

Het New Dutch Wave Huis op 6th Street, Austin.



# Hollands creatieve glorie

Het initiatief New Dutch Wave zet deze maand tijdens het South by Southwest-festival in Austin Nederlandse creativiteit en ondernemerschap in de internationale schijnwerpers. Initiatiefnemers Arne Koefoed, Atila Meijs en Danny Frietman vertellen waarom dit zo belangrijk is. DOOR CLAARTJE VOGEL

**De Olympische Spelen hebben hun Holland Heineken Huis, SXSW heeft z'n New Dutch Wave Huis. Na de officiële opening door Prins Constantijn op 12 maart zet de Nederlandse creatieve industrie zichzelf vier dagen lang in de schijnwerpers met workshops, presentaties en paneldiscussies.**

Nederlandse ondernemers en creatieven gaan al jaren naar 's wereld grootste interactieve festival in Austin, Texas. In 2014 was Nederland, met 323 deelnemers verdeeld over de drie hoofdonderdelen van SXSW (Interactive, Film en Music), zelfs de grootste niet-Angelsaksische deelnemer. Toch was Nederland niet erg zichtbaar, zegt **Arne Koefoed** van creatief bureau Wink.

Het idee voor New Dutch Wave ontstond een jaar geleden, toen Koefoed tijdens het festival **Atila Meijs** van Corrino Media Group ontmoette. Ze vroegen zich hardop af of Nederlandse deelnemers niet veel meer konden opvallen als ze zouden samenwerken. Zo'n samenwerking moet niet alleen meer internationale klanten opleveren, zegt Meijs, maar ook 'trots op onze creativiteit en innovatie' uitstralen. 'Daar lopen we niet vaak mee te koop.'

Koefoed en Meijs dachten aan een overkoepelde club die alles uit Nederland op SXSW zou verbinden. 'Een combinatie van creativiteit, technologie, muziek en film, want

juist de kruisbestuiving tussen die disciplines vinden we interessant.' Het initiatief kreeg de naam 'New Dutch Wave'. Koefoed: 'Die naam past er perfect bij, want het gaat om een beweging. We willen steeds grotere golven maken. Iedereen mag daarop meesurfen.'

Om het idee werkelijkheid te laten worden, hadden ze partners nodig. En geld. Als eerste sloot **Danny Frietman** van evenementenorganisator Enterprise Summit zich aan, waarna de ondernemers aanklopten bij het ministerie van Buitenlandse Zaken. Frietman: 'Toen de subsidie werd gegund, konden we echt van start.' Inmiddels hebben zich meerdere Nederlandse steden, bedrijven en organisaties aangesloten.

Onder de vlag van New Dutch Wave reizen deze maand meer dan vijftig partners mee naar Austin. Het is een gevarieerd gezelschap, uiteenlopend van creatieve eenpitters tot multinationals als Shell. Gezamenlijk verzorgen ze in het New Dutch Wave Huis dagelijks een uitgebreid programma, met onder meer sprekers, workshops en paneldiscussies. Prominent op de agenda staan de onderwerpen augmented- en virtual reality, met de wereldprimeur van het AR-boek van Galit Ariel (zie de hiernavolgende pagina's). Verder zijn er lezingen van experts als Jouke Vuurmans (MediaMonks

New York) en Japie Stoppelenburg (Dept, zie pagina 18-20), en talkshow-interviews met Nederlandse deelnemers als Kim Dingler van Talpa. Verder mogen vijftien Nederlandse start-ups zich presenteren aan internationale investeerders.

Aan het eind van elke middag laten Nederlandse creatieven staaltjes van hun kunnen zien. Zo zijn er interactieve installaties van MediaMonks, Next Nature Network en Halal. Start-ups zoals Minibrew en Sensiks verzorgen productdemonstraties. Het programma eindigt dagelijks met netwerkborels en barbecues. Frietman: 'Voor ons een fantastische mogelijkheid om kennis te maken en samen te werken met creatieve Nederlandse ondernemers en overheden.'

Meijs benadrukt dat vooral de mix van disciplines business kan opleveren voor Nederland. 'Wat dat betreft past dit initiatief bij uitstek bij SXSW. Het is een festival waar muziek, techniek, film, entertainment en innovatie samenkomen.' Volgend jaar dus weer naar Austin. Maar als het aan de initiatiefnemers ligt, blijft het daar niet bij. In de toekomst wil de organisatie ook andere internationale beurzen bezoeken. Meijs: 'New Dutch Wave kan een vertegenwoordiger worden van de innovatieve Nederlandse industrie. Maar dan zonder kaas, klompen en tulpen.'

**De organisatoren van New Dutch Wave bij de kick-off in de A'DAM Toren.**

*SXSW 2017 is dagelijks te volgen op [www.adformatie.nl](http://www.adformatie.nl)*



SouthBites Trailer Park (FOTO: ALEXA GONZALEZ WAGNER)

## SXSW FACTS & FIGURES 2016

- **Recordaantal bezoekers: 87.971 (Interactive: 37.660, Film: 19.942, Muziek: 30.369)**
- **SXSW zorgde voor een financiële injectie in de lokale economie van ruim 325 miljoen dollar**
- **SXSW Interactive Festival telde 1377 sessies en 3093 sprekers**
- **SXSW Interactive Media trok 3493 deelnemers**
- **SXSW Trade Show: in vier dagen ruim 70 duizend bezoekers**
- **SXSW Create-tentoonstelling: in drie dagen ruim 20 duizend bezoekers**
- **Wereldwijde media-aandacht ter waarde van 223 miljoen dollar**