



pressure  
cooker



# Verlag Pressure Cooker # 2

## Inleiding

Een kantoortoren in Rotterdam op donderdag 28 februari 2008: 25 creatieve geesten uit alle hoeken en gaten, met uiteenlopende achtergronden begeven zich naar de 16e en bovenste verdieping. Daar worden zij ontvangen door medewerkers van de Rabobank Rotterdam. Vervolgens storten de creatieven zich op een case van de bank om in luttele avonduren tot zoveel mogelijk briljante ideeën te komen. Welkom bij de Pressure Cooker van Nieuwe Garde Rotterdam!

Het is de tweede Pressure Cooker die Nieuwe Garde Rotterdam organiseert. Bedoeling van een Pressure Cooker is om in beperkte tijd tot een zo goed mogelijk resultaat te komen, of om preciezer te zijn, om met jonge creatieven van divers plimage tot een bijzondere oplossing te komen voor een case van het deelnemende bedrijf.

Pressure Cooker is een van de initiatieven die Nieuwe Garde neemt om het klimaat voor jonge creatieven te verbeteren. Zo slaat Pressure Cooker een brug tussen het bedrijfsleven en de jonge creatieven in de stad. Zie voor meer info [www.pressurecooker.nu](http://www.pressurecooker.nu) en [www.nieuwegarde.nl](http://www.nieuwegarde.nl).



pressure  
cooker

# Draaiboek Pressure Cooker # 2

Datum: 28 februari 2008  
Tijd: 17.30 – 23.00  
Locatie: Rabobank Rotterdam, Blaak 333

## Pressure Cooker

Projectleider  
Willemijn Phielix  
e-mail: [hallo@willemijnphielix.nl](mailto:hallo@willemijnphielix.nl)

Brainstorm begeleider  
Nils Hilbers  
e-mail: [design@lichting98.nl](mailto:design@lichting98.nl)

Brainstorm begeleider  
Sarah van Hecken  
e-mail: [saar.jt@gmail.com](mailto:saar.jt@gmail.com)

Brainstorm begeleider  
Johan Steendam  
e-mail: [johansteendam@gmail.com](mailto:johansteendam@gmail.com)

Schrijver  
Noah van Klaveren  
e-mail: [noah@dvoort.nl](mailto:noah@dvoort.nl)

Fotograaf  
Laura Zwaneveld  
e-mail: [info@lauranet.nl](mailto:info@lauranet.nl)

# Contactpersonen Rabobank

Patrick Verkaart

e-mail: [p.c.verkaart@rotterdam.rabobank.nl](mailto:p.c.verkaart@rotterdam.rabobank.nl)

Lotte van Santen

e-mail: [l.santen@rotterdam.rabobank.nl](mailto:l.santen@rotterdam.rabobank.nl)

Alma Musinovic

e-mail: [a.musinovic@rotterdam.rabobank.nl](mailto:a.musinovic@rotterdam.rabobank.nl)

## Rabobank

Arthur Bouvy

Arjen van Klink

Mario van der List

Chris Veeningen

Website: [www.rabobank.nl](http://www.rabobank.nl)

## Nieuwe garde

Voorzitter

Carolien van den Akker

e-mail: [carolien@nieuwegarde.nl](mailto:carolien@nieuwegarde.nl)

Externe betrekkingen

Kim van 't Sant

e-mail: [kim@crealistic.org](mailto:kim@crealistic.org)

Penningmeester

Bertil Beekmans

e-mail: [b.beekmans@rotterdam-marketing.nl](mailto:b.beekmans@rotterdam-marketing.nl)

Website: [www.nieuwegarde.nl](http://www.nieuwegarde.nl)



pressure  
cooker

# Deelnemers

## Groep 1.

Cindy van Venetiën, concepten & copywriter: cvanvenetien@hetnet.nl  
Irene van Ophoven, evenementen: irene@vanophoven.net  
Steven Koopmans, fixer: steven.koopmans@gmail.com  
Rozemarijn Jonker, audiovisueel vormgever: rozemarijnjonker@gmail.com  
Paulien Roovers, productontwerpen: design\_paulien@hotmail.com  
Begeleider: Johan Steendam

## Groep 2.

Charlotte van der Heijden, grafisch vormgever: charlotte@nestontwerp.nl  
Shen-hau Cheng, interaction design: shenhau@gmail.com  
Larry Köster, live communication: larry.koster@welcome-net.nl  
Sander Westerduin, concept & development: sander@ludenz.nl  
Begeleider: Nils Hilbers

## Groep 3.

Marloes van Luijk, teksten & websites: marloesvl@gmail.com  
Mark Schotman, concepten: mark@boerenjongens.net  
Maarten Boer, audiovisuele media: maartenjboer@gmail.com  
Melanie Bouwknecht, organisatie psychologie: m.i.bouwknecht@gmail.com  
Berny de Vries, strategie: bernydevries@gmail.com  
Begeleider: Sarah van Hecken

## Groep 4.

Alef de Jong, allerlei: info@alef.nl  
Jikke Broxterman, webdesign & vormgeving: jikke.broxterman@gmail.com  
Maaïke Slingerland, illustraties: maaïke.slingerland@gmail.com  
Lucia Hogervorst, marketing & promotie: luciahogervorst@planet.nl  
Begeleider: Bertil Beekmans

## Groep 5.

Henrik Jan Haarink, architectuur & planning: henrikjan@nieuwegarde.nl  
Chris Karthaus, interactie ontwerp: chriskarthaus@gmail.com  
Martijn Heesters, internet & crossmedia: martijnheesters@hotmail.com  
Cathy van den Berg, concepten: cathy@friscat.nl  
Begeleider: Kim van 't Sant

# Het programma

Terwijl bankmedewerkers hun computers uitdoen en hun collega's groeten om naar huis te gaan, druppelen tussen 17.30 uur en 18.00 uur jonge creatieven de kantoortoren van de Rabobank aan de Blaak in Rotterdam binnen.

Om 18.00 uur heet de Carolien van den Akker, voorzitter van Nieuwe Garde Rotterdam, de aanwezigen welkom in het auditorium op de 16e verdieping. Kort legt de organisatie nog even uit wat het doel is van deze avond. Ook wordt het strakke tijdschema nog even toegelicht.

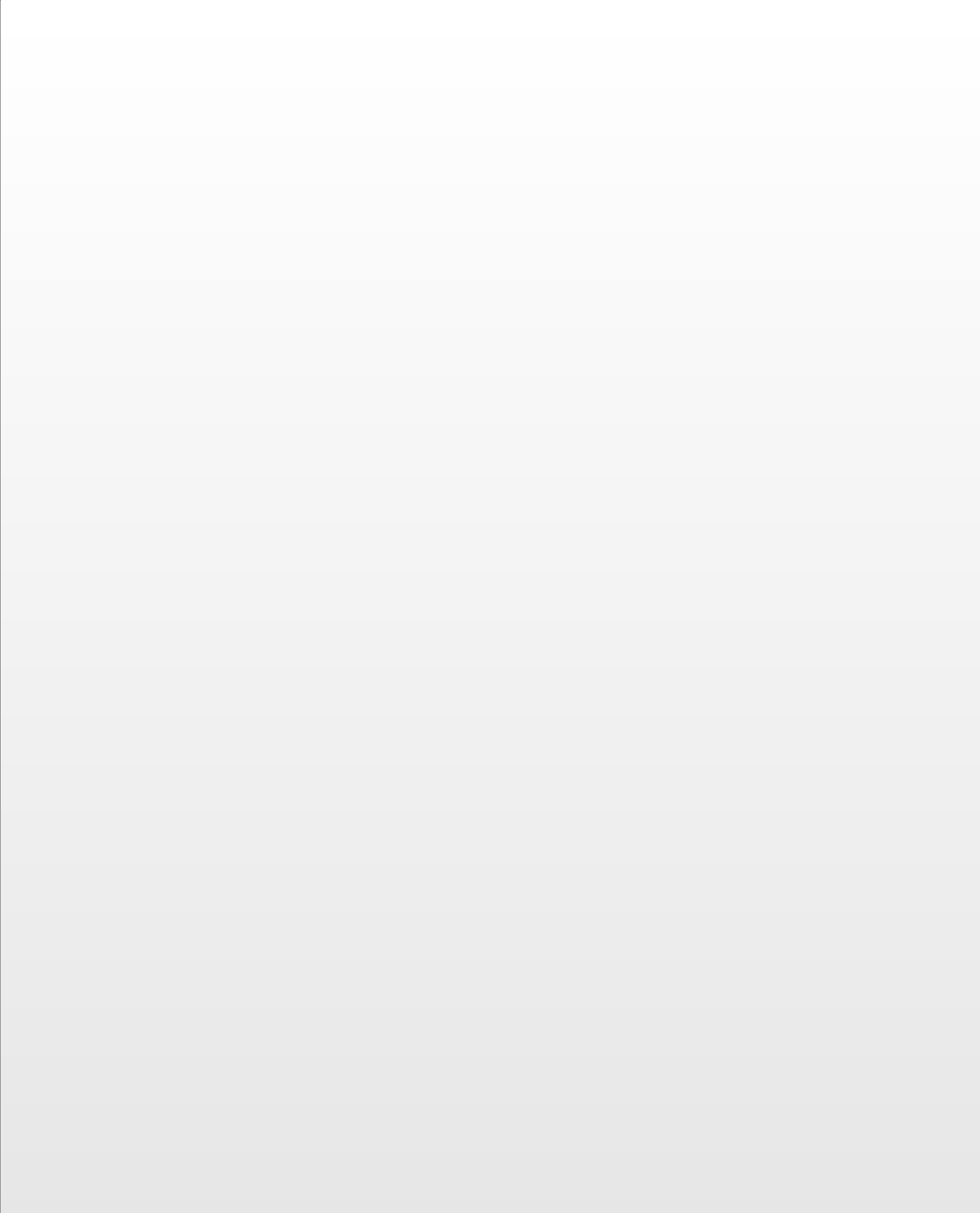
Vervolgens is het woord aan de 'gastheer' van de avond: de Rabobank. Arjen Klink vertelt dat de Rabobank inspiratie van buiten nodig heeft om de stad te veroveren; van oudsher is het namelijk een boerenbank. Het is niet zo dat ze met de handen in het haar zitten maar ze willen graag weten of het beter, slimmer of creatiever kan. Hij hoopt ook dat iets van de creativiteit vanavond overslaat op de Rabobankers.



Inleiding case van Lotte van Santenen Carolien van den Akker.



pressure  
cooker



# Inspirator

Geen Pressure Cooker zonder chefkok. Arie van Baarle van Syndicat heeft de eer (en de kunde) om het gezelschap een inspirerend woord toe te werpen. Van Baarle helpt bedrijven om hun bedrijfslabel of productlabel te ontwikkelen, te implementeren en te handhaven. Van Baarle spoort de Rabobank aan om hun richtlijnen te laten gaan en creativiteit ook echt de ruimte te geven. Benader het merk ook eens vanuit emotie, wat willen mensen daadwerkelijk van het product? En is het product low-involvement, waarom kijken we daar niet eens naar? Hoe kunnen we een suffe verzekering interessant maken? Denk dan vooral hieraan:

- Waar is de gebruiker? En hoe voelt hij zich?
- Wat zou de gebruiker gewoonlijk doen?
- Wat zijn de directe behoeftes van deze gebruiker?

Als het gaat om deze generatie, heb je een generatie die wil delen als ze er maar wat voor terugrijgt; de Big Sister tactiek genoemd. Zijn verhaal maakt indruk en dat is mooi want na zijn inspirerende woorden, is het tijd voor actie.



De inspirator.



Een inspirerend woord, met beelden, van Arie van Baarle.



pressure  
cooker

# Brainstormronde 1

In teams van ongeveer 5 personen vertrekken de creatieven richting de 13e verdieping. Elk team heeft een vergaderruimte tot zijn beschikking met flipovers, stiften en post-its. Na een korte voorstelronde waarin iedereen zijn expertise kenbaar maakt, gaan de teams voortvarend aan de slag. Volgens het top of mind principe worden zoveel mogelijk ideeën verzameld om invulling te geven aan de case van de Rabobank Rotterdam.

Er wordt gedacht aan:

- competitie, spelelementen en winacties
- de stad leren kennen
- communities, communities en nog meer communities
- sparen voor je uitzet
- events
- bier

Ook vragen de brainstormers zich af: Hoe houd je studenten die al lid zijn binnen?

De leden van Pressure Cooker en Arie van Baarle staan de teams bij. Na een uur zit de eerste ronde erop.

Om 20.00 uur staat er een uitgebreid Indisch buffet klaar voor de hongerige brainstormers. Ook dat gaat onder pressure, want er is slechts een half uur om te eten maar toch is de sfeer ontspannen.



# Foto's: 1e ronde brainstorm



pressure  
cooker



## Brainstormronde 2

Terwijl de duisternis over Rotterdam is gedaald en de schoonmaakdienst doet wat gedaan moet worden, gaan de deelnemers met onverminderd enthousiasme verder.

Dat wil zeggen: orde scheppen in de chaos. Denk aan ontelbare post-its op de wanden en kleurige mindmaps op de vergadertafels...

Bedoeling van de tweede ronde is namelijk om een keuze te maken voor uit alle ideeën en die dan verder uit te werken. Op basis daarvan wordt dan een realistisch en helder voorstel gemaakt waar de Rabobank mee verder kan.

Dat blijkt nog lastig; de ideeën blijven opborrelen. Sommige ideeën zijn vergezocht, andere verrassend simpel en gedetailleerd.

Maar er moet geconvergeerd worden want ook voor de tweede ronde staat slechts een uur ter beschikking voordat de presentaties volgen.

De Pressure Cooker maakt zijn naam waar; met nog een kwartier te gaan, leggen alle groepjes nog de laatste hand aan hun inventarisatie. Er wordt gepraat, nagedacht, gelachen, getwijfeld, nog meer getwijfeld, geschreven, getekend en er worden knopen doorgehakt.



pressure  
cooker

# Foto's: 2e ronde brainstorm





# De presentaties

Alles eindigt waar het begon. De creatieven spoeden zich naar het auditorium op de 16e verdieping. De vijfkoppige Rabojury wacht in spanning de resultaten af. Als iedereen zit, geeft de organisatie de teams een voor een het podium om hun ideeën te presenteren.



De presentatiezaal op de 16e etage.



De jury van de Rabobank.

# Presentatie: Groep 1.

De Rabobank is je vriend!

Team 1 trapt af en presenteert de jury en de andere teams zijn ideeën. Denk aan een BBQpakket en een tuinfeestje om je eerste studentenzomer luister bij te zetten. Idee is dat hoe eerder je je bij de Rabobank aansluit, hoe meer voordelen je geniet. Je kunt zo als het ware je uitzet bij elkaar sparen. Denk aan een broodrooster.

De jury is enthousiast over dit voorstel.

“Het idee dat de Rabobank dichtbij je staat en betrokken is, past helemaal bij de Rabobank. Ook de gedachte om mensen lid te maken en niet te spreken van klant worden hoort bij ons, net als het vrienden voor vrienden principe. Deze dingen sluiten aan bij de kernwaarden van de Rabobank.”



pressure  
cooker

# Groep 1



# Presentatie: Groep 2.

## De Rabo Wasbus

Team 2 is uitgegaan van een iets ander perspectief. Zij vroegen zich af: Wat voor problemen kom je tegen als kersverse student?

Daarom verzonnen zij de Rabobuddy.

Dit behelst een sms-dienst met een nooit-meer-rood-service, inclusief een link naar het uitzendbureau om geld te verdienen waarmee je je saldo kunt aanvullen.

Ook kun je zelf de tone-of-voice van je website kiezen (denk aan de bezorgde moeder of juist een strenge)

Maar klap op de vuurpijl is de wasbus. Deze mobiele wasserette tourt door de studentenwijken zodat studenten daar met hun vuile was terecht kunnen. Om het wachten te verzachten kun je meteen een wasdate hebben in het loungegedeelte bovenop de bus.

Uiteraard hoor je via de sms-dienst wanneer de bus langskomt. Als premium krijgen alle studenten een waszak die meteen (gratis) toegang tot de bus verschaft.

De Rabojury is enthousiast over de wasbus. Je ziet het voor je. Het is een plek waar je klanten kunt ontmoeten en mogelijk zijn er ook persmomenten te creëren.

Hadden we al uitgelegd dat de wasbus heel wit wast?



pressure  
cooker

# Groep 2



# Presentatie: Groep 3.

## Rabo Stadscompas

Team 3 gooit het over een andere boeg en begint met een stukje interactie. “Wie heeft hier gestudeerd?” Studeren is geen uitzondering meer tegenwoordig en alle handen gaan omhoog. “Wie was als student wel eens onzeker?” Dat zijn aanzienlijk minder handen maar toch genoeg.

Die onzekerheid vormt het uitgangspunt van team 3. Er zijn drie dingen waar je als student onzeker van kunt worden:

- 1) Contacten
- 2) Financien
- 3) Nieuwe omgeving.

De Rabobank kan nieuwe studenten helpen die onzekerheid het hoofd te bieden. Om te beginnen krijgen nieuwe Raboleden een stadscompas (digitaal) met een GPS systeem. Zo kunnen ze de stad leren kennen, inclusief waar de automaten van de Rabobank zich bevinden. Ze kunnen zien wat populaire locaties zijn.

Ook zou je dit aan je fiets of scooter kunnen koppelen.

De Rabojury vindt dit een leuk instrument om invulling te geven aan de Eureka-week. Wel hebben zij hun twijfels bij de haalbaarheid. Over 5 maanden is de Eureka-week al. Technisch gezien is het te realiseren maar het moet ook nog geproduceerd worden.

Het big-sister idee spreekt aan: ik ben bereid te laten weten waar ik ben als ik er iets voor terugkrijg.



pressure  
cooker

# Groep 3



## Presentatie: Groep 4.

“De” student bestaat niet

In team 4 gaat uit van de diversiteit onder studenten en elk groepslid stelt zich daarom voor als een ander type student.

- Ik wil helemaal niets krijgen. Ik wil iets geven. Bijvoorbeeld aan een goed doel. Dus ik word lid van de Rabobank als de bank dan € 15,- voor mij wegzet voor een betere wereld (en dan wil ik bijvoorbeeld wel iets kleins, een leuk t-shirt ofzo).
- Ik ben een onzekere student en wil graag mensen ontmoeten. Ik word lid van de Rabobank als dat kan via een spannende game van de Rabobank, gelinkt aan internet. In een team ga je samen met anderen de stad ontdekken. Zo ontstaat er een buzz want...het winnende team krijgt ook nog een prijs.
- Ik ben economiestudent en ik wil gewoon rijk worden. Ik word lid van de Rabobank als ik een duik mag nemen in een mobiele ballenbak. In die ballen zit allemaal nepgeld en een beetje echt geld. Het is de truc om een bal met het echte geld op te duiken.
- Ik doe eigenlijk een heleboel studies en houd van dance. Ik word lid van de Rabobank als ik een truck kan winnen op een groot evenement bijvoorbeeld Fast Forward. Dan krijg ik mijn favoriete DJ op die truck en kan ik samen met mijn vrienden op die truck een feestje bouwen.
- Ik ben al lid van de Rabobank. Maar ik wil graag andere mensen lid maken want dan kan ik een kok winnen die in mijn studentehuis komt koken of die ik een ander kado kan doen.

Het valt de jury op dat het community principe en vriendenwerven blijft terugkomen. Het goede doel past bij het cooperatieve gedachtegoed van de Rabobank.

De stad leren kennen gebeurt al in de Eureka-week hoewel daar niet de HBO-ers bij zitten.

De mobiele ballenbak is erg aansprekend.



pressure  
cooker

# Groep 4



# Presentatie: Groep 5.

One-minute-miljonair, pasjes die uit de lucht vallen en meters chippas  
Dan het laatste team. Team 5 gaat uit van 2 principes:

- 1) Je moet veel regelen
- 2) Geld is belangrijk.

Zo moet je bijvoorbeeld een nieuw huis regelen. Nu zou je bijvoorbeeld de huisrekening kunnen koppelen aan de rekeningen van de mensen die er wonen en dan eenmalig een schoonmaakploeg winnen. Wat ook kan, is een vliegtuig over Rotterdam laten vliegen en allemaal Rabopassen laten droppen en dat je dan met zo'n pas lid kunt worden. Als je lid bent geworden hoor je pas wat het beginsaldo is op de pas die je hebt gevonden.

Of one-minute-miljonair. Er staat 1 minuut een miljoen op je rekening zodat je je afschrift later kunt inlijsten én als je heel veel geluk hebt kun je op een bepaald moment heel veel uitgeven. Een badhandoek met 'Ik heb het goed geregeld'. Een verlengde groepschippas met allemaal gaten erin voor bier. Een Raboprank: een boekje met 50 practical jokes over geld waarmee je je vrienden kunt vermaken.

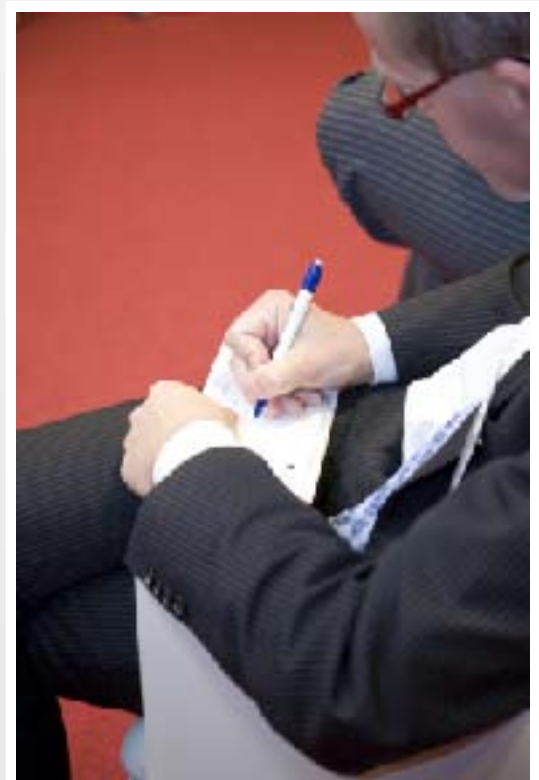
De jury is onder de indruk van de creativiteit van deze ideeën. Het beginsaldo op de pas als verleiding om lid te worden is interessant. One-minute-miljonair is geen optie aangezien het erg simpel is om dat in de gaten te houden en over te boeken. Het past niet zo bij de Rabobank om met geld te gaan strooien. Ook het uitgeven van een boekje met grappen over geld behoort niet tot de opties van de Rabobank.

De badhandoek is erg realistisch en de groepschippas spreekt tot de verbeelding.



pressure  
cooker

# Groep 5





# Presentatie foto's



## Verslag Pressure Cooker

Tekst:	Noah van Klaveren	<a href="http://www.dvoot.nl">www.dvoot.nl</a>
Foto's:	Laura Zwaneveld	<a href="http://www.lauranet.nl">www.lauranet.nl</a>
Design:	Ontwerpburo Lichting98	<a href="http://www.lichting98.nl">www.lichting98.nl</a>

© 2008 Pressure Cooker Rotterdam

[www.pressurecooker.nu](http://www.pressurecooker.nu)

Pressure Cooker is een project van Nieuwe Garde, en erop gericht om jonge creatieven in contact te brengen met commerciële partijen. Kijk voor meer informatie over Nieuwe Garde op [www.nieuwegarde.nl](http://www.nieuwegarde.nl)