

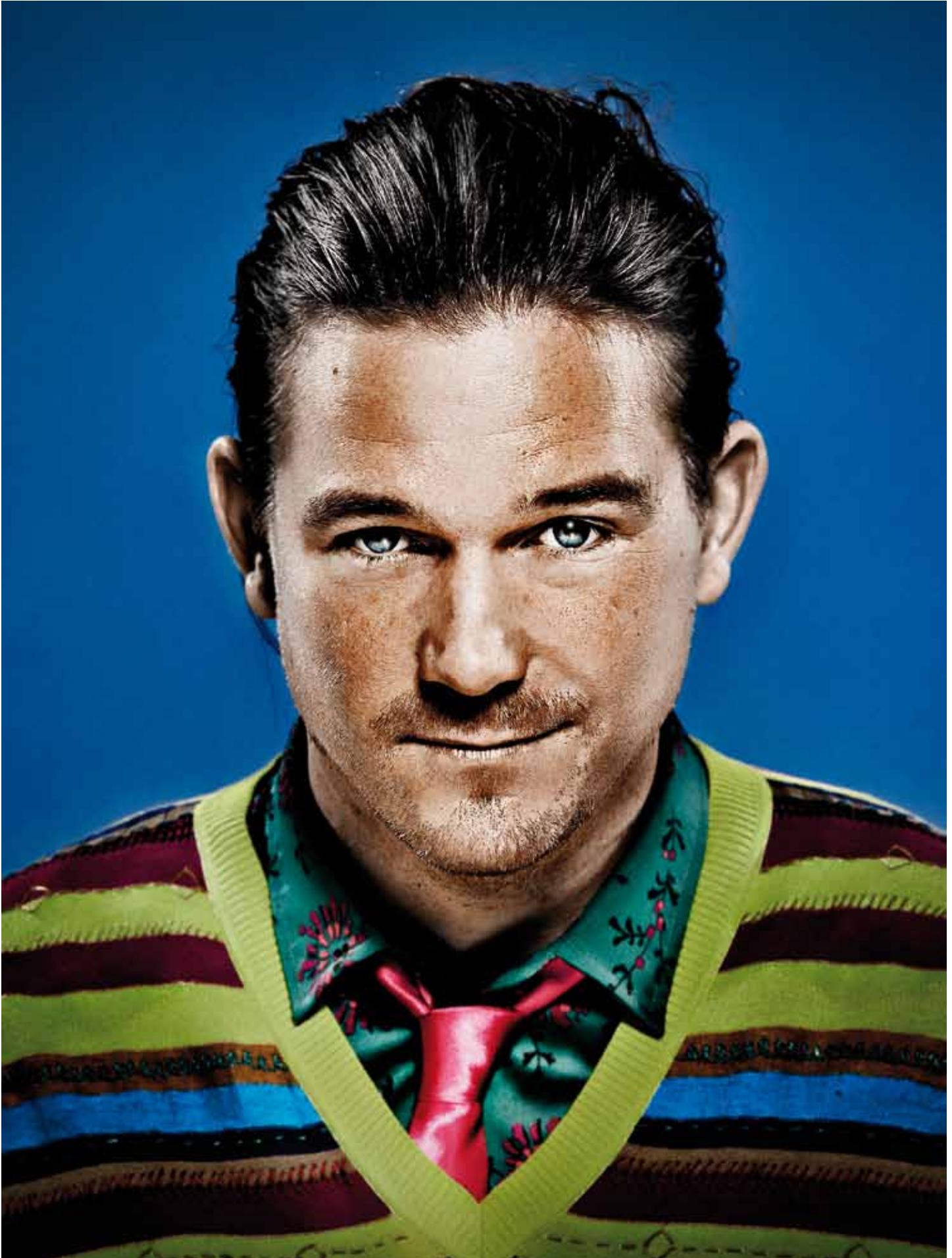
Carli Hermes

**Probeer te
doen wat je
voelt want dan
ontwikkel je
een stijl**

Hij maakte campagnes voor grote merken als Martini, Swatch, G-star en Suitsupply, reportages voor Elle, Playboy en Avenue en portretteerde veel nationale en internationale beroemdheden. Ondanks zijn indrukwekkende portfolio is Carli Hermes in zijn hart gewoon een plaatjesmaker, een stilist die mooie esthetische beelden wil maken. Hij houdt ervan de grenzen op te zoeken van wat kan in de fotografie en gaat discussies niet uit de weg.



Wil je Carli aan het werk zien?
www.carlihermes.com



Johnny de Mol



Doove Medical, woman in red



Artsten zonder grenzen





Suit Supply, 2012





"Ik ben een plaatjesman. Als kind vond ik al dat een plaatje in de krant vaak meer vertelde dan het verhaal dat erbij stond. Een gekaderd dingetje waarvan je weet dat het links, rechts, boven en onder nog verder loopt. Hoe, dat mag je zelf verzinnen. Het idee dat je plaatjes kon tekenen of fotograferen waarbij mensen hun eigen verhaal konden maken, sprak me erg aan. Ook in mijn fotografie probeer ik altijd beelden te maken waarin ik niet alles vertel. Geen fotografie waarvan je denkt; dat is het dus. Aan de andere kant houd ik niet van fotografie waarbij je een verhaal moet vertellen om de foto te begrijpen. Bij mijn foto's mag iedereen zijn eigen verhaal verzinnen. Ik help ze daarbij door het beeld op een bepaalde manier te maken. Ik was een rebels jongetje, maar toch droomde ik niet van de dingen die ik nu doe. Mijn drijfveer was niet om hippe merken, coole auto's en voor de Playboy te fotograferen. Ik wil wel dat mijn werk wordt gezien. In het begin vond ik het niet leuk dat alleen je vrienden en kennissen wisten dat je goede foto's maakte. Als je voor een blad werkt zien misschien wel 100.000 mensen het. Dat vind ik belangrijk. Ik maak geen kunst op een zolderkamer voor mezelf. Ik maak het echt voor een ander. Mijn leermeester was Thed Lenssen. Ik studeerde aan de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten (KABK) waar je werd gevormd door je omgeving. Ik deed van alles van architectuur tot landschap. Ik liep stage bij Thed en hij was degene die me vertelde dat mijn meest interessante werk over mensen ging. Toen ik reageerde dat ik dat ook het leukst vond, antwoordde hij: 'Nou blijf dat dan lekker doen'. Het is mooi als iemand in je gelooft en je daarin begeleidt. Eén van de belangrijkste lessen die ik heb geleerd, is dat je dicht bij jezelf moet blijven. Probeer alles in je hoofd op een rijtje te zetten en te doen wat je voelt want dan ontwikkel je een stijl. Er zijn wel zes miljard mensen op de wereld, maar ze hebben allemaal hun eigen gedachten. Dat moet je proberen in je fotografie te stoppen. Ik denk dat heel veel fotografen aan het vechten zijn omdat ze willen kunnen wat een ander doet. De grote vraag is altijd: Past het wel bij je?

Ik ben een echte mensenfotograaf. Ik wil een mens voor de camera en daar foto's van maken. Of het om een portret gaat of een modebeeld dat maakt niet uit. Als er maar iets is wat leeft, wat je kunt regisseren. De emotie van een ander voegt iets toe aan de fotografie. Ik vind het leuk dat je afhankelijk bent van de gemoedstoestand van degene die je fotografeert. Dat zie je direct terug in de foto en bepaalt onder andere of het een goede foto is of niet. Die wisselwerking boeit mij. Als ik iets wil testen, werk ik graag met vaste modellen. Zij zijn een soort muzes voor mij. Die veranderen wel steeds, maar de laatste anderhalf jaar bijvoorbeeld is zij steeds dezelfde. De chemie van het team maakt het verschil. De mooiste momenten zijn als je aan het eind

van de dag terugkijkt en ziet dat er daardoor werk is ontstaan dat niet 100 procent, maar 110 procent is. Iets wat verder reikt dan je van tevoren had kunnen denken. Dat geldt zowel voor mijn vrije werk als het commerciële werk

Hoe ver je kunt gaan in fotografie is afhankelijk van het doel waarvoor je het maakt

wat ik maak. Beiden zijn voor mij erg belangrijk. Hoewel vrij werk de meeste voldoening geeft, zou ik niet zonder de opdracht fotografie kunnen. Dingen die ik in mijn vrije werk ontdek, gebruik ik ook in mijn commerciële werk. Ik wil dat mijn opdrachtwerk net zo dicht staat bij mijn vrije werk als andersom. Ik ben niet vies van commercieel werk. Alleen het woord is heel vervelend. Commercieel fotograaf heeft vaak een negatieve klank. Zeker in de museumwereld. Toch is dat het echte leven dat je als fotograaf moet leiden om van fotografie te kunnen leven. Met uitzondering van Inez van Lamsweerde, Erwin Olaf en Anton Corbijn die re-tecommercieel zijn, moeten de curatoren daar niet veel van hebben. Uit historisch oogpunt gezien is dat merkwaardig. Kijk maar eens naar grote schilders zoals Rembrandt. Die maakte al zijn werk in opdracht. Wij zien dat nu als een van de grootste schilders uit de geschiedenis, maar het was gewoon een commercieel schilder.

Halverwege de jaren negentig heb ik samen met vijf andere fotografen geëxposeerd in het Groninger Museum. Op initiatief van voormalig directeur Frans Haks waren alleen fotografen uitgenodigd die een link hadden met opdracht-fotografie. De expositie was geweldig. Het liet zien hoe dicht vrij werk en commercieel werk bij elkaar ligt. Hoewel ik het leuk vind om exposeren krijg ik met mijn reclame-campagnes veel meer exposure. Onlangs heb ik de nieuwe cd-hoes en affiches voor Armin van Buuren gemaakt. Dat werk gaat de hele wereld door. De 'Shameless' campagne voor Suitsupply waarin sexy dames met ontblote borsten en macho mannen de hoofdrol speelden zorgde voor veel publiciteit. Ik wilde met deze serie op een rand zitten, maar nog wel op een niveau waarvan ik vond dat het gewoon kan. Er ontstonden discussies over wat je in fotografie kunt maken en wat niet. Ineens werd er over mijn foto gesproken bij 'De wereld draait door' en zat ik aan tafel bij 'Pauw en Witteman'. De campagne werd van Facebook gehaald en was verboden in Engeland. De discussie draaide er voornamelijk om vrouwonvriendelijkheid. Is het vrouwonvriendelijk omdat er een tiet op staat? Of is seks ineens taboe? NRC heeft een psycholoog onderzoek laten doen

naar de serie om te kunnen oordelen of de serie nu daadwerkelijk vrouwonvriendelijk was. Het bleek niet zo te zijn omdat de vrouw in de foto steeds de leading rol heeft. In elke foto kiest de vrouw; voor mij is ook niet de man, maar de vrouw de macho. Hoe ver je kunt gaan in fotografie is afhankelijk van het doel waarvoor je het maakt. Voor het ene doel bereik je de grens eerder dan voor het andere doel. In werk wat je voor jezelf maakt, kun je alles maken zolang je maar niemand beschadigd. Al die porno en pornoreclame op internet dat vind ik ver gaan. In de jaren negentig stond er een serie in de Rails, een gratis blad van NS dat in de trein werd verspreid, waarover veel discussie ontstond. Die discussie begreep ik wel. Je werd zomaar met de inhoud geconfronteerd zonder dat je ervoor naar de winkel hoefde. Als reactie hierop heb ik een pornoserie gemaakt die is geëxposeerd in een museum in Rotterdam. Keiharde porno, maar wel op een mooie esthetische manier gefotografeerd. Ik ben een stillist. Al die pornofilms zijn eigenlijk heel plat. Er zit niets in waar ik nog van kan genieten qua beeld. Dat was mijn uitdaging; een esthetische serie met een goede styling, goede make-up en knappe mensen. Zelf was ik zeker tevreden over het resultaat. De reacties waren wisselend. Ik werd er wel op aangesproken, maar daar ging het ook om, die discussie. Overigens was het leuk om een keer te doen, maar één keer was ook wel voldoende. Ik vind het leuk om steeds iets nieuws uit te proberen. Nieuwe dingen te ontdekken. Voor de Avro heb ik ooit een documentaire gemaakt over een illegale vluchteling met aids. Dat was heel ingrijpend. Heel

toch altijd fotografie boven film. De magie van een foto is dat je alles in één plaatje kunt vertellen. In video kun je beweging laten zien en geluid is heel belangrijk maar je moet altijd iets aanzetten om het te bekijken. Een foto kun je aan de muur hangen. Daar hoef je niets voor te doen. Je kunt er op een makkelijker manier meer geconfronteerd worden. Fotografie werkt sneller. Ik houd ervan om met meerdere dingen tegelijkertijd bezig te zijn: vandaag een opdracht, morgen voorbereiden, eind van de week weer een opdracht. Met fotografie kan dat. Met een commercial van 30 seconden ben je al snel een maand bezig. Reclamebureaus vinden een commercial het allerbelangrijkst en daar ben ik het niet mee eens. Er wordt veel tijd aan besteed en ik vind het redelijk land duren. Ik werk veel voor reclamebureaus, maar soms ook direct voor klanten zoals Suitsupply en KLM. Het leuke daarvan is dat je meer vrijheid hebt. Bij een reclamebureau werk je altijd vanuit een basis-idee dat zij met de klant hebben besproken. Voor een directe opdrachtgever mag je soms zelf een concept verzinnen. Belangrijk om verder te komen is dat je met de opdrachtgever op één level zit. Ik kan niet voor commerciële bedrijven werken die heel anders denken. Met de eigenaar van Suitsupply, Fokke de Jong, heb ik een heel bijzondere band. Toen hij net was gestart, las ik een artikel over een jonge ondernemer die een kleding winkel opende langs de snelweg. Dat vond ik een interessant verhaal. Ik heb hem gebeld en dat klikte meteen. Fokke was een pionier die met weinig geld iets wist te genereren wat mensen interessant vinden. Samen hebben we de eerste campagne verzonden. Inmiddels ben ik zijn sparringpartner en heb ik alle campagnes voor het merk gedaan. We hebben zelfs een mooi koffietafelboek gemaakt waarin alle campagnes zijn gebundeld. Het bedrijf handelt nu wereldwijd. Het is leuk dat ik daar een onderdeel van mag zijn. Ik heb net een documentaire afgerond die gaat over Fokke en hoe hij in elkaar zit. Doordat ik hem een aantal jaren over de hele wereld heb gevolgd en elke fase van zijn bedrijf heb meegemaakt, kun je tot de kern van iets komen. De uitdaging is om steeds iets nieuws te laten zien. Ik krijg nu een expositie in een lijnvlucht van Amsterdam naar New York. Dat vind ik leuk. Dat is vernieuwend. Ik hoef mijn foto's niet in een hokje te hangen onder het mom van 'kijk mij eens mooie foto's maken'. Het is leuker om op straat te hangen met foto's waar mensen voorbij rijden. Zodat mensen die je niet kennen ook geconfronteerd worden met mijn fotografie zonder dat ze eerst een kaartje voor een musea moeten kopen of op de fiets moeten stappen om naar een galerie te gaan".

Is het vrouwonvriendelijk omdat er een tiet op staat?

anders ook om iemand met zo'n bizar verhaal te volgen dan esthetische foto's te maken. Ik ben in de Bijlmer op plekken geweest waarvan ik het bestaan helemaal niet wist en heb bijzondere gesprekken gevoerd. Het heeft me niet veranderd als mens, maar ik weet er wel van. Als ze me vragen sta ik er wel voor open, maar het hangt er vanaf wat het onderwerp is. In principe is het voor mij voldoende om het een keer gedaan te hebben.

Na mijn opleiding aan de KABK kreeg ik een beurs aangeboden omdat ik één van de beste studenten was. Ik koos voor de Bournemouth School of Art in Engeland omdat zij veel aan film deden en daar wist ik nog weinig van. Daar werd de wereld van de film voor mij geopend. In die tijd was er nog een grote scheiding tussen foto en film. Ik zag toen al dat het hetzelfde was: mooie plaatjes maken. Hoewel ik veel filmpjes en commercials heb gemaakt, kies ik