

Willem Velthoven van Mediamatic

# 'Een Hema-boterletter is wel van amandelen en roomboter'

Als je Mediamatic zegt, zeg je Willem Velthoven. Hij is een van de oprichters van Mediamatic, voorzitter van het bestuur van de Stichting Mediamatic en een van de partners in Mediamatic Lab. Velthoven was van 1999 tot 2004 hoogleraar ontwerpen met nieuwe media aan de Universität der Künste Berlin. Mediamatic kwam afgelopen augustus uitgebreid in het nieuws over de organisatie van El Hema, een Arabische variant van de Hema. Dzone sprak met Willem Velthoven over El Hema, de stichting, Mediamatic Lab en hun contentmanagementsysteem Any Meta.

**H**oe lang bestaat Mediamatic al? 'Zo'n 25 jaar bijna. We begonnen met een groepje van een man of vijf. Ons eerste idee was: we zitten hier in Groningen, zijn geïnteresseerd in kunst en nieuwe media, niemand doet er wat mee, dus moeten we het maar zelf doen. Ik zat op de kunstacademie grafisch ontwerpen en studeerde kunstgeschiedenis, anderen waren al in de praktijk bezig. We zijn kunstenaars gaan ondersteunen met producties en zijn presentaties gaan organiseren. Na een jaar of anderhalf kregen we meer behoefte aan uitwisselingen met anderen die met hetzelfde onderwerp bezig waren. Nu zou je een website beginnen, maar toen begon je een tijdschrift. Aangezien ik grafisch ontwerpen had gestudeerd en kunstgeschiedenis, wist ik alles over hoe je zoiets moest maken en had ik vrienden die dat ook wisten. Ook weer met minimale middelen. Er was wat geld bij elkaar gesprokkeld waarmee we een nulnummer maakten, vijfhonderd exemplaren met een handgezeefdrukt omslag, allemaal erg leuk. Eigenlijk zoals je nu een website maakt met je vrienden. Dat werd heel enthousiast ontvangen, want zoiets bestond nog niet. We hadden het meteen in het Engels gedaan, want het was toch wat specialistisch en als je uitwisseling wilt, moet je het niet in het Nederlands doen. Op basis van het nulnummer kregen we een beetje geld om het voort te zetten. Toen zijn we een stichting geworden en naar Amsterdam verhuisd. Het werd in kleine kring een wereldberoemd tijdschrift met abonnees overal ter wereld. Het tijdschrift ontstond in mijn ontwerpstudio, die ik er freelance bij deed. Ik maakte deel uit van de redactie en zo kon ik mijn eigen opdrachtgever zijn.'

*Jullie waren de eerste op het gebied van interactieve media in Nederland...*

'In de jaren negentig ontstond er een situatie waarbij cd-rom ineens een medium werd dat je kon vormgeven. Voor vormgevers ging een nieuwe wereld open. Je had eerst Hypercard, toen Director, waardoor je echt vormgeving kon gaan doen en kon gaan spelen met interfaces. Omstreeks 1992 wilde ik met de

nieuwe media verder. Ik had tot dan toe onder mijn eigen naam gewerkt, maar de nieuwe media was veel meer teamwork. Dat was voor mij het moment om het bureau ook Mediamatic te noemen. Het groeide allemaal onder de naam Mediamatic IP – Interactive Publishing –

en dat was een firma die bestond naast de Stichting Mediamatic. We deden opdrachten voor derden, maar ook voor de stichting. De jaren negentig waren de hoogtijdagen van het tijdschrift. Toen haalden we een oplage van 5000, voor ons doen erg veel.'





Drukke bij de opening van El Hema (foto: Willem Velthoven).

*Jullie waren op een gegeven moment ook verantwoordelijk voor de conferentie Doors of Perception, wat me weer aan de Picnic-conferentie doet denken die nu voor de tweede keer in september in Amsterdam plaatsvond en waar jullie ook bij betrokken waren.*  
 'Op een gegeven moment kwam er een vormgevingsinstituut in Amsterdam, met een Britse directeur, John Tackara, die een sterke

belangstelling had voor de mogelijkheden van het ontwerpen voor nieuwe media. Hij kende ons blad. Er was eigenlijk nog niets in Amsterdam, zoiets als de Waag Society bestond nog niet. In 1993 gingen we samen dingen doen: de conferentie Doors of Perception. We wilden een kleine expertmeeting over de nieuwe media. We nodigden interessante mensen uit, waarbij John en wij

een conferentieprogramma van twee dagen samenstelden. We wilden het eerst in de aula van het Stedelijk Museum doen, maar maar tweehonderd mensen in pasten. Dat werd te klein en we weken uit naar de RAI, omdat we meer dan vijfhonderd deelnemers hadden. Een hoogtepunt uit die tijd was de cd-rom "BlindRom" van Gerald van der Kap, uit 1993, die we bij het blad voegden. De Picnic-conferentie is een soort vervolg, totaal anders van insteek, veel minder intellectueel, veel meer gericht op de samenwerking met het bedrijfsleven, zeer bereid om in die samenwerking compromissen aan te gaan. We organiseren er als Stichting Mediamatic workshops en presentaties. Ik zit zelf in het adviescomité. We hadden een soort hackerscamp, met slimme ontwerpers en programmeurs die nieuwe typologieën gaan ontwerpen, programma's en toepassingen rondom het sociale netwerk.'

***“Veel Marokkaanse gezinnen zijn blij, omdat je op een goede manier nadruk legt op hun zichtbaarheid”***



*Hoe ontstond Mediamatic Lab?*

'We hadden al heel vroeg een website, in de tijd dat je elke week een mailtje kreeg met alle nieuwe websites van Nederland en de hele wereld. We begonnen uit onze redactionele concepten een concept voor een website te ontwikkelen. Dat dwong ons tot het ontwikkelen van onze eigen techniek. We wilden informatie structureren via het principe van het semantisch web en met speciale algoritmes een soort content-matching doen, waardoor een soort automatisch redactioneel gedrag ontstaat op de website. Dat konden we nergens mee maken, dus daar hebben we software voor ontwikkeld. Dat deden we binnen de opvolger van Mediamatic IP, Mediamatic Lab. Die softwareontwikkelingen leidden tot een content- en community-systeem met de naam Any Meta; daar draaien nu een dikke vijftig projecten mee. Mediamatic Lab richt zich op het maken van zeer goed gestructureerde





**Site ontwikkeld op basis van Any Meta. Het Digitaal Monument voor de Joodse Gemeenschap in Nederland is een Monument op internet om de herinnering levend te houden aan alle mannen, vrouwen en kinderen die tijdens de Duitse bezetting als joden zijn vervolgd en die de Sjoa niet hebben overleefd.**

informatiebeheer- en publicatiesystemen die gecombineerd zijn met het sociale netwerk. Met Mediamatic IP ontwikkelden we ook websites voor grote opdrachtgevers. Tot 2001 hebben we gewerkt voor Rabobank Nederland, Randstad en ministeries, maar daar zijn we helemaal mee opgehouden. We richten ons nu op communities, waar die grote bedrijven nog niet aan toen zijn. Ons eerste project hebben we in 1997 gemaakt, maar dat is nooit echt gebouwd omdat de opdrachtgever er nog niet aan toe was. Het was een collectief geschiedschrijvingsinstrument voor Zeist, waarmee je mensen zelf hun geschiedenis laat schrijven en verhalen laat delen. Het heeft tot 2003 geduurd voordat we iets dergelijks konden maken. Dat werd "Het geheugen van Oost" en dat bestaat nog steeds. Het was een project met het Amsterdams Historisch Museum, dat een tentoonstelling over Amsterdam-Oost maakte, waar dit in paste. We dachten dat er niet meer dan veertig verhalen op zouden komen; er zitten er nu duizend in, met drieduizend substantiële aanvullingen op die verhalen.'

*Jullie ontwikkelden voor dat soort sites een eigen contentmanagementsysteem, Any Meta.* 'Er zijn ontzettend veel CMS-systemen, maar die van ons is uniek omdat het een paar dingen combineert. Het combineert de ondersteuning voor een redactionele workflow als ook een community, wat zoveel betekent dat de *user generated content* en redactioneel beheerde content in één systeem worden ondersteund. Het gebruikt de principes van het semantische netwerk,

gecombineerd met een radicale softwarearchitectuur, die gebaseerd is op het concept *everything is a thing*. Hierbij zijn er niet, zoals in een klassieke relationele database, tabellen voor verschillende zaken zoals personen en organisaties, maar er is één tabel waarin alle informatie-eenheden, alle atomen van de informatiewolk, op gelijkwaardige wijze opgeslagen zitten. Mensen, locaties, zoekvragen, trefwoorden, talen, wat je ook maar bedenkt: het zit allemaal in dezelfde tabel. Daarnaast is er een andere tabel waarin de relaties tussen al die zaken worden beschreven. Ik ben jouw vriend, jij bent de auteur van dat, ik ben daar de lezer van. Alle relaties die er bestaan, van hoe de wereld in elkaar zit, gebruiken we. Als ik jouw blad lees, word ik ook meta-informatie van jouw blad, dan word ik een eigenschap van jouw blad, want jij verandert iets in mijn hoofd. Dus het gaat niet alleen over trefwoorden, locaties of tijd; alles kan op een gegeven moment meta-informatie zijn die opeens belangrijk kan worden. Alles is metadata: Any Meta. Dat CMS moesten we wel zelf ontwikkelen, want het was er niet en het was een eigenwijze manier van denken over software. We werken met het begrip ontologie, uit de filosofie. Het gaat meer om een op menselijke denkprocessen gebaseerde beschrijving van de wereld en niet om de noodzaak van databasearchitectuur.'

*Vertel eens iets over 'Het geheugen van Oost' en andere sites die jullie met Any Meta maakten.* 'In "Het Geheugen van Oost", een site met verhalen en herinneringen aan de Oost in Amsterdam, zitten mensen, verhalen,

***"Als ik jouw blad lees, word ik meta-informatie van jouw blad"***

trefwoorden, plekken, thema's en multimediale attachments zoals foto's. Die worden allemaal aan elkaar gelinkt. Het is een redelijk eenvoudige website, maar we gebruiken het ook voor veel complexere websites, zoals de site "Joods monument". Dat is een herdenkingsmonument, maar wel levend, van alle vermoorde joden uit de Tweede Wereldoorlog. Daar zitten de gegevens van ruim honderdduizend mensen in, met al hun familierelaties, waar ze woonden, met allerlei aanvullende informatie. Voor de Balkan hebben we ook een verzoeningsite gemaakt ter ondersteuning van een serie televisiedocumentaires. We zijn nu bezig aan een project met de naam Open CI: een standaard waarbij je volgens een stelsel van afspraken informatie kunt uitwisselen tussen communities. Je wordt nu kotsziek van de 37ste keer dat je een profiel zit te maken voor een website. Wat zou er handiger zijn dan dat je die info kunt uitwisselen? Iedereen sleept een spoor van zich verouderende profielen achter zich aan, omdat je het menselijkerwijs niet meer bij kunt houden. Binnen een groep elkaar overlappende communities, zoals de creatieve industrie in Nederland, maken we een set van softwaregereedschappen, informatie-uitwisselingsafspraken waardoor we zo'n samenwerking kunnen faciliteren tussen community-websites.'





*Hoe ontstond El Hema?*

'Het project is ontstaan bij de Khatt Foundation, bij het maken van de nieuwe Arabische fonts. Daar wil je dan een tentoonstelling over maken, maar je realiseert je al snel dat een tentoonstelling over lettertypes geen publiek trekt. Mensen weten amper dat die dingen worden ontworpen, ze weten niet hoe onmisbaar ze zijn. Het is moeilijk uit te leggen hoe belangrijk het is dat er goede Arabische lettertypes zijn en dat Arabische ontwerpers ontzettend gefrustreerd zijn over de beperkte keuze die er tot voor kort was. Hoe maak je dat duidelijk aan een grotere groep dan die ontwerpers zelf? Dan denk je aan mooie ontwerpen die worden geapprecieerd door een wat bredere groep, het moet gaan over echt Nederlands, het moet ruim de mogelijkheid bieden om echte toepassingen te laten zien van ontwerpen waarin de letters worden gebruikt. Toen riep iemand bij ons: "Hema!" en iedereen wist meteen: dat is het! Dan weet je al direct min of meer wat er allemaal bij komt kijken om zoiets te organiseren. Uiteindelijk hebben we heel veel geleerd en veel respect gekregen voor de Hema, omdat je ziet hoe  *fucking*  ingewikkeld het is om een warenhuis zo consistent op te zetten en vol te houden. Hema is een uniek concept. De winkel heeft een enorme keuze aan zelf ontworpen producten die op een Hollandse autoritaire manier zijn geselecteerd. Het mooie van de Hema is dat het zo Hollands is, dat het bijna de cultuurtempel van ons land is. Het heeft een

soort doelmatigheid, het is niet  *fancy* , heeft wel kwaliteit, je kunt er geen lorren kopen maar ook niet echt sexy dingen. Je kunt er goed ondergoed kopen, of sokken, geen zijden sokken maar ook geen  *crap* . Van alle producten die ze hebben, hebben ze de doelmatige versie. Het mooie en walgelijke van Nederland, het bekrompene, maar ook het fijne van ons land. Een Hema-boterletter is wel van amandelen en roomboter, is niet van gemalen bonen met margarine. Hun kwaliteitsniveau is erg hoog bij een grote hoeveelheid artikelen. Dat heb je nergens in de wereld, niet in Engeland of Duitsland en zeker niet in de Arabische landen. Het soort van totaal doorontwerpen dat Nederland doet, doet Hema nog eens een keer in overtreffende trap doet; dat is uniek. Maar we kunnen er wel de visuele essentie uit analyseren. Soms gaat het alleen om de woorden "halal" en "rookworst", maar hoe de Hema-fotografie in elkaar zit, was niet één, twee, drie voor elkaar. Dat deed Marieke Bijster, beeldredacteur bij ons (zie kader 'Hema-fotografie'); zij heeft de fotografie gedaan voor El Hema. Het was echt leren hoe je dat Hema-gevoel bij de foto's kreeg. De eerste serie ging de prullenbak in. De tweede serie was al veel beter, daarna wist ze hoe ze El Hema-foto's kon maken. Meestal riep ik alleen maar: "Het moet simpeler!" Veel wit, de letters moeten spreken, helderheid, fris kleurgebruik: een aantal essenties die je met zo'n heel team zit te leren, ook de ontwerpers die de Hema voor het eerst zagen toen ze begin

juli aankwamen vanuit Koeweit of Beiroet. We hebben er ook negen keer een soort half openbare plenaire vergadering voor gehad, de zogenaamde koopavonden, waar we elke keer uit een andere keuken eten hadden, buikdansdemonstraties, kalligrafiedemonstraties, henna-tattoo, literatuur, van alles. Snel proeven om het gevoel erin te krijgen en ook om te kijken wat je daar dan in El Hema van kon gebruiken. Er zijn totaal zo'n tachtig mensen bij betrokken geweest, met een kernteam van dertig mensen met zeventien nationaliteiten.'

*Je kreeg ook nog wat onprettige reacties over El Hema, bijvoorbeeld dat jullie de Nederlandse cultuur verkwanselen.*

'Er ontstond inderdaad het nodige gesputter, zelfs met bedreigingen. Dan ben je niet trots op je land. Ik ben wel trots hoor, ik ga alleen even twijfelen. Maar er zijn uiteindelijk zoveel meer mensen enthousiast dan negatief, er zijn zoveel meer mensen die nu naar een instelling als Mediamatic komen die er daarvoor nooit van hadden gehoord. Het publiek was heel divers; mensen die nooit naar musea gaan, maar die wel hier komen omdat het een soort Hema was, veel Marokkaanse gezinnen, die stuk voor stuk blij zijn omdat je op een goede manier nadruk legt op hun zichtbaarheid, op hun identiteit. Ze schrijven misschien niet eens zelf Arabisch, maar ze identificeren zich er wel mee. Het is hun schrift, het beeld van hun cultuur. Het maakt ze zichtbaar in de maatschappij met een eigen identiteit. En omdat de Hema een heel sterk merk is, een heel vriendelijk merk, gaat dat goed samen.' ■

**Tekst: Hans Frederiks**

**HEMA-FOTOGRAFIE**

Marieke Bijster maakte voor El Hema de foto's met de typische Hema-uitstraling. Het was nog wel uitzoeken hoe de Hema dat nu precies doet: 'Ik had het makkelijker verwacht, het lijkt simpele fotografie, duidelijk, mensen uit de samenleving, maar als je goed naar die foto's kijkt en ze analyseert, kost het meer moeite. De belichting komt van rechtsboven, allemaal heel wit van achtergrond, met een beetje extra belichting van links. Ik heb gewoon mensen gefotografeerd die hier werken of die naar het Stedelijk Museum gingen hier in het gebouw en op de verkeerde verdieping terecht waren gekomen. Die eerste serie foto's was te mooi voor het Hema-gevoel, de belichting was zachter; de eerste serie was sfeerachtig, te zacht eigenlijk. Als je de juiste uitstraling moet omschrijven, zeg ik: het is echt, echte mensen, geen romantiek. Vaak lachend, gekke bekken trekkend, alsof ze ergens mee bezig zijn. Natuurlijk. Niet geposeerd. En dat is uiteindelijk wel gelukt.'

