

Z-OUT MAGAZINE  
FLORENTIJN HOFMAN



LIMBURG  
EEN  
GEZICHT  
GEVEN  
IN  
DE  
WERELD

**Limburg een gezicht geven in de wereld. En omgekeerd de wereld zichtbaar maken in Limburg. Dat is de missie van Z33 en bij uitbreiding Z-out, het project rond kunst in de openbare ruimte.**

Met de Badeend van Florentijn Hofman is Z-OUT definitief uit de startblokken geschoten. Vanzelfsprekend ging Z33 daarbij niet over één nacht ijs. 'Twee jaar lang hebben we wereldwijd projecten bekeken en beluisterd om uit te pluizen welk format de interessantste mogelijkheden biedt. Dat onderzoek resulteerde in het symposium en de publicatie 'Out of the studio', vertelt Jan Boelen, artistiek directeur van Z33.

Welke voedingsbodem het meest geschikt is voor kunst in de openbare ruimte, vormde één van de belangrijkste onderzoeksvragen. Vooral regio's met een inhoudelijke geladenheid bleken interessante uitgangspunten. 'Die inhoud kan zowel landschappelijk, demografisch als historisch zijn. Daarom zijn we in de provincie op zoek gegaan naar enkele clusters met een sterkere inhoudelijke densiteit. Daarbij hebben we ook rekening gehouden met de bereikbaarheid. Mensen moeten snel en efficiënt bij de kunst kunnen komen. Een tiental kunstwerken op een oppervlakte van tien vierkante kilometer is ideaal: genoeg kunst om zich onder te dompelen en zowel te voet, met de fiets als met de auto perfect doenbaar.'

Een extra moeilijkheid is dat de openbare ruimte altijd van iemand is. 'Je moet dus altijd rekening houden met verschillende partners. Want net zoals elke mens een soort eigen psychologische ruimte heeft, is die er in de openbare ruimte ook', verklaart Jan Boelen. 'Samenwerking en vertrouwen zijn dus cruciaal. Daarom primeert het proces meestal op het uiteindelijke product.'

#### **Alice in Wonderland**

Ook bij de Badeend draait het niet zozeer om het kunstwerk zelf, maar wel om het proces. Zowel de lokale productie van het kunstwerk als de sociale dynamiek die het creëert zijn essentieel. 'De Badeend duikt telkens ergens anders op, ze heeft een performatief karakter. Daardoor genereert de Badeend energie, ze haalt het kind in de mensen terug naar boven. Ze voelen zich als Alice in Wonderland: de Badeend laat hen de wereld op een compleet andere manier zien.'

Die wereld is het speelterrein van de Nederlandse kunstenaar Florentijn Hofman. Met schijnbaar banale, heel eenvoudige ingrepen weet hij perfect in te spelen op de omgeving. 'Hofman voelt de dunne lijn tussen kunst en vormgeving perfect aan. Niet alleen selecteert hij de locaties erg zorgvuldig, maar door een extra dimensie toe te voegen slaagt hij er ook in om met een schijnbaar banale Badeend toch het alledaagse te overstijgen. De Badeend vormde dan ook de ideale mascotte om Z-OUT te lanceren', besluit Jan Boelen.

**KUNSTENAAR  
VEROVERT  
DE  
WERELD**

**Niet alleen met de badeend, maar ook met zijn andere kunstwerken verovert Florentijn Hofman (1977, Delfzijl) langzaam maar zeker de wereld.**

Al vormde de badeend wel de concrete aanleiding om grootschalig te werken. 'Tijdens de haalbaarheidsstudie van een twintig meter hoge badeend bazuinde ik mijn plan in heel Rotterdam rond. Zo ging de idee leven dat ik groot werk maakte. Daaruit vloeide het contact met het project De Strip uit Vlaardingen voort', steekt Florentijn Hofman van wal.

Dat contact resulteerde in een tien meter hoog konijn uit afvalhout: de Vlaardingse Reus. Daarna volgde de gigantische hond 'Max', die opgebouwd was uit stro met een rode krimpfolie over, in Groningen en de dertig meter lange, met riet bedekte muskusrat in Nieuwerkerk aan den IJssel, het laagste punt van Nederland. 'De muskusrat is Nederlands grootste staatsvijand. Als het dier de dijken doorgraaft, dan staat heel het land tot Utrecht onder water. De beestjes worden dan ook dagelijks uitgeroeid.'

Door die opeenvolgende opdrachten had Florentijn Hofman een minioeuvre met grote werken bijeen. Al kwam die liefde niet helemaal uit de lucht vallen. 'Tijdens mijn opleiding in Het Nederlandse Kampen en mijn master Interdisciplinaire kunsten in Berlijn had ik al een sterke voorkeur voor de openbare ruimte. Zo schilderde ik samen met drie medestudenten een gigantisch berglandschap van 15.000 vierkante meter op een koeltoren in het pretpark Kernwasser Wunderland in het Duitse Kalkar.'

**Kunst als icoon**

Tot zijn indrukwekkendste projecten behoren de geschilderde huizen. Zo verfde hij in zijn thuisstad Rotterdam in 2004 maar liefst tweeëntwintig leegstaande huizen kobaltblauw. 'Oorspronkelijk gaf de stad me de opdracht om de schuttingen te beschilderen. Maar ik wilde iets ongewoon, ik wilde het geheel van top tot teen aanpakken. Door de huizen helemaal blauw te verven kwam de pracht van de oorspronkelijke architectuur opnieuw tot leven. Zo transformeerde ik met 'Beukelsblauw' een non-plek in het meest gefotografeerde huizenblok van Nederland. Ondanks protest en blauwe rouwkransen van omwonenden moesten de huizen uiteindelijk na drie jaar toch plaats maken voor stadsrenovatie', herinnert Hofman zich.



Max  
2003  
Leens (NL)  
12m x 8m x 25m



De Reus van Vlaardingen  
2002 - 2003  
Vlaardingen (NL)  
8m x 10,5m x 5,5m



Muskusrat  
2004  
Nieuwerkerk aan den IJssel (NL)  
32mx 8m x 12m

Ook uit het project 'Gele straat' (2003) blijkt zijn sterke engagement. 'Hoewel Schiedam de armste gemeente van Nederland is, bestonden er plannen om een nieuwe verkeersader door het centrum te trekken. Met mijn meer dan een kilometer lange gele straat heb ik dat gevisualiseerd. Het vormde mijn bijdrage aan hun 'weg naar gelukzaligheid'.'

Zoals de architectuur van het Guggenheim-museum een icoon geworden is voor de Spaanse stad Bilbao, zo worden ook de projecten van Florentijn Hofman ingezet als citymarketing. 'Vroeger werd kunst voor de kerk gemaakt, nu hebben steden en gemeenten die plaats ingenomen. De verhouding tussen de mens, de architectuur en de beelden boeit me. Al moet mijn artistieke vrijheid gegarandeerd zijn.'

#### Nieuw leven

Huizen, een straat, afvalhout, riet, een badeend. Door thema's, methodes en materialen uit het dagelijkse leven in een andere context en op een andere schaal te presenteren verheft Florentijn Hofman die oorspronkelijk eerder banale onderwerpen tot kunst. Zo wil hij de mensen verwonderen.

Hoewel Florentijn Hofman druk in de weer is met enkele permanente sculpturen, zoals de Beer met het kussen voor Amsterdam en de vijf papieren bootjes voor Rotterdam, heeft het gros van zijn werken een tijdelijk karakter. 'Zelf zie ik geen enkel werk als blijvend of tijdelijk. Ze blijven namelijk voortleven in het geheugen van de mensen. Door hun impact veranderen ze de perceptie van een plek vaak voorgoed. Ze verlenen een non-plek een nieuw verhaal, een nieuw leven', besluit de kunstenaar.

### Een dikke vette badeend. Met die banale woorden uit een reclamespot begon het hele Badeend-verhaal.

‘Een dikke vette badeend, dat leek me geniaal. Met de wereldzeeën als haar badkuip. Zo’n eend zou de mensen vrolijk maken, ze zou ze verwonderen. Via de eend wilde ik mijn steentje bijdragen tot het wegnemen van de mondiale spanningen’, vertelt de Nederlandse kunstenaar Florentijn Hofman enthousiast.

Intussen veroverd de Badeend effectief wereldwijd harten. Van het Braziliaanse Sao Paulo over het Franse Saint Nazaire tot zelfs in het Japanse Osaka. Altijd in haar typische vorm, al variëren de afmetingen tussen 5 en 26 meter. ‘Elke plek krijgt zijn eigen, lokaal geproduceerde eend. Het concept van de eend reist, de eend zelf niet. Zo wil ik lokale mensen en bedrijven bij het project betrekken. Net zoals de apostelen vormen zij mijn eerste vertegenwoordigers.’

### Lokale eenheid

Tot die apostelen behoorde het team van de Limburgse Dienst Scheepvaart. ‘Ondanks hun initiële twijfel raakten ze snel geïntrigeerd. Gelukkig, want hun hulp was cruciaal. Zowel de vormgeving van het ponton als de niet altijd vanzelfsprekende reis door Limburg over water en langs sluizen hebben ze tot een goed einde gebracht.’

Voor de communicatie en gadgets rond de eend stond Z33 garant. Gele wimpels met zwarte bollen kondigden haar komst in de zomer van 2009 aan. Om de gele koorts verder te verspreiden ontwikkelden Hofman en Z33 honderden genummerde, door de kunstenaar gesigneerde badeendjes. Door de daadkrachtige samenwerking met het fijne team van Z33 kon ik het hele verlanglijstje dat ik voor ogen had, zoals de vaandels, de kleine eendjes, de T-shirts en de stickers, uitwerken’, vertelt Hofman.

### Snakken naar kunst

Vanuit de Hasseltse Kanaalkom vatte de vriendelijk knikkende Badeend haar tocht door Limburg aan. Overal deed ze de harten sneller slaan. ‘Het is prachtig om te zien hoe de eend verwondering, energie en eenheid tussen mensen creëert. Door die reacties voelde het als een jongensdroom. De eend is een soort katalysator, ze doet de mensen naar kunst snakken.’

Helaas kreeg het twaalf meter hoge beestje het zwaar te verduren. Eerst gooide een plotse storm in Genk roet in het eten, later werd de net herstelde Badeend hoogstwaarschijnlijk moedwillig uiteengereten door vandalen. ‘Voor mij is het een *accident de parcours*. Bepaalde mensen willen of kunnen zich nu eenmaal niet conformeren aan beeldende kunst in de openbare ruimte’, stelt Hofman.

Kunstwerken zijn wel vaker het slachtoffer van vernielzucht. Zo behoren De Nachtwacht van Rembrandt, Who’s afraid of red, yellow and blue van Barnett Newman en het zeemeerminnetje van Kopenhagen tot de beroemdste artistieke slachtoffers. De Nederlandse schrijver Gerrit Komrij had het in zijn column in NRC Handelsblad over een aantasting van de artistieke vrijheid en legde het verband tussen de Badeend en de Deense spotprenten.

### Eeuwig in Limburg

Al versterkte dat ongunstig lot misschien haar populariteit. Zowel de kunstenaar als Z33 kregen massa’s steunbetuigingen. Bovendien stelden heel wat Limburgers zich spontaan kandidaat als Badeendsitter en patrouilleerde de politie ‘s nachts. Op Facebook telde de groep ‘I Love de eend van Hasselt’ in een mum van tijd een dikke 4500 leden. En het Belang van Limburg maakte van de Badeend een postereend, die als gratis bijlage bij de krant zat. Door die warme ontvangst komt er in de zomer van 2010 een spiksplinternieuwe Badeend naar Limburg.

Via de herinneringen en de gadgets zal de gele publiekslieveling in de Limburgse harten blijven voortleven. Bovendien krijgt de oude Badeend een tweede leven: in samenspraak met Hofman recycleert ontwerper Michaël Verheyden de vijfhonderd kilogram plastic in de vorm van tassen. Zo blijft het gele troetel-dier nog lange tijd in Limburg present.

Nantes (F)  
5m



Amsterdam (NL)  
5m



Elst (NL)  
5m



Sao Paulo (BR)  
12m



Amsterdam (NL)  
5m



Osaka (JP)  
10m

Wassenaar (NL)  
5m



Rotterdam (NL)  
5m



Nürnberg (DE)  
5m



Saint-Nazaire (F)  
26m



Atelier Nijmegen



Mol testfase



Transport Limburg



Transport Limburg





Photo: Jeffrey Gaens, Het Beleg van Limburg

Maasmechelen



Photo: Jeffrey Gaens, Het Balang van Limburg



Photo: Tony Van Galen, Het Belang van Limburg

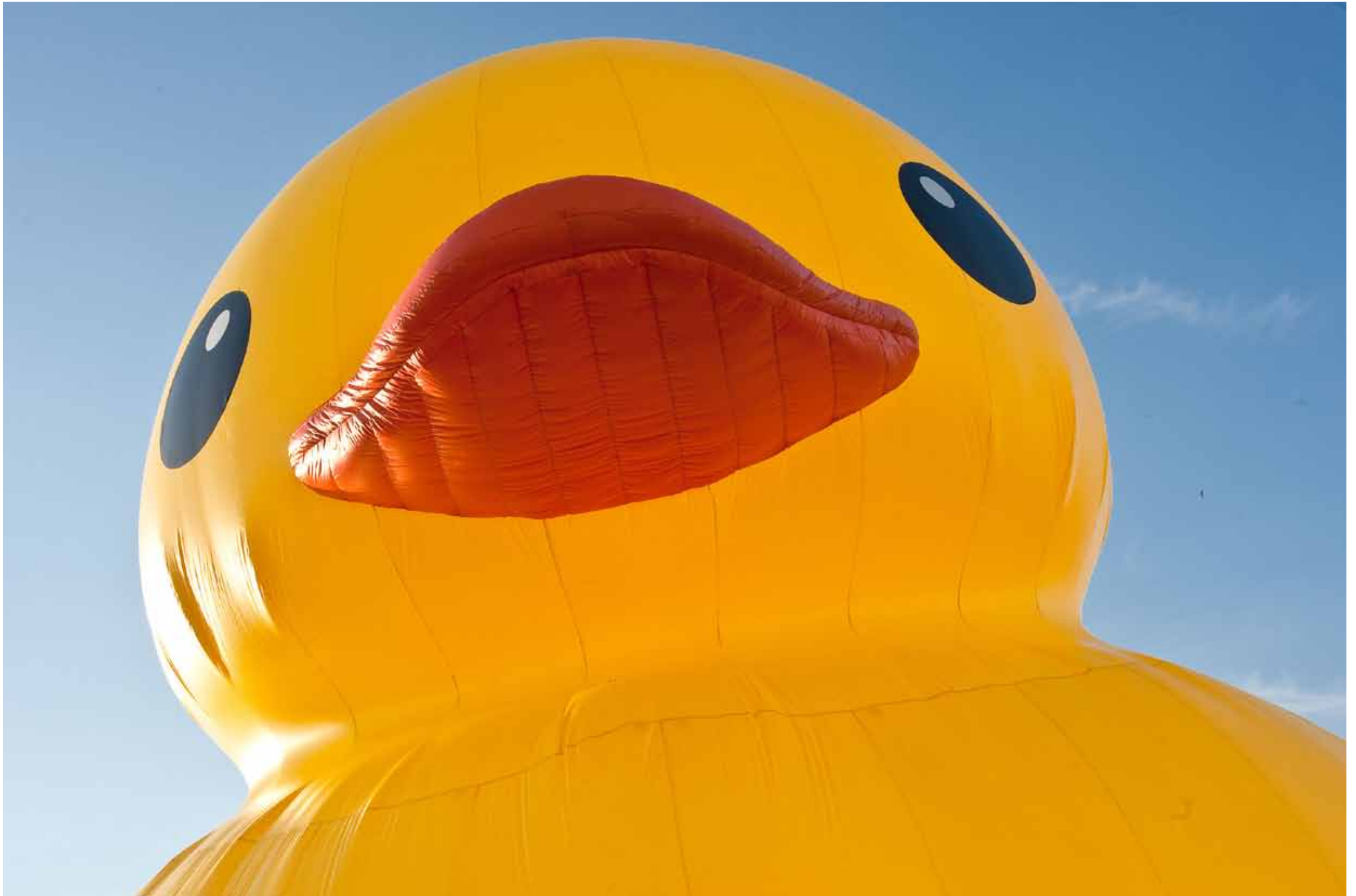


Photo: Kristof Vrancken

**A big, fat bath duck. These simple words taken from a publicity spot got the whole Rubber Duck story going.**

‘A big, fat bath duck, I thought it was genius. With the world’s oceans as its bathtub. This kind of duck would make people happy, astonish them. I wanted this duck to be my contribution to the appeasement of global tensions’, says Dutch artist Florentijn Hofman enthusiastically.

In the meantime, Rubber Duck is indeed conquering people’s hearts all over the world. From São Paulo in Brazil to Saint-Nazaire in France and even Osaka, Japan. Always presented in its stereotypical form, although its dimensions can vary between 5 and 26 metres. ‘Every place gets its own, locally produced duck. It is the concept of the duck that travels, not the duck itself. In this way, I want to involve local people and businesses into the project. Just like the apostles, they are my first representatives.’

#### **Local unit**

Amongst these apostles, there was the Limburg Naval Service (Limburgse Dienst Scheepvaart) team. ‘Despite their initial apprehension they quickly became intrigued. Luckily, because their help was crucial. Both the design of the pontoon and the not always obvious journeys through the Limburg waterways and locks were successfully carried out.’

The communication and merchandising surrounding the duck was handled by Z33. Yellow banners with a central black dot announced the arrival of the duck in the summer of 2009. To help spread the yellow fever, Hofman and Z33 developed hundreds of numbered rubber bath ducks, signed by the artist. ‘Because of the energetic collaboration with Z33’s pleasant team, I was able to realise everything I had on my wish list, which included banners, the small ducks, the T-shirts, and the stickers’, says Hofman.

#### **Yearning for art**

From the Kanaalkom in Hasselt, the friendly bobbing Rubber Duck started its journey through all of Limburg. It made hearts beat faster everywhere. ‘It is marvellous to see how the duck creates wonderment, energy, and unity between people. These reactions made it feel like a boy’s dream. The duck is some kind of catalyst; it makes people yearn for art.’

Sadly, the twelve-meter-high beastie was given a rough time. First, a sudden storm spoiled things in Genk, and then the newly restored Rubber Duck was most probably purposely torn apart by vandals. ‘I consider it a mishap. Certain people can’t or won’t agree with visual art in the public space’, affirms Hofman.

Works of art have quite often been the targets of vandalism. Think of

some of the more famous victims like Rembrandt’s *The Night Watch*, Barnett Newman’s *Who’s afraid of red, yellow and blue*, and Copenhagen’s famous mermaid. In his column for *NRC Handelsblad*, Dutch writer Gerrit Komrij identified it as a violation of artistic freedom and saw a connection between the Rubber Duck and the Danish cartoons.

#### **For ever in Limburg**

But perhaps its sorry fate boosted its popularity. Both the artist and Z33 received loads of expressions of support. Moreover, plenty of Limburgers volunteered as Rubber Duck-sitters as the police patrolled at night. The number of members of the Facebook group ‘I love de eend van Hasselt’ (‘I love the duck of Hasselt’) rose to 4.500 in no time. And *het Belang van Limburg* (regional newspaper) turned the duck into a poster, which was included as a supplement to the paper. This warm support made it possible for a brand new duck to come to Limburg in the summer of 2010.

The yellow public favourite will remain in the Limburg hearts forever through the many keepsakes and gadgets. Moreover, the Rubber Duck will be given a second life: designer Michaël Verheyden, in collaboration with Hofman, will recycle the five hundred kilograms of plastic into carrier bags. In this way, the yellow pet will remain in Limburg for a very long time.

Osaka (JP)  
10m



Saint-Nazaire (F)  
26m

Amsterdam (NL)  
5m



Nürnbreg (DE)  
5m



Osaka (JP)  
10m

Osaka (JP)  
10m



Rotterdam (NL)  
5m



Wassenaar (NL)  
5m

Elst (NL)  
5m



Sao Paulo (BR)  
12m

**ARTIST  
CONQUERS  
THE  
WORLD**

**Florentijn Hofman (1977, Delfzijl, NL) slowly but surely conquers the world, not just with his Rubber Duck, but with his other works of art as well.**

The Rubber Duck was nevertheless what directly motivated me to start working on a large scale. 'During the feasibility study for the twenty-meter-high bath duck, I trumpeted my plan all over Rotterdam. This spread the idea that I was making large-scale work. Which led to my contact with De Strip project in Vlaardingen', explains Florentijn Hofman.

That contact resulted in the making of a ten meter-high rabbit, fashioned from discarded wood: the Vlaardingse Reus (the Vlaarding Giant). After this came the gigantic dog 'Max', built from straw wrapped in red shrink film, in Groningen, and the thirty-meter-long muskrat in Nieuwerkerk aan den IJssel, the lowest point in the Netherlands. 'The muskrat is state enemy number one in the Netherlands. If the animal burrows through the dykes, then the whole country will be flooded, all the way up to Utrecht. The pests are understandably being exterminated on a daily basis.'

This succession of commissions made that Florentijn Hofman assembled a concise body of large-scale works. This predilection for large works, however, was not entirely due to chance. 'During my training in Kampen in the Netherlands and my masters in Interdisciplinary arts in Berlin, I already developed a strong preference for the public space. In this way, I painted, together with three fellow-students, a gigantic 15.000-square-meter mountain-scape on a cooling tower in the Kernwasser Wunderland amusement park in Kalkar, Germany.'

**Iconic Art**

The painted houses are some of his most impressive projects. In 2004, in his home city of Rotterdam, he painted no less than twenty-two vacant houses cobalt blue. 'Initially, the city commissioned me to paint fences. But I wanted something unusual; I wanted to tackle the whole in its entirety. Painting the houses blue all over brought out the splendour of the original architecture. In this way, using 'Beukel-blue' paint, I transformed a non-space into one of the most photographed city blocks in the Netherlands. After a three-year period, and despite much protest and blue funeral wreaths left by nearby residents, the houses were ultimately demolished to make room for urban renewal projects', remembers Hofman.



Koeltoren  
1998 - 1999  
Kalkar (DE)  
50m x 300m



Beukelsblauw  
2004 - 2006  
Rotterdam (NL)  
115m x 15m



Yellow Street  
2003  
Schiedam (NL)  
950m x 4,5m

His strong commitment is also reflected in projects such as 'Gele straat' (Yellow Street 2003). 'Even though Schiedam is the poorest municipality in the Netherlands, there were plans to build a new arterial road straight through its centre. This I visualised with my more than one-kilometre-long yellow street. It was my contribution to their 'road to happiness'.

Very much in the way that the architecture of the Guggenheim museum has been marketed to become an icon for the Spanish city of Bilbao, Florentijn Hofman too is seeing his projects being implemented as city-marketing tools. 'In earlier times, art was produced for the church, but nowadays cities and municipalities have taken over that role. I find the relation between man, architecture, and sculpture fascinating. Provided my artistic freedom remains safeguarded.'

### New life

Houses, a street, wood scraps, reed, a bath duck. By placing themes, methods, and materials taken from daily life in a different context and presenting them on a different scale, Florentijn Hofman elevates these rather common objects to the level of art. This is how he wants to amaze people.

Although he is currently busily working on a number of permanent sculptures, like the Bear with the pillow for Amsterdam and the five paper boats for Rotterdam, most of Florentijn Hofman's works, however, have a temporary character. 'I myself don't consider them either permanent or temporary. For they continue to exist in people's memories. Their impact often changes the way a place is perceived forever. They give a non-place a new story, a new life', concludes the artist.

**Provide a face for Limburg in the world. And on the other hand, make the world visible in Limburg. That is the mission of Z33, and by extension, Z-OUT, the project that centres on art in the public space.**

Z-OUT is definitively off to a good start with Florentijn Hofman's Rubber Duck. Obviously, Z33 didn't want to take any chances. 'For two years we went on a world-wide search, looking at and listening to projects, to find out which format had the most interesting possibilities to offer. This search resulted in the 'Out of the studio' symposium and publication', says Jan Boelen, artistic director at Z33.

The question as to what would be the most appropriate breeding ground for art in the public space was one of the most pivotal research questions. Especially regions with a rich content-laden heritage turned out to be interesting starting points. 'That content could be landscape-related, demographic, or historical. This is why, in each province, we set out to find a number of clusters with a strong content-related density. The aspect of accessibility was taken into account as well. People should be able to get to the art quickly and effortlessly. Ten or so artworks per ten square kilometres of surface area is ideal: enough art to submerge oneself into, and easily accessible on foot, by bike, or by car.'

An extra handicap is the fact that the public domain always belongs to someone. 'So there are always various partners to consider. For the public space has its boundaries, just like every person has their own psychological space', explains Jan Boelen. 'So cooperation and trust become crucial factors. Which is why the process takes precedent over the final product.'

#### **Alice in Wonderland**

Rubber Duck is indeed not as much about the artwork as about the process. Both the local production of the artwork and the social dynamics it generates are essential. 'The Rubber Duck always appears in a different location, it has a performative character. This is how the Rubber Duck generates energy; it brings out the child in people. They are made to feel like Alice in Wonderland: the Rubber Duck shows them the world in a different way altogether.'

The world is Dutch artist Florentijn Hofman's playground. Using apparently ordinary and simple devices, he manages to carry out interventions that are perfectly in tune with the surroundings. 'Hofman is fully aware of the thin line between art and design, he can sense it perfectly. Not only does he select his locations carefully, but, by introducing an added dimension, he also manages to transcend the quotidian with a seemingly ordinary rubber bath duck. The Rubber Duck turned out to be the perfect mascot for the Z-OUT launch', concludes Jan Boelen.

**PROVIDE  
A  
FACE  
FOR  
LIMBURG  
IN  
THE  
WORLD**

**Z-OUT MAGAZINE**

THIS Z-OUT MAGAZINE IS A Z33  
PUBLICATION IN THE FRAME OF Z-OUT,  
THE Z33 PROJECT ON ART IN  
THE PUBLIC SPACE IN LIMBURG.  
[WWW.Z33.BE](http://WWW.Z33.BE)

ISSN: 2033-3218

Cover Photo: Jeffrey Gaens, Het Belang van Limburg

Text and Editing: Elien Haentjens

Translation: Michael Meert

Published by: Jan Boelen, Z33

Graphic design: TEST grafisch ontwerp bureau

Nothing in this publication may be reproduced or  
copied without the permission of Z33 and  
the artist(s).

**Z33**

**Zuivelmarkt 33**

**3500 Hasselt, België**

**+32 (0)11 29 59 60**

**[info@z33.be](mailto:info@z33.be)**

**[www.z33.be](http://www.z33.be)**