



— *Shaping City Life*

Habitat

ROTTERDAM

*Hoe makers wonen
en werken in een
veranderende stad*

DAAN ROOSEGAARDE
RICHARD HUTTEN
EELCO VAN DEN BERG
RAOUL DE JONG
ZELDA BEAUCAMPET
CAROLINE ELLERBECK
DAVID DERKSEN
TINY HOUSE ACADEMY
JOB & JOL ROMPA
JOLINE VAN DEN OEVER
HELLY SCHOLTEN
KAMIEL VERSCHUREN
VALERIE KUSTERS
FOEKJE FLEUR VAN DIJK
ALEX JACOBS &
ELLEMIEKE SCHOENMAKER

SUSAN BIJL
CONNY JANSSEN
WINY MAAS
FLORINE VAN REES
NINKE HAPPEL
SANDY WARNAAR
JOLINE JOLINK
IWAN SMIT
KOEN TASELAAR
CHRIS KABEL
FAHD LARHZAoui
ROTGANZEN
SJAREL EX
MICHELLE PROVOOST
EEVA LIUKKU
KRISTIAN DE LEEUW

INHOUD

WOON & WERK

xxx
FOEKJE FLEUR VAN DUIN
Ontwerper

xxx
RAOUL DE JONG
Schrijver

xxx
SUSAN BIJL
Productontwerper

xxx
TINY HOUSE ACADEMY
Xxx

xxx
CONNY JANSSEN
Choreograaf

xxx
DAVID DERKSEN
Productontwerper

xxx
JOLINE JOLINK
Modeontwerper

STUDIO'S

xxx
CHRIS KABEL
Productontwerper

xxx
DAAN ROOSEGAARDE
Kunstenaar en vernieuwer

xxx
RICHARD HUTTEN
Productontwerper

xxx
WINSTON BERGWIJN
Rapper

xxx
ROTGANZEN
Designstudio

xxx
KOEN TASELAAR
Beeldend kunstenaar

xxx
WINY MAAS
Architect

WOON & WERK

xxx
CAROLINE ELLERBECK
Kinderboekenmaker

xxx
JOB & JOL ROMPA
Art director & stylist

xxx
ZELDA BEAUCHAMPET
The Boy Scouts

xxx
KAMIEL VERSCHUREN
Kunstenaar

xxx
NINKE HAPPEL
Architect

xxx
IWAN SMIT
Beeldend kunstenaar

xxx
HELLY SCHOLTEN
Ondernemer in duurzaam wonen

xxx
JOLINE VAN DEN OEVER
Lifestyle-redacteur & trendwatcher

OPINIE

xxx
SJAREL EX
Directeur van Museum
Boijmans van Beuningen

xxx
EVA LIUKKU
Hoofdredacteur van Vers Beton

xxx
MICHELLE PROVOOST
Mede-oprichter van Crimson,
bureau voor architectuurhistorie

xxx
KRIS DE LEEUW
Horecaondernemer en
mede-eigenaar Maatschappij
voor Volksgeluk (MAVV)

xxx
ARUNA VERMEULEN
Xxx

WOON & WERK

xxx
EELCO VAN DEN BERG
Street artist

xxx
AREK & AGATA SEREDYN
Architecten en ontwerpers

xxx
SANDY WARNAAR
Vormgever

xxx
ALEX & ELLEMIEKE
Beeldend kunstenaars

xxx
FAHD LARHZAOUI
Acteur

xxx
VALERIE KUSTER
Culinair ondernemer

xxx
FLORINE VAN REES
Colour Composer



Binnen de perken zijn de mogelijkheden even onbeperkt als daarbuiten

— *Jules Deelder*

RAOUL DE JONG

SCHRIJVER

— *Poetisch
leven*

TARWEWIJK





ROTTERDAM ALS EEN plek voor poëzie, magie en verbinding? Het kan, volgens schrijver Raoul de Jong. Zijn verhalen zijn een zoektocht naar zichzelf, naar verbinding met anderen en naar een wonderlijk toeval dat overal ter wereld aanwezig is, als je jezelf ervoor openstelt.

Op de negende verdieping van de Dordtselaanflat doet Raoul de deur voor ons open. Hij woont er sinds 2015 in een klein huurappartement met groots uitzicht. “Het is goedkoop, dat is fijn. Al begin ik wat meer te verdienen en lijkt groter wonen me steeds prettiger.” Binnen ruikt het naar sigaretten. Het was gisteren laat en vanmorgen weer vroeg, want Raoul heeft een deadline te halen. Hij schrijft een boek over Suriname, maar heeft daarnaast te veel afspraken staan en te veel opdrachten aangenomen. Hij is een slechte nee-zegger. “Het gekke is dat ik opdrachten niet meer per se nodig heb voor het geld,

maar het zit zo in mijn systeem om alles aan te nemen.” Hij zucht. Eigenlijk zou hij maandag al drie hoofdstukken mailen naar zijn redacteur, en het is nu donderdag. “Ik moet echt wel even iets opsturen nu.”

OP ZOEK NAAR DE JAGUAR

Zijn nieuwe boek komt begin 2020 uit bij uitgeverij De Bezige Bij. “Het gaat over mijn Surinaamse achtergrond. Mijn vader heb ik daar een paar jaar geleden voor het eerst ontmoet. Ik greep dit boek aan om naar het Amazoneregenwoud te gaan, dat een groot deel van



Suriname beslaat. Mijn vader vertelde dat een van onze voorouders een winti-priester was die zich met behulp van natuurkrachten veranderde in een jaguar. Hij vond dat ik het met rust moest laten, het was een vloek.” Dat zei zijn vader tegen de verkeerde: Raoul wilde er alles van weten, maar dat bleek niet eenvoudig. “Mijn vader kwam opeens niet meer opdagen bij afspraken en bij Surinaamse familieleden gingen deuren snel dicht als ik over dit onderwerp begon. Maar ik wilde het niet met die vloek laten eindigen!” In zijn boek onderzoekt Raoul de krachten van de jaguar en baant zich daarbij een weg door de Surinaamse geschiedenis. “Je ziet de donkere kant van de mensheid en dat is de kant die ik normaal probeer te ontwijken.” Toch vond hij licht en levenskracht, in zijn familie.

THE ARTIST WAY

Zijn focus op de lichtheid van het leven typeert Raoul. “Ik doe maar wat, maar probeer wel te doen wat ik interessant vind. Professioneel dromer klinkt te mooi, want het is tering-hard werken en vereist veel discipline. Het is vaak ook eenzaam, het schrijverschap. Je draagt een boek altijd met je mee. Ik ben nu hier, maar met mijn hoofd ook voor de helft ergens anders. Veel schrijvers begrijpen dat, daarom vind ik het fijn om onder schrijvers te zijn.” Met bepaalde technieken probeert



Raoul af en toe wat afstand te nemen van zijn werk. “Ik zit soms negen uur per dag achter mijn bureau en ben dan ‘s avonds toch niet tevreden. Een vriendin zei me dat het beter was om geconcentreerd schrijven af te wisselen met leuke dingen doen, en dat probeer ik nu met zo’n cheesy zelfhulpboek. Het heet *The Artist Way*, en het is eigenlijk fantastisch. Ik krijg opdrachten, zoals ‘neem jezelf mee op een *artist date*’ of ‘koop je favoriete kindereten’. Je vult jezelf zo weer met leven, want je bent niet alleen je beroep maar ook een mens die andere dingen nodig heeft.”

DROMEN

We dromen in Nederland te weinig, vindt Raoul. “We houden niet van drama. Met het dagboek dat ik bijhield tijdens mijn middelbareschooltijd, dwong ik het leven om dramatisch te zijn door er een verhaal van te maken.

“Met mijn verhalen dwong ik het leven om dramatisch te zijn”

Als dingen ingewikkeld waren dan schreef ik erover, begreep ik het beter en kon ik erom lachen.” In zijn dagboek beschreef hij ook zijn zoektocht naar populariteit. “Op de basisschool werd ik gepest omdat ik anders was. In mijn dagboek probeerde ik te analyseren wat normaal zijn is. In eerste instantie vond ik anderen meelopers, maar daardoor was het leven niet zoals Beverly Hills 90210.” Raoul vertelt het lachend en blikt erop terug als een leerzame periode die hem ‘trucjes’ leerden die hij nog steeds soms toepast. “Ik wéét dat ik soms een spel speel, maar bij veel mensen bestaat hun hele leven uitsluitend uit dat spel.”

WONDERLIJK TOEVAL

Raoul is vaak in Parijs bij zijn vriend, de Italiaanse kunstenaar Gianluca Frantonio die hij leerde kennen in New York. “Samen willen we misschien een huis in Italië kopen, met een groot stuk land en olijfbomen.” Toch zal hij altijd een plek in Rotterdam houden, al twijfelt hij bij de vraag of Rotterdam als zijn thuis voelt. “Soms voelt het alsof ik veroordeeld ben tot Rotterdam. Ik mis de natuur en het is geen poëtische stad, maar het is toch altijd fijn om er terug te komen. Het is de stad waar mijn familie en vrienden wonen, waar ik snap wie ik ben en hoe de wereld werkt.” Die wereld zou hier wat vaker zo

mogen werken als in Bali, denkt Raoul. “Mensen zorgen daar voor elkaar en alles - van de huisgeest tot de computer - krijgt dagelijks bloemen voor voorspoed. Er is daar een grote dankbaarheid voor alles wat is en des te groter vond ik het contrast tijdens de yogalessen die ik er volgde. Daarin vertelt de docent dat ‘*All the answers are in yourself. You don’t need anyone.*’ Wij denken dat we geheel zelf verantwoordelijk zijn voor ons geluk. Ik denk dat niet. We missen verbinding en dankbaarheid. Dat mis ik soms ook in Rotterdam.”

Toch hoeven we ons er niet bij neer te leggen, denkt Raoul. Tijdens zijn verblijf in New York leerde hij namelijk dat het wel degelijk anders kan, ook in een grote stad. “Ik was daar met maar 50 dollar op zak. Dan kán je niet anders dan je overgeven aan het toeval en het lot. Het was een interessante levensles: als je je overgeeft aan het leven, dan gebeuren de mooiste dingen. We zijn niet alleen, iets of iemand heeft het beste met ons voor.” Ook in Rotterdam kan je dat ervaren, maar je moet het willen. “In Rotterdam kunnen we leven als in Bali. Er is ook hier plek voor verbinding, wonderlijk toeval en magie. Als je je daaraan overgeeft en je ervoor openstelt, dan merk je dat.” ■



Raoul de Jong debuteerde in 2005 met ‘Het leven is verschrikkelijk!’, deels gebaseerd op zijn eigen leven en eindexamenjaar in Rotterdam. Voor ‘Stinknegers’ (2006) reisde hij vier maanden door Afrika en won hij de Dick Scherpenzeel Prijs. Voor ‘It’s Aaaaazing’ (2006) ging hij met 50 dollar op zak naar New York, waar hij Italiaanse kunstenaar en tevens zijn vriend Gianluca Frantonio ontmoette. Met Gianluca maakte hij een reis door Italië, waarover Raoul het boek ‘Miracotoso’ (2008) schreef. In ‘De grootsheid van het al’ (2013) wandelt hij van Rotterdam naar zijn moeder in Marseille. Het boek werd genomineerd voor de Bob den Uyl Prijs en won ‘Het beste Rotterdamse boek 2015’. In 2018 publiceerde De Bezige Bij ‘Dagboek van een puber; notities van een onvolprezen Wonderkind’. Raoul schrijft daarnaast voor onder andere NRC Handelsblad, nrc.next en Het Parool. Hij schrijft bij voorkeur thuis of in de Centrale Bibliotheek in Rotterdam. Raoul deelt zijn levensvreugde graag door te dansen en schreef en regisseerde in 2011 daarom het programma ‘Iedereen kan dansen’ voor Villa Achterwerk. Zijn favoriete kindereten bestaat uit Danootjes.



SUSAN BIJL

PRODUCTONTWERPER

— *Tassenimperium
gebouwd op eenvoud*

STADSCENTRUM





DAT AAN ULTIEME eenvoud, in een ontwerp en in een mensenleven, vaak een complexe reis voorafgaat, weet Susan Bijl inmiddels als geen ander. Naïviteit, lef, visie, overtuiging, wilskracht en de drang om dicht bij zichzelf te blijven, brachten Susan juist ver en haar tassen nog verder.



De gekste plek waar ze haar eigen tas ooit zag? Dat was in een klein restaurantje in Vietnam, vertelt Susan. “Ik zat te eten toen er een groepje Japanners binnenstapten, met mijn tas. Dat was in 2014. Ik stapte erop af en mocht een foto maken.” Binnen Europa is het spotten van haar eigen tas al geen uitzondering meer. Het eenvoudige ontwerp, de functionaliteit, stevigheid en de met zorg gekozen kleuren spreken een breed publiek aan. In 2000, een half jaar na haar afstuderen aan de Willem de Kooning Academie, maakte ze in haar eerste eigen atelier de inmiddels iconische *The New Shopping Bag*, toen nog van vliegermateriaal. Deze archetypische tas, nu uitgevoerd in lichtgewicht ripstop nylon én altijd met kenmerkende diagonaal, maakte plastic tasjes overbodig. Het ontwerp lijkt zo eenvoudig, maar kwam weloverwogen tot stand en juist dat is de kracht ervan.

MINDER RUIMTE, MEER FRUSTRATIE

De ‘less is more’ gedachte die Susan als post-materialist aanhangt, is niet alleen kenmerkend voor haar ontwerpen, maar voor hoe ze haar hele leven leidt. Nieuwe spullen? Die koopt ze bijna nooit. Meubels heeft ze vaak al jaren en zijn onderdeel geworden van vele herinneringen. Nieuwe aankopen zijn altijd duurzaam en functioneel. Des te frustrerender vindt ze haar woonsituatie, die niet meer voor haar werkt. “Vincent en ik wonen hier sinds 2004, maar we doen

“De Pastoekast kocht mijn moeder bij Piekfijn. Ze is een verzamelaar en pikte de Pastoe er direct uit.”

al jaren niets meer aan het huis.” Samen met man en zakenpartner Vincent van Duin - ze kennen elkaar van de academie - dochter Kay en zoons Spijker en Jan woont ze in een huurappartement van 120 m2 op de hoek van de Meent en Westewagenstraat. In het oude gebouw van Nationale Nederlanden dat in 1945 werd ontworpen door architect Willem Marinus Dudok, pal boven grand cafe Dudok. “Het huis is best charmant en we wonen middenin het centrum voor 800 euro, maar ik heb meer ruimte nodig. We leven nu vooral met z'n allen in de woonkamer, de kinderkamers zijn te klein zijn om echt in te kunnen spelen. Ik voel me vaak opgesloten en onrustig in dit huis, een tuin lijkt me heerlijk. Misschien wonen we hier nog maar een jaar, maar dat denk ik al zes jaar lang.”

“In de natuur kom ik tot rust, maar ik heb de prikkels van de stad nodig”

Verhuizen naar buiten de stad is geen optie voor Susan. “Ik woon al zo lang in het centrum, ik kan me niets anders voorstellen. Ik ben graag buiten de stad en kom tot rust in de natuur, maar heb de prikkels van de stad ook nodig. Een woonwijk buiten de stad zou mijn dood worden. Het liefst woonde ik in Kralingen, een rustige en groene stadswijk.” Bijna kochten ze samen met vrienden een oud postkantoor in Kralingen, maar dat ging op het laatste moment niet door. “We hadden het koopcontract al toegestuurd gekregen en moesten alleen nog tekenen, maar toen deed iemand een bod zonder voorbehoud van financiering en was het van de baan.”

MARKT VOOR TASSEN

Even dachten ze erover om voor een paar jaar naar Japan te vertrekken. “Japan is een belangrijke markt voor ons en we startten daar een bedrijf, zodat we vanuit Japan kunnen verzenden. Inmiddels hebben we er een agentschap en distributeur en hopelijk in de toekomst ook een winkel en opslag.” Want er was veel



vraag naar de tas die ze na haar afstuderen in eerste instantie helemaal zelf en met de hand maakte. “Ik verkocht ze in 2002 in een pop-up store in de Witte de Withstraat en wilde een productie van 100 tassen starten en het hoofdstuk daarna afsluiten.” Maar die productie was te klein om lucratief te zijn en via-via hoorde ze over de mogelijkheid om grootschalig te produceren in China. “Het kon, maar dan werden het wel 13.000 tassen en een flinke investering vooraf. Gek genoeg had ik er genoeg vertrouwen in en vond ik het niet spannend, dat was natuurlijk pure naïviteit. We hadden berekend dat ik mijn investering van 25.000 euro eruit zou hebben met de verkoop van 2000 tassen. Ik had er zelf al 20 moeiteloos verkocht, dus dat moest wel lukken. ‘Desnoods ga ik ermee op de markt staan,’ dacht ik.” Een paar maanden later kreeg Susan - net bevallen van Spijker - veertig enorme boxen binnen. “Ik dacht met de baby een beetje door Nederland te rijden om de tassen te slijten, maar ik vond het ontzettend moeilijk om mijn eigen product te verkopen. Toen besloot Vincent me te helpen.”



“De groene stoel vond ik zo mooi. Ik zag 'm in Berlijn en nam 'm mee in de trein terug naar Rotterdam.”

**“We benaderen Susan Bijl
nu als merk, maar houden
het dicht bij onszelf”**





EEN MERK MAKEN

Rond 2003 waren er nog weinig webshops of überhaupt websites, dus richtten Susan en Vincent zich op museumwinkels. De grote klapper kwam na een interview in Volkskrant Magazine, begin 2004. “Daarvoor had ik in een jaar tijd ongeveer drie webshoporders, na die publicatie hadden we 800 bestellingen en 1000 mailtjes!” De publicatie ging over Susans lef als ondernemer en over de duurzaamheidsgedachte van een herbruikbare boodschappentas. Die duurzaamheids-gedachte representeert Susans visie op haar werk en leven. “Ik ben continu bezig met ontspullen,” vertelt ze lachend. Voor iemand die niet dol is op spullen, is het best een uitdaging om nieuwe producten te ontwerpen, bekent ze. “Ik wil spullen maken die van toegevoegde waarde zijn, dingen die je leven écht beter maken of een bepaalde multifunctionaliteit hebben. Het is



moelijk om die overtuiging te integreren in je merk.” Niet het ontwerpproces, maar vooral het bouwen aan een merk vindt Susan het leukst aan haar werk.

Het bedrijf groeide en inmiddels bestaat het team uit zes personen. Toch dacht ze er ook vaak aan om iets anders te gaan doen. “Voor 2012 dacht ik vaak ‘die klotetassen, ik stop ermee!’ Maar het is toch je kindje en de collectie overgedragen aan een ander kan ik niet.” Ook Vincent - tegen wil en dank in het bedrijf gerold - was er vaak klaar mee, vertelt hij. “Ik wilde meer muziek en video’s maken, niet de Al Bundy van de tassen worden.” Toch gingen ze door en dat had alles te maken met een nieuwe mindset. Susan: “Het wordt pas leuk als je allebei je eigen doelen stelt, die najaagt én weet te halen. We benaderen ‘Susan Bijl’ nu nog meer als merk, focussen ons op samenwerkingen



met andere kunstenaars en ontwerpers en groeien als bedrijf juist door keuzes dicht bij onszelf te houden. We zijn alleen niet heel commercieel en hebben ook niet die behoefte.”

INVESTEREN IN DE TOEKOMST

Sinds 2014 heeft Susan haar eigen winkel aan de Mauritsweg. “We werken sindsdien een stuk professioneler, dat moest ook wel. Maar we hebben nog steeds geen euro aan pensioen opgebouwd. Om die reden zouden we ook graag een huis kopen, als een investering in onze toekomst.” Soms mijmeren Susan en Vincent over de verkoop van het bedrijf, over emigreren naar Portugal. “Af en toe ben ik het beu om zo hard te werken. Een groter team is fijn, zodat ik me kan focussen op de dingen waar ik echt goed in ben en die me energie geven: de grote lijnen uitzetten en het ondernemen zelf.” Maar net als de meubelstukken die ze al jarenlang heeft, draagt die boodschappentas inmiddels al heel wat waardevolle herinneringen met zich mee. ■

► UPDATE

THE NEW FAMILY HOME

Een ‘Susan Bijl’ is alomtegenwoordig in Rotterdam. De tas wordt niet alleen als boodschappentas, maar ook als luiertas, strandtas, sporttas en schooltas gebruikt, door elk geslacht en alle generaties. In navolging van de duurzaamheids-gedachte lanceerde Susan Bijl de collectie *Forever!* en de *Care & Repair service*, waarbij kapotte Susan Bijl-tassen kosteloos worden gerepareerd zodat je er langer van kunt genieten. Producten als The New Backpack (een stevige rugtas) en The New Raincoat (een lange unisex regenjas) werden aan de collectie toegevoegd. In februari 2019 presenteerde Susan Bijl samen met ontwerper Bertjan Pot de Six Colour Bag voor Deens designmerk HAY. In mei 2019 was de groen-witte Rotterdam-tas voor het eerst te koop, gemaakt in samenwerking met Rotterdam Tourist Information. In de zomer van 2019 verhuisde Susan en haar gezin eindelijk naar een andere woning mét tuin, in Kralingen.

STUDIO

ROTGANZEN

EEN DESIGNSTUDIO BESTAANDE UIT
ROBIN STAM, JOERI HORSTINK EN ERIK SCHILP

SCHIEMOND





De ‘rot’ in Rotganzen komt niet van Rotterdam, al is het een leuke bijkomstigheid. Toen ze hun studio startten, wilden ze kwajongensachtige dingen doen. Ze wilden daarbij niet onder hun eigen namen werken, maar een internationaal merk bouwen. Robin: “Rotganzen is qua uitspraak typisch Nederlands en dat vinden ze in het buitenland te gek. We hadden ook Slechtvalken kunnen heten. De associatie met ganzen vonden wij grappig omdat ganzen vaak als groep ergens neerstrijken, de boel volledig onderschijten en dan weer weggaan.”

Joeri: “Robin en ik kennen elkaar uit Spijkenisse. Al in die tijd ontstond het idee om samen iets te doen. Hij volgde een opleiding grafische vormgeving, ik koos voor de richting interieurarchitectuur. Na de academie besloten we samen te werken. Wij vroegen Erik steeds vaker om advies en hij ging zich gaandeweg meer met Rotganzen bemoeien. Sinds twee jaar doen we het met z’n drieën: werk in opdracht en vrij werk. We overleggen alles samen, van welke opdrachten we aannemen tot ontwerpkeuzes. Zakelijke en creatieve keuzes zijn bijna niet van elkaar te scheiden. Een minder leuke klant kan de creativiteit bijvoorbeeld belemmeren. We werken om die reden naast Rotganzen nog voor onszelf, dan zijn we financieel net wat stabiel. Het geldt dat we met Rotganzen verdienen, investeren we in het vergroten van ons portfolio met vrij werk en opdrachten die we graag willen doen. We zitten dus nooit in de positie dat we voor het geld per se een opdracht moeten aannemen. We hebben vooral veel lol. Dit is onze speelplaats waar we het liefst op den duur fulltime werken.”



Robin: “Het fijne aan onze studio is dat we hier grote dingen kunnen doen. We zaten eerst in ZOHO (Zomerhofkwartier), maar de ruimte was daar beperkt. De Kroon, een plek voor makers aan de Schiehaven, bood ons deze grote ruimte met een eigen opgang. Dat was precies wat we zochten. Binnen deze community zijn wij best wel op onszelf. We zijn alle drie redelijk introvert, de gezamenlijke appgroep hebben we direct verlaten. Dat is geen arrogantie, het past gewoon niet bij ons. Bovendien richten we ons niet per se op Rotterdam, dus hebben we de community in dat opzicht ook niet nodig. Al vanaf het begin is onze oriëntatie veel internationaler.” Joeri: “Bij de start van Rotganzen was onze focus al internationaal. We streefden zoveel mogelijk online zichtbaarheid na en zagen internet als belangrijk wereldwijd podium. Vanaf het begin investeren we daarom ook in goede foto’s van ons werk.”



Joeri vervolgt: “Robin en ik hebben onze levens en gezinnen in Rotterdam en het is de plek waar de ideeën ontstaan, maar verder hebben we die lokale focus nooit gehad in ons werk. Het kan juist beperkend zijn, als je eenmaal in zo’n kliek zit kom je er moeilijker uit. Bovendien is het buitenland lucratiever. Bedrijven werken daar vaak met grotere budgetten dan in Nederland.” Erik: “Het is fijn dat we voor ons werk niet afhankelijk zijn van de stad of van subsidies. We zoeken zelf actief de ruimte op om te doen wat we willen doen. Wel vind ik het belangrijk dat een stad zijn makers omarmt en ondersteunt. De stad zou creatieven vaker een podium kunnen geven en meer lokale kunst kunnen exposeren. Of geef wat vaker een opdracht aan kunstenaars uit eigen stad en betaal daar een beetje goed voor. Wees trots op wat er binnen de stadsgrenzen wordt gemaakt.”

Erik vervolgt: “Voor onze internationale focus helpt het dat ik in New York woon, we zijn daar dus ook aanwezig. Er komen inmiddels als vanzelf grote opdrachten naar ons toe. Bedrijven horen via-via van ons of komen via sociale media bij ons terecht. Dat zijn vaak de leukste opdrachtgevers, die ons veel vrijheid geven. Zo werden we gevraagd om het exterieur van 72 Courtyard in Bangkok – een enorm complex van restaurants en clubs – onder handen te nemen en bestelde CitizenM ons nieuwste geesteskind: de Bouncy. Het is een kruk geïnspireerd op de speeltuin en het leuke eraan is dat hij de looks heeft van een wipkip, maar heel stabiel en comfortabel zit. Net als onze andere producten is het een ontwerp met een knipoog. Een andere mooie mijlpaal: we wonnen de Wallpaper Design Award 2019 voor de After Party-collectie. Die hebben we ontwikkeld met de Italiaanse fabrikant Gufram en bestaat uit kasten en tafels met onze Quelle Fête ‘gesmolten’ discoballen erop.



Robin: “Van bijna elke aanvraag die we nu krijgen denk ik ‘wauw, als dit doorgaat...’ We vieren die successen nog te weinig, maar wel steeds vaker met een etentje. Altijd bij hetzelfde restaurant: Lux, aan de ‘s-Gravendijkwal. De beste manier van vieren is goed eten en drinken. Geen zorgen, we laten het altijd netjes achter.” ■



ZELDA BEAUCHAMPET

OPRICHTER SIERADENLABEL THE BOYSCOUTS

— *Altijd onderweg
naar een ontwerp*

NIEUWE WESTEN



ROTTERDAM WAS IN 2009 een grote onbekende voor Zelda Beauchampet. Toch voelde deze stad na de Design Academy Eindhoven als een belangrijke volgende stap. Tijdens haar zoektocht naar inspiratie en ondernemingszin, leerde ze de stad beter kennen. Onderweg stuitte ze op succes, nieuwe vrienden en een gezin.



“Ongeveer de helft van onze sieraden maken we zelf, in dit atelier.”

NIEUWE STAD, NIEUWE NAAM

Na tien jaar in Eindhoven en een jeugd in Utrecht en Amsterdam, belandde Zelda in 2009 in Rotterdam. “Ik wilde de stad beter leren kennen en houd van fietsen, dus ging ik naast mijn werk als freelance ontwerper ook aan de slag als fietskoerier. Zo kwam ik op plekken die sommige Rotterdammers zelf nooit zien, in de haven, bij hotels, restaurants en in studio’s. Rotterdam gaf me direct veel frisse energie.” Haar netwerk groeide rap, ze maakte vrienden en werd opgenomen in de stad. “Ik had snel een eigen studio, waar ik conceptuele sieraden maakte onder mijn eigen naam. Die verkocht ik zelfs in het MoMA in New York. Dat was fantastisch, maar ik vond het moeilijk om er continuïteit in aan te brengen.”

Eén merknaam en jaarlijks de presentatie van twee nieuwe sieradencollecties, dat was de volgende stap, met als doel om een internationaal merk op te bouwen. Zo startte in 2011 sieradenlabel The Boy Scouts. “De naam verwijst naar het zoeken en veroveren van anderen. Vrouwen dragen sieraden om zichzelf mooier te maken, om anderen te imponeren: *they’re scouting for boys*. Het is een naam met een knipoog.” Collecties die ze lanceert, refereren vaak weer naar thema’s als zoeken, vinden, veroveren en overleven. “Het zijn eeuwenoude en menselijke thema’s die ik fascinerend vind.”

EIGEN WINKEL EN WERKPLAATS

Eind 2016 vierde Zelda en haar team het vijfjarig bestaan van The Boy Scouts, tegelijkertijd met de opening van een eigen winkel en atelier aan de Diergaardesingel én de presentatie van een nieuwe collectie. “We produceren de helft van onze ontwerpen zelf in dit atelier, met hoogwaardige en duurzame materialen. Maandag en dinsdag zijn onze vaste productiedagen. Gegoten items, zoals ringen en grotere stukken, besteden we vaker uit.” De mooiste mijlpaal tot nu toe was een samenwerking met Nike, die The Boy Scouts vroeg om een op medailles geïnspireerd sieraad te maken. “Ze belden zomaar op! Die had ik niet zien aankomen. Het voelde als een grote stap in de goede richting.” The Boy Scouts is na vijf jaar het internationale merk dat Zelda voor ogen had. “We hebben wereldwijd tachtig verkooppunten in onder andere Japan en de VS. Nee, dát ging niet per ongeluk. Dat was mijn doel en daar heb ik ontzettend mijn best voor gedaan.”

THE BOY

Om het harde werken te compenseren, laadt Zelda het liefst op in het buitenland. “Reizen is een belangrijk onderdeel van mijn leven. Ik houd van actieve vakanties, zie graag zo veel mogelijk van de wereld en sluit niet uit dat ik ooit naar een ander land verhuis. Het lijkt me heerlijk om bijvoorbeeld ‘s morgens te surfen en ‘s middags te werken.” Nu nog even niet, want ze is graag zo dicht mogelijk bij haar zoontje Alpha. “Ik en Alpha’s moeder (Aruna Vermeulen, directeur van het HipHopHuis) gingen na zes jaar uit elkaar. We zien elkaar nog dagelijks. Als hij ‘mama’ zegt, bedoelt hij vaak zijn andere moeder. Ik heb nu een beetje de vaderrol, maar ik wil juist ook een moeder zijn en zou graag zelf een zwangerschap meemaken.” Ze verhuisde naar een huurwoning in de Essenburgstraat in het Oude Westen, niet te ver van Alpha. “Ik woon hier pas een maand. Het is kaal, de lampen hangen nog niet en er moet nog kunst aan de muur. Toch ben ik nu al erg blij met dit huis. Het is licht, ruim, nieuw en ik vind het een leuke straat. Ik ben erg *West-minded*.”



“Het doel was om een internationaal merk op de bouwen”



OPEN

Als ondernemer is Zelda open-minded. Ze heeft sterke overtuigingen en durft die na te leven. Zo werkt ze met een team van acht mensen, waarvan bewust iedereen parttime in dienst is. “Het zijn stuk voor stuk creatieven die zich moeten kunnen uiten. Hier loopt het nu allemaal als een geoliede machine, maar ik vind het belangrijk dat ze daarnaast eigen werk maken. Dat komt ook hun werk hier ten goede.” Ondanks die overtuiging en de succesvolle samenwerking met haar team, blijft voor Zelda het werken met en managen van mensen de grootste uitdaging. “Ik schakelde al verschillende coaches en adviseurs in en al doende leer ik. Ik heb nooit in dienst gewerkt, doe wat bij me past en wat goed voelt en probeer altijd open te zijn naar mijn team.”



Van haar team kreeg ze een ticket naar Bali, voor het vijf-jarig bestaan en de opening van de winkel en werkplaats. “Het afgelopen jaar gebeurde er veel. The Boy Scouts groeide, de nieuwe website ging live, we openden een nieuw pand, mijn relatie ging uit én ik ben verhuisd. Het bedrijf gaat goed, maar we ploeteren nog steeds keihard met z'n allen. Opeens kreeg ik dat ticket, zodat ik even alleen op adem kan komen. Ik kijk er ontzettend naar uit. Want juist tijdens die momenten, weg van alles en staand op mijn surfboard, komen de beste ideeën.”



“Onderweg krijg ik vaak de beste ideeën voor nieuwe collecties”

GROTER DENKEN

De stappen worden steeds groter, vindt Zelda. “In het begin twijfelde ik over de investering in een lookbook, nu gaat het over de deelname aan internationale beurzen en vaste contracten voor mijn werknemers. Het zijn spannende stappen, maar die stappen zijn nu eenmaal nodig als je verder wilt komen. Als je jezelf ondernemer wilt noemen, moet je groter denken. Hier in Nederland denken we vaak aan wat mogelijk is, in plaats van wat we écht willen. We zijn kleindenkers. Mijn advies aan iedereen die ontwerpt en onderneemt is om te dromen en je te blijven ontwikkelen.” Zelda zelf is hard op weg om haar droom te verzilveren: de wereld veroveren met haar sieraden. ■



► UPDATE

DE KUNST VAN KIEZEN

In 2019 besloot Zelda omwille van duurzaamheid te stoppen met de lancering van steeds twee nieuwe collecties per jaar, zoals de mode-industrie dicteert. The Boy Scouts presenteert uitsluitend duurzame en tijdloze ontwerpen binnen drie ‘werelden’: Classics, Essentials en Particals. Ook de Curated Vintage collectie, een zorgvuldig samengestelde vintage sieradencollectie, past binnen die duurzaamheidsgedachte. In plaats van nieuwe collecties elk voor- en najaar, presenteert het merk op zelfgekozen momenten samenwerkingen met ontwerpers en kunstenaars. Zo ontstond er in samenwerking met de Franse typograaf Ceizer (2018) een aantal sieraden met als thema liefde op het eerste gezicht. Rotterdamse ontwerper Eelco van den Berg (I AM EELCO, 2019) ontwierp 14 armbanden en 14 kettingen die werden gepresenteerd op Valentijnsdag. Zelda en Eelco hebben een relatie.

OPINIE

— *We vroegen vijf experts hun mening te geven met betrekking tot de onderwerpen kunst & cultuur, journalistiek, stedelijke ontwikkeling, inclusiviteit en het uitgaansleven in en van de stad.*

**De stad
verandert.
Wat zijn de
kansen en
valkuilen
ervan?**



MICHELLE PROVOOST

Mede-oprichter van Crimson, bureau voor architectuurhistorie. Directeur van International New Town Institute, denktank over nieuwe stedelijkheid. Mede-oprichter van de Independent School for the City, opleiding voor urbanisten.

“In 1994 richtte ik met Wouter Vanstiphout en drie andere collega-architectuurhistorici het bureau Crimson op. Wij kwamen uit Groningen en voor ons was Rotterdam dé architectuurstad. Dat was toen nog geen marketing-slogan en nieuwe iconen als de Markthal of zelfs de Erasmusbrug waren er nog niet. Wel stond de stad ook toen al vol met allerlei architectonische experimenten. Wij kenden Rotterdam als de enige echte metropolitane en internationale stad van Nederland. Binnen ons vakgebied had het dat imago, in Rotterdam gebeurde het. OMA, het architectenbureau van Rem Koolhaas, zat hier en in het jaar dat wij startten, richtte ook architect Winy Maas bureau MVRDV op. We wilden ons vestigen op een plek waarvan we verwachtten dat er van alles zou gaan gebeuren. Dat is waar gebleken.”

“Wij schreven niet over de nieuwe architectuur van de stad, zoals architecten van ons verwachtten. We hadden onze eigen interesses! In die tijd was er nauwelijks oog voor de wederopbouwarchitectuur en werd het ene na het andere wederopbouwland gesloopt of onherkenbaar verbouwd. Wij sloten ons aan bij het Comité Wederopbouw en zorgden zo voor de inventarisatie, fotografie en beschrijving van deze panden. We wilden bijdragen aan een algemeen bewustzijn van belangrijke gebouwen voor de stad.”

“Rotterdam is er oppervlakkig gezien enorm op vooruit gegaan”

“Ik woon hier nu dertig jaar en in die tijd is Rotterdam ontzettend veranderd. Het uitgaansleven heeft zich enorm ontwikkeld, dat was qua aanbod destijds beperkt, maar ook erg avontuurlijk. Je moest bepaalde plekken kennen, anders zag je een heel saaie stad. Dat is nog steeds een beetje zo. Rotterdam is er oppervlakkig gezien enorm op vooruit gegaan. Er is meer te doen en de stad is voor de massa aantrekkelijker geworden. Maar ik heb, zoals veel mensen die hier al hun leven lang wonen of naar Rotterdam kwamen toen het nog een rauwere stad was, ook een beetje heimwee naar die tijd. Vooral omdat er een bepaalde esthetiek bij die vroegere stad hoorde. Rotterdam wordt nu steeds iets meer zoals veel andere steden. Maar we komen van ver en de stad

kan nog veel hebben. Rotterdam liep, als armste stad van Nederland, ver achter op de andere grote steden. Daar maakten we ons tot zes jaar geleden allemaal zorgen over. De achterstand wordt snel ingelopen, met alle voordelen en nadelen van dien. Vergeet niet dat de ongelijkheid en segregatie tussen arm en rijk nog steeds bestaat en zelfs groeit.”

“Bij gentrificatie verbeteren zwakke buurten, met onder andere de stijging van huizenprijzen en de verdringing van minder vermogende bewoners tot gevolg. Rotterdam wordt gewaarschuwd voor de nadelen ervan, en dat begon een paar jaar geleden al. Panden op de Nieuwe Binnenweg werden toen aangepakt. Ik woon daar om de hoek en juichte het toe. Er waren te veel leegstaande en louche winkels, het mocht wel wat minder zieltoegend. In een artikel werd toen gewaarschuwd voor het verdwijnen van lokale, goedkope plekken op de Nieuwe Binnenweg. ‘Daar hoef je je nu echt nog geen zorgen om te maken hier,’ dacht ik toen. Nog steeds staan er veel panden leeg op de Nieuwe Binnenweg. De Witte de Withstraat is een goed voorbeeld van hoe herontwikkeling een succes werd én aan zijn succes ten onder ging. Toch vind ik het goed dat Rotterdam dat soort plekken krijgt, plekken die te druk zijn.”

“De belangrijkste valkuil in de nabije toekomst is dat mensen vergeten dat Rotterdam echt ten goede veranderde tijdens de crisis, juist omdat er toen ruimte ontstond voor allerlei nieuw partijen om te ondernemen. Creatieven maakten plekken in de stad populair, zoals bedrijfsverzamelgebouw Schieblock en maakkwartier ZOHO. Zodra het op de kaart staat, willen opeens allerlei partijen er graag geld aan verdienen. Ik weet dat het nu eenmaal zo werkt in een kapitalistisch systeem, maar kunnen beide misschien naast elkaar bestaan? Nu dreigt *business as usual* en wordt de stad verkocht aan grote investeerders. Hoe houden we daarbij mensen vast die ook in cultureel, creatief en dus ook economisch opzicht wat voor de stad betekend hebben? Ik denk dat het tijd is dat de gemeente ook andere, kleinere en creatieve partijen laat ontwikkelen. Dat levert namelijk een meer gevarieerde stad op.” ■