

DE 9 STRAATJES



by vodafone

ROOD



1»10
SEPT.



COLOFON

9straatjesROOD is een uitgave van
Vodafone Nederland en Kunstenaars&CO

Hoofredactie: **Theo Pajmans/ Blend magazine**
Redactie: **Bieneke van der Does/ Blend magazine**
Eindredactie: **Remco HJ/ Blend magazine**
Vormgeving: **Micha Struyck/ struyckrover.nl**
Fotografie kunstenaars: **The Garage Creations,**
Thomas Schlijper

Fotografie artist impressions: **Sylvia Alonso**
Drukwerk: **PRIinterface**
Pre-press: **Colorscan, Voorhout – Amsterdam**
Distributie: **Boomerang Media**

Niets uit deze uitgave mag worden vernieuwvuldig zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever en andere auteursrechthebbers. De uitgever is niet verantwoordelijk voor schade door onjuiste verwerking in de uitgave. Disclaimer: de artist impressions kunnen afwijken van de werkelijkheid. Projecten worden getoetst op technische haalbaarheid en veiligheid en kunnen daardoor veranderen, in zijn geheel niet doorgaan of van locatie wijzigen.

Met dank aan:
- Kunstenaars&CO

Deze landelijke organisatie stimuleert en ondersteunt kunstenaars van alle disciplines bij hun (verdere) professionalisering en helpt nieuwe werktuinen voor kunstenaars te ontwikkelen. Kunstenaars&CO werkt daarbij inmiddels samen met meer dan 200 partners uit de kunstwereld, de publieke sector en het bedrijfsleven. Voor een groeiend aantal organisaties en bedrijven is Kunstenaars&CO de aangewezen partner als het gaat om het maximaal inzetten van de unieke competenties van kunstenaars bij maatschappelijke en bedrijfsmatige vraagstukken. Kunstenaars&CO participeert in het project 9straatjesROOD omdat het een prachtig voorbeeld is van hoe een bedrijf op innovatieve wijze kunst en kunstenaars kan inzetten bij het realiseren van bedrijfsmatige doelstellingen.

kunstenaarsenco.nl

- Ondernemersvereniging 9 Straatjes

INHOUD

- 10 Sharon Bakker & Willemijn Schellekens:
Diep Rood
- 14 Joris Kuipers:
Into the Hearts / Scanning for symbiosis I
- 18 Roberto Voorbij:
The Red Tape
- 22 Klaas Schotanus:
Kom binnen
- 26 Patrick van Ginkel:
De Dood van Rood
- 30 Katinka Simonse:
Localisation
- 34 Daniella Wesseling:
De Kleedkamer van Superman
- 38 Maria Lakenman:
Plu+
- 42 Victor Leurs & Michl Sommer:
Stadspoot

HALLO AMSTERDAM

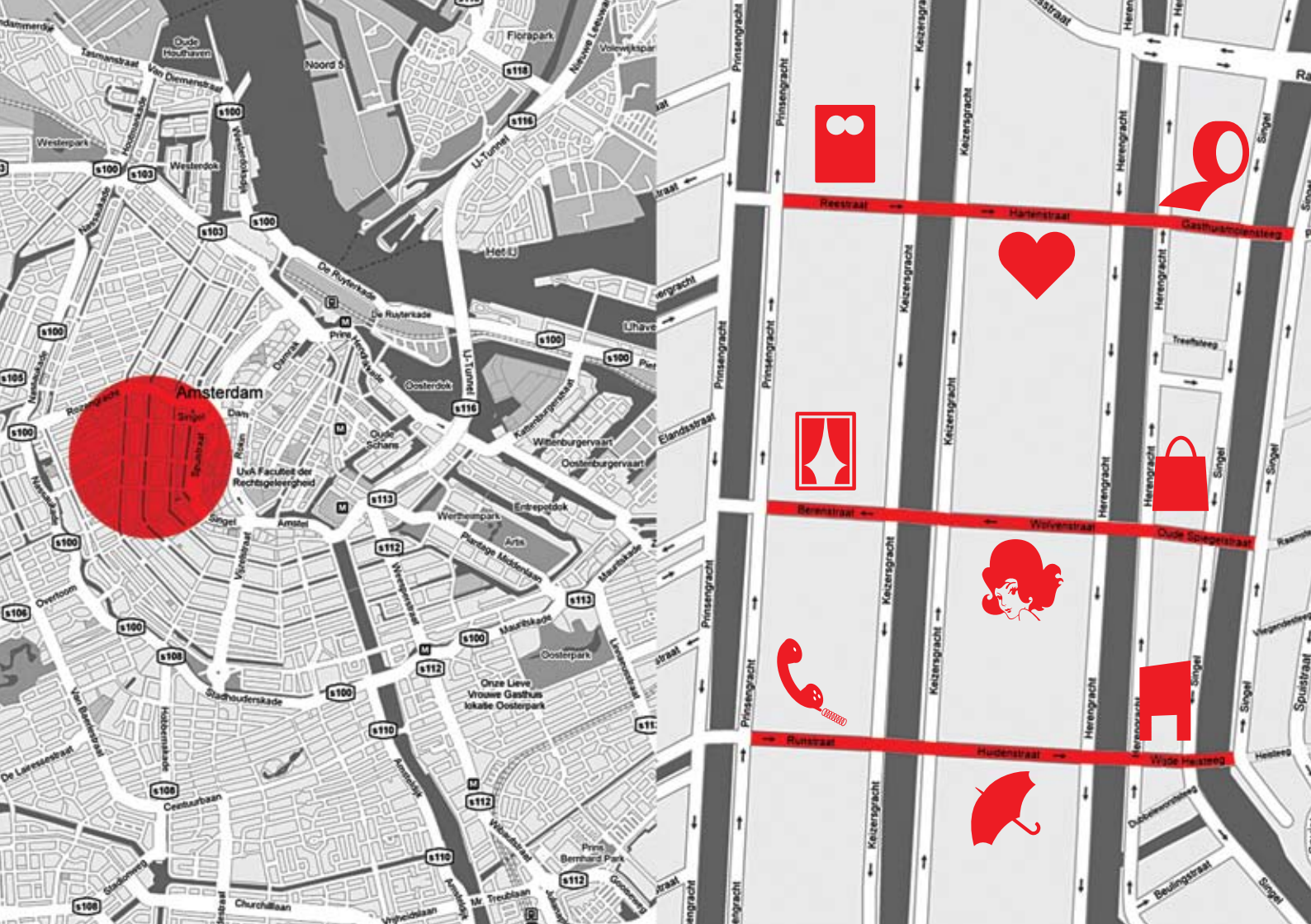
De kleur rood staat voor passie, voor gedrevenheid. Voor vrijheid. De kleur is terug te vinden in het wapen van Amsterdam en de Amsterdamse voetbalclub Ajax. Rood is ook het onderscheidende kleurkenmerk van Vodafone. Passie en gedrevenheid zijn twee van de belangrijkste kenmerken als het gaat om werken bij Vodafone. Niet toevallig streeft ook Vodafone naar vrijheid. De vrijheid van communiceren, altijd en overal. Zorgeloos en probleemloos. Deze zorgeloosheid kenmerkt ook Amsterdam. Van oudsher staat de stad immers bekend als vrijplaats voor verlichte ideeën en nieuwe vormen van kunst en cultuur. Amsterdam kent een geschiedenis en klimaat van vrijheid en dialoog. Veel beroemde schrijvers, kunstenaars en muzikanten vonden onderdak in deze stad en ontleenden hun inspiratie aan het bruisende culturele leven. Amsterdam heeft dus terecht een naam als het gaat om het bieden van ruimte aan bijzondere projecten waarin kunstenaars gestalte kunnen geven aan hun visie. Zo ook met het kunstproject 9straatjesROOD. Een uniek cadeau van Vodafone aan de stad Amsterdam. Om te vieren dat Vodafone Nederland op 1 september 2008 een tweede hoofdkantoor in de hoofdstad opent. En als afsluiting van de Hallo Amsterdam-campagne, die de komst van Vodafone onder de aandacht heeft gebracht bij Amsterdammers en mogelijke nieuwe collega's. Het project 9straatjesROOD bestaat uit verschillende kunstuitingen in de openbare ruimte. Met opzet is gekozen voor de kleur rood als het verbindende thema. Rood is de essentie van Vodafone en komt terug in onder andere de huisstijl, maar rood is ook al eeuwen onlosmakelijk verbonden met de stad Amsterdam. De kunstuitingen worden tentoongesteld in de befaamde 9 straatjes in de Amsterdamse Jordaan. De artist impressions van de kunstuitingen schetsen alvast een beeld van wat er te wachten staat. Van 1 tot en met 10 september kleuren de 9 straatjes ROOD!

HELLO AMSTERDAM

Since times immemorial, the vibrant colour red is associated with passion, intensity and freedom. Red is an integral part of the heraldic emblem of Amsterdam and its proud soccer team Ajax. Red is also the basic ingredient of the unique trademark of Vodafone. Passion and intensity are the two most dominant features in working at Vodafone. But Vodafone also aims for freedom. The freedom to communicate where and when you want to, in any manner you prefer. On September 1st 2008, Vodafone Nederland is opening its second head office in the capital city. To celebrate this joyful event, the mobile phone company has donated a memorable gift to the city of Amsterdam: the art project 9straatjesROOD. Vodafone's HALLO campaign in the city centre already created an awareness of its arrival among residents and potential employees. 9straatjesROOD is the conclusive part of this exciting campaign. Throughout its history, Amsterdam has been appreciated as a safe haven for enlightened ideas and new forms of art and culture. A multitude of famous writers, artists and musicians found their home here and derived their inspiration from its rich cultural life. It comes as no surprise then that Amsterdam has a rightful reputation in offering space to artists for special projects where they can transform their visions into reality. 9straatjesROOD was involved in a similar procedure. Various artists were invited to submit their project proposal for an art expression in a public area. The colour red was paramount as the underlying and connecting theme. The invitation resulted in more than 100 project proposals. A carefully assembled jury subsequently judged the proposals in regards to originality and authenticity and selected the best projects. These winning art expressions in various formats and dimensions will be exhibited in the 9 straatjes in Amsterdam. 9straatjesROOD is unique and unlike any other exhibition. Never before did Amsterdam witness such a project, consisting of an exhibition of temporary art specifically created for a designated urban area on such a magnificent scale. This appealing gesture towards the city, its residents and its visitors, unveils the true nature of Vodafone: sparkling and innovative. Vodafone already feels at home in Amsterdam. Between 1 and 10 September, the famous 9 straatjes are painted RED!

I amsterdam





Amsterdam

UvA Faculteit der Rechtsgeleerdheid



REALISATIE 9STRAATJESROOD

The Garage Creations tekende voor de creatieve invulling van 9straatjesROOD. Voor het project werd gezocht naar een gebied waar genoeg ruimte was om zowel grote als kleine kunstuitingen te exposeren. De 9 straatjes voelden intuïtief aan als de juiste plek. Er is een groot publiek en het bruist er altijd. Het geeft het project iets opgewekts mee.

In de call for entry die The Garage Creations uitschreef werden kunstenaars uitgenodigd een voorstel te maken voor een interventie in de openbare ruimte met als verbindend thema de kleur ROOD. Door aandacht in onder andere Blend magazine en via het netwerk van Kunstenaars&CO, stichting Nobel en Boomerang leverde de oproep meer dan honderd inzendingen van kunstenaars op. Een zorgvuldig samengestelde jury heeft de voorstellen beoordeeld op creativiteit en authenticiteit. De jury bestond uit Sylvester Lindemulder (The Garage Creations), Aynouk Tan (journalist), Bart Hofker (Vodafone), Mike Shulmeister (I Amsterdam), Theo van Adrichem (Kunstenaars&CO), Jelle Bouwhuis (curator Stedelijk Museum), Jurriaan Bakker (Blend) en Josine Neyman (Nachtburgemeester 2008).

Geweldige uitdaging

De inzendingen waren zeer divers van aard. Voorstellen voor overkappingen voerden de boventoon. De ideeën varieerden van reusachtige plafonds met paraplu's tot een straat waarin levensgrote objecten komen bovendrijven. Het was een geweldige uitdaging om te bedenken hoe deze verschillende projecten binnen het budget gerealiseerd konden worden, met de openbare veiligheidseisen in het achterhoofd.

Kunst en commercie

Dat een bedrijf als Vodafone zich verbindt met kunstzinnige uitingen komt vanuit de overtuiging dat de doelstellingen van vrijheid en creativiteit in de kunst overeenkomt met de doelstellingen van het bedrijf om hun klanten eenzelfde ervaring aan te bieden.

Het project 9straatjesROOD is uniek en wijkt af van eerdere en andere kunstuitingen in Amsterdam. Nog niet eerder zag de stad een dergelijk project van deze omvang, een expositie met voor de wijk specifiek gemaakte tijdelijke werken op deze schaal.

Andere staat van zijn

Als bijkomstigheidsgeven de inzendingen voor 9straatjesROOD een goed beeld van de stand van zaken in de kunstscene anno nu. Wat ooit begon als streetart met graffiti- en stencilkunst wordt nu driedimensionaal of gericht op performance art. De vorm spreekt zowel kunstenaars als het grote publiek aan. Het verwondert omdat de straat waar we allemaal vertrouwd mee zijn ineens is getransformeerd tot een tijdelijk platform voor kunst. De interventie vindt niet alleen op straat plaats, maar ook in de toeschouwer zelf. De kunst verrast omdat je het niet op zo'n locatie verwacht. Het brengt je even in een andere staat van zijn, anders dan de pure shopping experience.

thegaragecreations.com

DE ENERGIE VAN KUNST

Goed communiceren is een kunst. Vodafone maakt dat mogelijk, wanneer en waar je maar wil. Via sms, mms, e-mail, mobiel telefoneren en internet. Hoe je daar vervolgens invulling aan geeft, is een individuele keuze. Sommige communicatie-uitingen zouden regelrecht kunst genoemd kunnen worden. Denk aan gedichten van maximaal 160 tekens, de lengte van een sms-bericht. Tien, twaalf jaar geleden bestond dit nog niet en het is een voorbeeld van hoe communicatie in combinatie met technologie nieuwe kunstvormen en -uitingen kan scheppen.

Bruisend en innovatief

Vodafone heeft als uniek gebaar het project 9straatjesROOD als cadeau aan de stad Amsterdam gegeven, om te vieren dat het bedrijf er een tweede hoofdkantoor opent. Vodafone koos onder andere voor Amsterdam omdat hier de trends ontstaan. Als innovatief en klantgericht bedrijf zit Vodafone daar graag middenin.

Het idee om als bedrijf juist iets met kunst te doen, werd geboren uit een aantal initiatieven naar aanleiding van de komst naar de hoofdstad. Daaronder waren ook twee cadeau's aan de stad: sponsoring van Poëzie in het Park, en 9straatjesROOD. Beide projecten hebben te maken met Amsterdamse iconen, het Vondelpark en de Jordaan, en kunnen door een breed publiek beleefd worden. Dat laatste was voor Vodafone belangrijk; kunst maakt onderdeel uit van de maatschappij. Voor Vodafone zelf is de beloning de energie die het project losmaakt bij alle betrokkenen, inclusief het winkeler publiek dat in de 9 straatjes wordt verrast door het kunstproject. Dit sympathieke gebaar naar de stad toont meteen ook de ware aard van Vodafone als bedrijf: bruisend en innovatief. Geen wonder dat Vodafone zich nu al thuis voelt in Amsterdam.

vodafone.nl/amsterdam

SHARON BAKKER & WILLEMIJN SCHELLEKENS

11

11

Sharon Bakker (26 jaar) en Willemijn Schellekens (28 jaar) ontwikkelden samen het concept Diep Rood voor het project 9straatjesROOD. In hun samenwerking komen hun verschillende achtergronden samen. Zo studeerde Willemijn Grafisch Ontwerpen aan de Willem de Kooning Academie, en haalde Sharon onder andere haar diploma aan de Interfaculteit Beeld & Geluid van de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten en het Koninklijk Conservatorium in Den Haag. Sharon en Willemijn: 'Wij zijn altijd op zoek naar verhalen die we vertalen naar een installatie en/of performance die uitnodigt tot verwondering. De publieke ruimte leent zich bij uitstek voor het vertellen van verhalen, het prikkelen van de zintuigen, het creëren van een ervaring, omdat je het niet verwacht. Ons idee komt voort uit de geschiedenis van Amsterdam; de gehele stad en dus ook de Reestraat, is stukje bij beetje ontgonnen in de 13e eeuw. Vanuit moerassig gebied met veel water werden afwateringsloten gegraven en dijken gebouwd. Daarna verrezen de eerste huizen van Amsterdam. Je zou kunnen zeggen dat Amsterdam stukje bij beetje is boven komen drijven. Wij willen de suggestie wekken dat verhalen naar boven komen drijven of zijn aangespoeld in de straat. Net als herinneringen en beelden in je hoofd weer naar boven borrelen en even blijven hangen. Elk object vertelt een eigen verhaal. In diep water kun je de kleur rood niet zien. Wat onder water onzichtbaar is, halen wij naar de oppervlakte. Met behulp van geschilderde poëtische teksten, surrealistische beelden en verrassende geluiden komen de verhalen tot leven en laten ruimte over om je eigen verhaal te maken. Het is een spel van herkenning en vervreemding. Hoe langer je kijkt, hoe meer je zult ontdekken.'



Artists Sharon Bakker and Willemijn Schellekens developed the concept Diep Rood (Deep Red) for 9straatjesROOD. As they explain: 'We are always in search of stories that we translate into installations and/or performances that invite a sense of wonder. The public space naturally invites the telling of tales, the titillating of the senses, the creation of experiences, because you don't expect it. Our idea stems from the rich history of the city of Amsterdam, the whole city and also the Reestraat. Amsterdam has been developed bit by bit since the 13th century. In a swampy area with much water, irrigation canals and dikes were built. After this, the first houses were built. You could say that Amsterdam came floating up by bits and pieces. We want to convey the suggestion that red objects and their stories come floating up in the streets. Just like memories and images in your head come tumbling up. Every object tells a story. We enhance objects that we derive from the street, its inhabitants and shops so that you become quite tiny and step into another world.'





Diep Rood,
door Sharon Bakker en Willemijn Schellekens
Reestraat

Joris Kuipers (31 jaar) is beeldend kunstenaar. Hij deed de docentenopleiding eerste graad tekenen aan de HKA Arnhem en volgde een Master in Fine Arts, Painting Department aan het Frank Mohr Instituut in Groningen. Joris: 'De titel van dit project gaf mij al voldoende aanleiding om mee te doen, aangezien ik de afgelopen paar jaar mijn werk uitsluitend in roodtinten uitvoer. Het mooie van rood is dat het de enige ambigue kleur is, die zowel liefde als agressie symboliseert, Eros en Thanatos. In mijn werk speel ik met deze dubbelheid. Mijn muurtekeningen en installaties zijn gebaseerd op anatomische beelden (autopsie, MRI- en CT-scans). Een tijdje terug heb ik in het CBK van Middelburg een installatie opgebouwd van een groot hart dat in een hoek uit de muur lijkt te komen. De voorbereiding van dit werk liep samen met dat van de 9 straatjes. Het denken over een kunsttoepassing in de 9 straatjes komt zodoende ook voort uit mijn autonome werk en fascinatie voor het menselijke lichaam.'

Zijn project Into the Hearts omvat een ruimtevullende installatie die in een hoekpand op de Hartenstraat te zien zal zijn. Tevens worden ruitvullende stickers van doorsneden van harten aangebracht op de ruit in de Hartenstraat. Joris: 'In deze harten worden gedeeltes weggesneden zodat je dieper in het hart (de etalages) kunt kijken. Ik beschouw de 9 straatjes door hun unieke karakter als de motor oftewel het kloppende hart van Amsterdam. "Het hart van de stad", "het bruisende hart" en "het kloppende hart" zijn echte standaard uitdrukkingen. Juist door het gegeven letterlijk op te vatten en het menselijke hart reusachtig te vergroten, genereer ik een bevreedend effect.'



Artist Joris Kuipers: 'The title of the project already gave me enough reasons to participate, as these last few years I have executed my works of art in red colours only. My murals and installations are based on anatomical images such as autopsy pictures, MRI and CT scans.' That Kuipers has transformed the Hartenstraat (Street of Hearts) is then, no mere coincidence. Kuipers' project, entitled Into the Hearts, consists of enormous blow-ups of cross sections of hearts. The artist printed these blow-ups on stickers, which he placed on the windows of stores, bars and restaurants. Kuipers: 'I have cut out sections of these hearts, so that one can see through the heart, deeper into the heart of things, such as the store windows.' In his concept, the shops and bars are strongly involved: 'By completely covering some store windows I hope to have created the urge for visitors to peek through the sections that I have left uncovered.'





Into the Hearts / Scanning for symbiosis 1,
door Joris Kuipers
Hartenstraat



ROBERTO VOORBIJ

Roberto Voorbij (34 jaar) studeerde aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en studeerde als onderdeel van een uitwisselingsprogramma aan The School of the Art Institute of Chicago. Momenteel is hij naast praktiserend beeldend kunstenaar ook freelance ontwerper. De vele aanknopingspunten met zijn autonome werk zetten hem ertoe aan deel te nemen aan 9straatjesROOD, al is het de eerste keer dat hij een dergelijk openbaar idee uitwerkt. Roberto: 'Elementen als citybranding en in bredere zin ook onze nationale identiteit, en de versmelting hiervan met de commercialiteit, fascineren mij in het bijzonder. Eigenlijk komt alles samen in deze opdracht. The medium is the message, om te spreken met Marshall McLuhan.' De interventie van Roberto, getiteld The Red Tape, bestaat uit op straat aangebrachte tracks van rode tape die afgeleid zijn van openbare route-aanduidingen. Roberto: 'De rode tape toont de routes die afzonderlijke bezoekers hebben afgelegd. Hiervoor heb ik op deze locatie gepost om zo ongemerkt de particuliere gang van mensen vast te leggen. Daarnaast is in een etalage een video-installatie te zien die het inhoudelijke gegeven dat zeven seconden voordat je een beslissing denkt te nemen je hersenen het besluit al hebben genomen, erfahrbaar maakt

en vervolgens verbindt met de geschiedenis van de 9 straatjes, in de vorm van een roodbonte koe. Bij dit geheel van tracks, videobeeld in combinatie met live-registratie, fungeert de kleur rood als de kleur van geleid worden, van ons onbewuste, van ons verleden. Daarbij staat rood voor het persoonlijke, voor de privé-ruimte, wat een zekere spanning oplevert met het gegeven van de openbare ruimte.' Aanwezige winkels en ondernemers in de Gasthuismolensteeg spelen een rol in deze interventie. Roberto: 'Het Nationaal Brilmuseum sluit aan op het element van voyeurisme/kijken. En zowel schoenenzaak Antonia als broodjeszaak 't Kuyltje leggen de verbinding met de in de video-installatie gebruikte roodbonte koe.' Roberto hoopt met The Red Tape een reflectie over het eigen gedrag teweeg te brengen bij het winkel- en kunstpubliek.

Since artist Roberto Voorbij discovered many connections between his autonomous art and the 9straatjesROOD event, he was quite excited to contribute his art. Voorbij: 'Elements as city branding and in a broader sense, our national identity and the fusion of these elements with commercialism, fascinate me enormously. The medium is the message, to quote Marshall McLuhan.' Voorbij's work, entitled The Red Tape, consists of trails of red tape, derived from public route pointers, applied on the street. Voorbij: 'The red tape shows the routes that visitors have taken. With this in mind I hid out on the street anonymously to follow the trails of the various visitors. Next to that a store window features a video installation that displays the fact that seven seconds before you think you have made a decision, your brain has already made it. This is connected to the history of the 9 straatjes in the shape of a red cow. With the tracks, the video images in combination with the live registration, the colour red stands for being led, our subconsciousness, our past.'





The Red Tape,
door Roberto Voorbij
Gasthuismolensteeg

KLAAS SCHOTANUS

Klaas Schotanus (25 jaar) heeft voortdurend ideeën voor openbare ruimtes, zowel tijdelijk als permanent. Hij rondde dan ook een opleiding in Urban Interior Design af aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht. Als ontwerper maakte hij al vaker uitdagende ontwerpen voor de buitenruimte. Sinds kort werkt hij nauw samen met twee andere ontwerpers onder de naam HIK-ontwerp. Het werk van de Nederlandse kunstenaar Harmen de Hoop spreekt Klaas erg aan: 'Hij gebruikt veel humor in zijn kunstwerken en brengt vaak mensen in verwarring door zijn bizarre, kleine ingrepen in de openbare ruimte.' Over 9straatjesROOD vertelt Klaas: 'Elke cultuur gebruikt ze: deurgordijnen. Natuurlijk wordt dat vaak gezien als een interieurobject.

Deurgordijnen vertellen veel over de bewoner wiens leven zich achter de betreffende deur afspeelt. Ze komen in veel vormen, kleuren en materialen voor. De 9 straatjes stralen vriendelijkheid uit en daardoor tegelijkertijd ook een huiselijke sfeer. Dit komt onder andere door de kleinschaligheid, het is een geheel. Die huiselijke sfeer wil ik benadrukken door de straat als interieur te benaderen. Dit doe ik door aan weerszijden van de straat een groot "deurgordijn" te hangen. Zo wordt de buitenruimte een soort huiskamer, en het verbindt de winkels nog meer tot een geheel. Na een bezoekje aan de 9 straatjes ging mijn aandacht al snel naar de Berenstraat. De naam van de straat leek mij een leuk thema voor een herkenbaar ontwerp. Het gordijn draagt de naam van de straat uit door middel van een afbeelding die in de vormgeving van het gordijn is verwerkt, een beer. De kleur rood is echt Amsterdams en staat voor intimiteit, iets wat de gehele 9 straatjes uitstralen. Daarbij is de beer een



krachtig dier. Krachtig als de kleur rood. De Berenstraat krijgt op deze manier een gezicht voor het publiek en blijft langer hangen.'

Artist Klaas Schotanus confesses that he is constantly having ideas for public spaces, be they temporary or instead of more permanent character. Schotanus' project in the Berenstraat (Street of the Bears) is a playful comment on intimacy: 'Every culture has them, door curtains. Obviously this object is often seen as an interior piece. Door curtains tell a lot about the people who live behind these doors, and they come in many forms, shapes and colours. The 9 straatjes radiate friendliness, and by that also a homely and cozy atmosphere. This effect is heightened by the relative smallness of the area. I want to emphasize that homely atmosphere by approaching the street as if it were an interior. I do this by hanging a huge door curtain on both the sides of the street. The exterior space transforms thus into a kind of living room, and it connects the shops even more into a whole. The curtain refers to the name of the street by way of a depiction of a bear.'





Kom binnen,
door Klaas Schotanus
Berenstraat

PATRICK VAN GINKEL



Patrick van Ginkel (38 jaar) was tot voor kort freelance wetenschappelijk (drugs)onderzoeker aan de UvA. Na het oriëntatiejaar (2004) aan de Gerrit Rietveld Academie is hij in zijn vrije tijd vooral bezig met kunst en vliegwerk. Hij is ook een van de oprichters van het Kattenbak Collectief (2005), waar nog steeds interventies op poten worden gezet. Voor 9straatjesROOD bedacht hij het project De Dood van Rood, gebaseerd op een krantenbericht uit 2005 dat roodharigen met uitsterven bedreigd worden. Patrick: 'Met dit bericht als uitgangspunt kwam ik tot een power-performance in negen bedrijven. Een ode aan roodharigen in de vorm van een performance en een foto-expositie. Acteurs (afkomstig van Roodharigendag 2008) zullen gedurende negen dagen je aandacht trekken en je deelgenoot maken van hun bijzondere kwaliteiten. Ze flirten op leven en dood. Enkele acteurs zie je ook terug op de grote foto's die voor de gevel komen te hangen. Ze stonden namelijk model voor de fotoserie van Jos Vogelpoel. Ik heb hem uitgenodigd een aantal foto's van zijn eindexamenwerk van de St. Joost te exposeren. Het thema: feiten en fabels over roodharigen. Dit is ook de rode draad van de fluistergedichten die apart voor deze performance geschreven worden.' De winkels en horeca in de Wolvenstraat spelen een passieve rol in Patrick's project – alhoewel? Patrick: 'Als de etalageruiten blinken, dan wordt de kans dat twee mensen via de spiegelende winkelruit met elkaar flirten groter natuurlijk... De straat was van ondergeschikt

belang. Het is leuk als het een drukkeres straat is met wat horeca. In de avond zal het flirten waarschijnlijk makkelijker gaan, omdat iedereen er dan meer voor openstaat. Maar zeker ook tijdens de ochtend/middag is het natuurlijk geweldig als je bij iemand een glimlach op zijn of haar gezicht kunt toveren.'

Artist Patrick van Ginkel based his project in the Wolvenstraat (Street of the Wolves) on a 2003 press account that stated that red haired people are threatened by extinction. Van Ginkel: 'With this account as starting point I arrived at creating a power-performance in nine companies. It's meant to honour people with red hair in the form of a performance and a photo exhibit. Actors will attract your attention for nine days and share their special qualities with you. Some actors are also displayed on several large photos that are suspended on the walls. These actors were also models in a photo series by Jos Vogelpoel, whom I invited to display a number of his photos. The theme: facts and fables about red haired people. This is also the main theme of the whisper poems that were written especially for this performance.'





De Dood van Rood,
door Patrick van Ginkel
Wolvenstraat



KATINKA SIMONSE


Katinka Simonse (29 jaar) studeerde aan het Sandberg Instituut. Ze heeft ruim ervaring in sociale projecten in publieke ruimtes. Voor een nieuw persoonlijk project wil zij onderzoeken hoe kunst in opdracht functioneert. Als start van dit onderzoek wilde ze eerst zelf een aantal werken in opdracht gaan maken. De opdracht voor de 9 straatjes was de eerste die zij relevant achtte voor haar onderzoek. Het project dat zij uitvoerde in het kader van 9straatjesROOD zal door alle 9 straatjes te zien zijn. Katinka: 'Bij de vraag naar een interventie om de straatjes rood te kleuren, vond ik het direct logisch om mensen met iets rond te laten lopen wat rood is. Daarnaast wilde ik contact tussen mensen bevorderen. In de 9 straatjes komen veel toeristen, maar ook de rasechte Amsterdamer winkelt hier. Ondanks dat deze groepen mensen hier beiden hun vertier zoeken, hebben zij zelden contact. Dat is heel erg jammer, want is de toerist niet juist nieuwsgierig naar die "echte" Hollander? En is het als bewoner van deze mooie stad niet uitermate interessant om behalve die vaste vriendenclub wat contacten op te doen buiten de ring of zelfs buiten het land? Daarom leek het mij interessant om transparantie te bieden

in dit gegeven: wie is de toerist? En wie is de local? Om hierachter te komen, krijgen de mensen wanneer ze iets kopen in een van de winkels in de 9 straatjes een rode draagtas mee. Op deze draagtas staat of de koper een toerist of een local is. Ik denk dat mensen sneller contact zullen leggen door dit kleine beetje transparantie, al is het maar een korte groet. Ook de interactie tussen publiek en winkeliers is hierdoor groot.'

Artist Katinka Simonse wanted to explore how art functions when it is created on a submission basis. The submission for the 9 straatjes was the first that she thought was relevant for her assignment. Her project is seen all through the area. Simonse: 'Since the question to colour the streets red is of importance, I thought it only logical to let the people walk around with things that are red. Next to that I wanted to propagate the contact between people. We see lots of tourists in this area, but also residents from Amsterdam. Yet these two groups only seldom and sporadically have contact with each other, which is a pity. To enhance the possibility of contact, every person that buys something in a shop in this area gets a red bag with on it printed whether you are a tourist or a local. By creating this transparency, I think this provides for the possibility of easier contact. Even if it is only a greeting in passing.'





 Localisation,
door Katinka Simonse
Negen Straatjes



Beeldend kunstenaar Daniella Wesseling (30 jaar) besloot mee te doen aan het project 9straatjesROOD omdat ze graag werk maakt voor op straat. Daniella: 'Hiermee kan ik mensen direct benaderen en verrassen. Ook het thema rood spreekt me erg aan. In mijn werk is het uiten van je gevoel vaak een thema en rood associeer ik met menselijkheid en passie. Dat zijn thema's die ik belangrijk vind. Ik heb al eerder een aantal tijdelijke, openbare projecten gedaan zoals Het Biechthok. Hier konden mensen hun geheimen vertellen, wat ze graag kwijt wilden maar niet konden.' Voor het project in de 9 straatjes ontwikkelde Daniella De Kleedkamer van Superman. 'In De kleedkamer van Superman, een rode telefooncel, kun je anoniem je gedachten en gevoelens delen. Deze kunnen elders in de straat, op een elektronische display (lichtkrant), weer een gevoel bij anderen opwekken. In de cel hoor je gedachten van andere mensen via de telefoon. Je wordt uitgenodigd om jouw gedachten van dat moment, of wat je anders wil delen, in te typen (anoniem) op het toetsenbord dat er staat. In de Runstraat hangt een elektronische krant waarop die teksten vervolgens te lezen zijn. Ik kwam op dit idee toen ik langs een telefooncel fietste. Het leek me leuk om een bestaand object te veranderen in een heel ander verhaal. Verhalen spelen vaak een rol in mijn werk en een telefooncel is een perfect medium om verhalen te laten horen. Alle omstanders, bezoekers en bewoners spelen een rol in mijn project. Ik hoop dat mensen heel open en verrassende teksten gaan intypen. En ook dat ze op elkaar gaan reageren. Super als iemand echt opener wordt hierdoor. Oprecht je gevoelens delen is een heldendaad.'

For artist Daniella Wesseling, joining the project felt especially comfortable, as she likes to create art works for street environments. Wesseling: 'With this project I can directly approach people and surprise them. The theme red also appeals to me. In my work the expression of feelings is a strong theme and I associate the colour red with being human and with passion.' For the Runstraat, Wesseling created Superman's Dressing room. Wesseling explains: 'Superman's Dressing room is a red phone booth where you can share your thoughts and feelings anonymously by typing them on a keyboard. There's an electronic newspaper in the Runstraat where your input will be displayed. I arrived at this idea when biking along a phone booth. I thought it fun to change an existing object into an entirely different story. Stories often feature in my work and a phone booth is the perfect medium to tell tales and stories.'





"Ben ik het zelf wel
die dit bedenkt?"



De Kleedkamer van Superman,
door Daniella Wesseling
Runstraat



MARIA LAKENMAN

Zodra Maria Lakenman (26 jaar) hoorde van het project 9straatjesROOD was haar enthousiasme gewekt en kreeg ze direct een aantal ideeën. Maria: 'Ik moest denken aan de smalle straatjes in Barceloneta (Barcelona). Hier hangt men de was buiten aan lijnen in de lucht, wat een spectaculair gekleurd beeld oplevert en iets vertelt over de mensen die daar wonen. De 9 straatjes zijn ook intieme, smalle straatjes, en dit gegeven wilde ik versterken. Ik heb ervoor gekozen om mijn project uit te voeren in de Huidenstraat, omdat de straatnaam aansluit op mijn project.' Haar project kan het beste omschreven worden als een landschap van paraplu's. Maria: 'Bezoekers van de Huidenstraat krijgen aan het begin van de straat een rode paraplu; ik wil het liefst spelen met verschillende patronen, tinten en vormen. Als mensen de paraplu openen, komen ze in een rode wereld terecht. Er ontstaat een bewegend landschap van paraplu's boven de mensen. Als een beschermingslaag over de straat. Maar dat is nog niet alles, uit de paraplu's klinken gedichten over de kleur rood. En wanneer de duisternis valt, zullen de paraplu's

oplichten en als lichtbundels dansen door de straat.' De hele Huidenstraat wordt betrokken in Maria's project, omdat de paraplu's worden uitgevoerd in prints (verschillende huiden). Deze zijn een reflectie van het straatbeeld, dus van de mensen, winkels, horeca, architectuur etc. Maria's project heeft grote invloed op het winkelend publiek: 'Mensen kunnen in de huid van de straat kruipen en de bescherming en omarming ervaren. Daarnaast kan het publiek zich verwonderen over de bewegende schaduwen die zich vormen als de zon schijnt.'

Onlangs rondde Maria haar studie Urban Designer aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht af. Daarvoor volgde ze een opleiding Grafisch Vormgeven aan het Grafisch Lyceum. Maria: 'Tijdens mijn opleiding heb ik vele projecten bedacht, maar het is bij ideeën gebleven. Dit is eigenlijk mijn eerste uitgevoerde project.'

Artist Maria Lakenman immediately made the connection with the narrow streets in Barcelona. There, clothes are dried in the open air, which delivers a spectacularly coloured panorama and it also tells something about the people who live there. Lakenman: 'The 9 straatjes are also narrow and intimate streets and I wanted to enforce this fact. I chose to install my project in the Huidenstraat (Skin Street) because the name of the street closely connects to my project.' Lakenman's project can best be described as a landscape of umbrellas. Lakenman: 'It is a warm, playful embrace of the 9 straatjes. A protecting skin floating over the street that plays with the sun and creates dancing shadows on the street pavement. Like a floating landscape of umbrellas in various colours, shapes and patterns that reflect on the streetscape.'





Plu+,
door Maria Lakenman
Huidenstraat

VICTOR LEURS & MICHL SOMMER

42

Victor Leurs en Michl Sommer vormen samen de multidisciplinaire ontwerpstudio Featuring. Het bureau heeft zich gespecialiseerd in tentoonstellingen en evenementen in de kunstsector waarbij interactie, beleving en impact een grote rol spelen. Genoeg reden dus om mee te doen aan 9straatjesROOD. Victor Leurs (36 jaar) licht hun project toe: 'De grenzen van de 9 straatjes zijn in de stad niet waar te nemen. Dit project probeert deze plekken tijdens het festival juist fysiek te maken. Een knalrode stadspoort – de krachtige kleur rood symboliseert impact – staat op de brug over de Singelgracht die het centrum verbindt met de 9 straatjes. Deze sculpturale stadspoort accentueert

en markeert de grens van dit bijzondere winkelgebied. Het grote publiek ondergaat de entree vanaf het centrum naar de 9 straatjes als een fysieke ervaring en zal vanaf nu een gevoel hebben voor de maat en schaal van het winkelgebied. De stadspoort is goed zichtbaar vanaf belangrijke plekken in de stad en er loopt een aantal drukke fietsroutes onderdoor. 's Avonds wordt de stadspoort een rood lichtbaken van het kunstproject.'

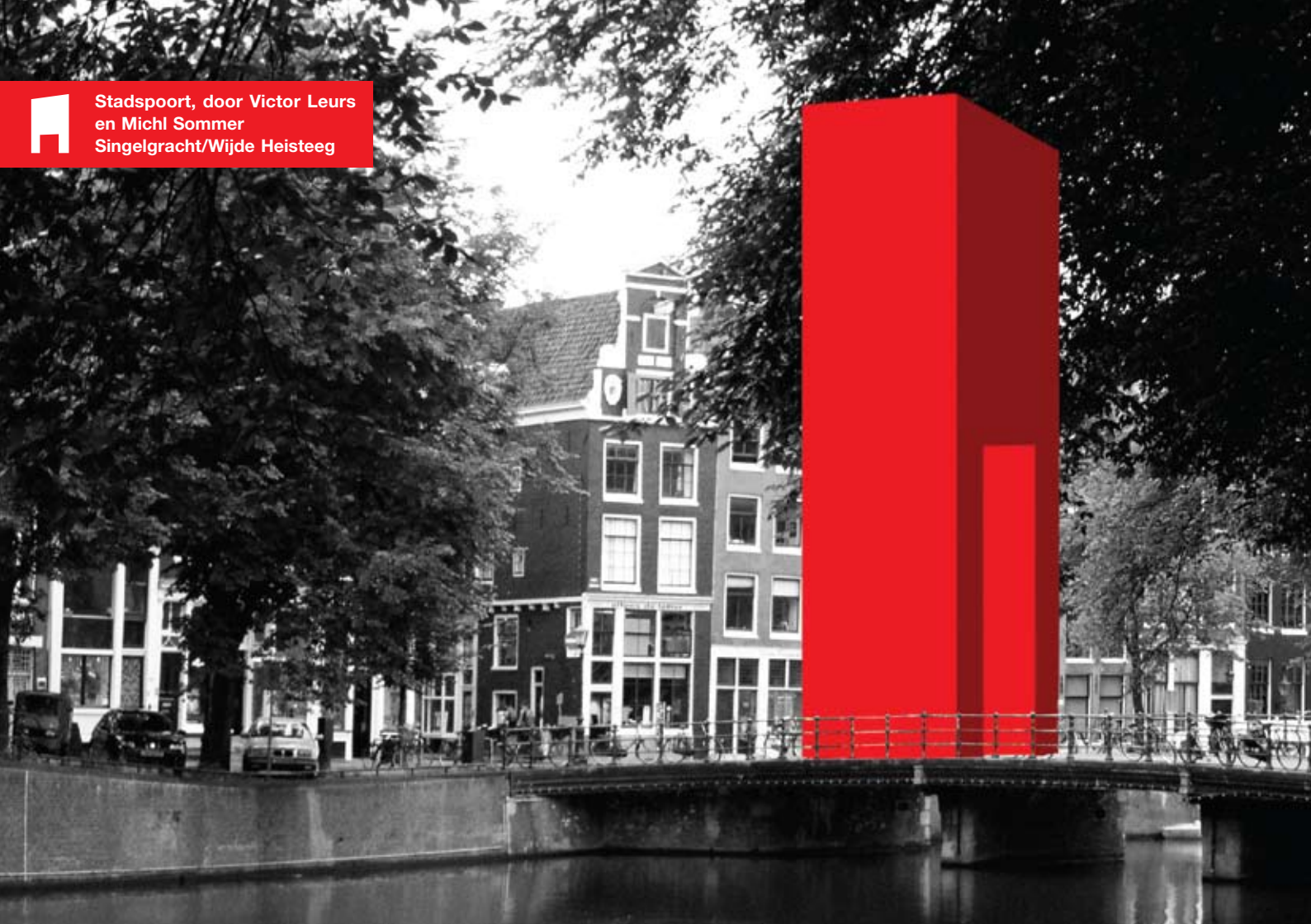
Victor Leurs and Michl Sommer founded the multidisciplinary design studio Featuring. This studio has specialized itself in exhibits and cultural and art events where interaction, experience and impact are of major importance. Obviously, this background offered solid reasons to join 9straatjesROOD. Leurs explains their project: 'Our work is an introduction to the area as a whole and the works of the other artists. The borders of the 9 straatjes are not visible in the city. Our project makes these borders visible during the 9straatjesROOD event. We have done this by placing a red city gate on one of the three bridges on the Singelgracht that connect the city center with the 9 straatjes. This city gate highlights the special shopping area in this neighbourhood. The larger audience senses the 9 straatjes almost as a physical experience and will have, from that moment on, the right feel as to the size and scale of this shopping area. In the evenings, the city gate will become an illuminated icon of this art project.'



43



Stadspoort, door Victor Leurs
en Michl Sommer
Singelgracht/Wijde Heisteeg





Hallo Toptalent

Vanaf 1 september zitten we in Amsterdam. Een tweede hoofdkantoor lekker dicht bij jou in de buurt. Want we blijven altijd op zoek naar de allerbesten.

Kijk voor de betere carrièrestap op **vodafone.nl/amsterdam**

Make the most of now



vodafone