

FD

FD Persoonlijk
Het Financieele
Dagblad
17 februari 2024

INTERVIEW
Eneco-coo
Karen de
Lathouder is
'goed genoeg'
pagina 16

GEEN HUIZEN
Inwonende
kinderen
van ver in
de twintig
pagina 34

OPBLAAS

'Inflatables' zijn in. Bedrijven gebruiken ze, maar ook steeds meer kunstenaars werken met enorme opblaasfiguren. 'Mijn werk is fun. Het heeft geen enkele politieke lading.'

pagina 40

DESIGN



Lidi Bus wil met haar opblaaskunst laten zien wat er gebeurt als je creatieve mensen hun gang laat gaan.





ER HANGT IETS IN DE LUCHT ...

In de wereld van de 'inflatables', opgeblazen objecten, liggen kunst, design en reclame dicht bij elkaar. Merken, modeontwerpers en kunstenaars doen er hun voordeel mee. 'Het hoeft allemaal niet zo zwaar.'

Door Elsbeth Grievink

In de studio van kunstenaar Lidi Bus is geen computer te bekennen. Een naaimachine staat er wel, in het oude klaslokaal in Rotterdam-Noord.

En er liggen een heleboel rollen parachutestof, in felle kleuren, scharen, potloden, viltstiften, verfpotten en een stel ventilatoren. Bus laat zien hoe het werkt. Ze sluit een ventilator aan op een hoopje stof en zodra het ding begint te blazen, komt er leven in het materiaal. Binnen enkele seconden verrijst een uitzinnig, enorm roze wezen met expressieve punten.

Ze verplaatst zich naar een groen bergje stof, dat ze in no time in een grote, grillige, gifkleurige, drie-enhalve meter lange zigzagvorm blaast. 'Zo heet ie ook, *Zigzag*, zegt ze. 'Die roze heb ik *Kiki* genoemd. Mijn kunstwerken zijn een familie. Ik heb ze namen gegeven die passen bij hun karakter.'

Oilily-shoot

Bedrijven kunnen die familieleden huren, als props voor fotoshoots. Bus pakt de gewenste kunstwerken in – ze passen in een tasje van 30 bij 30 centimeter –, stopt ze samen met wat ventilators in de auto, rijdt naar de locatie toe en blaast ze ter plekke op. Zoals laatst, toen kledingmerk Oilily zes sculpturen van Bus huurde voor een shoot, die twee dagen duurde. Op de campagnebeelden poseren modellen in bonte kleren met de opblaasfiguren van Bus en creëren ze aldus een beeldverhaal. En zo heeft Bus als kunstenaar een slim businessmodel in handen. Want wie in de huidige beeldcultuur voor onderscheidend beeld zorgt, heeft goud in handen.

Bus studeerde in 2021 af aan het Frank Mohr Institute, in

Groningen, met een opblaasbare Tinguelyachtige sculptuur. 'Ik weet nog dat ik voor het eerst die föhn zette op een prop vliegerpapier. Ineens had ik een heel groot ding. Ik dacht: wow, nu kan ik alle kanten op.' Dat was het begin. Toen ze haar *inflatable* op straat zette tijdens Koningsdag, en iedereen ermee op de foto wilde, wist ze zeker dat ze er iets mee moest. Ze ontwierp een hele familie aan inflatables, ontwikkelde de techniek om ze op te blazen en bouwde een website waarop ze haar werk aanbood.

De meest gewilde tas

Inflatables, *blow-ups*, *air art* of opblaaskunstwerken, zo je wilt, zijn in opmars. Het fenomeen is niet nieuw, de Nederlandse kunstenaar Theo Botschuijver maakte er vijftig jaar geleden al furore mee, maar het is wel overal. En heel zichtbaar. De opblaassculpturen komen in vele vormen en zweven vaak rond in het grijze gebied tussen kunst en commercie. Bovendien is het vaak onduidelijk of ze nep of echt zijn, wat de fascinatie ervoor alleen maar versterkt.

Afgelopen voorjaar ging het Franse modemerkt Jacquemus de samenwerking aan met 3D-kunstenaar Iad Padgham, die een filmpje maakte van drie gigantische Bambinotassen (een langwerpige model met een magneetsluiting, een van de bestsellers van het merk), die op wieljes de straten van Parijs doorkruisten. Het was niet duidelijk of het echt was of een sterk staaltje AI, en misschien wel daardoor ging het filmpje viraal en was de Bambinotas in één klap de meest gewilde tas van het moment. In de zomer deed het merk er een schepje bovenop. Talloze modekanalen deelden beelden van een gigantische, *inflatable*, lichtblauwe Bambino-

Object 'Lila', van Lidi Bus, werd gebruikt voor de campagne van Oilily.



'Ineens had ik een heel groot ding. Ik dacht: wow, nu kan ik alle kanten op'



Een blow-up van Larissa Ambachtsheer; rechts: 'Tunnel', van Steve Messam; onder: 'Sunset', van Rodrigues + Rijnierse.



Het was niet duidelijk of de tassen echt waren of een sterk staaltje AI



'Compressed
Cylinders', van
ontwerpduo
Raw Color;
rechts en links:
'Architect
of Ruins' en
'Watched', van
Steve Messam.

De tas lag vrolijk op de golven
te deinen. Althans, dat leek zo





Rechts: mode-
huis Jacquemus
transformeerde
de gevel van de
boetiek in Seoel
tot een grote tas.



bag, die opgeblazen werd op zee, aan de Franse kust. Op zijn kant, met de hengsels in het water, lag hij daar vrolijk op de golven mee te deinen, terwijl de badgasten vanaf het strand toekeken. Althans, dat leek zo, want in werkelijkheid was dit CGI, oftewel Computer Generated Imagery, een techniek waarbij computersoftware wordt gebruikt om stilstaande of bewegende beelden te maken. Beelden die echt lijken, maar het niet zijn.

Opblaasbierflesjes

De *Glowble*, een grote, verlichte paarse opblaasbal, die tijdens lichtkunstfestival Glow in Eindhoven in het Anne Frankplantsoen lag te schitteren, was wel echt. Zo echt zelfs, dat het ding reageerde op de geluiden die bezoekers maakten. De bedenkers ervan noemen zich Team Ignite en zijn

studenten van de Technische Universiteit Eindhoven. De productie besteedden ze uit aan Publi Air. Dit bedrijf levert niet alleen inflatables aan grote merken als Heineken (opblaasbierflesjes voor festivals) en de Staatsloterij (een gigantische opblaasvis, dobberend op het IJ), maar ook aan kunstenaars.

‘Wij bedenken niet zelf, maar hebben de connecties om te laten maken wat de kunstenaar in zijn hoofd heeft’, zegt Samuel Nuijten van Publi Air. Op die manier realiseerden kunstenaars Ludmila Rodrigues en Mike Rijnierse in 2021 hun *Inflatable Sunset*, in Delft. En zo liet de Zuid-Afrikaanse kunstenaar Golden Dean het werk *Big Fat Trans Light MerQueer* maken, dat zowel in Amsterdam als in Glasgow te zien was en invoelbaar maakt hoe het is als je je bekeken en onzichtbaar tegelijk voelt. ➔

‘Wij hebben de connecties om te laten maken wat de kunstenaar bedenkt’

Dat opblaaskunst vederlicht, en dus praktisch is, doet niets af aan de zeggingskracht ervan. In de hofstad vindt sinds twee jaar BlowUp Art Den Haag plaats, waarvan Publi Air uitvoerend producent is. Een route door de binnenstad leidt langs opblaasbare kunstwerken, die specifiek voor een locatie ontworpen worden door nationale en internationale kunstenaars.

Oppervlakkig

Onder die kunstenaars is de Britse Steve Messam, die bekend is geworden met grote inflatables in en op leegstaande gebouwen en in landschappen, waarmee hij alledaagse plekken bijzonder maakt. Vorig jaar schitterde zijn opblaaskunstwerk *Crested* op de uitgang van parkeergarage Museumkwartier, waar het de aandacht trok van bezoekers van het Haagse festival en voorbijgangers.

Messams laatste werk, *Façade*, is een gigantische, witte opblaaswolk, die door de gevel van het Londense Old Billingsgate Marketgebouw naar buiten puilt. De bolle, ronde vormen drukten zich dwars door de victoriaanse bogen van het pand heen naar buiten, waardoor je als vanzelf anders ging kijken naar de architectonische symmetrie ervan.

Veel wil Messam niet vertellen over zijn werk. Hij vindt het juist leuk als toeschouwers er zelf lagen in ontdekken. Neem zijn werk *Canopy*, dat een maand lang te zien was boven op de brutalistische entree van een universiteitsgebouw in Roemenië. Hij had kunnen uitleggen dat zijn werk een dialoog is tussen de zogenoemde sezessionkunst (een nuchtere vorm van jugendstil) en het communistische tijdperk, maar liever

INFLATABLES, LEREN MEUBELS EN OPBLAASKLEREN



In de mode en in design zijn inflatables hot.

● **Yudai en Anna Tanaka** gooiden in 2022 hoge ogen met hun opgeblazen kleren en

accessoires tijdens de talentenwedstrijd ITS, in Triëst.

● **De Japanse Satomi Minoshima** studeerde in 2019 af aan de Design Academy,

in Eindhoven, met inflatable leren meubels. Op de designbeurs Object, in Rotterdam, toonde ze nieuwe ontwerpen: opgeblazen poeffjes van leer.

zei hij niets. 'Is dat niet wat kunst moet doen?' vroeg hij aan zijn volgers op Instagram. 'Je het gevoel geven dat je de wereld een klein beetje beter begrijpt?'

Voor Bus mag opblaaskunst ook licht zijn. Zij vindt niet dat alle kunst per se een boodschap moet hebben, als ze maar prikkelt. 'Mijn werk is vooral fun, het heeft geen enkele politieke lading. Dat zou je oppervlakkig kunnen vinden, maar dan zou ik graag Andy Warhol willen aanhalen: *'I'm a deeply superficial person.'*'

Ze lacht. Bus heeft er geen moeite mee haar inflatables te verhuren aan partijen die ze voor commerciële doeleinden gebruiken en in hun eigen context plaatsen. 'Ik ben een creatief mens en wil mooie dingen maken, want maken is het fijnste wat er is. Maar ik wil ook onafhankelijk zijn als kunstenaar. Gewoon, geld verdienen als ieder ander, zonder mijn ideeën te hoeven aanpassen aan de voorwaarden van subsidiepotjes.' Bovendien heeft ze een missie, en dat is het doorbreken van de monocultuur. 'Alle reclamebureaus doen hetzelfde, we eten allemaal een *crompouce* als dat de laatste trend is en we sluiten aan in de rij als TikTok dat voorzegt. Ik wil laten zien wat er gebeurt als je creatieve mensen de ruimte geeft.'

Bobbelig randje

Daarom staat er geen computer in het atelier van Lidi Bus. Ze houdt bewust vast aan haar handwerk. Het bedenken, meten, knippen van de patronen en het in elkaar naaien van haar sculpturen zal ze nooit uitbesteden. Ze pakt familielid *Lila* erbij, een onhandelbare, pastelkleurige wormvorm met witte strepen, die ze er eigenhandig op schilderde. 'Dat bobbelige randje, die niet helemaal strakke strepen, die doen het hem. AI is mijn grootste concurrent, dus dat menselijke, waarmee ik me onderscheid, koester ik. Dat maakt mijn werk echt.' 

'Ik wil onafhankelijk zijn als kunstenaar. Gewoon, geld verdienen als ieder ander'