



Its all about content

Ömer Önder
Rodney Codfried

Locatie

Rembrandtsplein, de locatie to be voor een hele hoop Amsterdammers en toeristen. Met tientallen café'tjes en discotheken is het een ideale uitgaanslocatie. Heel veel toeristen kennen de Rembrandtsplein als uitgaanslocatie, ook mede door discotheek Escape. Dat is een van de meest bezochte discotheken van het pleintje.

Hoewel het er niet eens heel erg mooi uitziet, als omgeving, is het gewoon leuk om daar te zijn. Mensen zitten bij de café'tjes en gaan lekker chillen langs de weg. De tram loopt namelijk ook midden door het pleintje heen. Heel veel tafels en stoelen zijn gericht naar de tram, en de hoofdweg die midden door het plein loopt. Mensen gaan automatisch langs de weg zitten en gaan de andere mensen bekijken.



Issue

Voor het concept wat wij gaan toepassen hebben we een issue die niet per definitie aansluit op 1 issue, maar nog een andere issue die niet in het lijstje voorkomt. Consumentisme is de issue wat bij ons concept past. Hierbij hebben we dus nog een kleine neiging richting "bewuststelling". Ons concept is namelijk gebaseerd op het resulteren van feiten op verschillende manieren.

Doelgroep

De mensen die er komen zijn zeer uiteenlopend. Je hebt oudere mensen die even lekker willen zitten en genieten van het zonnetje. Maar je hebt ook jongere mannen die lekker zitten en mooie vrouwen bekijken. Dit gebeurt ook exact andersom, de dames bekijken de jongens van alle kanten. Toeristen komen er om te kijken waar ze uit kunnen gaan, omdat ze weten dat hier heel veel plaatsen zijn waar ze totaal los kunnen gaan. Voor het uitgaan gaan ze nog even lekker zuipen zodat ze in de stemming komen. Mensen die er toevallig langslopen zien alle mensen op de terrassen zitten, en worden automatisch geneigd om ook maar een biertje te pakken. Zelfs gezinnetjes zie je zitten. Kinderen en ouders die even een cola'tje meepakken of een ijsje. Er is in ieder geval een hoop te doen op dit plein.

Het concept



Het concept is gebaseerd op het alcoholgebruik op een dag op een willekeurige plein. Ons concept heeft dan de kick-off op de Rembrandtplein in Amsterdam. Dat is een plein waar een mooi groot scherm hangt, en waar heel veel cafe'tjes en discotheken zijn. Optimale alcoholgebruik dus.

Het is zeer interessant (na onderzoek gebleken) om te weten hoeveel alcohol er op een dag geconsumeerd wordt op een pleintje. Ook bijvoorbeeld heel specifiek van een discotheek uit te rekenen hoeveel alcohol er gedronken wordt. Je kan echt totaal niet gokken hoeveel blikjes bier er gedronken wordt. Laat staan het aantal tequila's en vodka's.

Wij laten niet heel specifiek weten wat er per dranksoort geconsumeerd wordt, maar wij nemen een gemiddelde, goed te meten middel. Een blikje. Deze bevat 330 ml, en de meeste glazen zijn ook ongeveer hierop uitgerekend, exclusief de zware drank natuurlijk. Hiermee kunnen we simpel het aantal liters aan alcohol uitrekenen omdat de barmedewerkers exact weten hoeveel bier en andere drank er wordt geconsumeerd. Tegenwoordig heb je in elke cafe'tje een computer waarin alles wordt opgeslagen, waardoor alle gegevens makkelijk bij te houden zijn. Alle cafe'tjes en discotheken zijn gekoppeld aan 1 systeem die weer de resultaten op het scherm tonen.

- Op momenten dat het heel rustig is (**tussen 12:00 en 18:00**) worden de gegevens elke 20 minuten opnieuw ingelezen.
- Wanneer het drukker begint te worden (**tussen 18:00 en 22:00**) worden de gegevens elke 10 minuten opnieuw ingelezen.
- Tijdens piekmomenten (**tussen 22:00 en 02:00**) worden de gegevens elke 5 minuten opnieuw ingelezen en op het scherm getoond.

Op deze manier heb je een mooi overzicht wat erg interessant is voor de bezoekers van het pleintje. De 1 kan het opvatten als een waarschuwing dat er abnormaal veel alcohol geconsumeerd wordt, de ander doet zijn best om het juist omhoog te krikken.

Onze bedoeling is dat er niet een gespannen sfeer hangt met abnormaal hoge drankgebruik, waardoor allerlei instanties gaan ingrijpen. Het is de bedoeling dat het juist een beetje leuk blijft en dat je gewoon op de hoogte wordt gebracht. Daarom heeft het concept ook een leuke naam, met een leuke uitstraling wat zorgt voor een beetje lol. Het concept heet dan ook **Alcolol**.

Het is namelijk zo dat er interactie buiten het scherm plaats vindt. De mensen zijn zich in eerste instantie misschien niet eens bewust van het feit dat, wat zij drinken ook werkelijk op het scherm getoond wordt. Kom je er eenmaal achter, dan ga je dus elke keer kijken, en misschien zelfs vergelijkingen maken van een dag ervoor. Het weekend zullen de cijfers bijvoorbeeld torenhoge resultaten bereiken. De mensen die beneden zitten te drinken zorgen dus voor deze resultaten.

De interactie vindt dus niet per definitie meteen naast het scherm plaats, maar met fysieke producten buiten het scherm, wat geconsumeerd wordt.