



HALLO, MIJN NAAM IS:

Gajana Aslanjan

IK BEN EEN:

CONTENT CREATION SPECIALIST & ART DIRECTOR

7+ JAAR ERVARING

OVER MIJ

Met 7+ jaar ervaring in branding, visuele communicatie en multimedia design (B2B & B2C) vertaal ik complexe ideeën naar impactvolle designs en campagnes. Mijn sterke design skills en strategisch inzicht zorgen voor visuele meerwaarde en effectieve content.

TALEN

- Nederlands Goed
- Engels Goed
- Russisch Goed
- Duits Matig

EDUCATIE

Bachelor of Graphic design
ArtEZ, Arnhem, 2020

Master of Type and Media
Royal academy of the arts, KABK, Den Haag

VAARDIGHEDEN

- Management en Leiderschap
- Branding en Identity
- Concept Design
- Type Design
- Digitale Illustraties
- Typografie
- Fotografie
- Social Media Managing
- Communicatie en Samenwerking
- Foto Editing
- Adobe Design Programs
- Glyphs, Robofont
- Blender, Unity (beginner)
- HTML, CSS
- Microsoft Office
- Video Editing

WERKERVARING

2024 – HEDEN
Innofaith Beauty Sciences
Eindhoven, NL
Content Marketeer & Interim Manager

- Strategisch en visueel verantwoordelijk voor contentcreatie en merkuitingen
- Beheer en uitvoering van socialmediakanalen en contentplanning
- Ontwerp en organisatie van internationale expo's en beurzen
- Creatie van digitale en fysieke marketingmaterialen, inclusief webdesign
- Aansturen en coördineren van externe creatieven en bureaus

2023 – 2024
ELEO Technologies
Helmond, NL
Art Director & Creative Designer

- Ontwikkeling en uitvoering van een vernieuwde visuele identiteit en rebranding
- Creatie van social content, campagnes en strategie met focus op merk- en employer branding
- Design voor print en digitale media, inclusief fotografie en videografie
- Cross-functionele samenwerking en aansturing van creatieve projecten
- Trend- en concurrentieanalyse ter onderbouwing van conceptontwikkeling

2022 – 2023
Lightyear, Atlas Technologies
Helmond, NL
Visual Designer

- Branding en grafisch ontwerp ter versterking van Lightyear's visuele identiteit
- Creatie van moderne social media visuals en marketingmaterialen
- Design voor print en digitaal, incl. fotografie en videografie
- Ontwikkeling van employer branding en visuele communicatie voor events
- Conceptontwikkeling, projectcoördinatie en interdisciplinaire samenwerking
- Event design & uitvoering: o.a. CES Las Vegas, Goodwood, Fully Charged Amsterdam

2018 – HEDEN
Studio Gajana Aslanjan
Eindhoven, NL
Designer/Art Director/Marketing

- Branding en grafisch ontwerp voor diverse opdrachtgevers
- Creatie van visuele concepten voor print, digitaal en social media
- Ontwerp van marketingmaterialen, employer branding en websites
- Fotografie, videografie en digitale illustraties ter ondersteuning van campagnes

Contact

+316 58 97 86 64
Locatie: Eindhoven, NL
info@gajanaaslanjan.nl

RECENTE CLIJNTEN

Innofaith Beauty Sciences
ELEO Technologies B.V.
Atlas Technologies B.V. – Lightyear
NHA Opleidingen
Radboud University, Nijmegen
KAF museum, Almere
Isolatie.com
Flex&Glans

PORTFOLIO

Behance.net
gajanaaslanjan.nl



Portfolio 2025

Gajana Aslanjan

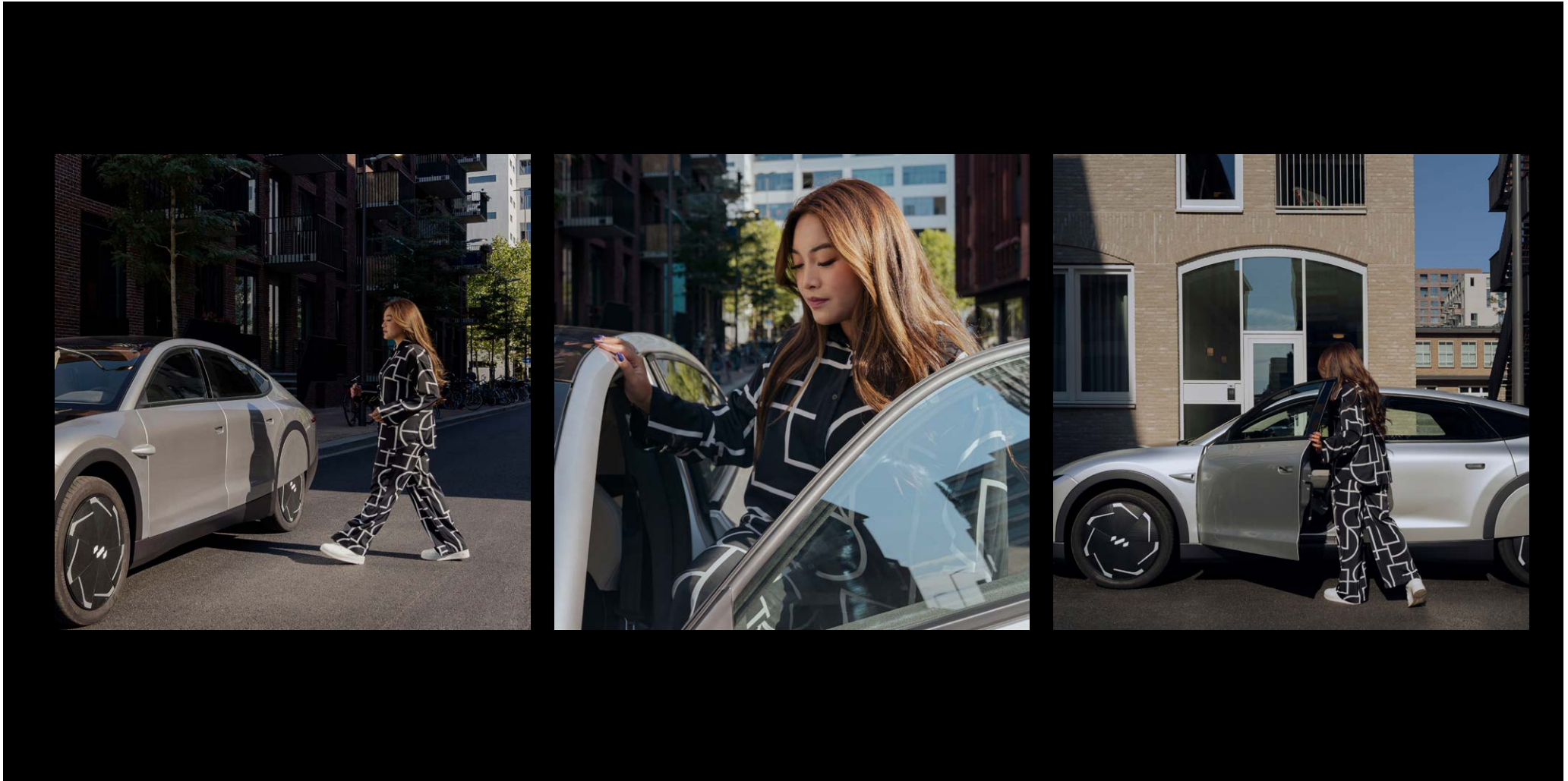
Lightyear Photography



I organized and directed several photoshoots for Lightyear in Eindhoven, England, and Amsterdam. I was also the photographer for these shoots and did some editing to the images afterwards.











Arroyo



Arroyo font is inspired by the fluidity and flow of water, particularly in the form of small streams created by fast-flowing water. This concept influenced the design of the font, where the gaps in the letters resemble the creeks on the earth's surface. The font was created for a photo exhibition of renowned photographer Kadir van Lohuizen at the KAF Museum in Almere, Flevoland, and serves as the visual identity for the event where I was also involved in the spatial design.



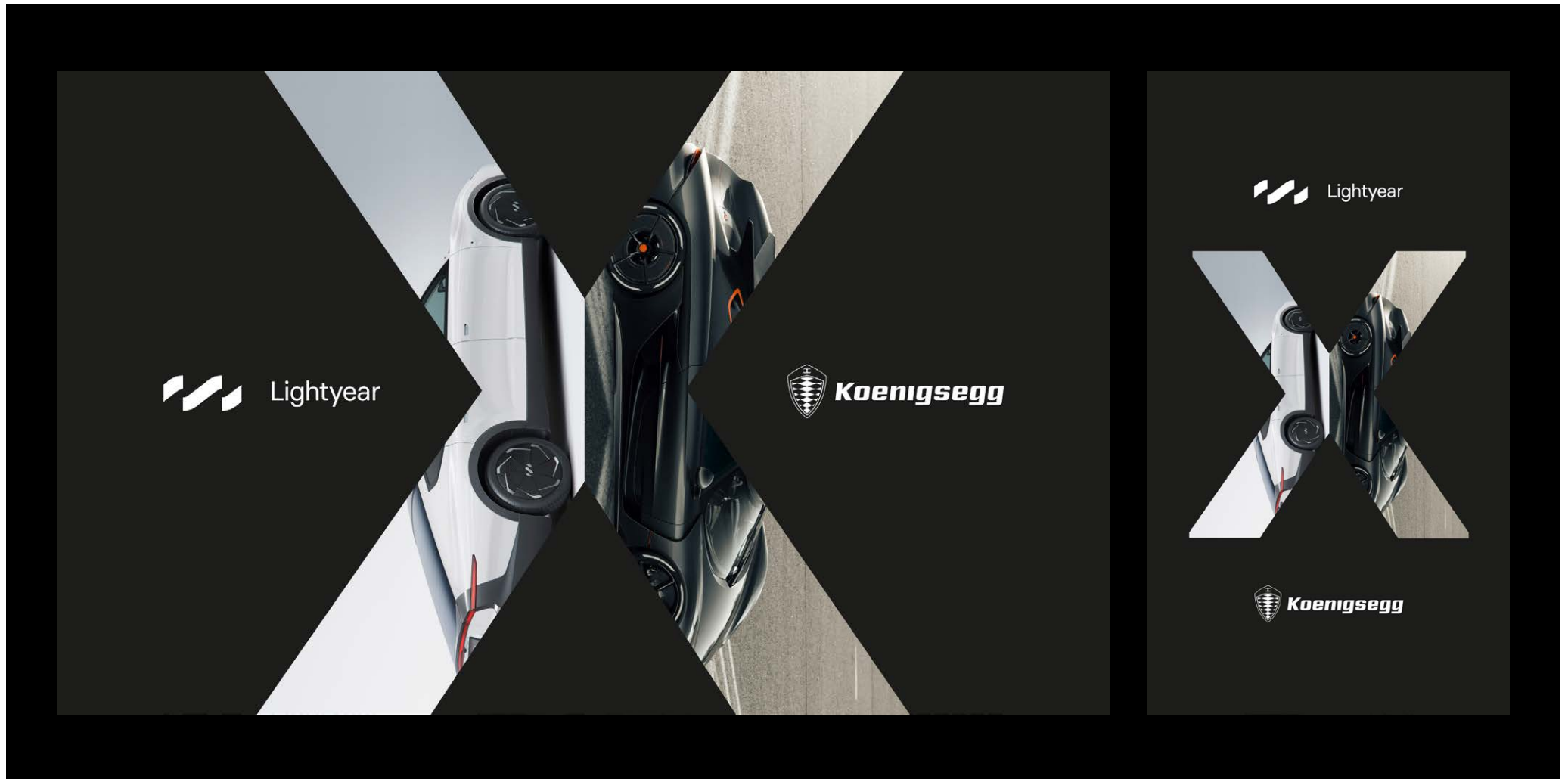




Lightyear Koenigsegg Campaign



I created the visual design for the collaboration campaign between Koenigsegg, a megacar manufacturer and purveyor of cutting-edge mobility technology, and Lightyear, a Netherlands-based high-tech company developing the world's first solar vehicle. Koenigsegg had invested in Lightyear as part of a wider technology-sharing partnership, where the two automakers shared proprietary and patented information. The goal of this knowledge exchange was to enable the development of ultra-efficient vehicles and to jointly develop new automotive technologies.



Unification



The font design project was a reflection of my personal and cultural background as an Armenian born in Uzbekistan and raised in the Netherlands. I aimed to unify the Armenian, Cyrillic, and Latin alphabets through the shape of language. My inspiration was my dad's old children's alphabet book, where I found hand-drawn lettering that served as a starting point for my shapes. To create the font, I decomposed the glyphs of all three alphabets into their skeleton forms, analyzed the components, and reassembled them into a cohesive design reflecting all three scripts.





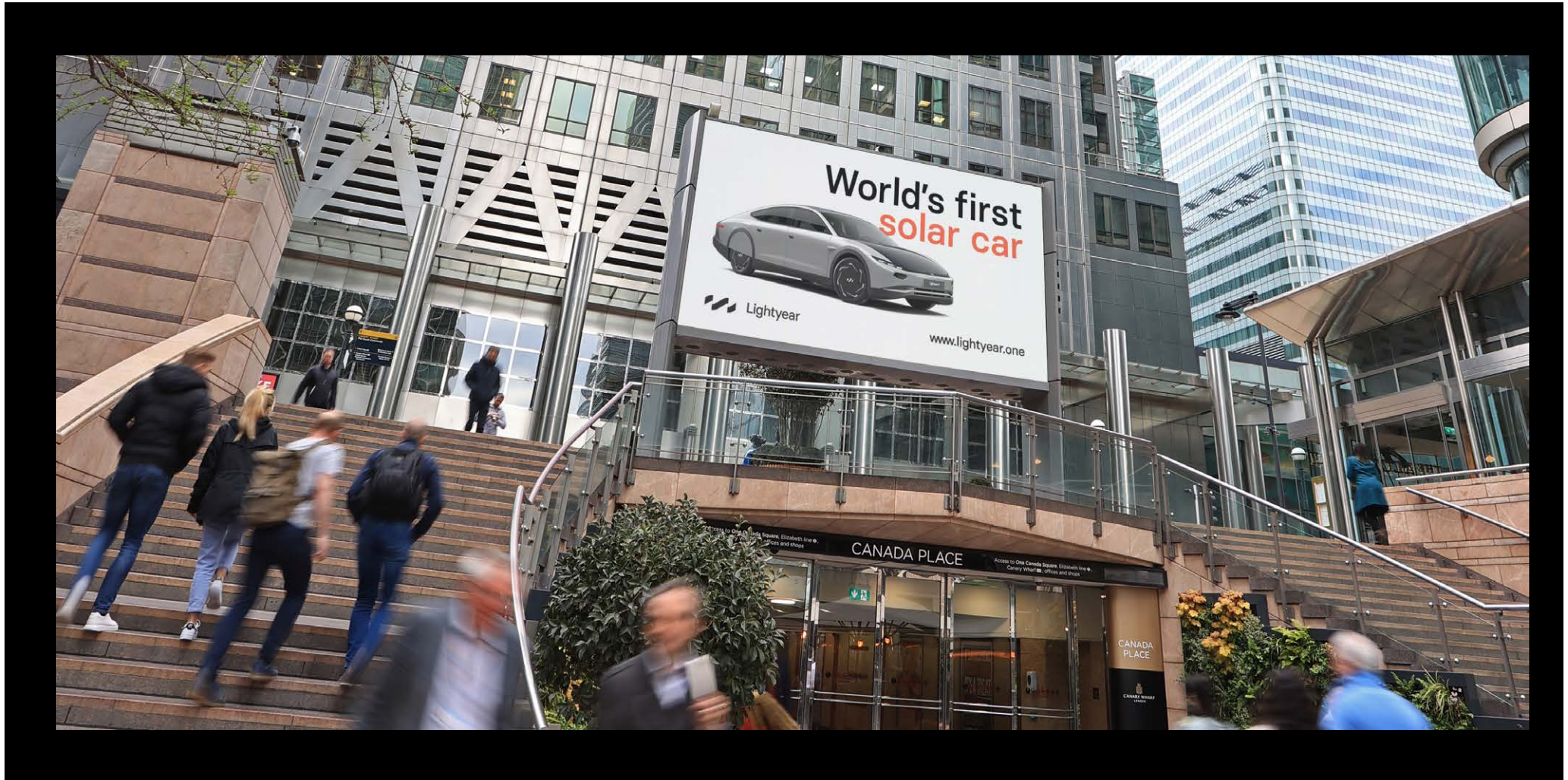
Ocean Out of Home Campaign Lightyear



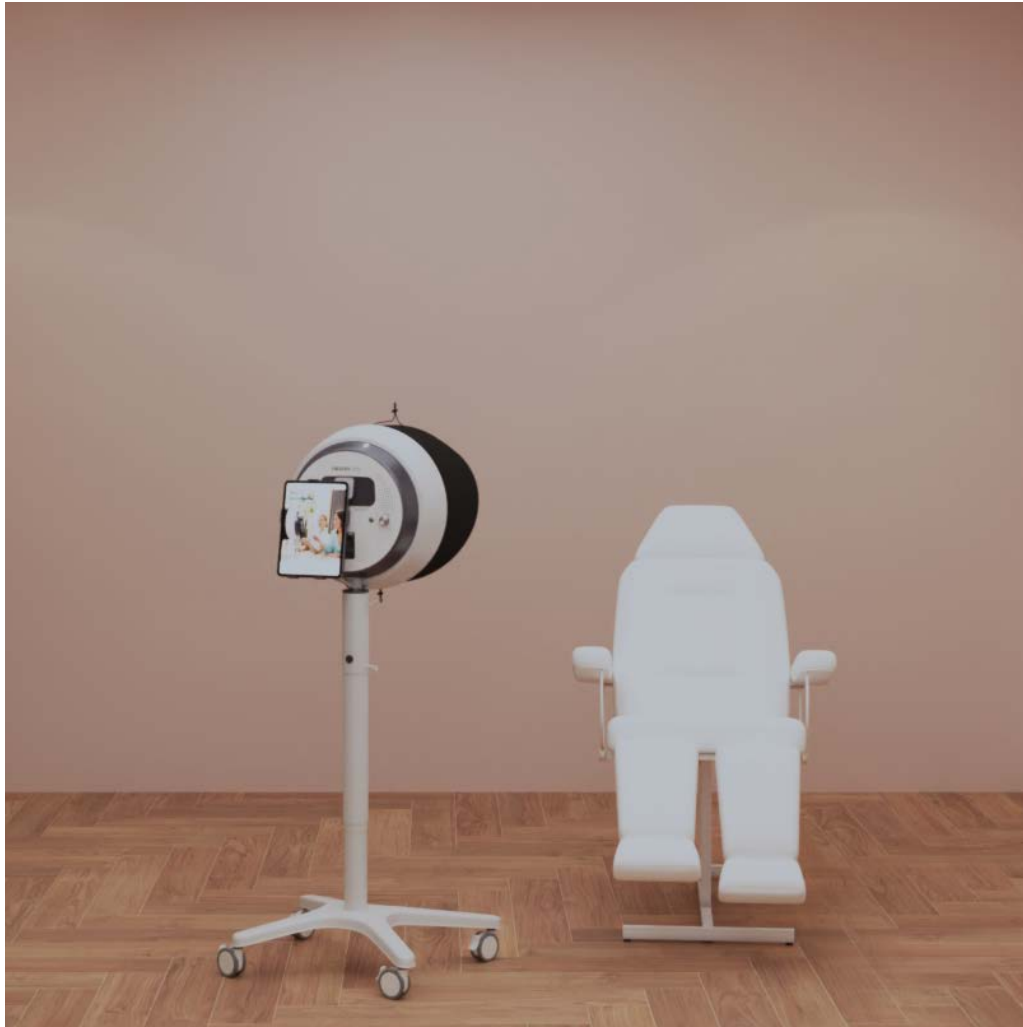
I was responsible for the art direction, design, and execution of the world's first solar car reveal campaign on premium digital outdoor locations across the Netherlands and in London. This campaign featured stills and video ads displayed at 15 locations.

Exclusive advertisements for Lightyear, the world's first solar-powered production car, were displayed on roadside, retail, and city center digital advertising screens in the Netherlands and at the prestigious Canary Wharf development in London.

The production car took center stage in the outdoor campaign, which was displayed on Ocean's entire portfolio in cities such as Amsterdam, The Hague, Rotterdam, Utrecht, Eindhoven, and the Westfield Mall of the Netherlands. In the UK, the car made its exclusive debut on The Screen at Canary Wharf in London.

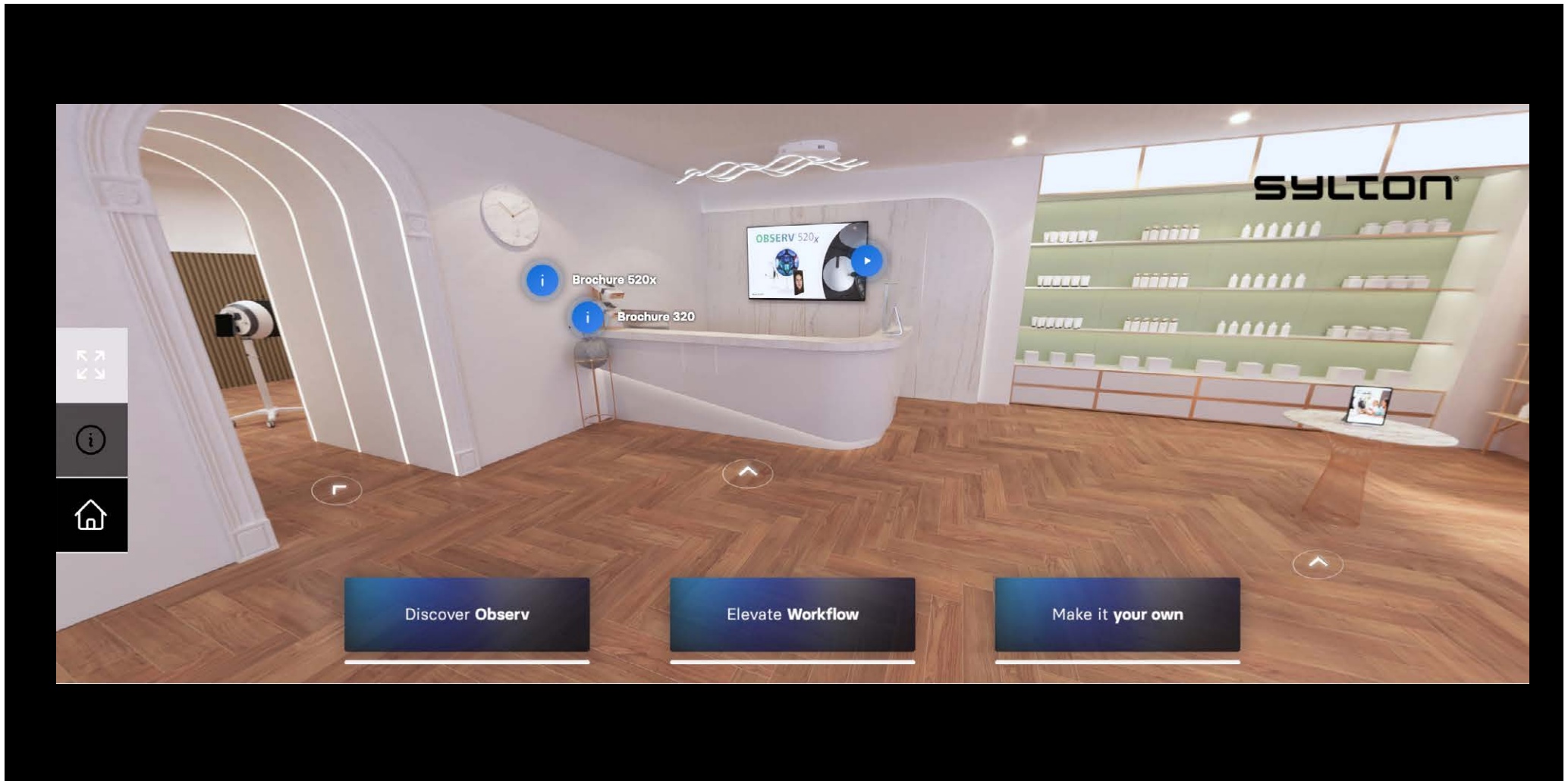


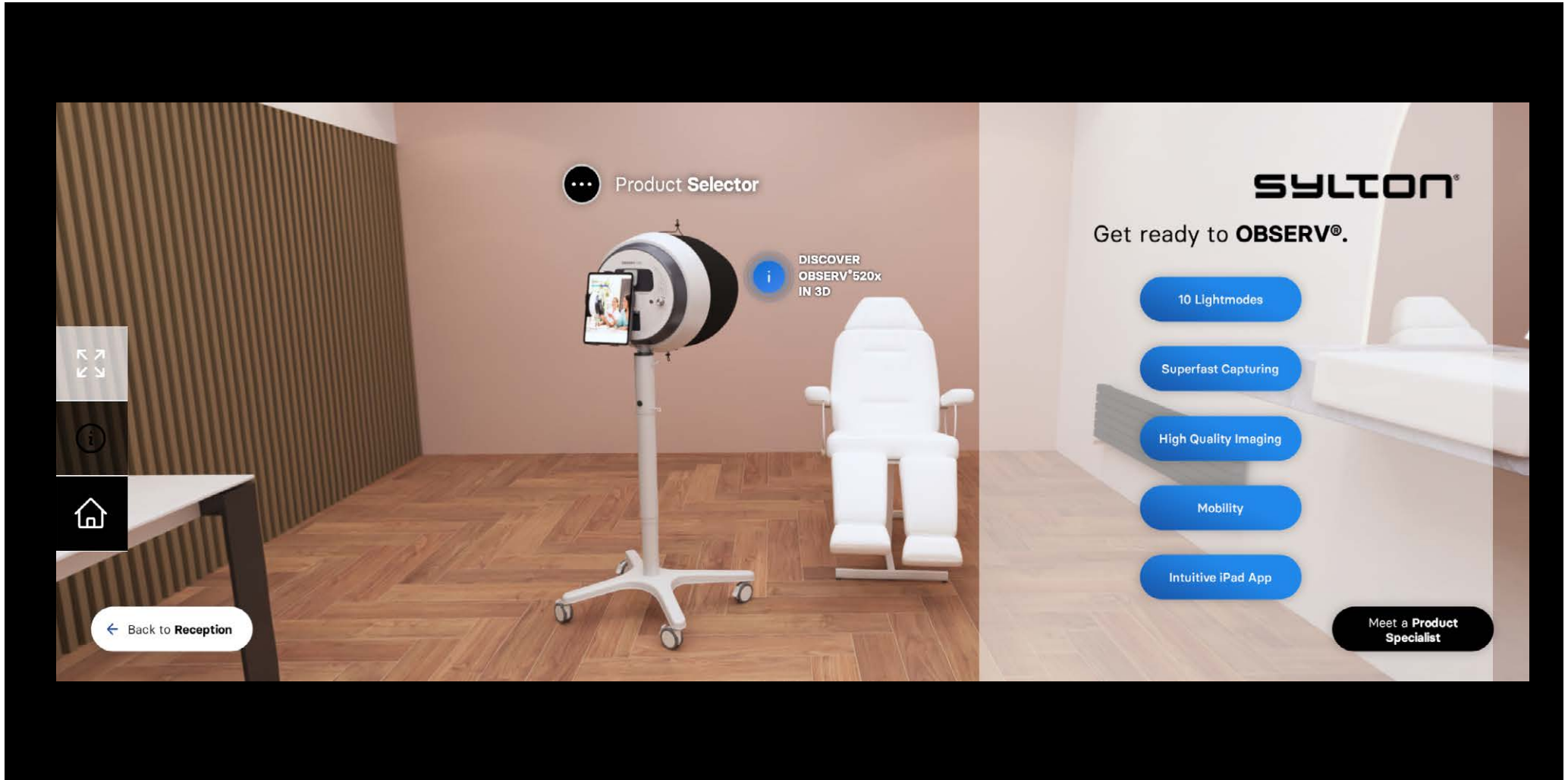
Virtual Demo for Sylton Inc. (Innofaith)

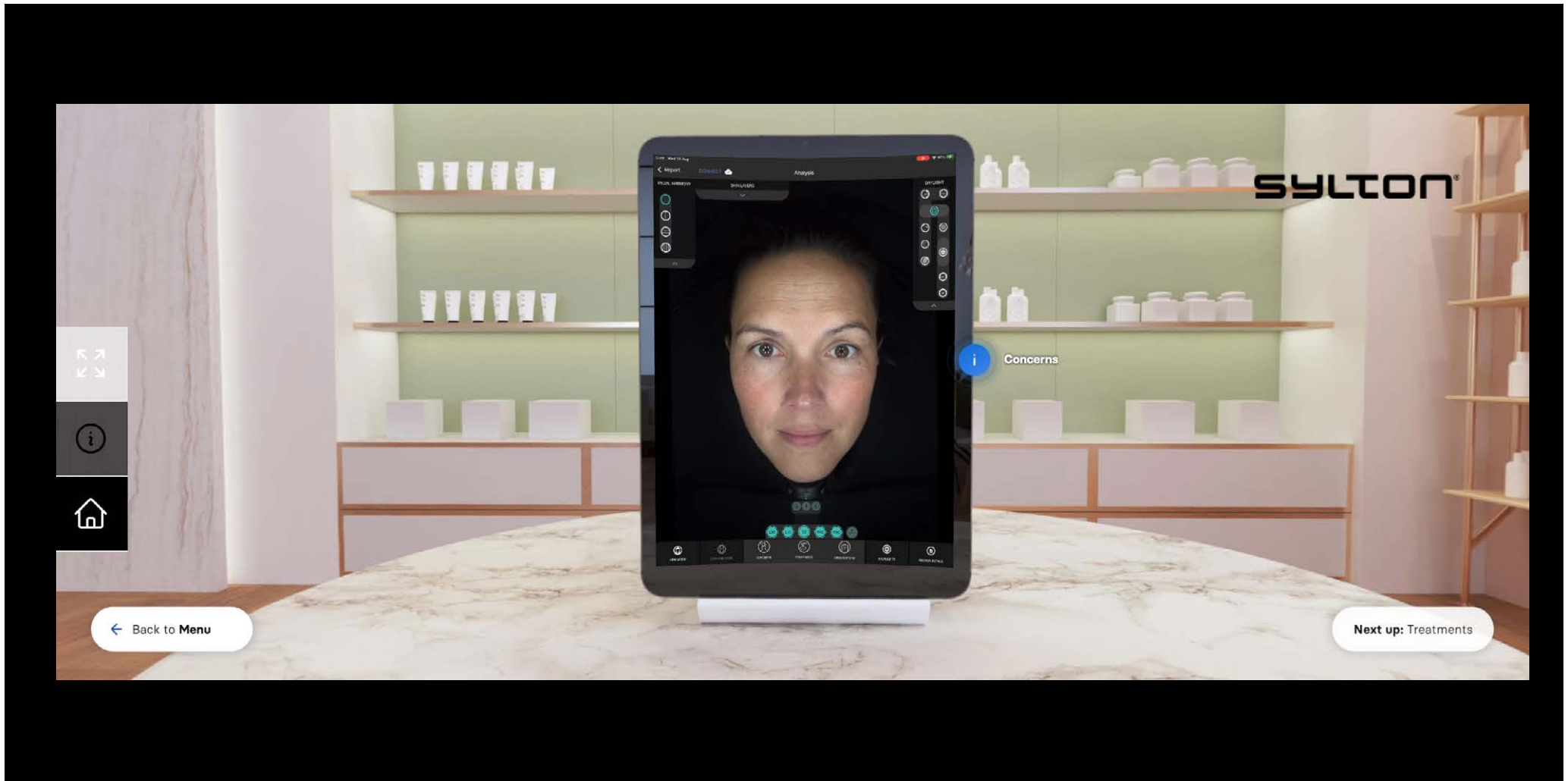


I was responsible for the art direction, design, and execution of Sylton's first Virtual Demo: an immersive digital walkthrough showcasing the workflow of a modern clinic using the Observ520x skin analysis system. The interactive experience guides users through each step—from patient intake to personalized treatment recommendations—highlighting how the Observ520x integrates seamlessly into clinical practice.

The demo combines intuitive UX design, sleek visuals, and educational storytelling to position the Observ520x not just as a diagnostic tool, but as an essential part of an efficient, future-forward clinic. This project serves both as a marketing asset and a product onboarding tool for international partners and clients. The project was executed together with MarTech.



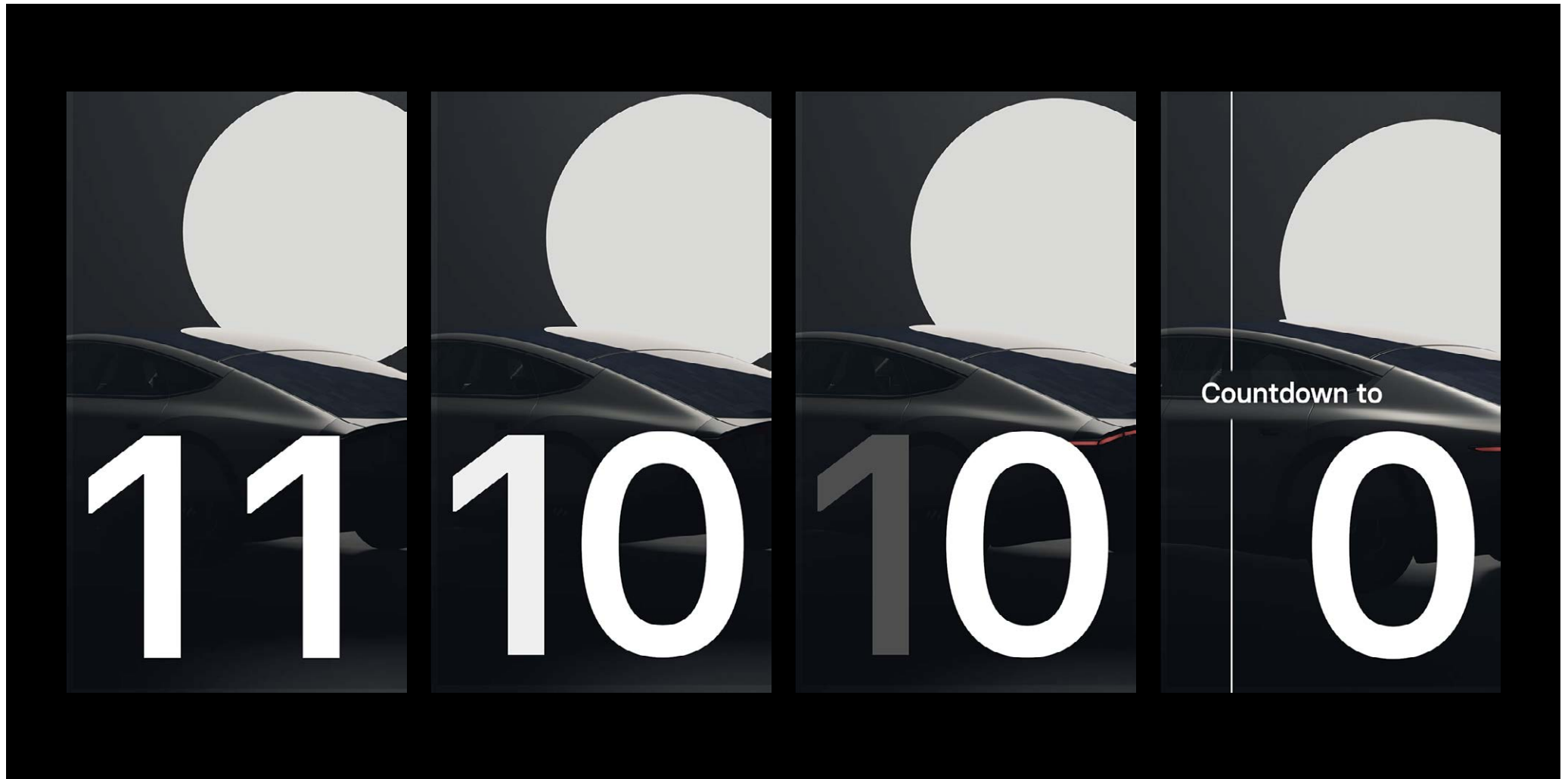


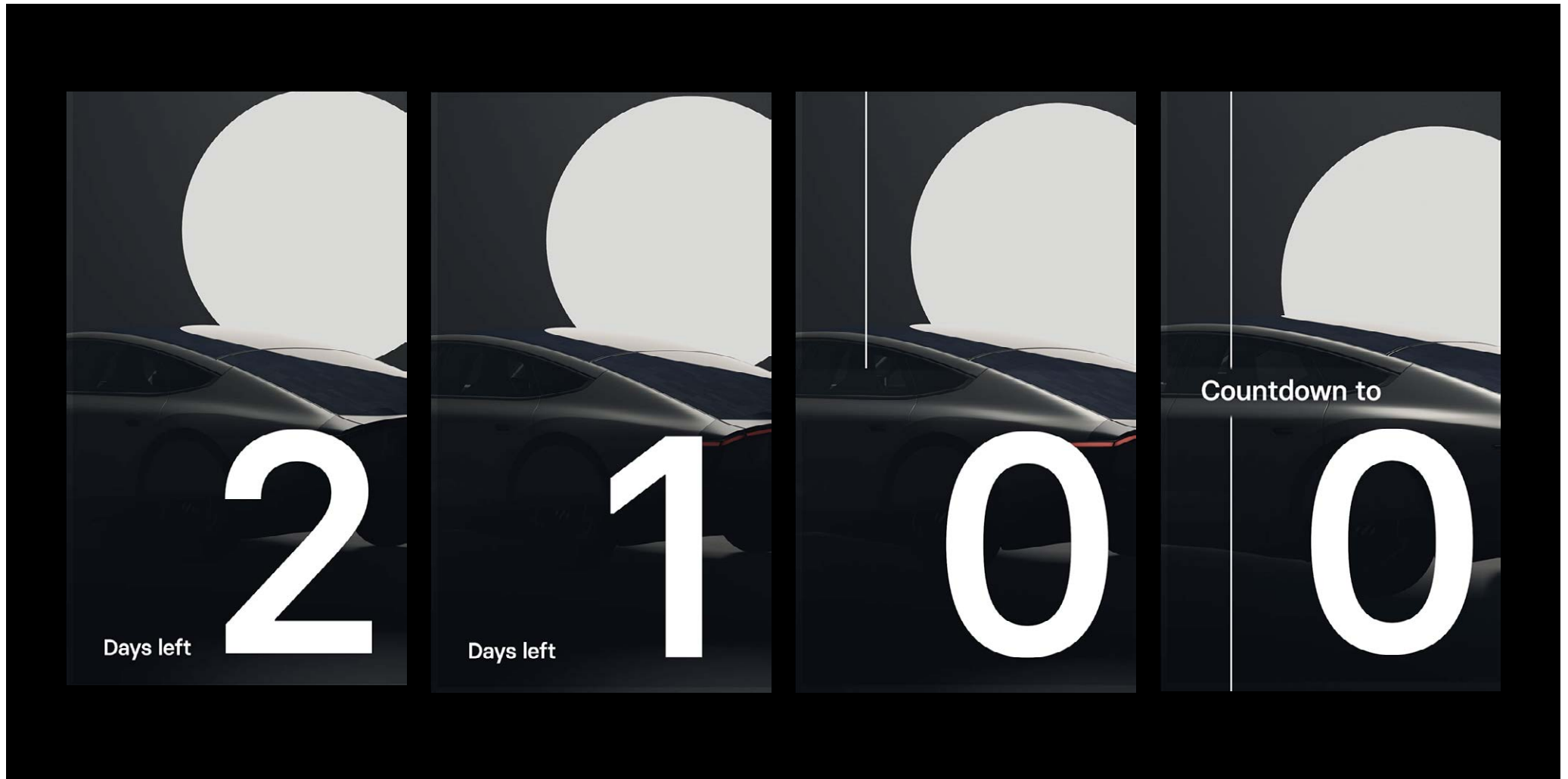


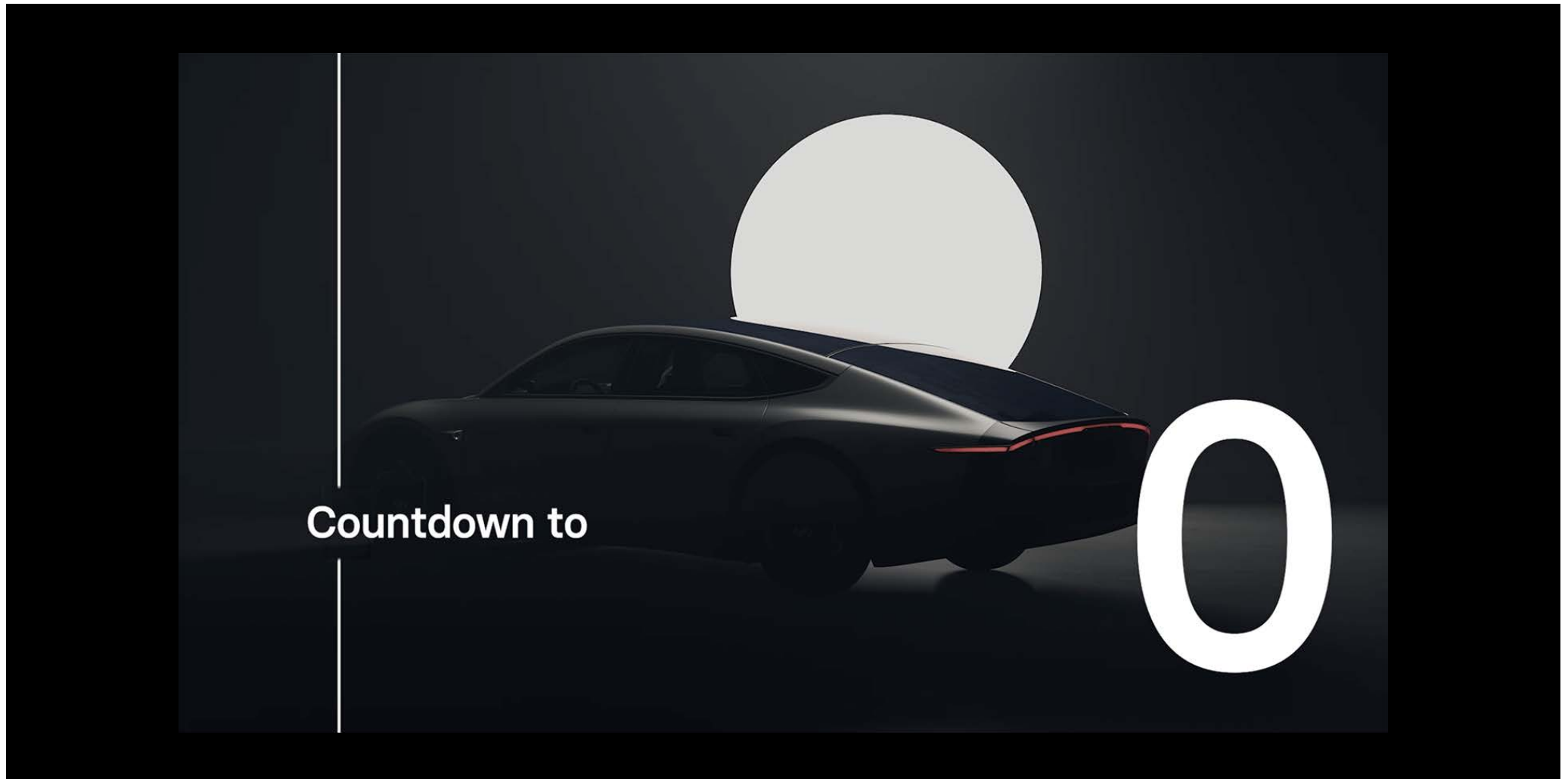
Countdown Campaign Lightyear 0



I was in charge of designing the Countdown Campaign for the launch of Lightyear 0 in June 2022. To bring the campaign to life, I created both stills and animations showcased over various social platforms and paid media. The goal of the campaign was to give a sneak peek of the car's design and to generate interest and intrigue among potential attendees.







Expo Design

Kadir van Lohuizen

KAF Museum Almere

HOOG

Tentoonstelling
over de stijgende
zeespiegel

**25 januari
t/m 10 mei**

TIJD

Nu te zien
in Kunstlinie
Almere
www.kunstlinie.nl

Diese tentoonstelling kwam tot stand in samenwerking met:

K	A	NOOR het scheepvaart nationaal maritiem museum
F	<small>KUNSTLINIE ALMERE FLEVOLAND</small>	

KADIR VAN LOHUIZEN

In collaboration with the design agency Kummer&Herrman and photographer Kadir van Lohuizen, I curated and designed an exhibition at the KAF museum in Almere. I designed the exhibition space as well as the concept for the overall exhibition with my colleagues and I created a custom typeface, enhancing the presentation of van Lohuizen's powerful imagery. The goal was to create a memorable and immersive experience for visitors, showcasing the photographer's talent in documentary photography and generate the feeling of being towered over by the slanting walls like waves of water crashing down.



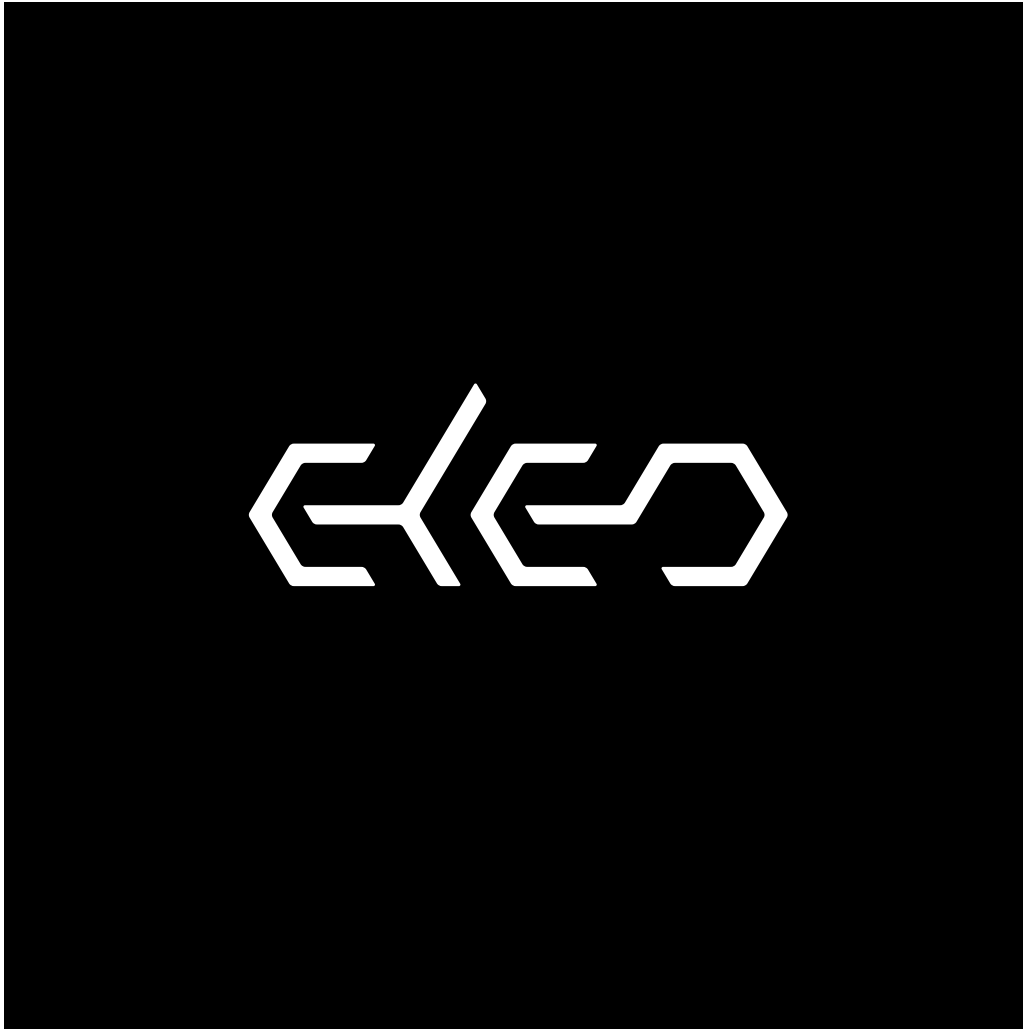






ELEO

Rebranding



I started working for ELEO in the beginning of 2023. ELEO is a scale up company specialised in making modular battery packs for off highway vehicles. Their branding was still underdeveloped and I was hired to shape the brand in a new direction of looking clean, well balanced, sophisticated and trustworthy.

Typeface

Brand

Name

Logo

Pattern

Don'ts

Typeface

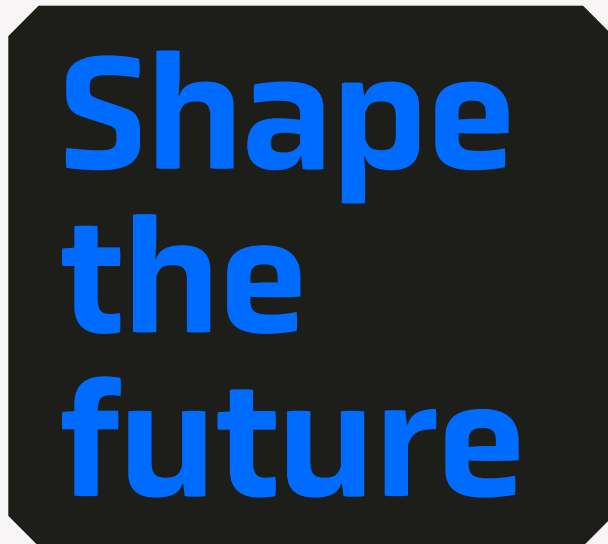
Colors

Icons

Identity

Photography

38



Obvia Regular

AaBbCc

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#%&

Obvia Medium

AaBbCc

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

1234567890!@#%&

Our Identity font is Obvia Designed by Marconi Lima. From Typefolio. And can be downloaded from Adobe Fonts through the button on the screen. We use Obvia Regular and Obvia Medium. The typeface is both technical and modern.

tech

Download
Obvia

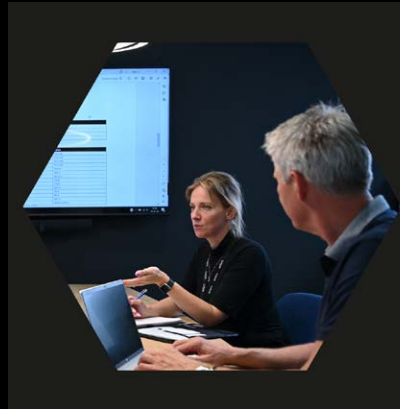


**ELEO at the
IVT Expo Cologne**
28 – 29 June
Booth 4030



Marie-José
Finance

People of ELEO



What brings you the most energy?

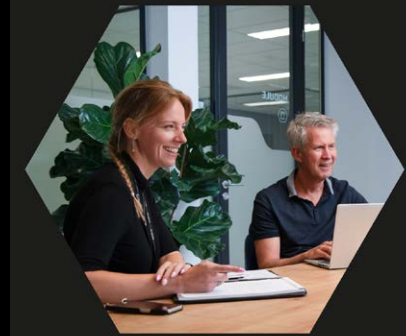
“Discussing new projects with my team and seeing what we can do.”

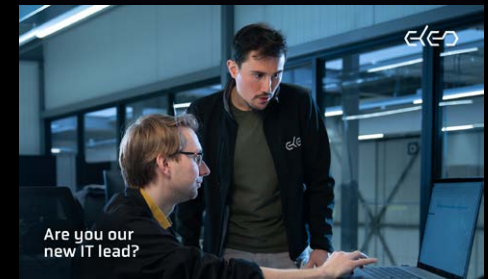


What was your proudest moment at ELEO?

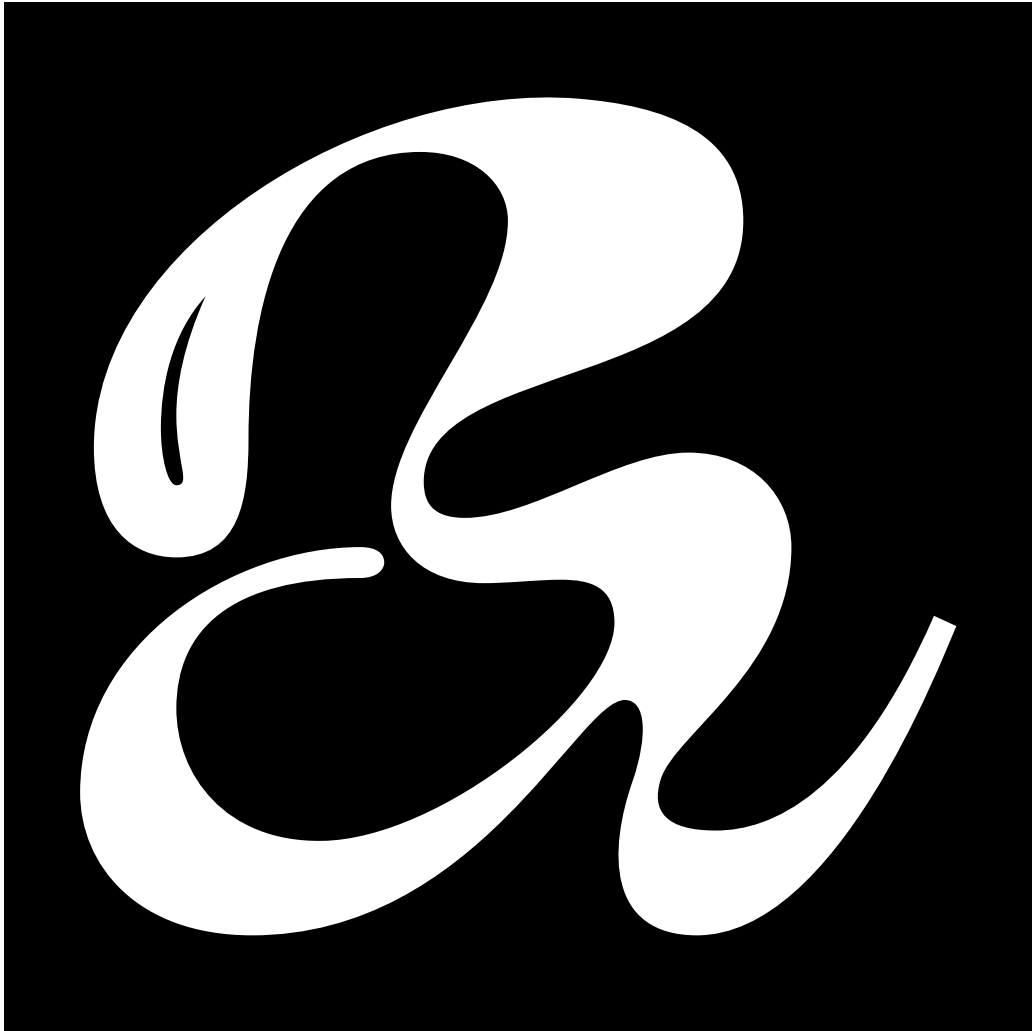


“My proudest moment at ELEO was when the king attended the opening of ELEO”





Informal Contrast



The exploration of texture variation is the focus of this typeface, which features both regular and informal shapes that simulate the rippled effect of a disturbed water surface. The design aims to showcase how texture can be manipulated in a font to create dynamic and fluid visual effects.

Mardarin Khaki

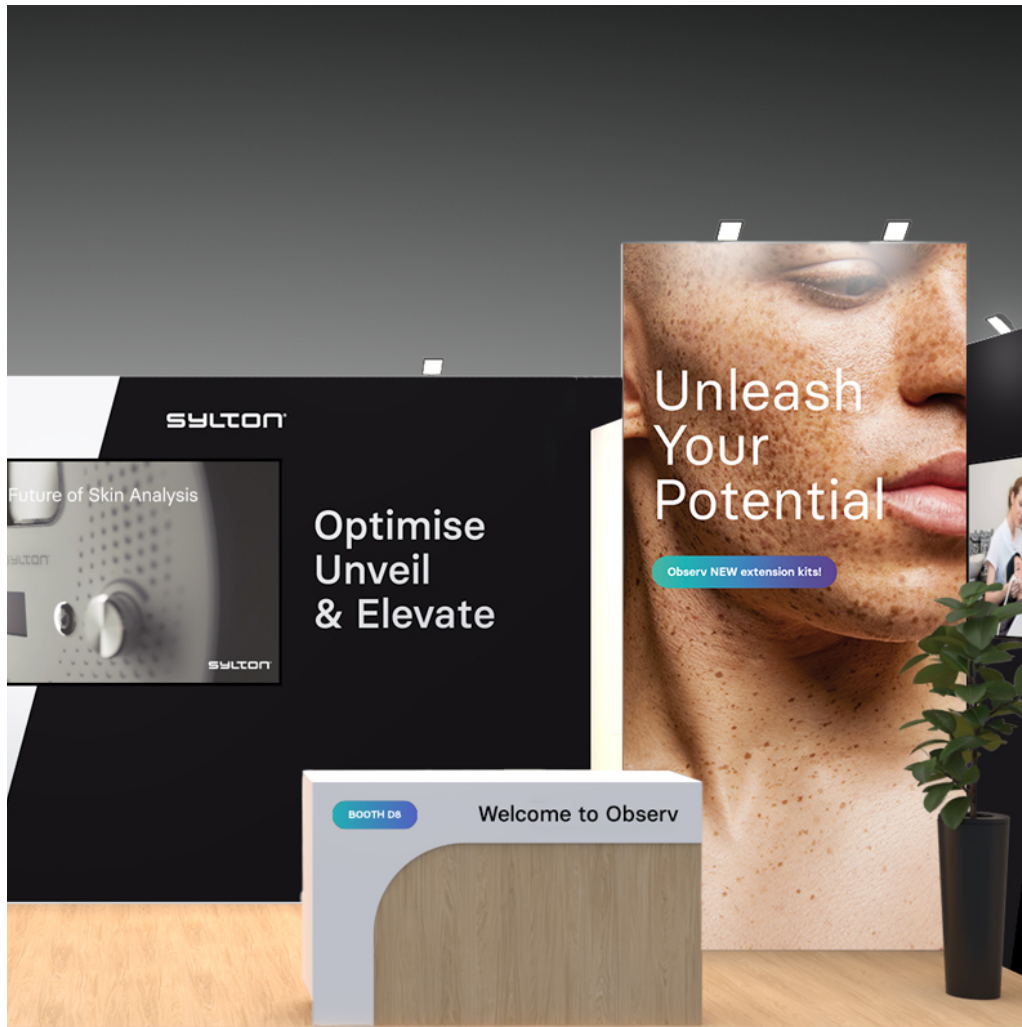
Lama Dalmatian

Xias Yunnan No

Cyloed Zebra Haki

ar

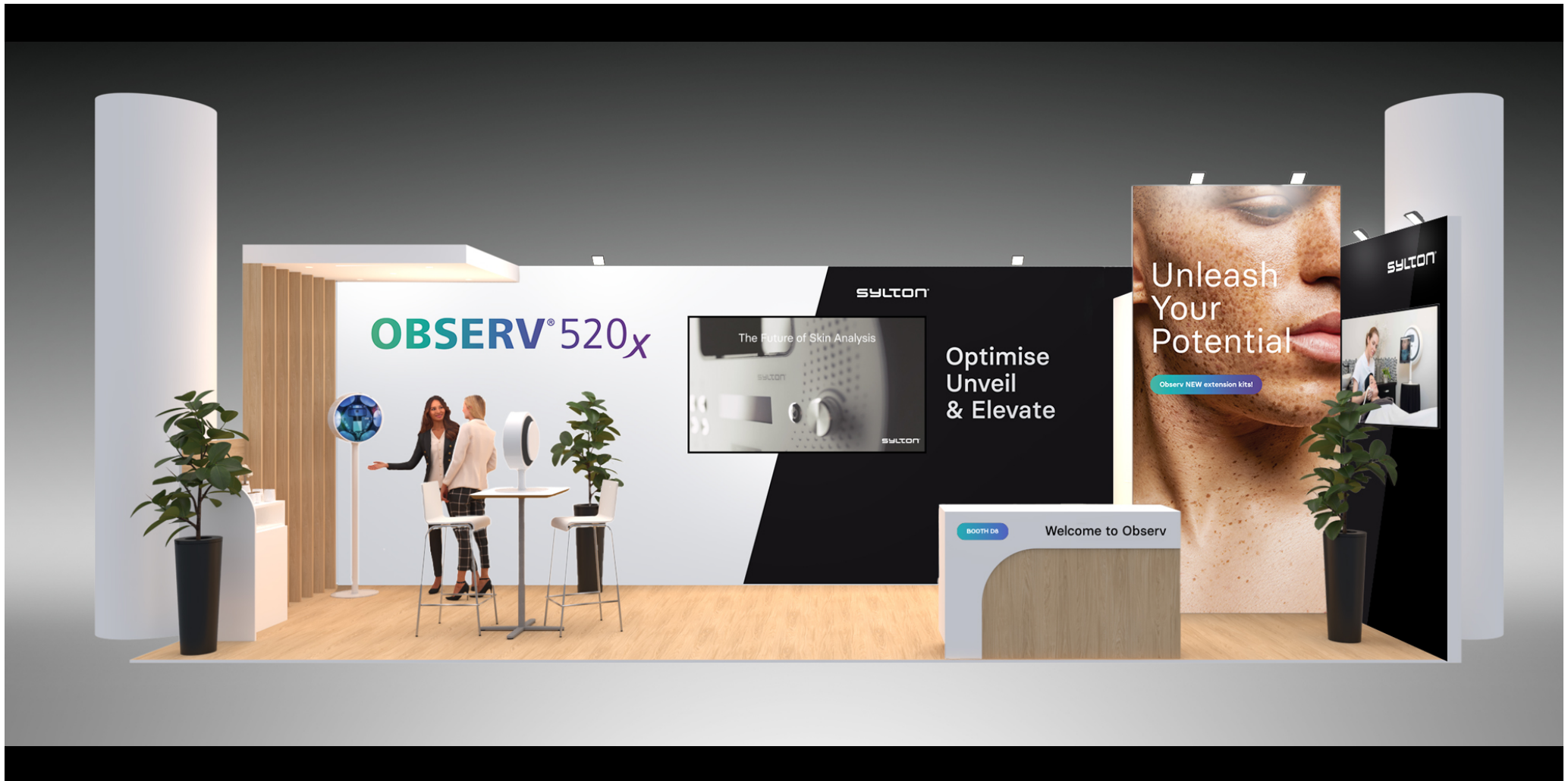
AMWC Monaco Tradeshaw Sylton Inc.



I was responsible for the creative direction, visual design, and on-site execution of Sylton's presence at AMWC Monaco 2025, one of the world's leading aesthetic medicine conferences. Our goal was to position the Observ520x as a must-have solution for advanced skin analysis within high-end clinics.

This included the design of a visually striking booth, featuring a custom facial scan backdrop, motion graphics, printed materials, and branded video content. I also managed live demo coordination and led content creation on-site, capturing photography and video for use across social platforms, press, and future campaigns.

The project successfully brought brand consistency and premium visual storytelling to an international stage, strengthening Sylton's presence in the global aesthetic market.



Quarterly Reports

Lightyear



I was responsible for the design of Lightyear's quarterly shareholder reports. My role included creating a visual representation of the company's financial performance and progress, aimed at making the information accessible and understandable for shareholders. My focus was on ensuring that the reports aligned with Lightyear's visual identity, and effectively conveyed the financial status and progress of the company to stakeholders.

Lightyear 0

Q3 has seen us press toward production without pause, hitting some major milestones along the way. Not just for Lightyear 0, but the automotive industry.

Here's what we did this quarter:

- Achieved an official aerodynamic drag coefficient of 0.175. This is an outstanding number, it breaks records and makes automotive history. There is no known production vehicle with a Cd value below 0.2, other than Lightyear 0.
- Progressed the setup of our production line with Valmet Automotive, successfully completing the first pre-production build in Finland.
- Started up a logistical supply chain network that runs from all over the world to the Netherlands and on to Finland to support vehicle builds.
- Continued Design Verification Plan (DVP) testing with our Production Intent Vehicles (PIVs). This included:
 - Great results in safety testing. We completed the majority of homologation interior safety tests, plus full vehicle tests that remove risk and bolster confidence in structure and safety systems.
 - The finalization of vehicle behavior characteristics. This ensures a safe, comfortable, and efficient driving experience from steering to ride and handling.
 - Completion of final system durability tests.



Shareholder Report Q3 2022

11

Lightyear family

At Lightyear, we know our success depends on our people — the bright, driven minds that make our company what it is. We've continued to build upon an impressive milestone of 500 employees in Q2 by passing the 600 mark in Q3.



While growing, we maintained the male/female ratio at 80/20, adding one more nationality to our diversity list to bring the number of nationalities working at Lightyear to 44. The average age across the organization also increased slightly to 33.3 years

creating a better workload for employees, who experience this as high. In addition, we continue to update and mature our processes. This way, we can create more stability in our next phase of growth.

Turnover has steadily decreased quarter on quarter, from 2.4% to 1.1%. In Q3 we welcomed more interns as well, with 53 currently completing their internship at Lightyear. Making up almost 10% of the workforce as it stands today, they contribute significantly to the company in terms of cutting-edge knowledge, diversity, and ideas.

The Q3 Employee Net Promoter Score (eNPS) has slightly decreased, going from 81 to 75. Although this is still a positive number, it emphasizes the need to make headway with our challenges. We continue to prioritize

33.3

Average age

1.1%

Turnover rate

610

Headcount

44

Nationalities

75

eNPS

80/20%

Male — Female

Shareholder Report Q3 2022

17

Summary of consolidated statement of financial position as at 30 September 2022

(amounts in EUR 1,000)

	Unaudited 2022-09-30	Audited FY 2021
Assets		
Non-current assets	5,470	3,491
Cash	5,320	47,286
Other current assets	36,935	16,392
Total assets	47,725	67,169
Shareholders' equity	(147,818)	(40,405)
Liabilities		
Non-current liabilities	184,638	90,762
Current liabilities	10,905	16,812
Total liabilities	195,543	107,574
Total of shareholders' equity and liabilities	47,725	67,169

A significant portion of the balance sheet is convertible loans and shareholders' equity. Other current assets include €17.5m which is part of convertible loans that were signed in Q3. This cash was received in October 2022.

Shareholder Report Q3 2022



Consolidated balance sheet as at 30 September 2022

(amounts in EUR 1,000)

	Unaudited 2022-09-30	Audited FY 2021		Unaudited 2022-09-30	Audited FY 2021
Assets			Equity		
Property, plant and equipment	2,825	1,452	Issued capital	0	0
Right-of-use assets	1,936	1,367	Treasury shares	0	0
Intangible assets	462	257	Share premium	71,767	69,986
Non-current financial assets	307	415	Share based payment reserve	(1,150)	(665)
Non-current assets	5,470	3,491	Retained earnings	(218,435)	(108,926)
Inventory	2,492	0	Total Equity	(147,818)	(40,405)
Prepayments	29,436	8,218	Liabilities		
Other current financial assets	5,007	8,174	Loans and borrowings	180,077	87,957
Cash and cash equivalents	5,320	47,286	Derivative liability	2,589	1,086
Current assets	42,255	63,678	Lease liabilities	1,197	944
Total assets	47,725	67,169	Government grants	775	775
			Non-current liabilities	184,638	90,762
			Loans and borrowings	3,053	3,022
			Other current financial liabilities	2,846	5,312
			Lease liabilities	759	491
			Government grants	498	809
			Trade and other payables	3,749	2,178
			Current liabilities	10,905	16,812
			Total liabilities	195,543	107,574
			Total equity and liabilities	47,725	67,169

Shareholder Report Q3 2022

Nederlands Fotomuseum Steenbergen Stipendium



I was assigned several design projects for the Nederlands Fotomuseum, including the Steenbergen Stipendium 2019 identity, which was my largest project. I was given complete creative freedom to design the identity and it was used in various forms across multiple social platforms.



nederlands fotomuseum

Steenbergen Stipendium 2019

Enrico Garzaro
Mafalda Rakoš Viktor Naumovski
Sophie Wurnig
Jesper Boot

Steenbergen Stipendium 2019

16 nov. 2019 – 9 feb. 2020
Dé prijs voor fotografietalent

Het Nederlands Fotomuseum presenteert de tweëntwintigste editie van het Steenbergen Stipendium: de prijs voor het beste fotografische afstudeerwerk gemaakt door een student aan een van de Nederlandse kunstacademies.

Het werk van de vijf genomineerden voor het Steenbergen Stipendium 2019 is van 16 november 2019 tot en met 9 februari 2020 te zien in het Nederlands Fotomuseum. De jaarlijkse tentoonstelling van het Steenbergen Stipendium is een breed gewaardeerde graadmeter voor de ontwikkeling van de fotografie in ons land. Ze biedt inzicht in hoe een nieuwe generatie beeldmakers het medium fotografie toepast.

De genomineerden zijn:

Viktor Naumovski Standing in the Sun (KABK, The Hague)	Mafalda Rakoš A Story to Tell: Or: Regarding Male Eating Disorders (Rietveld, Amsterdam)
Jesper Boot Power (HKU, Utrecht)	Sophie Wurnig Am Land ist die Welt noch in Ordnung (Rietveld, Amsterdam)
Enrico Garzaro Life Long Camera (Rietveld, Amsterdam)	

Uitreiking
15 januari 2020, 15.30 uur
Nederlands Fotomuseum

RSVP nederlandsfotomuseum.nl/steenbergen

Ceremony
15 January 2020, 3.30 p.m.
Nederlands Fotomuseum

RSVP nederlandsfotomuseum.nl/steenbergen

Project partner
Nederlands Fotomuseum

Corporate partners
BankGiroLeerij

nederlands fotomuseum

Wilhelminakade 332, NL 3072 AR Rotterdam
di, t/m zo, 11–17 uur
www.nederlandsfotomuseum.nl

nlfotomuseum 46min.

Welcome to the ceremony of

nederlands fotomuseum

Steenbergen Stipendium 2019

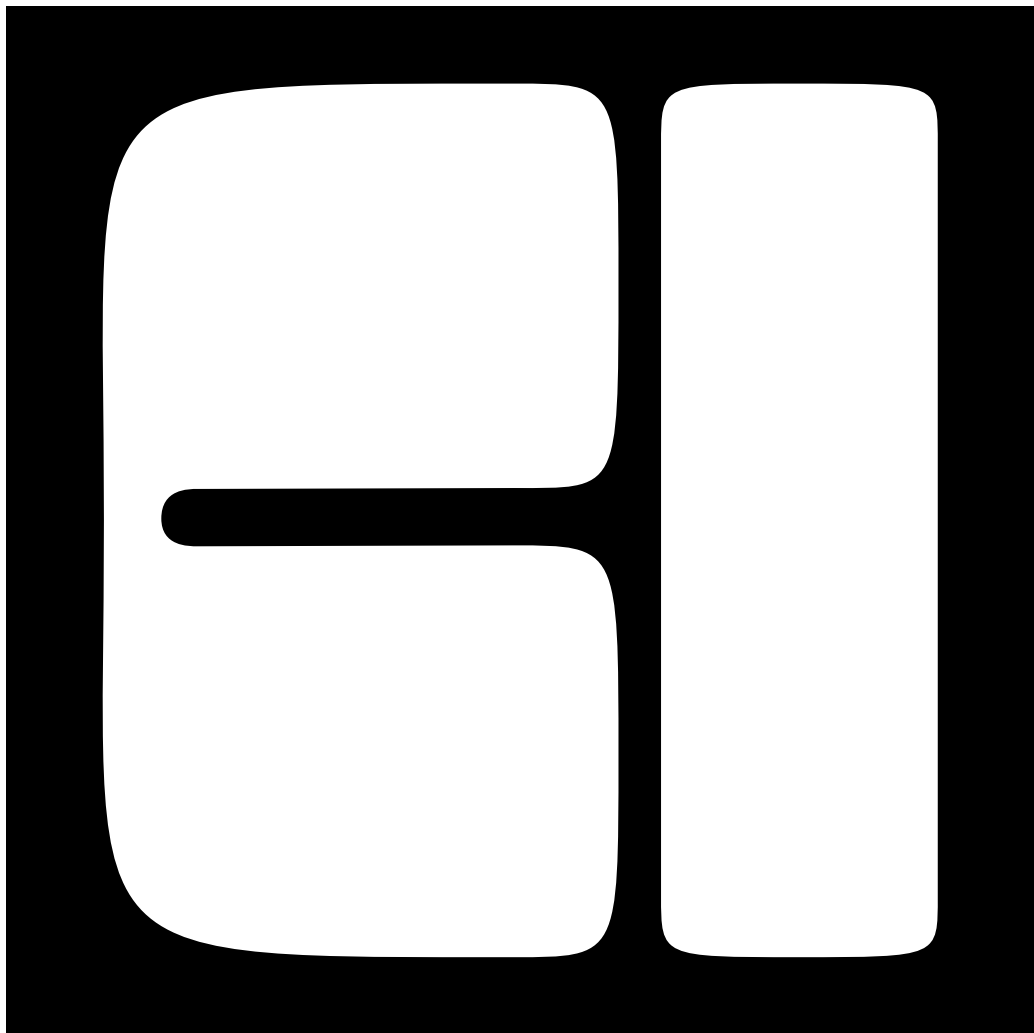
Dé prijs voor fotografietalent

Steenbergen stipendium 2019 ceremony

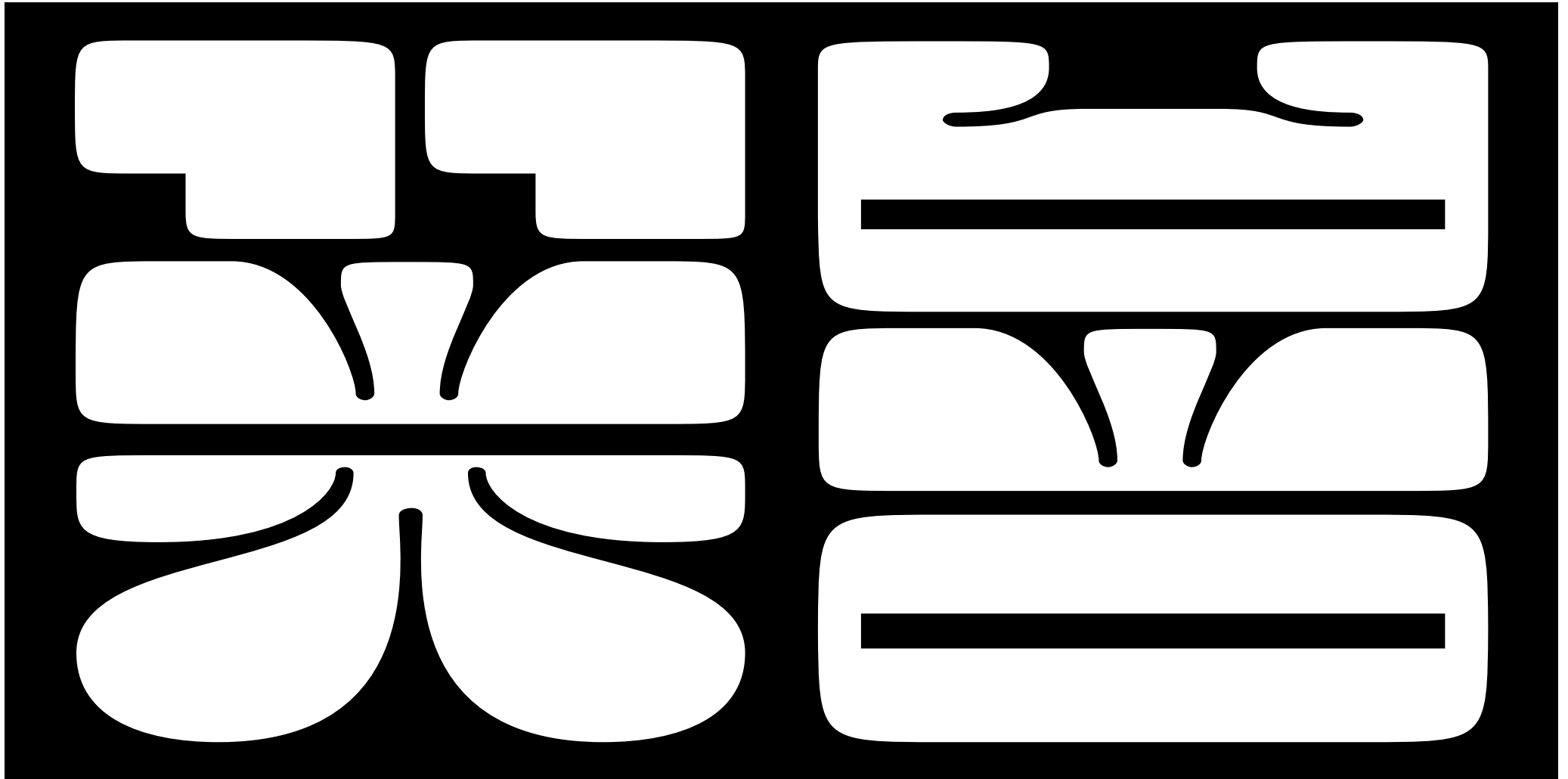
Bericht sturen



Korean (hangeul) Type Design



A snippet of my first hangeul design, currently still only consisting of 39 glyphs, hopefully more to follow in the future!





Common Ground 2



As part of my collaboration with the design agency Kummer&Herrman, I was responsible for designing the second exhibition catalogue for the AkzoNobel Art Foundation space.

Common Ground



Nederlands

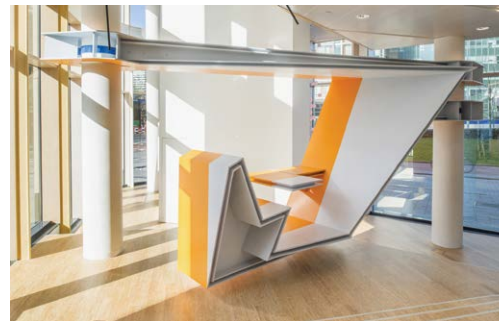
AkzoNobel Art Foundation

Frank Havermans

In de studio voor Architectural Art, Design and Urban Space van Frank Havermans (1967, Nederland) worden strategische interventies voor specifieke locaties gemaakt waarmee het menselijk lichaam vanuit zijn eigen veilige omgeving interactief contact kan maken met de buitenwereld. In een wereld die uitsluitend draait om efficiëntie, snelheid en standaardisatie creëert Havermans innovatieve oplossingen die inspelen op zowel individuele als collectieve behoeften. In *KAPKAR/ WS1P- AN* (2018), gemaakt voor de Art Space in opdracht van AkzoNobel, wordt dit gemeenschappelijk domein opnieuw gedefinieerd, waardoor het ook een nieuwe betekenis krijgt. De installatie van Havermans is gemaakt van onze producten en vormt daarmee een unieke combinatie van de 'common ground' met een persoonlijke invloedsfeer. Tussen twee pilaren hangt een eenpersoons werkplek: een plek om je terug te trekken en veilig te voelen, maar veel voor iedereen zichtbaar en toegankelijk. *KAPKAR/ WS1P- AN* is met recht een zwevende werkplek te noemen.

Havermans is afgestuderd aan de Academie voor Beeldende Kunsten Sint-Jozef in Brno. Hij krijgt opdrachten uit binnen- en buitenland. Zijn werk is tentoongesteld in veel musea en kunstgaleries, waaronder het Stedelijk Museum, Dier Bosch, het Van Abbemuseum, Eindhoven, het NAI, Rotterdam, SCHUBCK, heerde, het werk ook te zien op de 1st Architectuur Biënnale in Venetië en de 7th Architectuur Biënnale in Sao Paulo.

KAPKAR/ WS1P- AN | 2018
multiplex en AkzoNobel lakken



Common Ground 2: Connect in Color

AkzoNobel Art Space

Gijs Frieling

Gijs Frieling (1986, Nederland) staat bekend om zijn levendige, decoratieve en overrompende muurschilderingen. Zijn werk uit 2018, *Common Background* (speciaal gemaakt voor 'Common Ground'), toont een sublieme en ongerepte schoonheid. Vanuit de beschutting van een koel, groen bos met uitkijkend Gods schepelen als gezelschap, dwaalt de blik van de kijker over een wijds wateroppervlak om uiteindelijk bij de besneeuwde bergtoppen in de verte tot rust te komen. Ruze omrande wolken drijven loom boven de bergtoppen, als wollige mutjes die vroeg of laat zullen dalen om die rotzige hoofden te bedekken. "Toordat wij leren lezen en schrijven en ons kunnen bevastpen met woorden om onze weg in de werkelijkheid te vinden, beschouwen wij de natuur niet als een kracht die wezenlijk van onszelf verschilt", zegt Frieling.

Frieling is afgestudeerd aan de Gerrit Rietveld Academie en was artist in residence aan de Rijksakademie van beeldende kunsten, beide in Amsterdam. Hij maakt tijdelijke en permanente muurschilderingen in musea, op openbare locaties en particuliere woningen. Daarnaast creëert hij autonome kunstwerken die te zien zijn in veel overbree en particuliere collecties, waaronder het Stedelijk Museum Amsterdam.

Common Background | 2018
pigmenten, caseïne | 400 x 700 cm



Common Ground 2: Connect in Color

AkzoNobel Art Space

Nederlands Letterenfonds

Nederlands
letterenfonds
dutch foundation
for literature

(NLF)

I was tasked with designing the identity for the Literaire Vertaaldagen 2019, an event organized by the Nederlands Letteren Fonds. To emphasize the significance of words and intonations, I drew inspiration from musical accents found on music sheets and incorporated these into the design. The aim was to visually express the theme of language and translation through the use of musical elements.

**Li-te-
rair -e
ver-taal
da-
gen
2019**

Symposiumdag
Vrijdag 13
december 2019
'Vertalen en muziek
- het dienen van
twee muzen'

Workshops
Zaterdag 14 december 2019
_ Proza vertalen uit het Duits,
Engels, Frans en Spaans in
het Nederlands
_ Poëzie vertalen uit het
Engels in het Nederlands
_ Young Adult vertalen uit het
Engels in het Nederlands
_ Proza vertalen uit het
Nederlands in het Duits,
Engels en Frans
_ Hoe verkoop ik mijn werk
(en een beetje mijzelf)?
_ Verschuivende opvattingen
over beladen termen
_ Vertalen zonder regels?
Over het vertalen van beeld

**Het-
die-nen
van
twee
mu-zen**

De eenentwintigste Literaire
Vertaaldagen zijn georganiseerd door
Peter Bergsma, Marije de Bie, Pauline
de Bok, Sander Grasman, Nicolette
Hoekmeijer, Isabel Hessel, Fleur van
Koppen, Lara Rogiers, Nathalie
Tabury, Manon Smits, Tjadine
Stheeman en Machteld de Vries.

De Literaire Vertaaldagen worden
financieel mogelijk gemaakt door het
Lira Fonds, het Nederlands Letterenfonds,
Literatuur Vlaanderen, het Expertisecentrum
Literair Vertalen en de Auteursbond.

De praktische organisatie is in handen
van het Vertalershuis Amsterdam.

Redactie: Marije de Bie, Laurie Hasselt,
Hanneke Martin en Machteld de Vries
Druiver: Kummer & Hermann, Utrecht
Druk: Platform P

lira LITERAATUUR
VLAANDEREN

U
A
B
O
N
D

Vertalershuis
Amsterdam
Translator's House

Nederlands
letterenfonds
dutch foundation
for literature

Mit dank aan Alphabet Street, gilde voor
Zwarte (beeld)Taalkundigen & Wordsmiths

DOX Theater

Wat me niet breekt



As part of my collaboration with design agency Kummer&Herrman, I was responsible for designing the banners, posters, and flyers for the DOX theater show "Wat me niet breekt."

DOX

WAT ME NIET BREEKT MAAKT MIJ NIET NOODZAKELIJK STERKER

DOX

WAT ME NIET BREEKT MAAKT MIJ NIET NOODZAKELIJK STERKER

DOX

WAT ME NIET BREEKT MAAKT MIJ NIET NOODZAKELIJK STERKER

Hoe is het om op te groeien als je ouders er niet voor je zijn. Hoe doe je dat? Wie helpt je? Wat voel je? Wat maak je mee? Dat verhaal wordt nauwelijks verteld.

Autodidact en upcoming choreograaf Dalton Jansen groeide op zonder ouders in de buurt en neemt zijn ervaringen mee bij het maken van de choreografie. Regisseur Timothy de Gilde en tektschrijver Joachim Robbrecht (makers Bromance) hebben met hun theatervoorstellingen al meerdere prijzen gewonnen. Met deze voorstelling doorbreekt het trio de stilte.

Regie Timothy de Gilde
Tekst Joachim Robbrecht i.s.m. Artun Arasli Alaska
Choreografie Dalton Jansen
Decor Janne Sterke
Muziek Bart Rijnink
Kostuums Robbika Wörmann
Lichtontwerp Tim van 't Hof
Performers Olaf Ait Tami, Nastaran Razawi Khorasani, Nimus Walraven, Nadine Wijshoff, Shelley Bos, Bram Walter

"De Gilde laat zijn personages oprecht met gewichtige kwesties worstelen en verliest daarbij nooit hun kwetsbaarheid of geloofwaardigheid uit het oog."
— NRC Handelsblad over Timothy de Gilde

AGENDA

wo 09.10.19 Stadsschouwburg Utrecht try-out
do 10.10.19 Stadsschouwburg Utrecht première
ma 14.10.19 t/m do 17.10.19 De Krakeling, Amsterdam
do 31.10.19 Theater De Lieve Vrouw, Amersfoort
ma 04.11.19 Parktheater Eindhoven
di 05.11.19 De Goudse Schouwburg
do 07.11.19 TAQA Theater De Vest, Alkmaar

di 12.11.19 Theater Aan Het Spui, Den Haag
do 14.11.19 Chassé Theater, Breda
di 19.11.19 De Nwe Vorst, Tilburg
do 21.11.19 Schouwburg Het Park, Hoorn
do 28.11.19 Toneelschuur, Haarlem
ma 09.12.19 Bijlmer Parktheater, Amsterdam
di 10.12.19 t/m do 12.12.19 De Krakeling, Amsterdam

di 17.12.19 Rotterdamse Schouwburg
wo 18.12.19 t/m vr 20.12.19 Theater Kikker, Utrecht

Deze speeldata zijn onder voorbehoud. Bekijk de actuele speeldata op www.wijzijncox.nl

VAN DE MAKERS VAN BROMANCE
WO 9 & DO 10 OKT
STADSSCHOUWBURG-UTRECHT.NL

VAN DE MAKERS VAN BROMANCE
MA 14 – DO 17 OKT
KRAKELING.NL

FONDS 21
FENTENER
VIERDE
KANT
CONCEPT
ARTS
LIFE
LINA FONDS
FONDS 21
FENTENER
VIERDE
KANT
CONCEPT
ARTS
LIFE
LINA FONDS

Nederlands Fotomuseum Flyers, cards



Attack Katrien De Blauwer

16 nov. 2019 – 9 feb. 2020

Het Nederlands Fotomuseum presenteert *Attack*, de eerste tentoonstelling van de Belgische kunstenaar Katrien De Blauwer in Nederland. De Blauwer werkt al twintig jaar aan een groot en krachtig oeuvre van fotomontages, waarmee ze pas enkele jaren geleden mee naar buiten trad. *Attack* is een verwijzing naar de werkwijze van de kunstenaar. Intuïtief doorknipt zij afbeeldingen uit oude internationale magazines die zij vervolgens op gevoel combineert. Nieuwe beelden ontstaan. Bijna altijd staan op de knipsels (delen van) vrouwen afgebeeld. Hiermee reageert De Blauwer in haar werk op het beeld van de westerse vrouw zoals dat is gepubliceerd in tijdschriften uit de periode 1920–1969. Met deze tentoonstelling toont het Nederlands Fotomuseum een van de voornaamste kunstenaars op het gebied van fotomontage op dit moment.

Attack toont een selectie uit haar oeuvre en is in het Nederlands Fotomuseum te zien van 16 november 2019 tot en met 9 februari 2020.

Attack komt tot stand in samenwerking met Galerie Les Filles du Calvaire in Parijs en Fotogallery in Cardiff. Katrien De Blauwer is represented by Galerie Les Filles du Calvaire and Gallery Fifty One.

16 Nov. 2019 – 9 Feb. 2020

The Nederlands Fotomuseum presents *Attack*, the first exhibition by Belgian artist Katrien De Blauwer presented in the Netherlands. De Blauwer has been working on a large and powerful oeuvre of photomontages over the course of the last twenty years; however, she only started to exhibit them a few years ago. *Attack* is a reference to how the artist creates her images. She cuts images from old international magazines on impulse, which she then combines intuitively. This results in new images. Her clippings most often show images of (parts of) women. In this way, De Blauwer is using her work to respond to the image of the western woman as it is visualised and published in old magazines. With this exhibition, the museum is showcasing one of today's most distinguished photomontage artists.

Attack shows a collection of her works and will be exhibited at the Nederlands Fotomuseum from 16 November 2019 until 9 February 2020.

Attack is organised in collaboration with gallery Les Filles du Calvaire in Paris and Fotogallery in Cardiff. Katrien De Blauwer is represented by Galerie Les Filles du Calvaire and Gallery Fifty One.

Printed Screen 63 - 2018
© Katrien De Blauwer
courtesy galerie Les Filles du Calvaire

Corporate partners

Streekliefde Rotterdam

Gesamen Rotterdam

BankGiroLoterij

Streekliefde Rotterdam

Corporate partner

collectie

het nationale
redesign

nederlands
fotomuseum

visual
stories
that
matter

Wilhelminakade 332
NL 3072 AR Rotterdam
di. t/m zo. 11 – 17 uur
www.nederlandsfotomuseum.nl

nederlands fotomuseum



Sterke verhalen

uit de rijke collectie van
het Nederlands Fotomuseum

16 nov. 2019 – 17 mei 2020

Sterke verhalen Tall Stories

uit de rijke collectie van het
Nederlands Fotomuseum

16 nov. 2019 – 17 mei 2020

Het Nederlands Fotomuseum verzamelt fotografie uit Nederland en bij de verzamelkeuze spelen verhalen een cruciale rol: het museum verzamelt geen losse foto's, maar complete archieven of volledige fotoseries. In de tentoonstelling Sterke verhalen laat het museum een verscheidenheid aan deze visuele verhalen uit de rijke collectie zien. Het is een mix van historische en eigentijdse fotografie, van thema's en onderwerpen, van professionele en amateurfotografen. En uiteraard alle visueel sterk.

De tentoonstelling bestaat uit tien hoofdstukken. Ieder hoofdstuk stelt een actueel, maatschappelijk of juist een alledaags thema aan de orde, zoals rijkdom, migratie, macht en voetbal. Telkens plaatsen twee fotoseries het thema in een ander perspectief, waardoor het kijken voorop wordt geplaatst. Er zijn fotoseries te zien van onder andere Peter Martens en Jacqueline Hassink over (on)macht, Ata Kandó en Ad van Denderen over mensen op de vlucht en Kees Molkenboer en Hans van der Meer over voetbal.

from the rich collection of
the Nederlands Fotomuseum

16 Nov. 2019 – 17 May 2020

The Nederlands Fotomuseum collects Dutch photography, and stories play a crucial role in the selection process: the museum does not collect individual photos, but complete archives or photo series. In the Tall Stories exhibition, the museum is showcasing a variety of these visual stories from its rich collection. It is a mix of historical and contemporary photography; of different types of photography; of themes and subjects; of both professional and amateur photographers. And, of course, all are visually strong.

The exhibition consists of ten chapters. Each chapter exposes a topical, societal, or everyday theme, such as migration, power, wealth and football. Within each chapter, two photo series elucidate the theme from a different perspective, highlighting the significance of how the viewer sees the images. The exhibition shows photo series by, amongst others, Peter Martens and Jacqueline Hassink on power (lessness), photos of refugees taken by Ata Kandó and Ad van Denderen, and football photography by Kees Molkenboer and Hans van der Meer.

nederlands
fotomuseum



visuele
verhalen
die ertoe
doen

Wilhelminakade 332
NL 3072 AR Rotterdam
di: 1/m zo. 11–17 uur
www.nederlandsfotomuseum.nl

Sprinkamer familie,
Zeehuisstraat,
Rotterdam (1985)
© Maria Tobij /
Nederlands
Fotomuseum

Corporate partners



Gansse Rotterdam

BankGiroLoterij



Corporate partner
collectie



totopde
rederboen

Paris Photo

Het Nederlands Fotomuseum wordt gesteund door:

Corporate partners



Bank Giro Loterij



Wertheimer Fonds

Corporate partner collectie



Corporate partner Somfy Photography Award

somfy.



voorzijde: Wij zijn 17, 1955 © Johan van der Keuken / Nederlands Fotomuseum
binnenzijde: Paris Mortel, 1954-1958 © Johan van der Keuken / Nederlands Fotomuseum

nederlands
fotomuseum

visuele
verhalen
die ertoe
doen

Beste Fotomuseum Ambassador,

Wij willen je hartelijk danken voor jouw aanwezigheid bij onze exclusieve lunch op de residentie van de Ambassadeur. Met veel plezier hebben wij je kennis laten maken met het werk van Johan van der Keuken, een visionair op het gebied van fotografie en film. Begin dit jaar kreeg het museum zijn archief in beheer. Een juweel van een collectie die thuis hoort in het Nederlands Fotomuseum.

We hebben je geïnformeerd over de urgentie van het digitaal ontsluiten met nieuwe technieken en het publiek toegankelijk maken van dit bijzondere en rijke archief. Deze lunch zien we als een prachtige start van dit project.

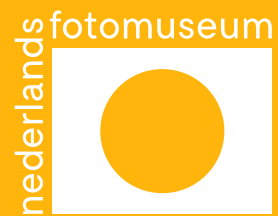
In 2021 presenteert het Nederlands Fotomuseum een grote overzichtstentoonstelling over Johan van der Keuken. Voor de opening van deze tentoonstelling ontvang je te zijner tijd een uitnodiging.

Met vriendelijke groet,

Birgit Donker Lobke Broos

Live jazz in het Nederlands Fotomuseum!

Sterke verhalen Unplugged
curated by Kika Sprangers



tickets/info:
nederlandsfotomuseum.nl
jazzinternationalrotterdam.nl

Zondag 26 januari – 13:00

Kika Sprangers – sax
Martin Fondse – piano
/vibrandoneon
Jörg Brinkmann – cello

Zondag 23 februari – 13:00

Tony Roe – piano
Thomas Pol – bas
Jamie Peet – drums

Sterke verhalen Unplugged
is er ook op:

Zo 29 mrt

Zo 26 apr

Zo 17 mei



Kijk voor het programma op
nederlandsfotomuseum.nl

Desipientia Magazine



Desipientia is an art historical magazine affiliated with the Art History department of Radboud University in Nijmegen and the Reunists Circle Art History and Archaeology. It is published twice a year, with each issue focusing on a specific theme, and features contributions from established researchers in the field of art history as well as opportunities for young art historians to publish their research. The magazine has a national distribution and can also be found in museums, university libraries, and Dutch institutes abroad in the Netherlands and Belgium.

At the end of 2020, I was approached to redesign the identity and appearance of Desipientia, and I have been serving as their graphic designer ever since.

22

De middeleeuwen voor de massa in de negentiende eeuw



De Bazilevski-collectie

Halverwege de negentiende eeuw waren er in Parijs veel verzamelaars actief die zich specifiek richtten op het verzamelen van religieuze en seculiere objecten uit de middeleeuwen. Een van de meest bekende verzamelaars van middeleeuwse kunst was de Russische diplomaat Aleksandr Bazilevski, die zich halverwege de negentiende eeuw in Parijs had gevestigd. Al snel na zijn aankomst in Parijs werd Bazilevski geïnspireerd door de kunstverzameling van de Russische graaf Pierre Soltykoff (1804-1889) om ook een kunstcollectie aan te leggen.⁷ De verzameling van Soltykoff bestond hoof-

7. Afbeelding 3: Vasily Petrovich Vreschlagin. *De galerie van Aleksandr Bazilevski in Parijs*, 1873. Vercruver op papier, 57 x 78 cm. Hermitage Museum Sint-Petersburg. © Staats Hermitage Museum Sint-Petersburg. © Staats Hermitage Museum Sint-Petersburg.

zakelijk uit religieuze en toegepaste (kunst)objecten uit de middeleeuwen en de renaissance. Het gaat hierbij onder andere om ivoeren triptieken, relikhouders en toegepaste kunstobjecten van email. Voor het aanleggen van een kunstcollectie woonde Bazilevski op precies het juiste moment in Parijs. In de vroege jaren zestig van de negentiende

Valery Cliteur & Lisa Spooren

meeling heeft laten portretteren (afb. 3). Zoals te zien is op deze afbeelding verzamelde Bazilevski voor het grootste deel religieuze objecten. Het *Reliekkistje met scènes uit het kersverhaal en de Vlicht naar Egypte* is bijvoorbeeld erg bijzonder, vanwege het ongebruikelijke iconografische programma (afb. 4). Dit reliekkistje is ook rechts op de voorgrond te zien van het aquarel. Daarnaast beslaat een groot deel van Bazilevski's collectie emailen objecten uit Limoges, een regio in Frankrijk die in de dertiende en veertiende eeuw bekend stond om hun kwalitatief hoogwaardige email productie van religieuze objecten. Het gaat hierbij onder andere om triptieken, relikhouders, kandelaars en processiekruizen. Verder verzamelde Bazilevski toegepaste kunst, zoals ivoeren kistjes, vazen en wapenuitrustingen. Desondanks lag het accent met name op religieuze objecten, omdat Bazilevski met zijn collectie de ontwikkeling van de christelijke cultuur in Europa vanaf de middeleeuwen wilde tonen.⁸

Met zijn collectie was Bazilevski een van de belangrijkste deelnemers op de wereldtentoonstelling van 1865. Hij nam deel met maar liefst 153 objecten. Bovendien stond zijn collectie centraal in het middeleeuwen en renaissance paviljoen. Tijdens de editie van 1867 deed Bazilevski mee met nog meer objecten en was hij tevens actief als organisator en jurylid. Daarnaast bracht hij in 1874 een geïllustreerde catalogus uit van bijna alle kunstobjecten die hij in zijn bezit had. Hierdoor werd de collectie van Bazilevski steeds toegankelijker voor een breder publiek. Vier jaar later was zijn collectie zo groot en bekend geworden dat zijn bijdrage tijdens de wereldtentoonstelling van 1878 een hele zaal kreeg toegewezen.⁹

De organisatoren van de wereldtentoonstellingen probeerden ook een breed publiek te bereiken op een andere manier, namelijk door nieuwe technologische uitvindingen die in deze tijd werden gedaan en nationaal ergerd in de vorm van middeleeuwse kunstobjecten op dezelfde gelegenheid te tonen. Zo werden op de wereldtentoonstelling van 1878 buitengewoon belangrijke uitvindingen getoond zoals de fonograaf van Thomas Edison en de telefoon van Alexander Graham Bell.¹⁰ Op deze manier werd er een balans gemaakt tussen het verleden en de innovatie om zo aan te tonen dat het moderne Frankrijk haar verleden niet was vergeten.¹¹

De eerste musea met middeleeuwse kunst

Onder invloed van het nationalisme in Frankrijk en de toestroom van objecten via de Parijse kunstmarkt, kwamen seculiere en religieuze objecten uit de middeleeuwen steeds dichterbij binnen handbereik van musea. Zodra een kunstverzamelaar besloot om collectiestukken te verkopen, waren musea daar vaak vlug bij. Het Musée du Louvre wist in de jaren twintig van de negentiende eeuw in korte tijd twee omvangrijke kunstcollecties van negentiende-eeuwse kunstverzamelaars op te kopen. Hierdoor werd de middeleeuwen-afdeling van dit museum de centrale opslagplaats van middeleeuwse kunst voor Frankrijk.¹² Hetzelfde gold voor andere musea wereldwijd. Het British Museum in Londen, het Metropolitan Museum in New York en het Musée de Cluny in Parijs hadden allen geïnvesteerd in een afdeling middeleeuwen. De Hermitage in Sint-Petersburg meende niet achter te kunnen blijven, dus tsaar Alexander III (1845-1894) wilde daar verandering in brengen. In 1876 bezocht Alexander III, toen nog kroon-

23

40

De naakte waarheid en het schone ideaal

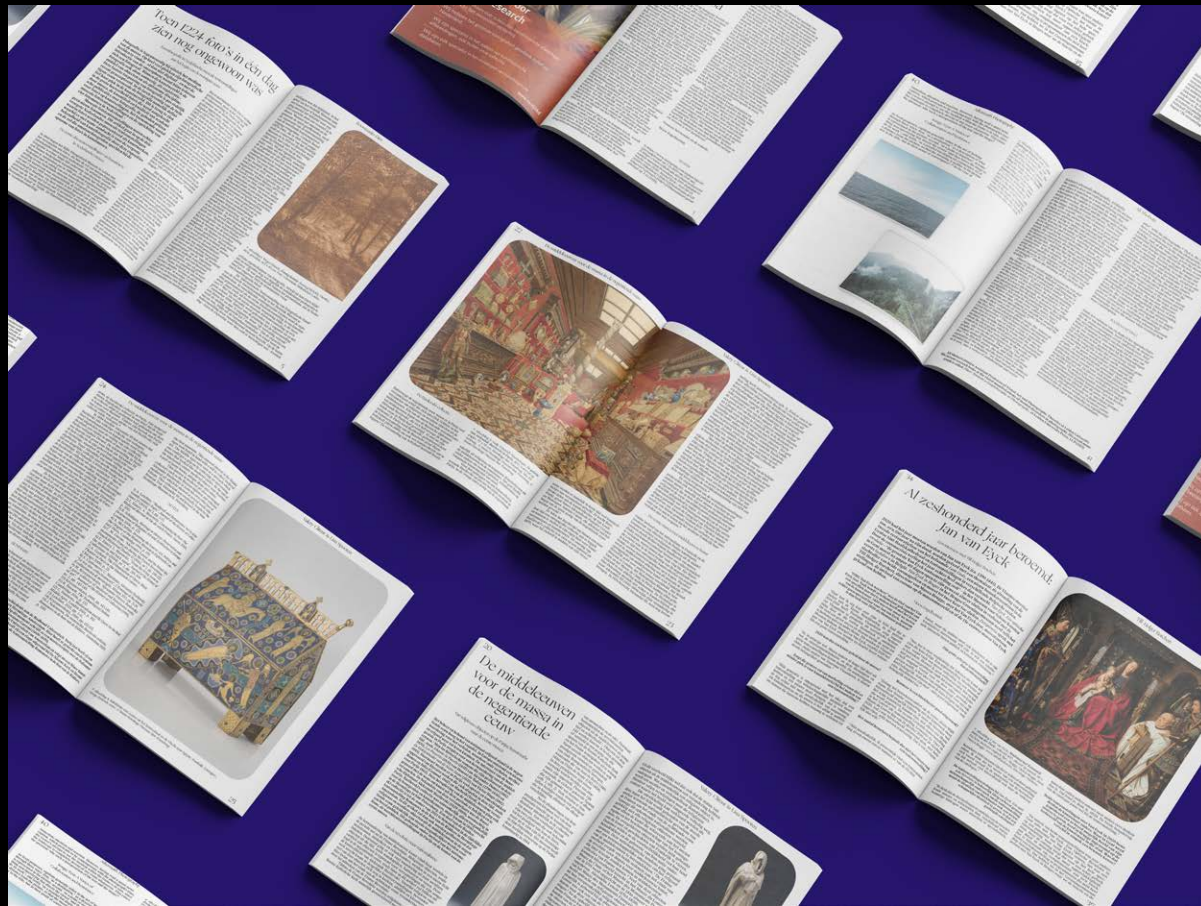


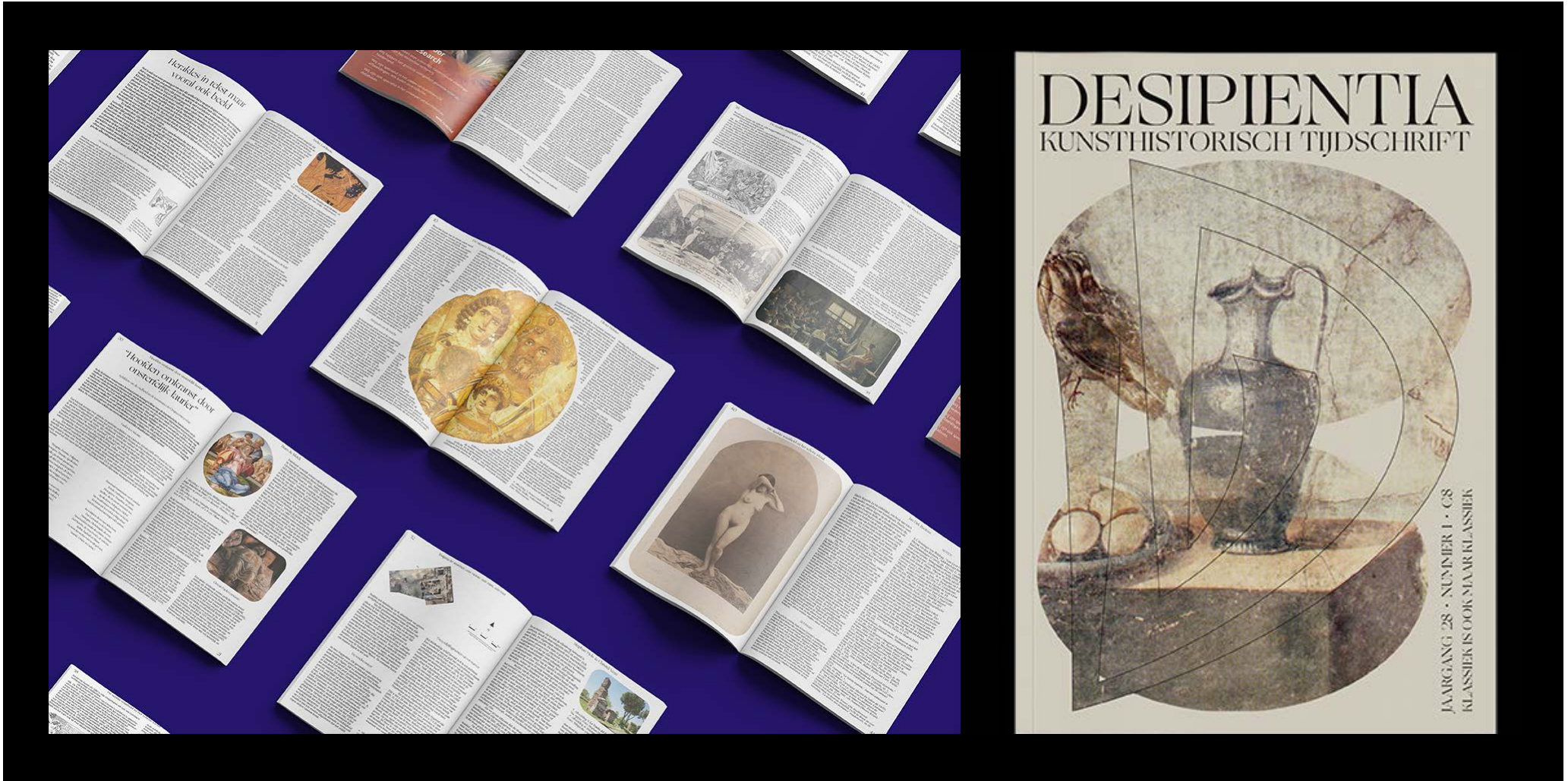
Émile Bayards *Le Nu esthétique* van naakte modellen voor kunstschilders. Samen met François Rude, de eerste werkelijkheid zelf had gevonden afspiegeling te bieden van de scenerie ook op het nut van fotografie te verplichten zich in hun zoektocht te richten: "De Fotografie opmerkelijke vooruitgang is geenszins ertoe gedwongen zich van ontdoen en de oude formules te oogen geopend en ons gedwongen wat we eerder nooit gezien hebben haard dat de Waarheid uiteindelijk kunnen komen; ze zal er nooit zijn."

Die laatste frase is bij zijn ze bijna lijkt voort te komen uit Phryne wordt opgevoerd als de Waarheid die uit een waterput. Die prent driemaal door de spot arcopaag, en het is daarom ver "seniele oudjes", die begierig schildersmodel, een knipgroep professorenkorps dat zijn voor nog steeds verkondigde aan de Gérôme moet tijdens het schijf steeds geworsteld hebben met eerste kandidatuur voor een pvoordat de onderwijsvernieuwingspositie alsnog zou opleveren. in de prent een neus gezet, nigheid en waarheid blijken samen omdat het daaruit voortkomt zoals ze zijn: geen van verheven wijze mannen, maar seniele of dubbel in hun bloote gezet. In mische theorie wordt ideale of schoonheid immers ook nog e morele deugdzaamheid. Volge die nog steeds gold aan de Fed hun lelijkheid dus niet alleen, maar wijst ze ook op hun moer zijn niet alleen seniele oudjes, bokken.

SUMMA

This article revisits Jean-Léon Gérôme's work as a sensation not only because of its risqué subject matter, especially because it could easily be read as an obsession with contemporary history. The painting's central themes of looking and being looked at, however, offer other possible readings. This artwork therefore nuances some of these three little-known satirical cartoons. It discusses the painting both as an historical diguise and a commentary on beauty, realism and idealism.



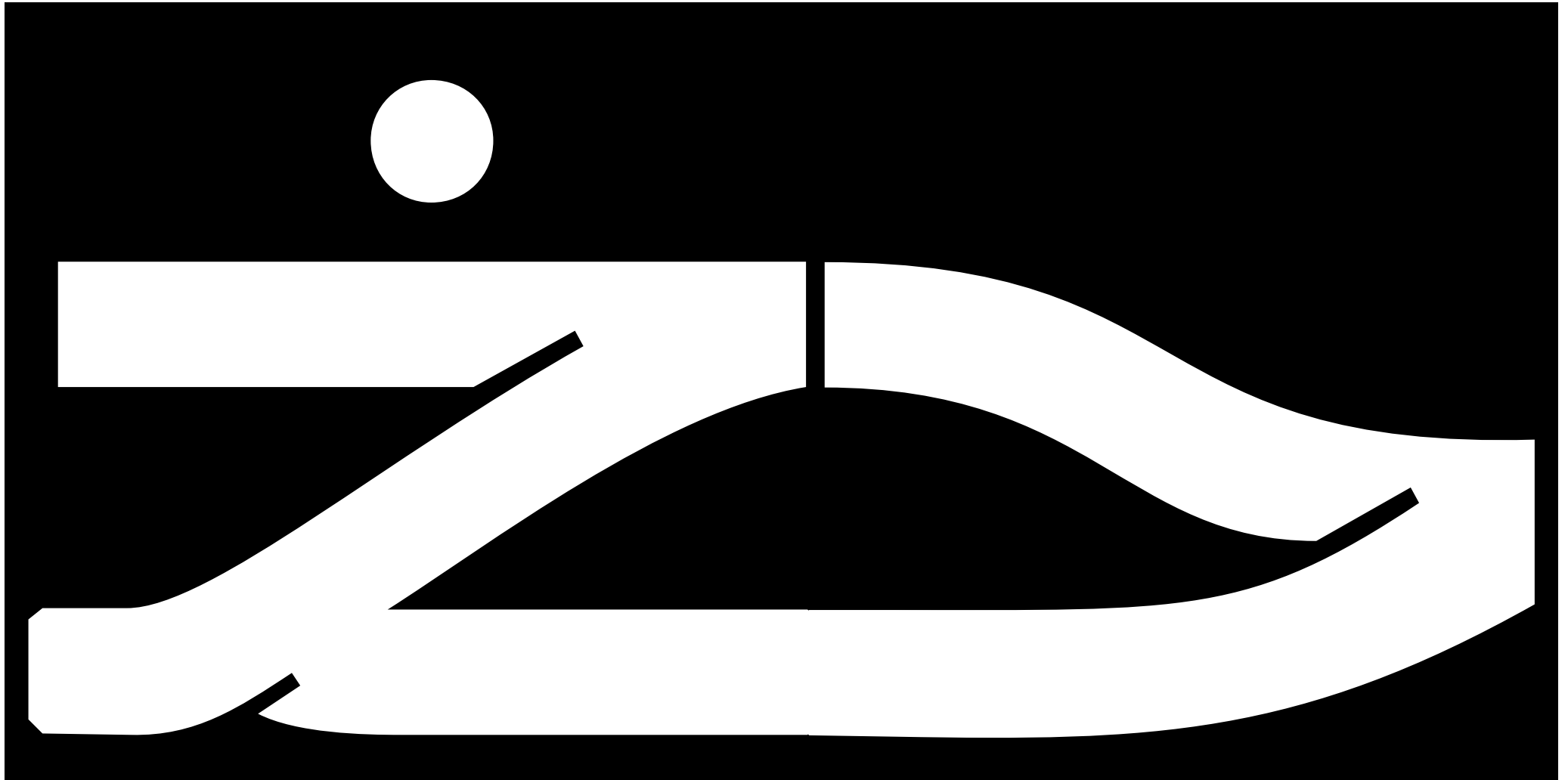




Arabic Type Design



A snippet of my first Arabic design, currently still only consisting of 120 glyphs.

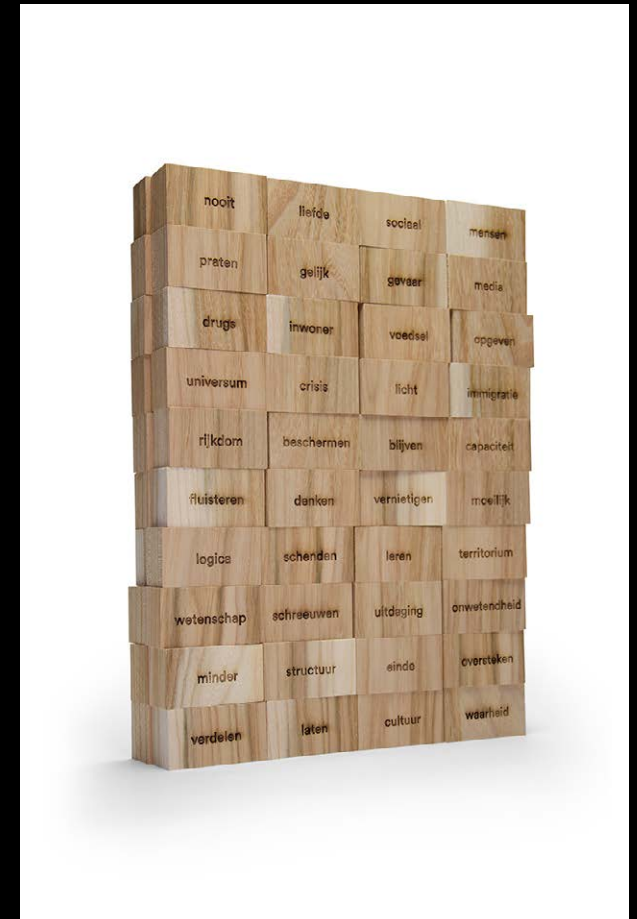
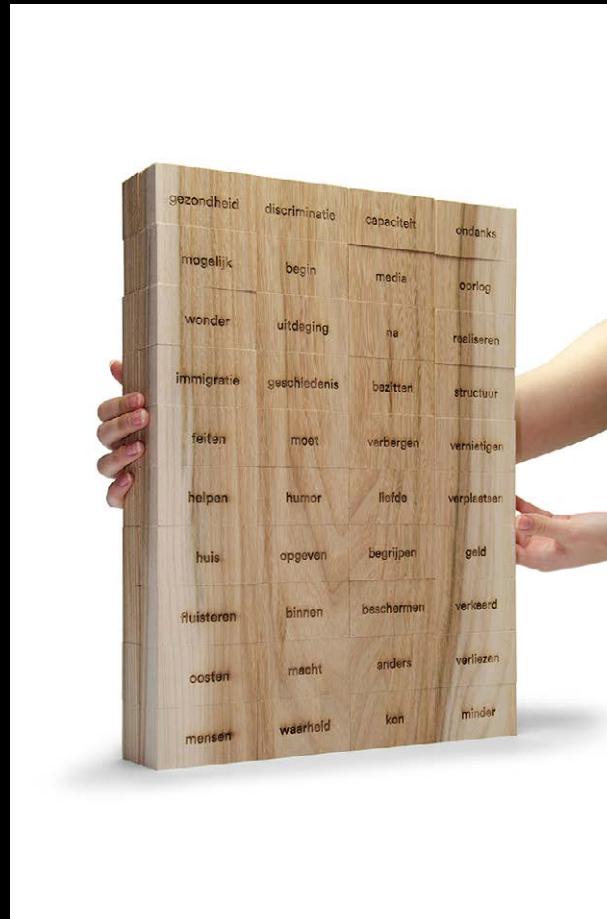


Vedute



Vedute; Ruimte is ook maar een woord is a three-dimensional manuscript created for The Vedute Foundation in collaboration with Kummer & Herrman. It visualizes the concept of space and explores the interaction between space and language. The manuscript uses language as its core material and showcases how words can create, transform, close, or make space disappear. The design and idea behind the object were a result of my complete creative freedom.

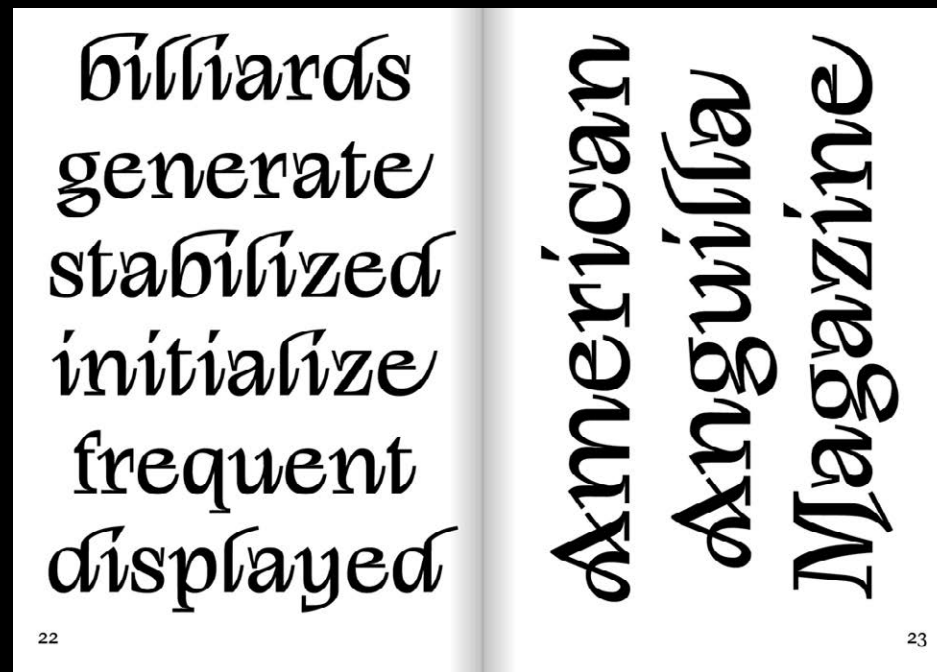
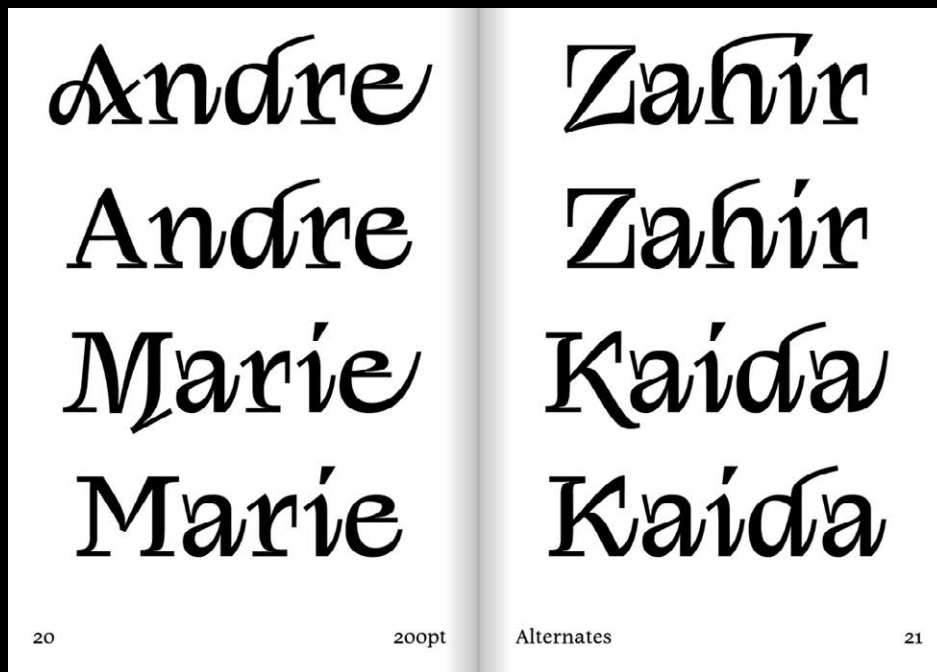
This unique piece can be viewed in the archive of Het Nieuwe Instituut in Rotterdam.



Anguilla



Anguilla is a text-to-display typeface that showcases the movement of the hand and writing tools in its design. This typeface family includes regular, bold, and display styles, inspired by the research on flat nib writing tools such as flat brushes and markers. The focus was on capturing the tension between static and dynamic forms, translating movement, and incorporating elements of Gaelic handwritten script. The typeface displays the acceleration and deceleration in tool handling, resulting in different styles within the family. Anguilla showcases both static and dynamic shapes while maintaining legibility by combining individual stroke movements and preserving classic shape structures.



**waterfall
moisture
plankton
drinking
splashing
streamful**

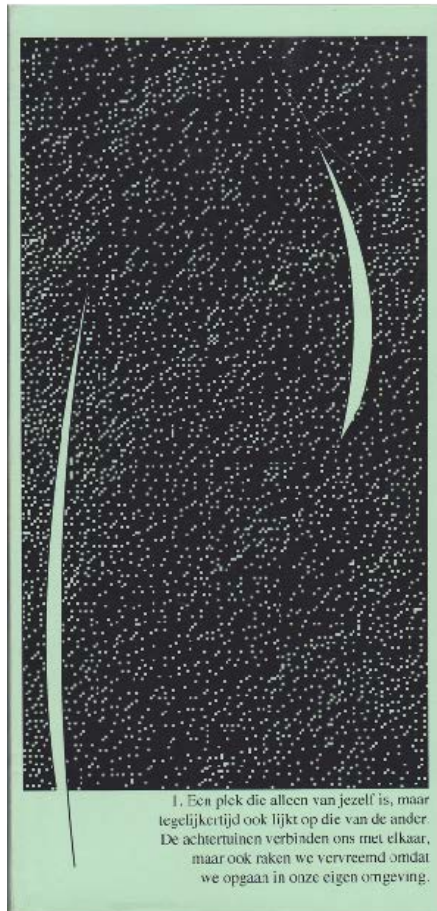
30

**Migration
Riverbed
Predators**

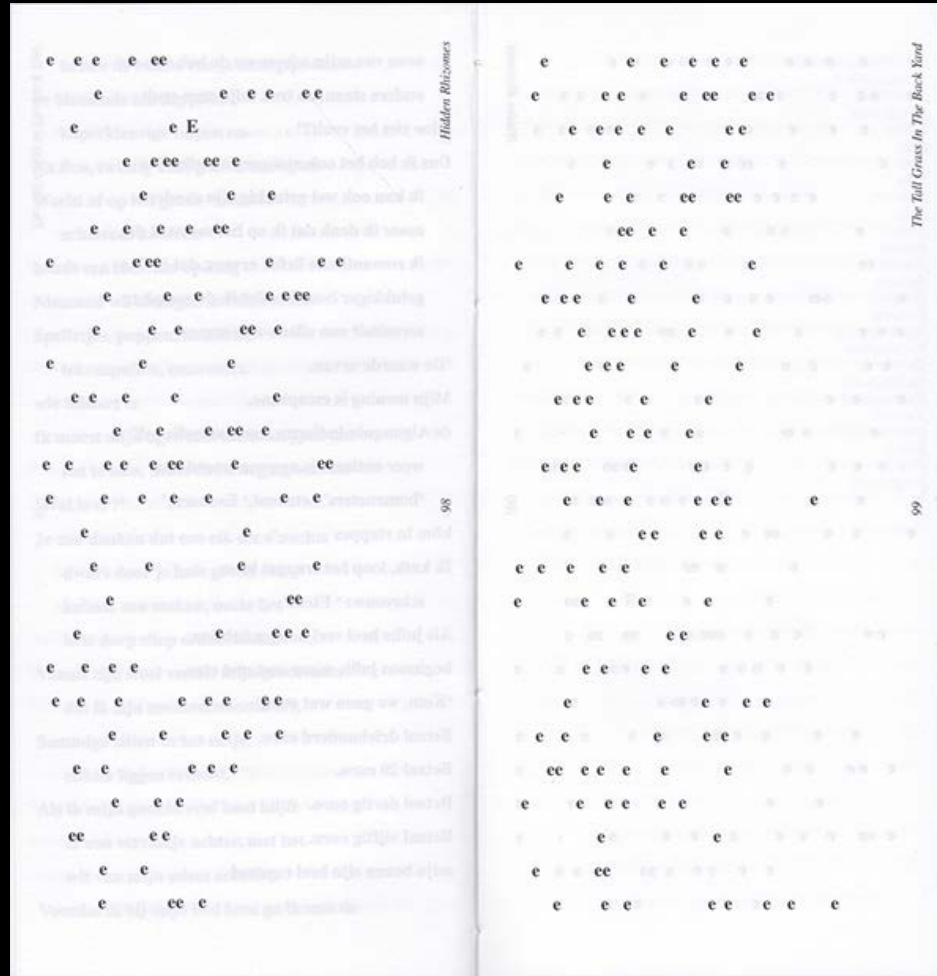
31

**a , og
m b9
O 1**

The Tall Grass In The Back Yard



The "Tall Grass In The Back Yard" book design was created for the stories and poems of Creative Writing students at ArtEZ. The design features multiple layers that deconstruct the text, reordering its words and sentences to emphasize their significance or the lack thereof.



Wat ik misschien bedoel te vragen is, waar
loop ik heen nu ik het niet meer nodig
heb mezelf te overweldigen, niet meer
afgeleid hoeft te worden van een obsessie.

Het is een zonnige ochtend.
Hij kleedt zich aan en gaat
naar de ochtendsessie.

‘En ik blijf wel ziek thuis, ofzo.’

Ik heb mijn eigen ogen.

‘Het nieuws brak bij ons in vanmorgen,’
zei ik, wrijvend over mijn ogen.

Oke

is oke

Ik steek mijn handen onder mijn oksels.

‘Ik ben oké.’

“Oké.”

Onze lichamen vormen een olifantenpad.

Toen ik bij de eerstvolgende les het
lokaal instapte, draaiden alle
hoofden zich naar mij om.

Ik sprong overeind en stootte
daarbij mijn chocomel om.

als primitieve eicel bestond ik in de
baarmoeder van mijn oma

beste opa en oma,
Ik herken er vier: die van zijn moeder,
broertje, zusje en oma.

Dat portret heeft waarde voor hem,
en had daarvoor waarde voor
zijn ouders en zijn oma.

‘En jullie bewonderen onze
kamerplant omdat...?’

Met countershading (schaduwwerking)
wordt dit kleurverloop omgekeerd.

‘Je bent helemaal omgereden!’

wordt omgeroepen

gelijkenis met omgeving

Hij vroeg naar mijn familie, en hoe we
met de Verboming omgingen.

Ik kijk omhoog.

Ze hield twee witte plastic
tupperwares omhoog.

Hij keek eerst naar mij, toen naar Casper,
en trok één wenkbrauw omhoog.

Ik zet mijn voeten in het gras, wiebel mijn
tenen op en neer en kijk naar een mier
die langs mijn grote teen omhoogloopt.

Voor de zekerheid duw ik de

New Antiqua



Revival of the Romische Antiqua by Genssch & Heyse involved digitizing the forgotten original design and enhancing it with added characters and slight polish. I am also working on expanding its Cyrillic alphabet. The capitals of Romische Antiqua were originally designed by Albert Anklaam in 1885 and acquired by DeVinne for reference in negotiations with the Central Type Foundry in 1888/90, which led to the De Vinne types. The lowercase was designed by Heinz König and cast by G&H in 1888, and the typeface was accompanied by Römische Kursiv (1902) and other styles such as halbfett, schmalhalbfett, and licht (open). Klassische Antiqua (1902) is a lighter weight. Also sold by Farmer (as Bradford Old Style), Hansen (as Crawford), Shanks (as Flemish Old Style), Haddon (as Haddonian), Inland and Lanston Monotype (as MacFarland), FTF (as Elzevir Plantin).



anile

Contact:

+31658978664

info@gajanaaslanjan.nl