

Juryrapport Marketing 2021

De Marketing Award Rotterdam van Rotterdam Partners wordt jaarlijks toegekend aan een persoon of organisatie die de stad Rotterdam (heeft) gebruikt als voedingsbodem om te pionieren en een bijdrage levert aan (of heeft nagedacht over) een innovatieve oplossing voor maatschappelijke vraagstukken. En daarmee – zonder dat dat het hoofddoel was – bij heeft gedragen aan het imago en de promotie van Rotterdam in binnen- en buitenland als Urban Future stad (een stad die vooroploopt in de transitie naar een veerkrachtige en toekomstbestendige samenleving).

De jury

De jury bestaat uit de leden van de brand comitee van de merkalliantie **Rotterdam. Make It Happen.**

- Wilbert Lek, directeur Rotterdam Partners (tevens voorzitter van de jury)
- Mireille Spapens, directeur Marketing & Communications Erasmus Universiteit Rotterdam
- Peter Blangé, directeur Rotterdam Topsport
- Mariel Croon, directeur communicatie Erasmus MC
- Renske Satijn, directeur Rotterdam Festivals
- Richard van der Eijk, directeur communicatie en external affairs Havenbedrijf
- Carola de Vree-van Wagtendonk, hoofd communicatie gemeente Rotterdam

Winnaar Marketing Award Rotterdam voor Aanstormend Talent 2021: Menno van Gorp

De Marketing Award Rotterdam voor Aanstormend talent

- Wordt één keer per jaar uitgereikt.
- De bijdrage is vernieuwend/ innovatief, impactvol en draagt bij aan de promotie van Rotterdam in binnen- en buitenland.
- De winnaar heeft zijn/haar wortels in Rotterdam of is op een andere manier verbonden met de stad.
- De winnaar draagt de Rotterdamse mentaliteit uit (bold, forward, culture).
- Met de award wordt de winnaar aangemoedigd vooral nog heel lang actief te blijven in en voor Rotterdam.
- De winnaar brengt of heeft vernieuwing teweeg gebracht met innovatieve oplossingen voor (uiteenlopende) maatschappelijke vraagstukken.

De marketing Award voor aanstormend talent kent dit jaar een bijzondere winnaar. Een sportieve kunstenaar met een sociaal hart; de breakdancer en driemalig wereldkampioen Menno van Gorp. De Rotterdammer staat bekend als één van de beste breakdancers van het land en mag zich gaan verheugen op een nieuwe uitdaging. Want breakdance debuteert als officiële sport bij de Olympische Spelen van 2024 in Parijs. De competitieve vorm van breakdance 'breaking' wordt toegevoegd aan het officiële programma en onze Rotterdammer Menno heeft de eer om deze kunstvorm op dit groot platform te mogen vertonen aan de rest van de wereld.

De jury koos er voor om de award toe te kennen aan Menno van Gorp omdat hij niet alleen 3 x het wereldkampioenschap wist te winnen, maar daarnaast ook jonge Rotterdamse stadsgenoten met een kleine beurs de kans biedt hun emoties in kunst om te kunnen zetten. In april 2021 opende Menno samen met personal trainer Kees de haan OTB-movement, een broedplaats voor urban sports. Ze geven onder

meer danstraining en breakdance-clinics voor de jeugd uit Rotterdam-Zuid. Naast topsporter en kunstenaar een Rotterdammer met een groot sociaal hart.

Het is dan ook om die reden dat hij sinds 2019 ambassadeur is van het Jeugdfonds Cultuur Rotterdam. De stad telt 30.000 kinderen en jongeren die niet zelf in staat zijn het geld voor cultuurlessen zoals zang, dans, muziek of theater, te betalen. Het fonds vergoedt deze kosten voor een deel van hen. Zo hoopt hij jongeren te inspireren, dat ze iets ontdekken wat ze tof vinden om te doen. En breakdance is natuurlijk een perfecte kunstvorm voor mensen met een kleine beurs: die is uit armoede en struggle ontstaan.

Winnaar Marketing Award Rotterdam 2021: Depot Boijmans van Beuningen

De Marketing Award Rotterdam

- Wordt één keer per jaar uitgereikt.
- De persoon of organisatie heeft zijn wortels in Rotterdam of is op een andere manier verbonden met de stad.
- De persoon of organisatie draagt de Rotterdamse mentaliteit uit (bold, forward, culture).
- De organisatie of de persoon brengt of heeft vernieuwing teweeggebracht met innovatieve oplossingen voor (uiteenlopende) maatschappelijke vraagstukken.
- De bijdrage is vernieuwend/ innovatief, impactvol en draagt bij aan de promotie van Rotterdam in binnen- en buitenland.

De jury heeft gekozen voor Museum Boijmans Van Beuningen en het Depot als winnaar van de Marketing Award Rotterdam. Museum Boijmans Van Beuningen had dit jaar met de komst van het Depot een wereldprimeur. Dit unieke concept van het openbaar ontsluiten van de museumcollectie in een publiek toegankelijk depot werd wereldwijd als vernieuwend beschouwd. En wordt geroemd omdat het kunstliefhebbers op een andere, completere blik gunt op een museumcollectie. Daarmee stond museum Boijmans Van Beuningen aan de voorkant van een wereldwijde trend in de museale wereld om museumcollecties breder toegankelijk te maken. Het unieke en gedurfde concept zorgde bovendien voor wereldwijde aandacht in de media.

De komst van het Depot heeft de stad museale en culturele waarde gebracht. En geeft Rotterdammers anders dan hiervoor het hele jaar door toegang tot de kunstcollectie van de stad.

De jury geeft ook een eervolle vermelding aan architectenbureau MVRDV, winnaar van de Marketing Award Rotterdam 2014. Het unieke ontwerp van het Depot heeft in grote mate bijgedragen aan de mondiale aandacht voor het Depot. En zette Rotterdam wederom op de kaart als stad van architectuur en innovatie.

Winnaar Marketing Award Rotterdam Oeuvre Prijs: Mario Kadiks

De Marketing Award Rotterdam Oeuvre Prijs

- Wordt één keer per vijf jaar uitgereikt.
- Erkenning voor langere termijn prestatie door een persoon of organisatie.
- De bijdrage is vernieuwend/ innovatief en over een langere periode impactvol gebleken.
- De persoon of organisatie heeft zijn wortels in Rotterdam of is op een andere manier verbonden met de stad.
- De persoon of organisatie draagt de Rotterdamse mentaliteit uit (bold, forward, culture).
- De persoon of organisatie brengt of heeft vernieuwing teweeg gebracht met innovatieve oplossingen voor (uiteenlopende) maatschappelijke vraagstukken.
- De persoon of organisatie draagt bij aan de promotie van Rotterdam in binnen- en buitenland.

De jury heeft gekozen voor het toekennen van de Marketing Award Rotterdam Oeuvre Prijs aan Mario Kadiks. Kadiks nam dit jaar afscheid als directeur van de Marathon Rotterdam.

De jury roemt Kadiks om de grote impact die hij als directeur van de marathon heeft gehad op het internationale sport imago van Rotterdam. De marathon begon ooit als een lokale hardloopwedstrijd. Onder de bezielende leiding van Kadiks, die in 1985 aantrad als directeur, groeide de destijds noodlijdende marathon tot een professioneel geleid en financieel gezond evenement. De marathon van Rotterdam, ooit begonnen met 265 deelnemers, telt inmiddels bijna 50.000 inschrijvingen. Daarnaast wist Kadiks de marathon steeds verder uit te breiden tot een van de meest toonaangevende internationale marathons. De marathon zorgt er daarmee voor dat elk jaar wereldwijd beelden van Rotterdam worden uitgezonden en afgedrukt. Met dit alles heeft Kadiks een belangrijke stempel gedrukt op de ontwikkeling van Rotterdam als Topsport stad.

Kadiks wist van de marathon bovendien een echt Rotterdams evenement te maken. Dat kwam meer dan ooit tot uiting bij de door de coronapandemie uitgetelde 40^e jubileumeditie. De vreugde onder zowel deelnemers als publiek was groot om eindelijk weer eens, samen en naast elkaar te genieten tijdens een evenement. Kadiks is na zijn laatste editie als directeur van de Marathon Rotterdam benoemd tot Officier in de orde van Oranje-Nassau.