

De creatieve industrie in Rotterdam groeit, en hoe! Deze bruisende stad geeft creativiteit dan ook alle ruimte. Het is en blijft een gemeente van doeners en dit soort creatieve aanpakkers worden door deze mentaliteit dan ook aangetrokken. Maar om te kunnen doen, moet je je ook in de markt verdiepen en weten wat er leeft. Zodat je optimaal kunt inspelen op signalen uit het veld. Het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam (OBR) gaat daartoe samenwerken met (sparring)partijen die de creatieve wereld als geen ander kennen. Zo ontstaat er een gezonde wisselwerking en vindt de gemeentelijke overheid meer aansluiting in de markt. Met een dergelijke, marktgerichte strategie krijgt de creatieve industrie alle kansen om nog meer te groeien en te bloeien.

Een partij waar het OBR bijna niet omheen kan is Jeroen Everaert, eigenaar van het succesvolle creatieve bedrijf The Mothership. Everaert presenteert zich met zijn team als kunstproducent. Hij slaat als het ware een brug tussen kunstwereld en commercie.

'Ik kom uit de commerciële hoek. Hoewel ik daar een schat aan commerciële ervaring heb opgedaan, zat ik daar toch niet helemaal op mijn plek. Ik dook dus de kunstwereld in en kwam terecht bij Stichting Mama Showroom for Media and Moving Art.' Zoals we op de website kunnen lezen is het initiatief MAMA in 1997 gestart als een tentoonstellingsruimte voor jonge kunstenaars. Inmiddels is MAMA uitgegroeid tot een spraakmakend en invloedrijk podium waar een breed publiek een eigenzinnige, kleurige visie op de hedendaagse beeldcultuur kan zien en ervaren. De stichting heeft zich bovendien ontwikkeld tot expert op het gebied van jongerencultuur en hedendaagse beeldcultuur. Daarnaast fungeert men als vraagbaak voor kunstenaars, (kunst)instellingen en musea voor advies, participatie in projecten en workshops.

Gesprekspartner

Na een succesvolle tijd bij Stichting MAMA waarmee hij ook nu nog intensief contact onderhoudt, begon Jeroen Everaert zijn eigen bedrijf The Mothership. 'Jarenlang was commercie een vies woord in de kunstwereld. Dat vind ik zonde want daarmee ontzegt een kunstenaar zichzelf een hoop mogelijkheden. Als je naar het buitenland kijkt, dan worden er veel minder subsidies gegeven en is het voor kunstenaars veel normaler om commercieel te denken. Ik bemiddel niet alleen tussen kunstenaar en bedrijfsleven, ik neem daarbij ook de volle verantwoordelijkheid voor een project. En dat is redelijk uniek in deze wereld.' Everaert heeft volgens eigen zeggen veel tentakels in de creatieve wereld en kent het klappen van de zweep. Een betere sparring-

partner (zoals hij zichzelf noemt) kan het OBR zich dan ook niet wensen. 'Ik heb toen ik werd benaderd direct gevraagd om een partner, Marianne Berendsen. Zij is creatief directeur van de Stichting Kunst & Zaken. Deze stichting zoekt voor culturele instellingen mankracht, zoals senior accountants, die uit grote industrieën komen. Het principe is ontstaan vanuit een initiatief van grote bedrijven die iets voor de creatieve sector wilden doen. De detachering van specialisten (coaches) in de verschillende culturele instellingen gebeurt met gesloten beurs en op die manier leveren de multinationals hun bijdragen. Naast haar contacten in de Nederlandse kunstwereld is Marianne Berendsen ook op Europees niveau goed ingevoerd. En dat is natuurlijk erg interessant voor een stad als Rotterdam.'





Jeroen Everaert, eigenaar van het succesvolle creatieve bedrijf The Mothership

Aandacht

Als kunstproducent brengt Everaert kunstenaar en bedrijfsleven met elkaar in contact. Dat kan gaan om een kunstwerk om aandacht te trekken voor een bepaald probleem waardoor media-exposure wordt verkregen. Maar het kan ook een kunstzinnige reclame-uiting zijn of het uitdragen van een bepaalde filosofie. Zo heeft men bijvoorbeeld voor Feyenoord een enorm mozaïekkunstwerk gemaakt met de beeltenis van de populaire aanvaller Dirk Kuijt. Anderzijds houdt Everaert zich ook bezig met kunst verkopen, business-to-business. Daarbij probeert hij steeds nieuwe en originele kanalen aan te boren zoals binnenkort bijvoorbeeld de Miljonairsbeurs.

Nomadisch denken

Everaert heeft binnen zijn brede netwerk van creatieven ook veel te maken met jonge starters. 'Daar zit veel enthousiasme en kracht. Ze hebben grote dromen en gaan niet alleen voor de omzet, hun energie is groots. Deze mensen werken als een magneet voor andere creatieven in Nederland. Ik vergelijk Rotterdam wel eens met Berlijn, een kunststad bij uitstek. Je krijgt het gevoel 'hier kun je dingen doen.' Er is ruimte om te creëren en de huren zijn relatief laag. Je kunt zelfs nog kraken. Ook in Rotterdam heb je veel lege ruimtes waar niets mee wordt gedaan. In plaats van er alleen studenten in te laten wonen bij wijze van anti-kraak zou je kunnen denken aan jonge creatieven. Doordat de vaste kosten laag zijn, zullen creatieve ondernemers de sprong eerder wagen en hebben ze ook meer ruimte om te investeren. Het lege pand is bewoond en tegelijkertijd worden er zaken gedaan. Kijk maar naar de winkel Blendstore die om de zestig dagen van stek verwisseld. Als er iets hip en populair is, dan is het wel

dit bedrijf. Dergelijke initiatieven fungeren als een enorme creatieve magneet. Een pand dat al jaren leegstaat, wordt op die manier weer op de kaart gezet en vervolgens weer interessant voor een projectontwikkelaar. Natuurlijk moeten er daarvoor goede contracten worden gesloten. Een ondernemer moet nomadisch leren denken en erop voorbereid zijn dat hij binnen een of twee maanden naar een nieuw pand moet verhuizen als de tijd daar is. Zelf werken we ook op die manier en we hebben veel sneller kunnen groeien dan wanneer we direct hoge huurkosten zouden hebben gehad.' Hij wijst trots naar het schitterende uitzicht van zijn bedrijfslocatie aan de Schiedamsedijk.

Cultuurmix

Een belangrijke kracht van de stad is de mix van culturen. 'Daar ligt de trots van Rotterdam. Ik zou zeggen, luister naar de inwoners van je stad. Laat die enorme gekleurde stad je inspireren en prikkelen. Creatieven ruiken zelf de kansen, maar je moet wel zorgen voor een vruchtbare bodem. Door deze te bemesten, te zorgen voor coaching en ruimte beschikbaar te stellen. Ik geloof niet in subsidie alleen. Dat houdt mensen afhankelijk. Creativiteit moet geprikkeld worden en waarom zou daarbij niet naar de commercie mogen worden gekeken. Er zouden meer financieringsmogelijkheden moeten komen door bijvoorbeeld minikredieten. Dergelijke leningen komen uiteindelijk weer terug en dat geld kan dan weer voor een ander creatief project worden ingezet. In het buitenland is dat al veel gewoner. Dit soort kleine bedrijven werken als een steeds groter wordende olievlek. Ze trekken elkaar aan. Ik zie veel mogelijkheden in Rotterdam, het bruist en leeft hier. Mijn taak zal zijn om het veld in te gaan voor het OBR en te inventariseren wat er leeft