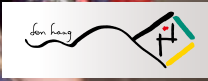


CONCEPT 05

**Corps creative: Haagse
creatief ambassadeurs**

**Stimuleringsfonds: van
idee naar innovatie**

**Haagse mode en -events
in de schijnwerper**





CONCEPT

Concept is het magazine over de creatieve sector in Den Haag. In dit nummer een terugblik op de resultaten van 2012.

Laat je inspireren door bijzondere ondernemers, actieve ambassadeurs, toptalenten, opvallende producten, het online platform Meet the Creatives en (inter)nationale evenementen en presentaties. En lees hoe het programma Creatieve Stad de sector promoot en individuele creatieven ondersteunt.

INHOUD

WETHOUDER **MARJOLEIN DE JONG**

4

**CORPS CREATIVE: ONTMOETING
TUSSEN CREATIEF AMBASSADEURS**

6

**STAALKAART HAAGS DESIGN OP SALONE
INTERNAZIONALE DEL MOBILE, MILAAN**

10

**BEURS VOOR TOPTALENT
CREATIEVE INDUSTRIE**

14



**STIMULERINGSFONDS INVESTEERT
IN INNOVATIE - DRIE SUCCESVERHALEN**

16

**PRESENTATIEBUDGET: HAAGSE
MODEONTWERPERS STELEN DE SHOW**

20

**RÉSIDENCE DE LA MODE
TREKT INTERNATIONAAL PUBLIEK**

22

**DE WOW-FACTOR VAN
MEET THE CREATIVES**

28

Marjolein de Jong

WETHOUDER CULTUUR, BINNENSTAD EN INTERNATIONAAL

DE CREATIE

2012 was een spannend jaar voor het programma Creatieve Stad. Oorspronkelijk zou dit het laatste jaar zijn van het speciale programma gericht op de creatieve sector in Den Haag. Tijd om de balans op te maken, te beoordelen wat de resultaten zijn en hoe we verder gaan.

Na drie jaar extra aandacht en middelen voor dit deel van de economie begint de oogst zichtbaar te worden. Zo vinden jonge designers hun weg naar zelfstandigheid en weet de modescène zich goed te presenteren. Ook buiten de stadsgrenzen: 'Made in The Hague' wordt erkend als kwaliteitslabel. Haagse ontwerpers worden dan ook steeds vaker gezien, gevraagd en gewaardeerd. Bijvoorbeeld op de Salone Internazionale del Mobile, International Amsterdam Fashion Week, Fashionclash Maastricht, Graphic Art Fair Londen, Dutch Design Week Eindhoven, Red Dot Award. Het succes van het programma is duidelijk: in de creatief zakelijke dienstverlening groeide het aantal banen. Dit heeft de gemeenteraad doen

besluiten om ook na 2012 in elk geval nog een jaar lang in te zetten op de creatieve sector.

Natuurlijk heeft het economisch tij ook invloed op de creatieve sector. Helaas moesten sommige grote bureaus krimpen en is het verwerven van opdrachten niet altijd makkelijk. Maar de crisis biedt ook kansen in de stad en tegen de stroom in weten sommigen deze te grijpen. De Stadsouder is een marktinitiatief waar gelijk bij de opening alle units gevuld waren met 56 Haagse creatieve bedrijven. Het evenement Résidence de la Mode zorgde in het najaar voor veel mode- en winkelplezier en voor een bijzonder tijdelijk winkelaanbod. Ook besloten enkele ontwerpers permanent hun winkeldeuren open te houden: schoenmerk Allique, modelabel Michael Barnaart van Bergen (damesmode) en Sjaak Hullekes (herenmode). Dit is het mooiste bewijs dat de hele keten, van ontwerp tot verkoop, in Den Haag floreert.

De creatieve stad werkt en laat zich zien!

EVE STAD WERKT



DE AMBASSADEURS VAN 2012-2013 ZIJN:

- Jeroen Warmerdam van serious gamingbedrijf Tygron
- Dimitri Nieuwenhuizen van LUST, vormgeving en nieuwe media
- modeondernemer Wim de Bruijn
- Floris Kaayk, die eerder de internationale pers haalde als Flying Dutchman

ONDER AMBASSADEURS

Half september kwamen nieuwe en oude creatieve ambassadeurs van Den Haag bij elkaar. De snode plannen vlogen al snel over tafel. De nieuwkomers leggen de lat hoog. Een hackethon, schoenhakken met chips, een extra dimensie aan shoppen, wereldfaam? De toekomst zal het leren.



JEROEN WARMERDAM

Warmerdam slaat graag bruggen met andere steden. Met Delft, waar hij studeerde, en met ondernemend Rotterdam. "Ook wil ik Den Haag en de spellen van Tygron nog vaker internationaal presenteren. Ik noem ons voor de grap vaak een bak nerds die spelletjes maken. Maar dat doen we wel voor opdrachtgevers als de VN."

**"WE ZIJN EEN BAK NERDS
DIE SPELLETJES MAKEN,
MAAR WEL VOOR DE VN"**

DIMITRI NIEUWENHUIZEN

Als ambassadeur zal Nieuwenhuizen uitdragen dat het Haags klimaat gemoedelijker en collegialer is dan in andere steden, ook internationaal. "Mensen in Den Haag zijn bereid nieuwe dingen te leren en nieuwe mensen te ontmoeten. Je wordt hier snel opgenomen. Den Haag is het Berlijn van Nederland. Den Haag is goed in het laten groeien van start-ups." Hij wil zich de komende tijd hard maken voor de zichtbaarheid van Haagse creativiteit. "Er is veel kennis en hoge kwaliteit, maar de podia zijn te klein om landelijk aandacht te trekken. Wel vormen ze de kwalitatieve voorhoede. Dat moet Den Haag zien te behouden."



**"DEN HAAG IS HET BERLIJN
VAN NEDERLAND"**

WIM DE BRUIJN

De Bruijn ziet veel kansen voor het verlevendigen van winkelgebieden. "Retailers hebben last van internet. Daarom moeten winkeliers hun producten nog beter visualiseren. Den Haag zou zich kunnen ontwikkelen als de stad van de beleving."

**"ONS SCHOENENMERK
ALLIQUE IS GEBOREN IN HET
HOFKWARTIER"**



FLORIS KAAYK

Floris Kaayk haalde in het voorjaar van 2012 de wereldpers met zijn project Human Birdwings. Even leek het alsof hij een droomuitvinding had gedaan: vleugels om mee te vliegen. Het filmpje van de vlucht boven het Westbroekpark ging de hele wereld over en werd 7,5 miljoen keer bekeken. Maar wat bleek: alles was in scene gezet. De uitvinding maakte deel uit van een online storytelling project. Een zorgvuldig gecomponeerde mythe met een fictief personage en doordachte verhaallijnen. Een Haagse hoax om nooit te vergeten.

**HAAGSE HOAX GING
DE HELE WERELD OVER**

Haagse afzender

Een aantal voormalig ambassadeurs - interieurontwerper Frans Schrofer, modevormgeefster Sara Vrugt en meubelontwerper Tiddo de Rooter - blikt met plezier terug op hun ervaringen. Schrofer vertelde dat met de titel ambassadeur op zak deuren open gingen, die normaal gesloten blijven. Net als Sara Vrugt ging Studio Schrofer een samenwerking aan met het Conservatorium. Ook Tiddo de Rooter gelooft in kruisbestuiving. Hij maakte deel uit van een groep Haagse creatieven die zich in april 2012 presenteerden op de vooraanstaande Salone del Mobile in Milaan. "Onze naam luidde Haags werk. Daarmee benadrukten we dat we niet zomaar ontwerpers zijn, maar Haagse ontwerpers."

Dimitri Nieuwenhuizen denkt dat multimedia en internet een nieuwe dimensie aan winkelen kunnen toevoegen. "We leven nog maar zo kort in het digitale tijdperk, de mogelijkheden zijn ongekend. Er ontstaan steeds nieuwe vormen, nieuwe beroepen en nieuwe samenwerkingsverbanden." Eén daarvan zou weleens een Haags global game event kunnen zijn, waar Jeroen Warmerdam en Dimitri over fantaseren. Een zaal vol gamers, die Den Haag in korte tijd virtueel en fysiek op de internationale kaart zetten.

VERWORVENHEDEN VAN AMBASSADEURSCAP

- Netwerken verkrijgen de stad en het vestigingsklimaat
- Meer uitwisseling tussen creatieven en disciplines
- Ambassadeurschap opent deuren
- Den Haag staat beter op de kaart als creatieve stad
- Meer en grotere zichtbaarheid Haags werk op internationale beurzen

DOELEN VANUIT CREATIEVE STAD

- De ambassadeurs promoten de stad in hun netwerken
- Meer publiciteit voor creatieve stad Den Haag
- Grotere naamsbekendheid en beter imago in binnen- en buitenland

SAMEN STERK IN MILAAN

**HAAGSE ONTWERPERS
OP TOONAANGEVENDE MEUBELBEURS**

De Salone Internazionale del Mobile in Milaan is een gezaghebbende beurs voor meubelontwerp en design. De plek om je als ontwerper te laten zien. Dit jaar werden twee Haagse groepspresentaties medegefinancierd door het Presentatiebudget van Creatieve Stad. Als collectief sta je sterker.

OPZET

| Collectieve presentatie onder de naam
| Haags Werk

DOEL

| Jonge ontwerpers uit Den Haag presenteren op internationale beurzen, Den Haag op de kaart zetten als ontwerpstad

DEELNEMERS

| Celine van Raamt, Inge Simonis, Barbara Vos, Tiddo de Rooter, Geanne Welles, Marlies van der Linden & Raúl Wallaart, Dennis Slootweg (organisatie)

LOCATIE OP BEURS

| Ventura Lambrate

RESULTAAT

| 5.000 bezoekers aan de stand, veel positieve feedback, contacten verkooppunten, naamsbekendheid vergroot, toetsing werk bij publiek

MEDIA-AANDACHT

| o.m. De Volkskrant, Plaza Magazine Zweden, TV West, architectenweb.nl, uitgebreid artikel op meerdere blogs (core77, athena), aankondiging op site consulaat Milaan

BIJDRAGE

| Presentatiebudget €10.000



HAAGS WERK

**COLLECTIEF VANUIT
DE BESTURING**



Haagse herkomst

GEANNE WELLES (24) IS ONTWERPSTER, ZIJ MAAKTE DEEL UIT VAN HET TEAM VAN ORGANISATOREN VANUIT DE BESTURING EN NAM VOOR DE VIJFDE KEER DEEL AAN DE SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE.

Geanne Welles: "Vanuit ateliercomplex De Besturing hebben wij het initiatief genomen voor een gezamenlijke presentatie. Als collectief van Haagse interieur- en productontwerpers versterken we elkaar. Samen hebben we meer mogelijkheden en maken we meer indruk dan individueel. We hebben bewust gekozen voor de Nederlandse naam Haags Werk om de herkomst van de ontwerpers en hun werk te benadrukken. Ook profiteerden we daarmee van de goede naam die Dutch Design op dit moment heeft. Op de Salone lieten we een staalkaart van hedendaags Haags ontwerp zien. Zo vormden we een



onderscheidend Haags eiland in het enorme aanbod op de beurs. Voor mijn prototype van SQUARE.PLAY, stoffen speeltegels voor kinderen, was veel animo. Ik ben nu bezig met marktonderzoek voor de productie van de tegels.

Onze expositie paste goed in de Ventura Lambrate, het deel van de beurs waar veel jonge ontwerpers en academies hun werk tonen in leegstaande fabriekshallen. Hier komen de inkopers, producenten en pers om nieuwe ontwerpers en innovatief design te spotten. We wilden met onze deelname vooral onze naamsbekendheid vergroten. Doordat we een onderscheidende en professionele presentatie hebben neergezet kregen we internationale aandacht en bekendheid: veel vakbladen en blogs hebben over ons geschreven."

OPZET

Groepspresentatie vanuit de KABK met als thema The Shepards of Stuff

DOEL

Versterken van internationaal imago van de Academie en van Den Haag met haar creatieve industrie

DEELNEMERS

9 studenten en 7 alumni

LOCATIE OP BEURS

Studio IROKO in Zona Tortona, voor het vijfde jaar op rij

RESULTAAT

7.200 bezoekers (in 2011 6.700), waaronder ook journalisten en curatoren en spotters van designevenementen, uitbreiding professioneel netwerk, herkenbaar profiel KABK

MEDIA-AANDACHT

o.m. Arts Thread, Close-Up Interiors, Eigen Huis en Interieur, Elle Decor Italia, L'Officiel 1000 modèles, VT Wonen

BIJDRAGE

Presentatiebudget €10.000

KONINKLIJKE ACADEMIE VAN BEELDENDE KUNST

DE BEELDBEPALERS VAN MORGEN



Stoomcursus profileren

MARTIJN RIGTERS (24) IS VIERDEJAARSSTUDENT MEUBELONTWERP AAN DE KABK. HIJ STOND VOOR DE EERSTE KEER OP DE SALONE.

Martijn Rigters: "Als je altijd met medestudenten en docenten je werk bespreekt, ontstaat het gevaar van een tunnelvisie. Deelnemen aan de Salone verplicht je om na te denken over hoe je werk door het publiek wordt gezien. Het is een stoomcursus in profileren. Dat leer je niet op de Academie, maar is wel een

belangrijk onderdeel van je werk. Dat groeit door praktijkervaring. Ik heb op de beurs mijn project Foam Party laten zien; een innovatieve mallen-techniek, waarmee ik op maat gemaakte zitobjecten creëer. Hoewel het publiek uit zeer verschillende groepen bestond - vakgenoten, pers, het grote publiek, etc. - was de ontvangst heel goed. Dat komt denk ik door de toegankelijkheid en de meerdere lagen in mijn werk. Door ter plekke objecten te maken, kon het gewone publiek het proces stap voor stap volgen. Ingewijden waren daarnaast geïnteresseerd in het idee erachter. Een direct gevolg van Milaan was een uitnodiging voor Tent London tijdens het London Design Festival."



MAARTEN SCHENKEVELD

MEUBELONTWERPER



Maarten Schenkeveld (28) deed in juni eindexamen meubelontwerpen aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten. Hij presenteert zijn werk in diverse galleries en was aanwezig op de grote meubelbeurs in Milaan.

**"DE ZOEKTOCHT OM VERDER
TE KOMEN DAN JE IN EERSTE
INSTANTIE DACHT."**

BEURS VOOR TOPTALENT

In oktober hielden vier studenten hun adem in. Het waren spannende tijden, want tijdens het populaire zakelijke CabFab Event werd bekend wie de beurs Toptalent van maar liefst €20.000 in de wacht zou slepen.

Deze beurs is uniek in zijn soort. Den Haag gelooft sterk in de kracht van jong talent en vindt

het belangrijk uitblinkers de kans te geven zich te ontwikkelen. Daarbij grijpt Den Haag meteen de kans om deze veelbelovende talenten aan de stad te binden. Goed voor de economie en een versterking van de creatieve uitstraling van de stad.

HERNÁN SCHVARTZMAN

ORKESTDIRIGENT



Hernán Schvartzman (32) is dirigent en haalde eind april zijn master Orkestdirectie aan het Koninklijk Conservatorium. Opera is zijn grote passie, zowel klassiek als modern uitgevoerde versies. Al in 2009 richtte Hernán de stichting Opera2Day op, waarmee hij Haagse talenten voor de stad wil behouden.

"IK WIL OPERA TERUGBRENGEN IN DEN HAAG."

BAO YAO FEI

MODEONTWERPER



Bao Yao Fei (22) studeerde textiel- en modeontwerp aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten en is onder anderen geïnspireerd door Le Corbusier. Hij wil zich graag vestigen in Den Haag met een label dat tijdloos is. Maar eerst wil hij leren hoe een top-atelier werkt.

"EEN ONTWERP IS PAS GESLAAGD ALS MEN ERVAN GAAT HOUDEN."

Ondernemersgeest

Hernán Schvartzman, Maarten Schenkeveld en Bao Yao Fei ontvingen alle drie een beurs. Zij werden geloofd om hun creatief talent en ondernemersgeest. Nu krijgen zij de kans hun droom waar te maken en hun eigen bedrijf of label te starten. Typograaf Jorn Henkes viel buiten de prijzen, hij kreeg van de jury een eervolle vermelding. Elke kandidaat had een goed onderbouwd plan ingediend en de beste plannen werden gepresenteerd aan een kritische jury. Deze bestond uit Arno van Roosmalen, directeur Stroom, Maarten Gresnigt, directeur marketing

Rabobank Den Haag en Wim Vos, directeur van het Asko|Schönberg Ensemble.

Wethouder Henk Kool was enthousiast over het aanbod en de kwaliteit: "Den Haag barst van het creatief talent."

Op www.conseptmagazine.nl Editie 5 presenteren de toptalenten zichzelf. Bekijk de filmpjes waarin ze vertellen over hun werk en hun band met Den Haag.

PRODUCTEN EN MAKERS MET TOEKOMST

Een investering om je innovatieve product te ontwikkelen. Dat is waar veel creatieve ondernemers van dromen. Voor vier Haagse talenten kwam die droom in 2012 uit.

Barbara Vos, Rutger de Regt en het duo Anne Ruster en Eva Libert ontvingen een subsidie uit het Stimuleringsfonds.

BARBARA VOS

Het was een vruchtbaar jaar voor Barbara Vos. Terwijl ze de foyer van popcentrum Het Paard van Troje herinrichtte, kreeg ze een subsidie verleend via het Stimuleringsfonds. Nu kan ze haar Tex-tiles op de markt brengen.

“Normaal werk ik aan veel verschillende projecten en producten tegelijk. Zo ontwierp ik bijvoorbeeld tassen in opdracht van Pip, Blond en Protest, maakte ik lampen voor Museum Meermanno en werkte ik samen met een collega aan een handheld device voor middelbare scholen. In het voorjaar van 2012 werd ik door het Paard van Troje gevraagd de foyer opnieuw in te richten.”



DOORSCHIJNEND KERAMIEK

De komende tijd moeten de opdrachten even wachten, want nu legt Barbara de focus bij haar Tex-tiles.

“Door de toekenning van de subsidie via het Stimuleringsfonds kan ik me hier nu bijna fulltime op richten. Tex-tiles zijn doorschijnende keramische tegels met een textielreliëf. Een nieuw en innovatief product dat met allerlei texturen te maken is. De tegels laten licht door, dus als je er ledverlichting achter plaatst, geeft dat een rustgevend effect. De tegels kunnen op verschillende plaatsen worden toegepast, in wellnesscentra, hotels, ontvangstruimtes, sanitair, woonhuizen en op gevels.”



ONDERZOEK NAAR KETEN

“In het ondernemersplan, dat ik voor de aanvraag maakte, neemt promotie een belangrijke plek in. Aan zoveel mogelijk partijen wil ik laten weten dat dit product bestaat. Ik richt me op de professionele markt. Zo vroeg mogelijk in een ontwerpproces wil ik betrokken zijn. Daarom heb ik onderzoek gedaan naar de keten. Ik steek nu veel energie in het benaderen van architecten, groothandels en showrooms.

Ook ben ik eind 2012 naar Thailand gereisd om een producent te zoeken. Ik laat samples maken die tijdens internationale beurzen op showwanden gepresenteerd worden. Ook gaat een deel van het budget naar een nieuwe website, promotiemateriaal en online marketing. De bijdrage uit het Stimuleringsfonds is een serieuze investering in mij en in de creatieve sector. Waar krijg je zo'n kans?”

EVA&ANNE

Anne Ruster studeerde strafrecht en werkte bij het Openbaar Ministerie aan de vervolging en opsporing van minderjarigen. Ze besloot een heel andere kant op te gaan. Nu bouwt ze samen met compagnon Eva Libert aan een merk met eigen prints, stoffen en producten.





Anne startte haar merk onder de naam &Anne. Ze richtte zich in eerste instantie op kleding. “Voor de jurken die ik ontwierp, was het lastig de juiste stoffen te vinden. Zelf prints maken, is alleen een optie als je meer dan duizend meter afneemt. Dat was te veel. De modewereld bleek heel ingewikkeld en bewerkelijk. We zagen kansen op een ander terrein.” Ze werkte al veel samen met grafisch ontwerpster en fotografe Eva Libert. Samen besloten ze het proces om te draaien en eigen dessins als uitgangspunt te nemen. Met hulp van het Stimuleringsfonds lanceerden ze in november 2012 hun eigen brand, Eva&Anne.

HONDERD VERKOOPPUNTEN

“Het ontwikkelgeld dat we uit het Stimuleringsfonds krijgen, besteden we aan het ontwikkelen van onze eigen grafische dessins. Vrolijke prints in sprekende kleuren, met Amerikaanse en Scandinavische invloeden.” Ook ‘leenden’ ze van Mid Century Design. “Als eerste brachten we een lijn met stationary uit: giftcards, labels, schriften en tweezijdig inpakpapier. Soms met gebruik van het oude ambacht letterpress, een vorm van reliëfprint. Tijdens de lancering op de beurs Flauvorites waren de reacties heel goed. We hebben daar veel verkocht en krijgen nu allerlei bestellingen. We willen snel het aantal verkooppunten uitbreiden. Het streven is honderd in het eerste jaar. In 2013 hopen we ook een kledinglijn met onze dessins op de markt te brengen. Dan is de cirkel rond.”

STAP VOOR STAP

“Ons doel is economisch duurzaam ondernemen. Eerst voor ons tweeën en daarna met personeel. De eerstvolgende logische stap is een stagiair. Om kosten te besparen, doen we nu bijna alles zelf, behalve de productie. In deze fase kunnen we de subsidie heel goed gebruiken. Later kunnen we hopelijk terecht bij de bank en bij investeerders. We hebben internationale ambities.”

RUTGER DE REGT

Een jaar na zijn afstuderen aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten tikkert Rutger de Regt behoorlijk aan de weg. Tijdens de Salone Internazionale del Mobile kocht een Milanese galerie zijn hele collectie aan. Met steun van Creatieve Stad wil hij een productielijn voor zijn onconventionele zitmeubelen opzetten.

Na banen als glazenwasser en barman besloot Rutger zich op 27-jarige leeftijd aan te melden voor de KABK. “Ik tekende graag voor mezelf, had allerlei ideeën voor meubels en experimenteerde graag met materialen. In 2011 ben ik afgestudeerd en werd ik genomineerd voor de afdelingsprijs en de Thonet Mart Stamprijs. In 2012 exposeerde het museum Triënnale in Milaan een stoel uit mijn Happy Misfits-collectie en een galerie kocht tijdens de Salone alle meubelen.” Ook zijn aanvraag voor het Stimuleringsfonds werd gehonoreerd.

MANIPULEREN

Rutger werkt met mallen en nieuwe materialen, die hij zelf manipuleert waardoor ieder stuk anders is. "Ik begeef me liever op het onontgonnen terrein van nieuwe vormen en materialen dan dat ik opboks tegen het verleden waarin alles al een keer gedaan is. Ik wil zowel unica maken als meubels in oplage."



ONDERNEMINGSPLAN ALS LEIDRAAD

"Voor de aanvraag moest ik een ondernemersplan maken, daar heb ik vier maanden aan gewerkt. Het is heel fijn om dat plan als leidraad te hebben. Ik werd me bewust van de nieuwe manier waarop ik wil produceren. Dat wil ik zelf doen, met eigen mallen, deels geautomatiseerd. Als ondernemer heb je de neiging te veel te denken vanuit commercieel succes. Het gevaar bestaat dat je een dertien-in-een-dozijn-ontwerp krijgt. Er worden al zoveel massa-producten gemaakt. Ik neem altijd het materiaal als uitgangspunt. Zonder deze subsidie had ik nu waarschijnlijk een full time baan in een ander vak en deed ik het ontwerpen van meubels er naast. Nu kan ik echt stappen maken. Om te professionaliseren is nu eenmaal geld nodig."

- **NAAM**
Rutger de Regt
- **DISCIPLINE**
Meubelontwerp
- **PRODUCT**
Zitmeubelen
- **LEEFTIJD**
33 jaar
- **ATELIER**
Op zoek naar geschikte studio
- **HOOGTEPUNT 2012**
Presentatie in Milaan
- **AMBITIE**
Zelfstandig ontwerpen en produceren
- **BIJDRAGE**
Stimuleringsfonds €19.000

ZELF PRODUCEREN



MICHAEL BARNAART VAN BERGEN

WAT

Meesterlijk, design en ambacht

WANNEER/WAAR

September 2012 - Amsterdam

HOEVEEL

Presentatiebudget €890

**"MEESTERLIJK IS GEEN
KUNSTBEURS, MAAR EEN PLEK
WAAR EEN GROOT PUBLIEK KOMT
DAT UNIEKE PRODUCTEN EN
VAKMANSCHAP WAARDEERT."**

PRESENT YOURSELF

**PRESENTATIEBUDGET STEUNT
HAAGSE DESIGNERS**

**Haagse modeontwerpers waren
in 2012 volop in beeld op
beurzen en tijdens modeshows.
Drie van hen vertellen wat dat
allemaal opleverde.**



ANNEMARIJE VAN HARTEN

WAT

Fashionclash

Gezamenlijke presentatie met Lidewij Corstiaans en Tessa Wagenvoort

WANNEER/WAAR

November 2012 - Maastricht

HOEVEEL

Presentatiebudget €2.095

"DE CONFRONTATIE VAN VERSCHILLENDE DISCIPLINES MAAKT FASHIONCLASH SPANNEND, OOK VOOR DE BEZOEKERS."



MARIJE DE HAAN

WAT

Amsterdam International Fashion Week

WANNEER/WAAR

Juli 2012 - Amsterdam

HOEVEEL

Presentatiebudget €5.000

"AAN DE FASHION WEEK HIELD IK EEN NIEUWE OPDRACHT OVER IK WERK VOOR EEN NIEUW MERK, MEER MAG IK ER NIET OVER ZEGGEN."

Lees de volledige interviews met de drie Haagse modeontwerpers op www.conseptmagazine.nl Editie 5.

THE HAGUE LOVES FASHION

Alweer voor de vierde keer werden in fashionable Den Haag de Dutch Fashion Awards uitgereikt. In dezelfde periode zorgde het stylish publieksevent van de Résidence de la Mode voor veel inspiratie en een optimale winkelstemming. Deze evenementen versterken het imago van mode- en shoppingstad Den Haag.





TIEN DAGEN MODEWALHALLA

Résidence de la Mode bewijst dat je voor mode en winkelen in Den Haag moet zijn. Tien dagen lang stond het Haagse centrum in het teken van hoogstaande fashion, vernieuwend ontwerp, bijzondere winkels, leuke aanbiedingen, een modewandeling en meer. Een walhalla voor iedereen die van mode houdt.

LA PARCOURS DE LA MODE

Een verrassende moderoute door de prachtige Haagse binnenstad leidde langs bestaande winkels en pop-up stores in leegstaande panden met kleding van onder anderen Sjaak Hullekes, Monique Collignon en Addy van den Krommenacker. Persoonlijk advies van een ontwerper, een glaasje bubbels, workshops, (kortings) acties en sfeervolle etalages brachten iedereen in optimale winkelstemming.

**EEN WALHALLA VOOR IEDEREEN
DIE VAN MODE HOUDT**





LE MAGASIN DE LA MODE

Le Magasin de la Mode aan de Spuimarkt was het kloppend hart van Résidence de la Mode. Inspiratie was gegarandeerd bij het werk van onderscheidende ontwerpers als Marcha Hüskes, Conny Groenewegen, Sara Vrugt en Esther Boskalkjon. Ook was er een voorproefje van de MOAM-expositie, die in 2013 in Foam Amsterdam te zien is.

**DE INTERNATIONALE
MODESCENE VERBLEEF EEN
WEEKEND LANG IN DE STAD**



NOG EEN WINNAAR

Ook de stad Den Haag mag zich een winnaar noemen. Alle glossy's en vele andere bladen berichtten over de geslaagde mode-evenementen. De free publicity had een advertentiewaarde van zeker een half miljoen euro. Bovendien verbleef de internationale modescene een weekend lang in de stad.

DUTCH FASHION AWARDS

De uitreiking van de Dutch Fashion Awards - voor de vierde keer in Den Haag - vormde een waardige afsluiting van de tiendaagse Résidence de la Mode. Iedereen die er in de Nederlandse mode toe doet, was aanwezig in de sfeervolle Grote Kerk. Mattijs van Bergen was de grote winnaar.



Dutch Touch Paris Award 2012
ANNE DE GRIJFF
Jury: Geraldine Florin & Bruno Collin



THE HAGUE LOVES FASHION



**Fair Luxury Award 2012 Winner
ELSIEN GRINGHUIS**



**Dutch Fashion Incubator Award
2012 Winner
HYUN YEU**
Jury: Mandi Lennard & Ceyda Balaban



CREATIEF DEN HAAG STAAT OP DE KAART

Meet the Creatives is alweer ruim een jaar geleden geboren en Den Haag is erg trots op deze spruit. Dit bijzondere platform is er voor Haagse creatieven en voor bedrijven op zoek naar creativiteit. Hét meeting point van creatief en corporate Den Haag.

De gedachte achter Meet the Creatives is even simpel als effectief. Heb jij een creatieve onderneming? Zet deze dan op de creatieve kaart van Den Haag door op de site een bedrijfsprofiel in te vullen. Maak het extra interessant door je beste werk te laten zien op de casuspagina. Vervolgens doen wij er alles aan om de bedrijven en hun werk onder de aandacht te brengen van de zakelijke sector. Een kleine moeite. Immers, een plekje in deze Rolodex 3.0 kan je mogelijk nieuwe opdrachtgevers opleveren. Zie het succes van de Haagse ondernemer Imre Tigchelaar.

Ondertussen hebben al circa 400 bedrijven hun profiel geplaatst en is er een zeer actieve twitter account (@DH_Creatives). Levendige discussies vind je op de LinkedIn groep.

BEST PRACTICE: IMRE TIGCHELAAR HEEFT WOW-FACTOR

Dat Meet The Creatives werkt, blijkt onder meer uit het verhaal van interieurarchitect Imre Tigchelaar. Sinds 2004 runt hij zijn one-stop ontwerpstudio De Inrichting, van concept tot uitvoering, van tegeltjes bestellen tot complete 3D-visualisaties. Prachtig werk met een hoge wow-factor. Dat werd ook opgemerkt door een Chinese ondernemer, die een enorme horecagelegenheid in Wateringen ontwikkelt, De Watertuin. Een restaurant van maar liefst 4.000 m2 waar je lekkernijen uit alle windstreken kunt proeven: de wereldkeuken is er vertegenwoordigd.

De ambitieuze Chinese zakenman zag een advertentie van Meet The Creatives over De Inrichting in Business Haaglanden en nam contact op met Imre. Nu reist Imre heen en weer tussen China en Wateringen en laat hij al zijn talenten los om ook dit restaurant prachtig in te richten.

Imre vertelt meer over zijn project op www.conseptmagazine.nl Editie 5.



MEET THE CREATIVES

Home | Info | **Creatieve Kaart** | Cases | Weblog | Inloggen

Alle beroepsgroepen 368 leden

Resultaten op kaart:

- Alle beroepsgroepen: 368 leden
- Reclame en communicatie: 118 leden
- Media en entertainment: 36 leden
- Grafische vormgeving: 23 leden
- Made on location: 21 leden
- Binnen- en buitenarchitectuur: 47 leden
- Film, video en fotografie: 37 leden
- Kunst: 58 leden
- Muziek en geluid: 13 leden
- Journalistiek en schrijven: 36 leden

Map | Satellit | Tegen

COLOFON | DISCLAIMER | FACILITEITEN VOOR CREATIEVEN | CONTACT

MEET THE CREATIVES

Ik ben opzoek naar
Doorzoek de website

CS
DH

HOME

INFO

CREATIEVE KAART

CASES

WEBLOG

INLOGGEN

BEROEPSGROEP

WEBLOG

HAAGSE MODEWERELD GOED VERTEGENWOORDIGD TIJDENS AMSTERDAM FASHION WEEK!

11-01-13



Amsterdam Fashion Week gaat weer van start: het programma is bekend. En wij, Hagenaars en Hageneezers hebben goede reden om trots te zijn: maar liefst 5 Haagse designers nemen dit jaar deel aan het fashion event van de Lage Landen.

Lees meer

TERUGBLIK OP EEN CREATIEF 2012

13-12-12



Op de laatste dag van het jaar 2012 bliken we bij Meet The Creatives graag even terug op een supercreatief jaar! Wat is er zoal gebeurd met "onze" creatieven? Welke avonturen hebben de revue gepasseerd en wat waren de creatieve hoogtespunten van 2012?

Lees meer

UITGELICHT



ACTUEEL

DM Creatives Speelze zit-elementen van Greenlight Company BV vrijlijken patio's nieuwe Helionare locatie op ow.ly/gaUfM #MeetTheCreatives #cases

DM Creatives Happy New Webuser! Ontwerper @idorrthdaxcode is het jaar goed begonnen met een nieuwe website www.tuifor.com

Join the conversation

CREATIEVEN

Presenteer op deze website jouw werk aan potentiële opdrachtgevers. Wie ben je, wat doe je en wat kun je voor hen betekenen?

- INSCHRIJVEN OF BLOGGEN
- FREE PUBLICITY
- ZOEK CREATIEVEN



Bekijk de hele kaart

Volg ons op



COLOFON DISCLAIMER FACILITEITEN VOOR CREATIEVEN CONTACT

Deze website is mede mogelijk gemaakt met steun van het Europese Fonds voor Regionale Ontwikkeling Sleutel voor Werk van de Europese Commissie

HEB JIJ EEN CREATIEF BEDRIJF?

Maak dan gebruik van de mogelijkheden die Meet the Creatives je biedt: extra publiciteit, heel veel nuttige info, nieuwe contacten, mogelijke opdrachten, inspiratie en nog veel meer. Vul een bedrijfsprofiel in en laat je werk zien aan tientallen, misschien wel honderden, bezoekers die op zoek zijn naar een creatief bedrijf. En heb je onlangs nog een leuk project afgerond? Vertel ons je verhaal en wellicht besteden wij er een leuk artikel aan, online en offline.

CREATIVITEIT OM DE HOEK

Wil jij weten welke creatieve bedrijven bij jou om de hoek zitten? Kijk dan zeker eens rond in het zeer diverse aanbod van Haagse creatieven en lees wat zij voor jouw bedrijf kunnen betekenen. We hopen je snel te zien op Meet the Creatives!

MEET THE CREATIVES.NL

ConSept Magazine laat je de creatieve kracht van Den Haag beleven. Innovatieve bedrijven en personen, interessant nieuws, creatieve projecten, opvallende evenementen: ConSept brengt het in woord en beeld.

Het magazine wordt ook ingezet voor de promotie van Den Haag als vestigingsplaats voor creatief ondernemerstalent.

ConSept Magazine is een initiatief van Programma Creatieve Stad Den Haag en wordt verspreid onder creatieve ondernemers en andere relaties.

ConSept Magazine is mede mogelijk dankzij het Europees Fonds Regionale Ontwikkeling 'Kansen voor West' van de Europese Commissie.

OPDRACHTGEVER

Gemeente Den Haag, Programma Creatieve Stad

CONCEPT

Saskia Laurijsen,
COOS! Communicatie & Evenementen

REDACTIE

Caroline Ludwig, Tekstlab, Den Haag

VORMGEVING

Trapped in Suburbia*

MET MEDEWERKING VAN

Jorrit Renaud, Alice van Duijn, Barbara Vos, Geanne Welles, Ilco Kemmere, Team Peter Stigter, Elisabeth Enthoven, Winkelman Van Hessen

Meer over Creatieve Stad: www.csdenhaag.nl en www.meetthecreatives.nl



*Trapped in Suburbia ontving zelf ook een bijdrage uit het Presentatiebudget (€4.850). Die werd besteed aan een presentatie op de Pick Me Up Graphic Art Fair in Londen, een beurs voor hedendaags grafisch ontwerp en illustraties.

De digitale versie van dit magazine is te vinden op www.conseptmagazine.nl Editie 5.

