De urban buzz van New Dehli vangt het verhaal van de stad het beste

*Chris van Diemen wint urban photo contest*

**‘Help het verhaal van de stad te verbeelden!’ Aan die oproep gaven de afgelopen maand ruim 60 fotografen, professionals en amateurs, gehoor. Van de 200 ingezonden foto’s haalden 100 het tot de online expo. Gisteren koos de jury, bestaande uit fotograaf Frank Hanswijk, stedenbouwkundige Maartje Luisman en marketeer Rinske Brand, het beeld dat volgens hen het beste het verhaal van de stad vertelt. Het beeld van New Delhi van Chris van Diemen kwam hierbij als winnaar uit de bus. Rosa Stienstra en Izo van Thiel werden, beiden met een foto van Utrecht, tweede en derde. De urban photo expo blijft te bezoeken op onze** [website](https://goo.gl/0v0vAg) **van BRAND The Urban Agency.**

**Nummer 1 | Urban buzz in New Delhi**

Chris van Diemen, winnaar van de urban photo contest, laat volgens de jury zien hoe een stad werkelijk is; er wordt gewerkt, er wordt verkocht, er is rumoer. De geur van het eten komt je bijna letterlijk tegemoet. Je wordt als kijker meegenomen in de foto, alsof je er zelf deel van uitmaakt. Tegelijkertijd heeft de foto een bijna klassieke compositie.   
  
*“Om een verhaal goed te vertellen, moet je wat je ziet versterken, overdrijven. Ik vind dat de grootste uitdaging, aangezien ik mijn foto’s zo natuurlijk over wil laten komen. Echt te gek dat dat gewaardeerd wordt.”- Chris van Diemen*

Chris wint een betaalde urban photo opdracht.

**Nummer 2 | Een andere kant van Utrecht**

De runner up is Rosa Stienstra met een beeld van Utrecht. De jury roemt haar interessante camerastandpunt. Het laat Utrecht van een andere kant zien dan we gewend zijn. De keuze voor een Nederlandse stad vindt de jury een sterke keuze. Daarnaast valt de vrij sombere en vervreemdende kleurstelling op.

**Nummer 3 | Drie in een**

Izo van Thiel, koos ook voor Utrecht als locatie. De foto heeft volgens de jury een mooie gelaagdheid. Het spel tussen binnen en buiten is goed gedaan. Het spiegelende oppervlak zorgt voor een vervreemdend effect. De foto is generiek; hij kan overal genomen kan zijn. Dat is de kracht en tegelijkertijd de zwakte van het beeld.

**Het beeldverhaal van de stad online**

BRAND The Urban Agency is een communicatiebureau met hart voor de stad. In een zoektocht naar goed beeldmateriaal van steden viel op dat er vooral glimmende skylines te vinden zijn. Beelden van mensen in hun stad waren dunner gezaaid. “In deze tijd van smartphones en foto-apps is iedereen fotograaf. Wij vroegen daarom juist de ‘gewone’ stedeling om mee te werken aan een foto-expo die het leven van de urbanites over de hele wereld in beeld brengt.” aldus Rinske Brand, oprichter van BRAND The Urban Agency.   
  
Bekijk [hier](https://goo.gl/0v0vAg) de hele urban photo expo.

------  
  
**Noot voor de redactie**Wil je meer informatie, rechtenvrij beeldmateriaal of ben je geïnteresseerd in een interview? Neem contact op met Melina Contreras Calvelo van BRAND The Urban Agency via [melina@brandurbanagency.com](mailto:melina@brandurbanagency.com) of 010 - 4333 500.