

Dans te zien voor miljoenen mensen

In een tijd waarop de overheid fors bezuinigt op subsidies voor de danskunst is de uitnodiging van de Bijenkorf aan choreograaf Nanine Linning en dansfilmregisseur Clara van Gool een uniek voorbeeld hoe de Kunsten en het bedrijfsleven elkaar succesvol kunnen vinden.

Nanine Linning en Clara van Gool zijn gevraagd een geheel gedanste commercial te maken, waarin het hele dansgezelschap van Linning in te zien is. Een unicum in de geschiedenis van de Nederlandse Dans en tevens een risicovol project binnen het bestaande aanbod van commercials in Nederland en internationaal.

Nanine: 'Dit inspirerende project waarin kunst en commercie samenkomen, geeft mij de kans om de kracht van dans aan miljoenen tv kijkers te laten zien en was een feest voor mijn dansers, Clara en mij om te mogen maken. Ik hoop dat deze opdracht de deur opent voor meer succesvolle samenwerkingen tussen het bedrijfsleven en de kunsten.'

Drie Dwaze Dagen 2012 – De Dwaze Dagen Dans commercial

Zoals elk jaar wordt de strijd om luxe merken voor dwaze prijzen weer aangekondigd via een commercial. In de commercial is de kijker getuige van de strijd om een fashion item, maar op een hele kwalitatieve, kunstzinnige manier verbeeldt die past bij het luxe warenhuis.

Voor dit project is bewust gekozen om niet te werken met mensen uit de reclame, maar met specialisten uit de danswereld. Het doel was niet een commercial, maar een bijzondere (mini!) voorstelling te maken. Zodoende werd Nanine Linning benaderd, een van de beste choreografen van Nederland. Zij durfde als kunstenaar de uitdaging aan te gaan met de commercie en ontwikkelde met haar vaste groep dansers een unieke choreografie voor de camera: De Dwaze Dagen Dans commercial.

Nanine Linning is in dit project de gehele tijd gelijk opgetrokken met Clara van Gool die de regie van de commercial heeft verzorgt. Clara van Gool is een bekende dansfilmregisseuse die met haar dansfilms al verscheidene prijzen won. Samen vormden zij de perfecte combinatie – ook al had geen van beiden enige ervaring met reclame.

Nanine: 'Mijn laatste voorstelling Requiem duurde 2 uur... het was een enorme uitdaging om een voorstelling van 30 seconden te maken!'

Hoewel het idee in een paar woorden uit te leggen is, bleek de uitvoering niet zo eenvoudig. De uitdaging was om de dansers niet alleen lijfelijk in contact met elkaar te laten zijn, maar ook constant via een kledingstuk met elkaar verbonden te zijn. In dit geval een pantalon. Dat maakt de choreografie zo expressief.

Er is op geen enkele manier gebruik gemaakt van trucages. Alle bewegingen zijn echt uitgevoerd. Er is vier weken lang intensief gerepeteerd. De uitvoering op de harde marmeren vloer in het Tropenmuseum was een fysieke uitdaging voor cast en crew, maar leverde uiteindelijk een prachtig gestileerd resultaat op.

De strijd om de pantalon eindigt onbeslist. Althans in de tv-commercial. Online is een langere versie te zien waarin de afloop van de strijd duidelijk wordt.

De commercial zal meerdere malen per dag te zien zijn op SBS6, Veronica, Net5, RTL 4, 5, 6, 7, 8, Discovery en National Geographic.