



Still uit het bewegende zelfportret van Bes: Zoekt en Gij zult vinden.

Liever film

Als reclamecreatief was Elwin Bes (1976) hard op weg naar de top. Toch waagde hij eind vorig jaar de overstap naar regie. Nu zit hij op freelance basis bij L-A-D-A (Caviar). Hoe inspirerend is het uitzicht als je weer onderaan de ladder begint?

Jeroen Hofman: 'Als iemand een goed betaalde baan had, dan is het Elwin Bes wel. Totdat hij en copywriter Emilio [de Haan] uit elkaar gingen en Elwin zich stortte op zijn passie: film. Van onderaf beginnen met kleine scripts en werken als freelancer vergt veel geduld. Bewonderenswaardig.'



Op je website staat dat je op straat plotseling een ingeving kreeg om volledig voor regie te gaan. Was er echt sprake van zo'n aanwijsbaar moment?

'Eerlijk gezegd weet ik niet meer precies waar ik op dat ogenblik was. Ik denk niet dat ik op straat liep toen het me echt raakte. Maar er was wel één zo'n heel helder moment. Dat ik dacht: oké, fuck it, ik ga ervoor. Ik stop als reclame-creatief en ga me volledig op het regisseren richten. Dat is nu bijna een jaar geleden. Met mijn creatieve maatje Emilio de Haan had ik besloten om uit elkaar te gaan. Sinds ons afstuderen in 2001 hebben we als team gewerkt. Ik wilde het allemaal even laten bezinken, gewoon even rustig bekijken wat mijn opties waren. Tot ik me voor mijn gevoel al snel op zo'n iconisch kruispunt van wegen bevond. Zo'n punt waarop je beseft: dit einde biedt ook een opening om andere, nieuwe dingen te doen. De keuze was toen alleen nog: leer ik het regisseursvak op de Filmacademie of duik ik meteen de praktijk in? Die twee opties heb ik onderzocht, en het is de praktijk geworden. Voor mijn gevoel had ik al een soort basis. Niet zozeer als regisseur, maar met de ervaring van het jarenlang op een set staan. Aangevuld met een onuitputtelijke interesse in film. Niet alleen het kijken naar films, maar ook de theorie erachter heeft me altijd geïnteresseerd. Ik lees echt alles wat los en vast zit over film.'

Was je al jong gefascineerd door film?

'Absoluut, als kind al. Het is eigenlijk begonnen met een fascinatie voor filmposters. Van kleins af aan tekende ik veel. Op een gegeven moment, toen ik een jaar of zeven, acht was, zat ik filmposters na te tekenen die ik op straat had gezien. Nee, geen kinderfilms, echt actiefilms. Een van de allereerste posters die me bij staan, was die van De Lift. Die poster van dat meisje met een pop in haar hand. Dat beeld maakte echt

indruk. Ik weet zelfs nog waar ook, ik kan je zo de plek in Den Haag aanwijzen waar ik die filmposter voor het eerst heb gezien. De film zelf heb ik pas jaren later gezien, maar puur door die poster kreeg De Lift voor mij een mythische lading. De enorme kracht van de beeldtaal van posters heeft me altijd aangesproken.'

Zelf heb je ook spraakmakende posters gemaakt, voor verschillende cabaretiers. Hoe kwam je in die hoek terecht?

'Daar rolden we meteen vanaf het begin van onze samenwerking in. Een van Emilio's beste vrienden is Javier Guzman. Toen wij als jonge honden bij PPGH/JWT begonnen, had Javier net zijn eerste show. Hij vroeg ons om een poster te maken, en zo kwamen we bij zijn impressariaat binnen. Hoewel ik verder geen speciale voorliefde voor cabaret heb, was het wel fantastisch om die posters te maken. Een van die posters, met een naakte Claudia de Breij, veroorzaakte echt een rel. Ik geloof dat we in Putten of Staphorst of ergens in die contreien niet meer welkom zijn.'

Als creatief duo hadden jullie ook op het einde nog succes. Het laatste jaar bij FHV BBDO kregen jullie bijvoorbeeld een nominatie voor De Gouden Loeki. Waarom dan stoppen?

'Voor de Pukkio Foetsie-reclame van Hi was dat. Die reclame kwam op tv toen we net hadden besloten om uit elkaar te gaan. Dus die nominatie werd onverwacht een mooi slotakkoord. Helaas wonnen we niet. Dat kon ook haast niet, want de Walking Fridge van Heineken sprong er dat jaar voor iedereen uit. Tsja, waarom stoppen als je nog succes hebt? Een clichéantwoord, maar niet minder waar: de chemie was op. We konden nog wel functioneren op de automatische

'Ik was klaar voor een overstap naar regie'

piloot, maar dit werk hoort leuk te zijn. En die vreugde ontbrak inmiddels een beetje. Natuurlijk besluit je zoiets niet overnight, we zijn allebei loyale jongens. Achteraf gezien verloor ik gaandeweg misschien ook gewoon de interesse om als reclamecreatie ideeën te verzinnen. In retrospectief zie ik dat steeds meer zo, dat ik niet langer op die manier mezelf creatief wilde uiten. Dat ik klaar was voor een overstap naar regie.'

Begon je voor je gevoel weer onderaan de ladder?

'In zekere zin wel ja. Ik wist: ik begin aan een nieuw vak. Een vak dat ik niet heb geleerd. En er is zat aanbod van regisseurs, dus daar moet ik mij tussen zien te worstelen. Met die mentaliteit ben ik er ook in gegaan. Ik ben gewoon begonnen met opbellen. Afspreken met producers die ik in de loop der jaren had leren kennen. Laten zien wat ik aan filmpjes had geregisseerd. Mijn reel bestond op dat moment uit niet meer dan wat virals en in mijn vrije tijd gemaakte fictiefilmpjes. Maar blijkbaar zag men daar iets in. Want op basis daarvan kreeg ik op een gegeven moment twee aanbiedingen voor vertegenwoordiging bij productiehuisen. L-A-D-A was daar één van. Dat leek me een leuke, jonge ploeg, dus die kans heb ik met beide handen aangegrepen. Vervolgens is het als freelancer een kwestie van keihard werken. En volop de concurrentie aangaan, ook bij L-A-D-A onderling, om opdrachten in de wacht te slepen. Gelukkig was het meteen raak. MTV Mobile koos mij uit voor een campagne van twee commercials. Terwijl het echt om een dikke pitch ging, waar iets van drie of vier productiemaatschappijen bij betrokken waren.'

Je hebt inmiddels een aantal commercials geregisseerd. Is het een voordeel dat je de andere kant van het reclamevak kent?

'Als regisseur werk je in opdracht van een klant. En die kant ken ik natuurlijk heel goed. Door mijn achtergrond als creatief kan ik inhoudelijk meedenken; ik denk vanuit het idee. Dat is absoluut een voordeel. Maar regisseren is echt een ander vak, een complex vak. Als creatief schrijf je een script, als regisseur stuur je alles en iedereen aan. Voor mij valt er daarom ontzettend veel te leren. De set voelt nog steeds een beetje als een speeltuin. Of het niet frustrerend is dat ik nu ideeën van anderen moet uitvoeren? Totaal niet. Dat heb ik mezelf ook meteen voorgenomen toen ik eraan begon, dat ik dingen binnen het creatieve proces moest gaan loslaten. Bij een van de twee commercials voor MTV Mobile kon het script naar mijn overtuiging net iets scherper. Maar bij MTV vonden ze mijn voorgestelde aanpassing geen verbetering. Uiteraard heb ik de commercial toch gedraaid. Ik wil als re-

gisseur zo snel mogelijk zo veel mogelijk vliegreuen maken. De wereld van de reclame is een wereld die ik ken. Dat biedt ingangen en kansen, en die laat ik echt niet lopen. Maar daarnaast is het ook niet zo dat ik alleen reclame wil regisseren.'

Tot waar reiken je ambities? Is een speelfilm het einddoel?

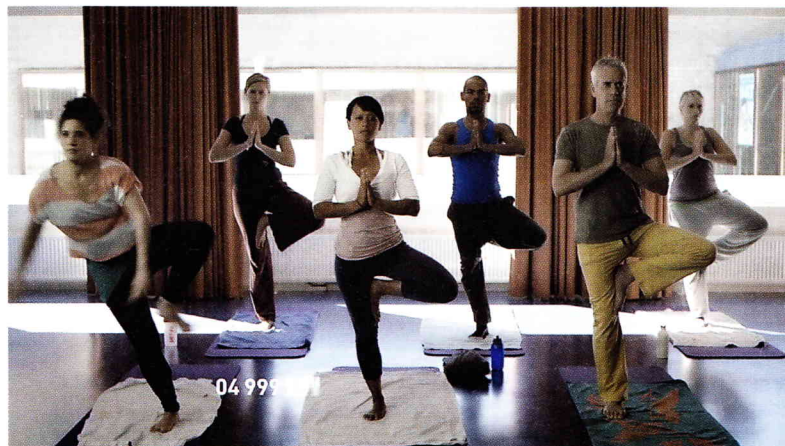
'Niet per se, al zou het natuurlijk geweldig zijn om zoiets te mogen doen. Maar een meer reële eerstvolgende stap is bijvoorbeeld een short van tien minuten voor de NTR. Daar heb ik wel ideeën voor. Dit jaar sluit de inschrijving voor mij nog te vroeg, dus waarschijnlijk wordt dat volgend jaar. Dan beland je inderdaad in de wereld van de subsidies en omroepfondsen. Die wereld ken ik nog niet. Het lijkt me vreselijk als je ergens heel veel moeite voor doet en het gaat uiteindelijk niet door omdat de financiering niet rondkomt. Aan de andere kant: een film hoeft tegenwoordig echt geen honderdduizend euro meer te kosten. En daar gaat het uiteindelijk ook niet om. De liefde voor film maken, daar draait het om. Een idee op papier zetten en gewoon met een paar mensen een parkeergarage induiken om beelden te schieten, zoals ik bij mijn korte film Blaffer heb gedaan. Voor mij werkt dat, ik vind het superbevredigend om te doen. Ik zou al dolgelukkig zijn als ik een film heb gemaakt van twintig, dertig minuten waarover ik tevreden ben. Om dan te beseffen: Jezus, ik heb een film gemaakt. Aan zaken als distributie of promotie, of hoeveel mensen hem gaan zien, denk ik dan echt nog niet.'

Hoe kijk je na bijna een jaar terug op je creatieve overstap?

'Ik kan iedereen aanraden om zo'n switch te maken. Wat ik bij veel van mijn vrienden uit de reclamewereld zie, is dat het allemaal goede reclamecreatieën zijn, maar dat ze ook barsten van de andere ambities. Het ironische is dat ze het daar altijd over hebben, alleen gebeurt er heel weinig. Dat is jammer. Ik zal niet zeggen: kijk naar mij, ik heb het gedaan, het is heel makkelijk. Want ik weet hoe moeilijk het is. Met een goede baan in de reclame zit je in een comfort zone. Je hebt veel geld, dat is lekker. Je hebt alles van de zaak: telefoon, computer, misschien een auto. Dus je leven is prima, en het is ontzettend lastig om daarvan los te komen. Maar uiteindelijk is een rijtje zekerheden niet wat je creatieve hart nodig heeft om gelukkig te zijn.'

*De reel van Elwin Bes is te zien op www.l-a-d-a.nl.
Kijk op www.creatie.nl/ikzoek voor het bewegende zelfportret van Bes: Zoekt en Gij zult vinden.*

‘Jezus, ik heb een film gemaakt’



MTV Mobile, Fair Trade en E.ON