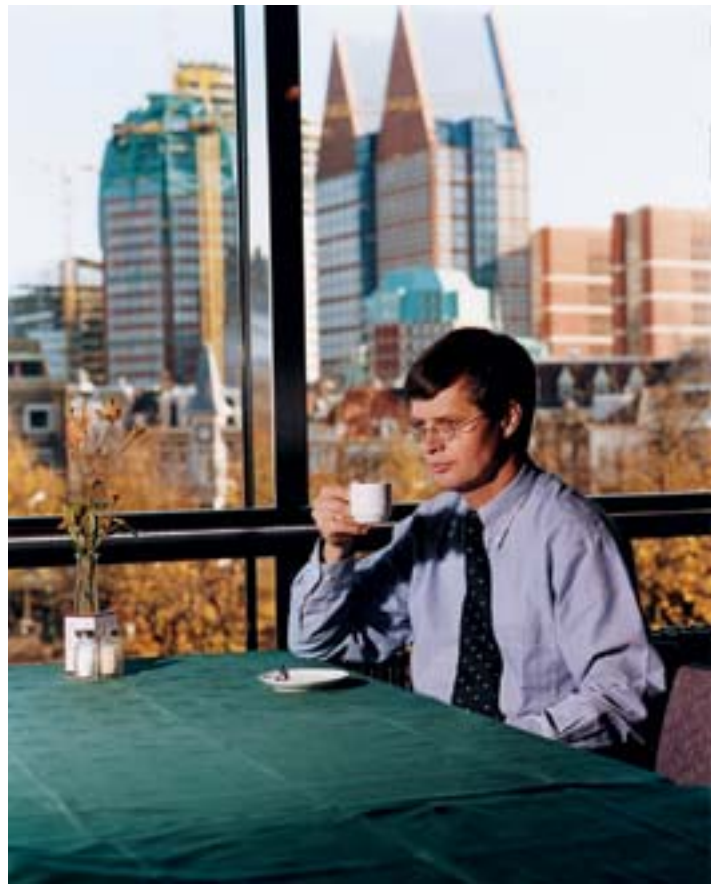




Raimond Wouda (1964), *Ben* (KesselsKramer, Amsterdam), 2001



Henk Wildschut (1967), *Jan Peter Balkenende* (Carp), 2001

Reclamekiek als kunst

Solar-Section One is de naam van een expositie in het Fotomuseum Den Haag over het fotografieagentschap Solar. In opdracht gemaakt werk van hun tien fotografen hangt daar met en zonder de reclame- of editorialteksten die er oorspronkelijk bij hoorden. Reclamewerk autonoom gemaakt. Pretentieus of juist een nuchtere constatering van een tijdverschijnsel?

[DOOR ANNEMIEK VAN GRONDEL]



Martine Stig (1972), *Cees Nooteboom* (Die Weltwoche), 2000



Ingmar Swalue (1970), *G-shock* (Casio), 1998



Wim van Sinderen beschouwt het als een uitstapje. 'Ik kom helemaal niet uit de reclamewereld', zegt de gedistingeerd bebrilde conservator, die vorig jaar het werkterrein van de Kunsthal verruilde voor dat van het nieuw opgerichte Fotomuseum Den Haag. Dat hij nu toch intensief communiceert met het walhalla der commercie is toeval. Maar ook te sterk uitgedrukt. Agentschap en ontwerp/communicatiebureau Solar Initiative, dat in het Fotomuseum in nauwe samenwerking met Van Sinderen een tentoonstelling van hun tien fotografen verzorgt, is niet zo zwaar commercieel. En dat is net het thema van de expositie: het schemergebied tussen kunst en commercie. Hoe reclame en editorialfotografie ook heel goed autonoom blijkt te werken, zonder headings, pay-offs, logo's en andere vormen van copy eromheen.

'Het is allemaal een beetje vaag', zegt Van Sinderen mistig. Maar de precieze aanleiding van de tentoonstelling is duidelijk. 'Sinds midden jaren negentig is een nieuwe generatie fotografen opgestaan die moeiteloos switchen van de galeriewand naar de tijdschrift- en krantenpagina, de advertentie en het jaarverslag, moodbook en billboard. In de expositie zie je een aantal fotografen die heel weinig autonoom werk doen, terwijl anderen mondjesmaat commerciële opdrachten uitvoeren.'

Sommige fotografen zouden op de Solar-Section One-expositie ook inwisselbaar kunnen zijn, in hun realisme, kleurgebruik en onderwerpskeuze. Maar: 'Onze fotografen zijn niet inwisselbaar', vindt *Jeannette Zuurbier*, directeur van Solar Initiative. 'Dat is vloeken in de kerk. We hebben juist gekozen om niet heel veel totaal verschillende fotografie in huis te halen. Het zijn fotografen die elk een eigen visie en stijl hebben en die op diverse vlakken uitzetten. Dat betekent dat daardoor het onderscheid minder makkelijk te vinden is. Door de tweede laag heen zie je duidelijke verschillen. Neem de poëtische portretten van *Henk Wildschut*. Hij beeldt de geportretteerden af zoals ze echt zijn. *Raimond Wouda* probeert de persoon in een veel grotere omgeving neer te zetten om zijn verhaal te vertellen, hij neemt het landschap of de omgeving ook mee in zijn foto's.'

'Bij Martine Stig draait het in haar portretten sterk om het compositiegevoel: dat is meer een compositie die ze van te voren bepaalt. De fotografie van *Viviane Sassen* heeft een groter modisch gehalte, is meer illustratief. Stig/Sassen toont een mix van de illustratieve manier van fotograferen van Viviane gecombineerd met het compositiegevoel van Martine. Bij *Thirza Schaap* zie je dui-

delijk waar het de laatste tijd vaak om gaat: registreer je of encsceneer je? Ze zorgt dat een aantal mensen samen is – in zekere zin kun je dat nog net encscenering noemen – en laat hen in een soort klein filmpje een rol spelen. Ze laat mensen hun gang gaan en registreert dat. Er zit meer actie in haar fotografie. Zij kan ook heel goed kinderen fotograferen.'

Heeft Zuurbier ook een paar fotografen in de Solar-stal die voor haar extra speciaal zijn? 'Dat kan ik niet zeggen', reageert ze licht verontwaardigd. 'Ze liggen allemaal zo dicht bij me. Ik houd van hun fotografie en van hen als persoon. Elke fotograaf heeft zo zijn specifieke manier van fotograferen, dat ik absoluut niet mijn favoriet zou kunnen benoemen.' 'O moeder Jeannette', plaagt Van Sinderen.

COMMUNE

De 'Moeder Anne van de fotografie', zoals Van Sinderen Zuurbier noemt, benaderde, hoe ambitieus en kordaat ook, het Fotomuseum niet zelf. 'Toen ik op het spoor van Solar kwam kende ik het werk van Stig, Sassen, Wouda, Diederix en Goossens al', verklaart Van Sinderen. 'Deze vijf fotografen zijn het meest geworteld in de beeldende-kunstwereld en staan ook in mijn boek 'Fotografen in Nederland'. Ik noem ze ook wel crossover-fotografen. Ik wilde iets met deze vijf fotografen doen en zo werd ik geleid naar Solar Initiative. Bovendien kende ik fotohistoricus *Frank van der Stok*, de nieuwe hoofddocent van de Rietveld, die vier jaar bij Solar heeft gewerkt. Ik was verbaasd dat ze allen bij dezelfde agency zaten. Later kwam ik erachter waar Solar nu precies voor stond. Waarom exposeren we ze niet allemaal, was al gauw de gedachte.'

Van Sinderen kwam niet in de verleiding om voor de expositie ook andere fotografen die in deze crossover-stroming passen te benaderen, zoals *Miloushka Bokma*, *Bianca Pilet* of *Auke Vleer*. 'Dat ligt voor de hand als je alleen naar de fotografen kijkt. Maar ik vind het fenomeen van een agency, in combinatie met een eigen ontwerp- en communicatiebureau, uniek. Het neigt naar de corporatieve gedachte. Ik wil het nog net geen commune noemen. Ik beschouw Solar als wat Magnum was voor journalistieke fotografie in de jaren vijftig. Een boude uitspraak, dat besef ik. Ik vind het interessant dat er in Nederland een "rep" bestaat met zoveel talent van zo'n hoog niveau.'

In de Nederlandse fotografie is maar een handjevol fotografen te noemen die hun werk al voor veel geld kunnen verkopen, en wier beelden niet alleen in galleries, maar ook in musea hangen, zoals *Rineke Dijkstra*, *Inez van Lamsweerde*, *Desirée Dolron*, *Hellen van Meene*, *Marnix*

Goossens en *Morad Bouchakour*. Van Sinderen: 'Dat zijn soms astronomische bedragen, Rineke Dijkstra indachtig. Sommigen zijn in opkomst, zoals Elspeth Diederix en Marnix Goossens. Het boekje 'Regarding Nature' betekende de doorbraak voor Marnix. Die deed iets anders dan de opdracht was van de Gemeente Almere, namelijk een impressie geven van de stad Almere. Hij focuste zo op het groen binnen Almere, dat Almere zelf eigenlijk niet meer herkenbaar was. Maar het leverde wel prachtige foto's op.' Een foto uit deze campagne hing als autonoom beeld onlangs op de KunstRai te koop voor 4500 euro.

VERFRISSENDE SPRUITJESLUCHT

Leidt het feit dat de tendenzen in de commerciële fotografie aansluiten op die van de kunstfotografie op een gegeven moment niet tot verwarring bij de consument? Dezelfde fotograaf die gisteren beeld leverde voor een bekende hamburgerketen, wordt het volgende jaar bekroond voor zijn maatschappijkritische werk over de bio-industrie, om even kort door de bocht te gaan?

'Het hoeft helemaal niet problematisch te zijn als iemand die autonoom meedraait, ook reclamewerk maakt', meent Van Sinderen. 'Je kunt het heel goed naast elkaar doen. Dat heeft te maken met de inhoud van je autonome werk en de veranderde tijdgeest. Toen *Nan Goldin*, de chroniqueur van het leven aan de zelfkant die daar ook zelf deel van uitmaakte, ruim tien jaar geleden op eens campagnes ging fotograferen, werd haar dat erg kwalijk genomen. Nu is het logischer en minder beschamend dan vroeger. Creatiever ook. Omdat redactionele en reclamefotografie sterk veranderd zijn. Met hun eigen vorm en taal.'

Zuurbier: 'Het heeft ook te maken met de veranderde houding van de fotografen zelf. Zij vinden het logisch om met zowel een galerie als agentschap zaken te doen. Solar-fotografen zijn kunstenaar en maken werk in opdracht of autonoom werk binnen een bepaalde visie. Dat is geen arrogante, maar autonome houding. De opdrachtgevers kiezen onze fotografen specifiek op grond van hun visie, hun manier van kijken.'

Van Sinderen: 'Autonome fotografen kunnen als ze willen vrij gemakkelijk aan de slag in de publiciteitswereld. Het verlangen is vaker andersom. Ik ken genoeg reclamefotografen die hopen dat hun vrije werk in een galerie wordt geëxposeerd. Maar dit is niet zo eenvoudig. Kunstenaars zijn vaak fotograaf, maar niet alle fotografen zijn kunstenaar.'

Wat is kunst, is de voor de hand liggende oervraag. 'De mentaliteit, de con-

'Ik ken genoeg reclamefotografen die hopen dat hun vrije werk in een galerie wordt geëxposeerd'





Viviane Sassen (1972), *Purple*, 2000



Elsbeth Struijk van Bergen (1967), *AD Magazine*, 2000

tinuïteit', zegt Van Sinderen. 'Dat je een bepaald handschrift hebt. Marnix Goossens heeft een typische eigen manier van kijken. Een originele geest. Hij ziet dingen waar anderen aan voorbijgaan. Kijk naar zijn werk voor Planet Internet, en Novib. Dat blinkt uit in een bepaalde lulligheid, droge humor. Er is op dit moment een sterke ontwikkeling in de Nederlandse fotografie met een neiging naar low tech, met humor en fantasie. Net als Droog Design op ontwerpgebied. Vooral niet vet aangezet, pretentieuw of ingewikkeld. Zonder al te geavanceerde, met betrekkelijk eenvoudige middelen gemaakt.'

'Er zit geen enkel pretentieuw beeld in deze expositie. Het is van een spruitjeslucht die soms verfrissend is. Ik zie er wel een conceptuele stroming in, net als in de jaren zeventig de fotograferende kunstenaars *Bas Jan Ader* en *Sigurdur Gudmundsson*. Het ziet er nu alleen door het formaat en de kleuren veel gesoigneerder uit.'

OUDERWETSCH

Er is een ruime voorselectie geweest van het werk van de afgelopen drie jaar, waaruit Van Sinderen zonder aanzien des persoons de uiteindelijke beelden koos. Toelatingsreden: kwaliteit. Zo kan het gebeuren dat er van sommige fotografen meer werk hangt dan van andere. Het werk van Viviane Sassen is het ruimst vertegenwoordigd. Het is een dwarsdoorsnede, opgehangen per categorie, niet per fotograaf. Overigens zijn er maar twee categorieën, namelijk reclamecampagnes (inclusief non-profitwerk) en editorial/redactionele fotografie.

Het Fotomuseum is, zoals Van Sinderen het noemt, een 'langwerpige doos met mooie hoogte'. Driekwart van de ruimte beslaat de eerste zaal, waarin al

het werk als autonome stukken hangt zonder de copy en de manier waarop het is toegepast, zo'n tachtig beelden. 'We waren eerst van plan om de manier waarop het werk uiteindelijk is toegepast eraan te hangen, maar daarvoor is uiteindelijk niet gekozen', vertelt hij. 'Nu wordt de tweede zaal verduisterd, zodat dat in een ongeveer 20 minuten durend audiovisueel programma kan worden vertoond, met eventueel aanvullend in opdracht gemaakt materiaal.'

De catalogus is vormgegeven door Solar Initiative, met teksten van *Ineke Schwartz*, *Hanneke Savenije* en een voorwoord van Van Sinderen. Daarin verhaalt hij van zijn ruzie in de PANL-jury in 1998 met een Britse reclamefotograaf, tevens oud-voorzitter van de Association of Photographers (AOP) over het werk van Raimond Wouda. Van Sinderen brak een lans voor Wouda, omdat hij met zijn beeldende-kunstklik 'tussen honderden 'vette' reclamefoto's' eindelijk werk zag dat hij kon relateren aan door hem bewonderde vormen van autonome fotografie. Wouda - en een aantal andere jonge fotografen - bleef hij in het oog houden. ('Een conservator blijft stiekem altijd een beetje jurylid.')

De catalogus bevat voornamelijk beeld, voorzien van kleine biografieën van de fotografen. Ook voor de rest van de bewust minimaal gehouden vormgeving tekenden de ontwerpers van Solar, zoals het concept van de labels, tekstborden en het AV-programma. Budget voor een multimediale campagne is er niet. Een klein aantal posters hangt op strategische plekken. De rest wordt gecommuniceerd via free publicity en mond-tot-mondreclame.

Kleur, groot formaat, realisme met een twist. Bij deze huidige trend binnen de redactionele en de reclame-

wereld is digitale manipulatie niet nodig, zegt Van Sinderen: 'Bij deze fotografen althans niet. Het is op een "ouderwetsche" manier ter plekke gemanipuleerd, door het licht, de lens of het standpunt. Met digitale manipulatie begeef je je op het vlak van image making, beelden maken. Niet meer puur fotografie. Dan kom je in het domein van de schilderkunst. Niet dat het altijd kunst is, overigens.'

'Onze fotografen fotograferen zo dat er geen nabewerking nodig is', benadrukt Zuurbier. 'Lang geleden was er een discussie over waarom elke fotograaf zonodig moet nabewerken. Er zijn heel veel fotografen die dat juist niet doen.'

Hoe ziet Van Sinderen de fotografie-wereld van morgen? 'Er komt nu een tijd aan waar klassieke zwartwitfotografie weer terugkeert. Ik voel dat aan alles. Een soort nieuwe, heftig expressieve fotografie in Nederland, waarbij men dicht op de huid van zijn onderwerp zit. Zoals *Michael Ackerman*, nu in het Fotofestival Naarden. In de jaren veertig en vijftig fotografeerde iedereen op 6x6-formaat met een Rolleiflex. In de jaren zestig, zeventig kwam de kleinbeeldcamera meer in zwang, met grofkorrelige, bewogen foto's als van *Sanne Sannes* en *Ed van der Elsen*. Beïnvloed door *Robert Mapplethorpe* zagen we in de jaren tachtig weer 6x6-beelden, verstild van vorm en inhoud, zoals die van *Erwin Olaf* en *Paul Blanca* en de popfotografie van *Vinyl*. Nu fotografeert men op 4x5, en voornamelijk in kleur. Maar het afdrucken in de doka en het werken met verschillende edelprocédés, dat zal blijven bestaan. Veel mensen voelen de behoefte om weer op de pure manier te gaan fotograferen.'

Solar-Section One:

van 21 juni t/m 14 september. Fotomuseum Den Haag, Stadhouderskade 43, is geopend op dinsdag t/m zondag, van 14.00 tot 22.00 uur. De 112 pagina's tellende catalogus kost 27,50 euro (Ludion, ISBN 90 76588 56 2).

Foto's Courtesy Solar Initiative, A'dam

