzik liefhebbers van de downloadgeneratie toch naar de cd-winkels moet zien te lokken, door de band dichterbij de fans te krijgen. Voor de opnames van de cd 'Oktober' trokken Bas Kennis en de overige bandleden van Bløf naar Ierland. In een landhuis aldaar werd het hele opnameproces vastgelegd met behulp van negen camera's. Vervolgens werd de content op een bijzonder interactieve website gedropt. Fans die de CD kopen kunnen via de Pickering Player zo'n beetje deel uitmaken van het hele creatieve proces. Je ziet wat er in het huis gebeurt, hoe de muzikanten aan het werk zijn en waar ze mee bezig zijn. Voorwerpen in het huis zijn 'aanklikbaar' en voor de fans moet

het zo'n beetje gaan voelen alsof ze onderdeel zijn van het geheel.

Internetkonijn

Even gemakkelijk als opvallend was de presentatie van Rafi Haladjian, medeoprichter en chairman van het Franse bedrijf Violet, dat een nieuw RFID-platform lanceerde. De tweede versie van het populaire internetkonijn (echt waar) Nabaztag werd aan het internationale publiek gepresenteerd. Nabaztag blijkt overigens het Armeense woord voor konijn te zijn, maar dat terzijde. Het konijn kan communiceren via je draadloze netwerk, bemerkt bijvoorbeeld wanneer je email hebt ontvangen en laat dat vervolgens (naar eigen keuze) weten middels spraak, lichtsignalen of het bewegen van zijn oren. Ook het geven van bijvoorbeeld weer- en verkeersinformatie en het afspelen van MP3 behoort tot de vele mogelijkheden. In Frankrijk is het konijn al razend populair en zijn complete Nabaztag-netwerken ontstaan, van Nabaztag-bezitters die op deze ma-

nier met elkaar communiceren. De truc is volgens Rafi Haladjian dat werkelijk alles getagged kan worden en het konijn middels RFID alles kan herkennen en kan koppelen. Tag een spiegel, laat het konijn de spiegel zien en het weet wat het moet doen – simpel gezegd. Waarom voor de vorm van een konijn gekozen is? "Toen we dit product aan het ontwikkelen waren, stond toevallig een speelgoedkonijn op ons bureau", is de eenvoudige verklaring van de Fransoos. "Bovendien dachten we: als we zélf konijnen met elkaar kunnen verbinden, dan kunnen we werkelijk alles met elkaar verbinden. Middels de Nabaztag gebeurt dat ook." Tijdens Picnic sprak Haladjian met name over de Nabaztag II, een meer geavanceerde versie van het internetkonijn. De nieuwe versie is uitgerust met een microfoonje in de buik, waardoor spraakcommando's gegeven worden. Na die commando's begint het konijn bijvoorbeeld met het voorlezen van emails of rss-feeds. Ook kunnen ingesproken audioboodschappen worden doorgestuurd naar andere

Nabaztag-bezitters. Ook bezit het konijn geurherkenning en de al eerder genoemde RFID-chip. Hiermee kan het konijn bijvoorbeeld gechipte boeken automatisch herkennen en voorlezen.

2009

Voor volgend jaar staan ook voor Picnic zelf de nodige vernieuwingen gepland. Nóg meer activiteiten, nóg meer gericht op het internationale publiek. Bovendien gaat het evenement zelf ook de grens over. In het voorjaar van 2009 wordt namelijk een eendaags evenement in New York verzorgd. Dat gebeurt in het kader van het zogenaamde 'Hudsonjaar', dat in het leven is geroepen om de 400 jarige band tussen Amsterdam en New York te vieren. Houd verder ook PICNICTV in de gaten. Dit platform werd tijdens Picnic '08 namelijk gelanceerd en vormt binnenkort het podium voor een maandelijks programma over de allernieuwste ontwikkelingen op het gebied van – hoe kan het ook anders – technologie, media, communicatie én alle verbanden daartussen.