

SENSE STORM



**Zintuigen als sleutel
tot magnetische
merken**

Birgit Laemers



Sense Storm® zelfst. naamw. (m.)

1. (*in engere zin*) **sessie** om het onbewuste gericht te activeren; de zintuigen vormen de snelweg naar de 'archiefkast' van emoties, herinneringen, ideeën en associaties.

2. (*in ruimere zin*) **methode** met de sessie als kern, opgebouwd uit de fasen vóór, tijdens en na, met als doel een nieuwe identiteit, imago, magnetisch merk, organisatie, team of gebied.

Verbuiging/afleidingen

- de Sense Storm®-sessie; *mv.* Sense Storm®-sessies (*bet. 1*)
- de Sense Storm®-methode (*bet. 2*)
- *werkwoord*: sensestormen (*inf.*)
- *afleiding*: sensestormer® (*mv.* sensestormers®): deelnemer aan een Sense Storm®(-sessie).

Synoniemen

The next level in brainstormen, geblinddoekt je visie zoeken, het slimme onbewuste in de praktijk, onthul de kracht van identiteit



De kikker wokker kussen

Niet logica, maar spontane emotie maakt
een merk onweerstaanbaar. Via de zintuigen,
de poorten van het onbewuste.

“Creativity is intelligence having fun”

Albert Einstein

Zintuiglijke stimulatie helpt je brein de gebaande paden te verlaten en af te dalen naar de meest onverwachte ideeën en inzichten uit de diepste lagen van jezelf. Iedereen heeft over het algemeen één dominant zintuig, zo is 60% van de mensen vooral visueel ingesteld. Dat zie je terug in de voorkeur voor grafieken, video's en visuele presentaties.

De zintuigen zijn een poort naar het onbewuste. Een poort naar onze eigen creativiteit en identiteit. Dit maakt de output uiterst subjectief, maar subjectief is niet per se verkeerd. Iedereen heeft een andere achtergrond, een ander referentiekader en een ander perspectief op de wereld. De subjectiviteit maakt juist dat nieuwe inzichten en associaties volledig persoonlijk en authentiek zijn. Je komt veel dichterbij de identiteit van

ieder individu in de groep en de optelsom van die subjectieve ervaringen geeft je een beeld van het collectief.

De zintuigen als grote gelijkmaker

Het actief inzetten van de zintuigen heeft als groot voordeel dat niemand per se creatief hoeft te zijn. En er zijn veel meer voordelen. Zo hoeft je ook niet verbaal sterk te zijn om op een geur, een geluid of een beeld te reageren. Er is geen goed of fout. Een geur of beeld roept bij iedereen unieke associaties op, waardoor het niet gaat om wie het beste idee heeft, maar om het resultaat wat die zintuiglijke prikkels teweegbrengen. Dit neutraliseert het spel van ego's en zelfcensuur, omdat iedere reactie persoonlijk is en het ene idee niet beter of slechter dan het andere. Iedere gedachte of associatie biedt waardevolle input,



omdat het gaat om de som der delen. Niet langer ligt de focus op polariserende tegenstellingen. Vrije associaties creëren een stroom van ideeën en inspiratie. Het resultaat is dat je aan het einde van je sessie een berg met waardevolle ongefilterde, ongeïnterpreteerde associaties hebt, die je vervolgens als geheel kunt analyseren en interpreteren. En was dat niet precies datgene wat altijd al de bedoeling was van een brainstorm?

Bewust de zintuigen inzetten

Hoe zet je dan bewust je zintuigen in? Hoe en waarmee prikkel je de zintuigen? Met klassieke muziek, heavy metal of helemaal geen muziek, maar liever orkageluiden en ruisende bomen? En hoe zit dat met die beelden? Zet je gewoon een uurtje de televisie aan, of mag het gericht-

ter? En hoe werkt dat met geur? Stimuleer je dat onbewuste alleen met geuren die over het algemeen als aangenaam beschouwd worden of is een minder prettige lucht ook een oppepper voor je onbewuste?

Hierover gaat het volgende deel van dit boek. Hoe trigger je op een bewuste en gestructureerde manier de zintuigen? Hoe selecteer je die prikkels? Hoe presenteer je ze? Wat doe je vervolgens met de resultaten? En hoe breng je de geoogste associaties terug tot iets bruikbaars?

In het volgende deel van het boek ontdek je hoe je op een bewuste en gestructureerde manier je zintuigen kunt prikkelen tijdens de Sense Storm.



A close-up photograph of a person's legs in a bathtub. The water is dark, and several colorful flowers (red, pink, yellow) are floating around. The person's skin is wet and glistening. The text is overlaid on the image.

"HET IS DE NAAKTE WAARHEID DIE BOVENKOMT BIJ EEN SENSE STORM. JE KUNT HET DAARNA MOEILIJK NOG ONTKENNEN"

Typische dingen die mensen zeggen tijdens een evaluatie zijn: *"Het is de naakte waarheid die bovenkomt bij een Sense Storm. Je kunt het daarna moeilijk nog ontkennen."*

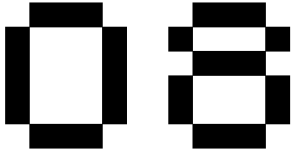
"Ik heb wel vaker creatieve sessies gedaan, maar daarbij krijg je hoe dan ook te maken met een achterliggende agenda. Het is nooit zo oprecht als bij een Sense Storm."

"Het lijkt alsof er gesproken wordt over wat er zich op dat moment afspeelt, een geur, een kleur, foto's en helemaal niet over dat wat je als bedrijf wilt bereiken en toch wordt ieders mening gehoord en zonder dat er bewust

gestuurd wordt op consensus, ontstaat die wel."

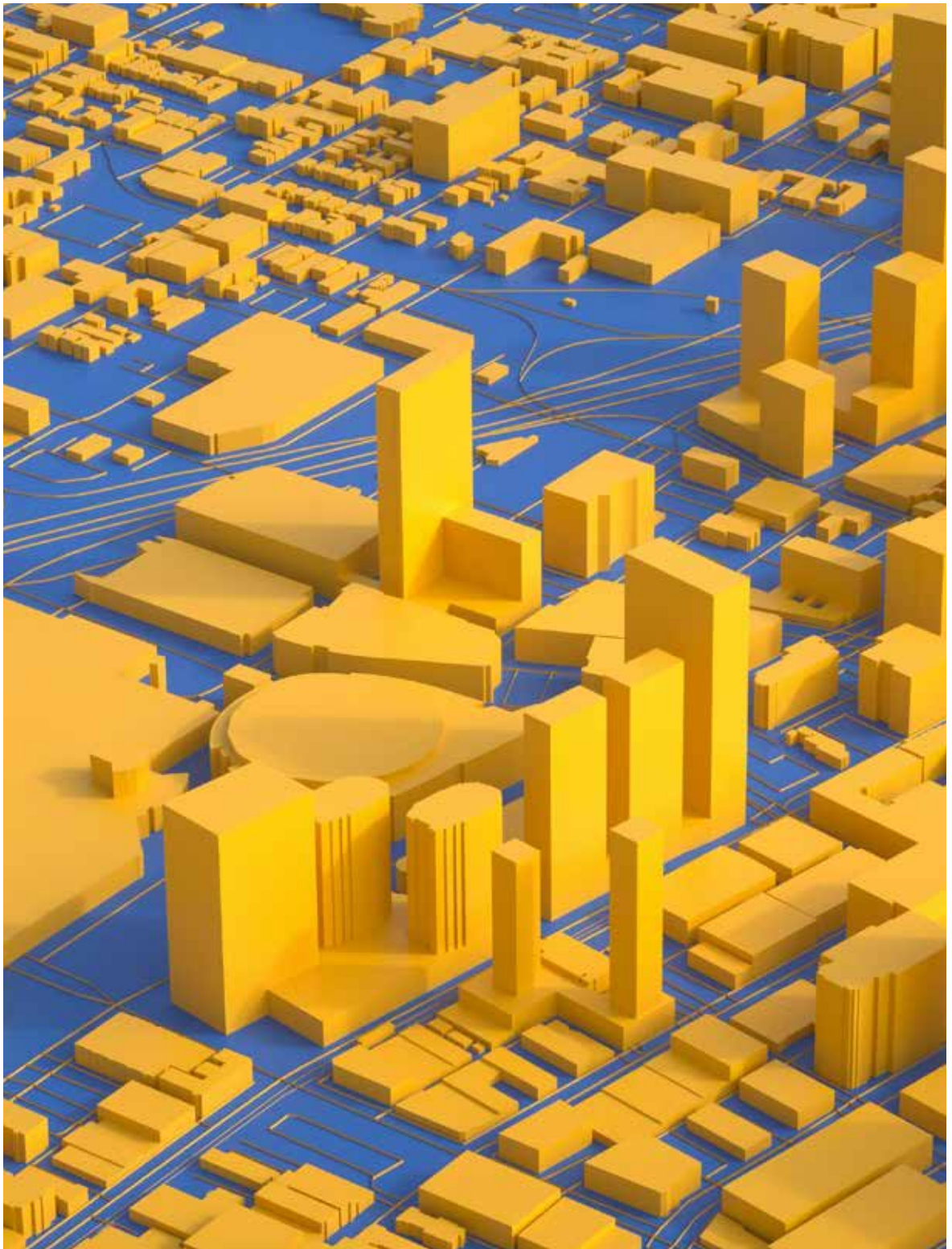
En vergeet vooral niet: dit is ook het moment om cadeautjes uit te delen. Een bedankje passend bij de organisatie en het doel van de avond. Zo'n gebaar helpt om verwachtingen te overtreffen en mensen met een vrolijk en gewaardeerd gevoel de deur uit te laten gaan.

Een goede evaluatie is dus veel meer dan een afsluiting. Het is een kans om de impact van de Sense Storm écht te begrijpen en de inzichten mee te nemen naar alles wat nog komen gaat.



Een Sense Storm bij gebiedsontwikkeling

Gebiedsontwikkeling is soms net een schaakspel. Iedereen schuift met stukken, zoekt positie, verdedigt belangen. Elke zet lijkt strategisch, elke beweging gewikt en gewogen. In dit hoofdstuk ontdek je hoe je een Sense Storm in een totaal andere context inzet. Als middel om overeenkomsten tussen belanghebbenden bij grote bouwprojecten te vinden en oprechte betrokkenheid te stimuleren. Want ook voor gebieden geldt: het helpt om te graven voordat je gaat bouwen.



ELK DORP HEEFT EEN ZIEL, ELKE STAD EEN GEZICHT EN ELK LANDSCHAP EEN VERHAAL

8.1 OOK PLEKKEN HEBBEN EEN IDENTITEIT

De Sense Storm is in alle sectoren inzetbaar, voor ieder type organisatie, wat voor doelen je ook nastreeft, maar niet alleen verzamelingen of creaties van mensen hebben een identiteit. Ook de natuur en het landschap om ons heen. Of het nou al ontwikkeld, gecultiveerd en bebouwd is door mensen of niet. Dat betekent dat de Sense Storm niet alleen werkt voor merken, organisaties, teams en projecten, maar ook voor plekken, gebieden, grote bouwprojecten dus. Dus niet alleen de projectontwikkelaar heeft een identiteit (denk aan Bask Vastgoed uit hoofdstuk 5) en baat bij een Sense Storm, maar ook het gebied dat hij gaat ontwikkelen. Sense Storms voor gebieden werken alleen net een beetje anders.

8.2 MINDER WEERSTAND, MEER VERBINDING, MEER DRAAGVLAK?

Een weiland wordt een nieuwbouwwijk, een bedrijventerrein verandert in een 'gemengde zone', en plots voelt het alsof alles wat vanzelfsprekend was op losse schroeven staat. Dat roept vragen op, wantrouwen en soms ronduit verzet. Gebiedsontwikkeling is een schoolvoorbeeld van verandering die stuit op weerstand. Je raakt niet alleen aan stenen en vierkante meters, maar aan herinneringen, gewoontes, belangen en toekomstbeelden van mensen.

Die weerstand kent vele gezichten. Gemeenten streven naar regie en een soepel verloop van processen, maar dat is nog niet zo gemakkelijk als de politieke druk toeneemt of bewoners zich laten horen. Ondernemers vrezen omzetverlies of logistieke ellende en deinzen er niet voor terug om juridische dreiging in te zetten als onderhan-

delingstactiek. Belangengroepen en stakeholders zijn vaak goed georganiseerd en inhoudelijk sterk: zij brengen scherpe kritiek, spelen media en politiek behendig uit en weten precies waar het schuurt. Sommige bewoners uiten zich in eindeloze brieven en bezwaarschriften, of in felle, emotionele reacties tijdens bewonersbijeenkomsten of inspraakavonden. En dan hebben we het nog niet eens over de stille meerderheid, die in het openbaar zwijgt, maar het publieke sentiment onder de radar wel degelijk kleurt en beïnvloedt.

Wat al deze vormen van weerstand gemeen hebben, is dat ze voortkomen uit een gevoel van gezien, gehoord, en betrokken willen worden. En juist daarom is het inzetten van een Sense Storm voor gebiedsontwikkeling zo krachtig, omdat het gesprek over de toekomst op een heel ander niveau plaatsvindt. Je zoomt niet in op de verschillen van inzicht, maar op de gemeenschappelijke waarden. Wat is de essentie van het gebied? Hoe kan die behouden worden? En hoe wil je het gebied beleven?

Tijdens een Sense Storm ontstaat er dankzij geur, beeld, verhalen en zintuiglijke opdrachten een gelijk speelveld waarin hiërarchie vervaagt en verbinding ontstaat. Mensen worden deelnemers in plaats van tegenstanders. En het effect daarvan reikt verder dan de sessie zelf. Zoals een projectontwikkelaar het treffend verwoordde: *“De manier waarop de Sense Storm-methode de verbinding weet te maken met omwonenden, stakeholders en gemeenten is niet in geld uit te drukken.”*

"EEN ZINNENPRIKKELEND BOEK VAN DE BESTE SOORT!"

Sinds ik Sensehacking las en de boeken van Genieke Hertoghs over ons onbewuste brein, weet ik hoe bepalend prikkels en sensaties zijn voor ons wezen én ons hoofd. Dit boek leest als een alchemistisch mengsel van geur, kleur, muziek en gevoel – een uitnodiging om het onbewuste aan het woord te laten. Het combineert wat we al weten met wat nog te ontdekken valt, en doet dat op een manier die je hoofd even buitenspel zet en je verbeelding in vuur en vlam zet. Verleidelijk om te lezen, nog verleidelijker om toe te passen."

Martijn Aslander
Schrijver en technologie-filosoof

"Dankzij de Sense Storm® hebben we de merkpersoonlijkheid van Blink niet bedacht, maar ervaren. Dat maakt dat ons verhaal nu echt klopt in toon, keuzes, gedrag, in alles."

Peter Heuvelink, Blink
Algemeen Directeur Projectontwikkeling bij JAJO

**"VAN LOSSE VERHALEN NAAR EEN
DUIDELIJKE RODE DRAAD EN EEN
SAMENHANGEND GEHEEL. MET DE
SENSE STORM® HEBBEN WE DE BASIS
GELEGD VOOR HET MASTERPLAN
ROMEINS VERLEDEN EN EEN RIJKERE
BELEVING VAN ONZE STAD."**

Ilona Haas
Programma manager Romeinen Nijmegen



9 789083 626307 >