



Persbericht, 15 april 2013

Amsterdam in teken van Noord-Zweden

Artists Caught by [Umeå]

Hippe kunstwedstrijd in Europa's culturele hoofdstad

Umeå, de grootste stad van Noord-Zweden, is culturele hoofdstad van Europa 2014. Het feest is al begonnen, want van april tot en met juni kan iedereen - ook in Nederland - meedoen aan de internationale creatieve kunstwedstrijd Artists Caught by [Umeå]. Eind september zijn de kunstwerken in Amsterdam te zien; tentoongesteld in een metersgroot ijsblok. Een culturele hoofdstad maak je namelijk samen, vindt Umeå.

Umeå (spreek uit: *Uumeejoh*) nodigt de hele wereld uit bij te dragen aan het programma van Umeå 2014. Dat pakt de hippe stad grondig aan met een van de grootste, niet-commerciële kunstwedstrijden voor foto, film en design van Europa. Artists Caught by [Umeå] zoals de kunstwedstrijd heet past zo perfect bij Umeå's visie dat progressieve cultuur de sleutel is tot sociaal-economische groei.

"Superspannend om te weten hoe de rest van Europa Umeå en Scandinavië ziet," zegt Marie-Louise Rönmark, gemeenteraadswoordvoerder voor Cultuur in Umeå. "Hoe de omgeving ons ziet, bepaalt hoe wij onszelf zien. Daaruit halen we inspiratie voor de verdere ontwikkeling van ons deel van de wereld."

Inspireren

Creatievelingen kunnen een kunstwerk in de categorieën film, foto of design insturen. Ieder kunstwerk moet zijn geïnspireerd door het leven en de cultuur van Umeå en de omringende regio in Noord-Zweden. Hier bestaan een schitterende natuur, de prominente en levendige Universiteit van Umeå, frisse lucht, een sterke cultuur van muziek en lifestyle, ruimtevaartonderzoek, de Sámi, het enige inheemse volk in de EU, naast elkaar. Net als de deelnemers is ook de jury van de kunstwedstrijd internationaal. Zij beoordelen in eerste instantie de bijdragen, vervolgens zal een publieksjury z'n stem uitbrengen. De kunstwerken die door de beroepsjury zijn uitgekozen gaan op tournee langs acht Europese steden, met een bezoek aan **Amsterdam** gepland op 26 en 27 september. In een ijsblok met de afmetingen 12x12x7,5 m worden de bijdragen tentoongesteld. Vervolgens is de expositie in digitale vorm onderdeel van het hoofdprogramma van Umeå 2014.



PR-manager van VisitSweden Pauline van den Brandhof: "Caught by [Umeå] is een geweldige kans voor creatieve mensen om zich internationaal in de kijker te spelen", zegt ze. "Dat Umeå zich openstelt voor deelname van ook Nederlanders laat duidelijk zien hoe belangrijk Noord-Zweden het vindt dat creativiteit voortkomt uit het inspireren van elkaar."

Rijkdom

Met het benoemen van een culturele hoofdstad wordt ieder jaar het gemeenschappelijke Europese culturele erfgoed belicht. De benoeming wekt tevens interesse voor de culturele rijkdom van de landen van de Europese Unie.

Oerbevolking

De stad Umeå ligt geografisch weliswaar aan de noordzijde van Europa, maar in het ontwikkelen van creativiteit en nieuwe denkwijzen bevindt Umeå zich in het hart van het continent. Umeå en de rest van Noord-Zweden kennen namelijk de invloed van de Sami. Dit is de enige overgebleven oerbevolking van de EU. De Sami leefden al in Europa lang voordat er staten waren. De acht Samische jaargetijden en de Samische cultuur zijn een centraal element van de regionale tradities in de wijde omtrek van Umeå. Die historische wortels maken ook deel uit van **Umeå 2014** én van de wedstrijd Artists Caught by [Umeå]. Dankzij cultuur wist en weet Umeå op sociaal en economisch vlak te groeien, in tegenstelling tot veel andere steden in het noorden van Europa.

Feiten over Artists Caught by [Umeå]

- De wedstrijd vindt online plaats via www.caughtbyumea.com.
- De wedstrijd is open tot 30 juni. Iedereen van 18 jaar of ouder mag zijn of haar bijdragen sturen in de categorieën Foto, Film en Design.
- Een jury van experts selecteert wie meedoet aan de halve finale. De bijdragen van de halve finalisten gaan op tournee langs de acht Europese steden Kopenhagen, Warschau, Londen, Amsterdam, Parijs, Milaan, Barcelona en Hamburg.
- Iedereen die dat wil, kan vanaf half juli online een stem uitbrengen op zijn of haar favoriet. De winnaar in elke categorie doet mee aan de eindfinale in Umeå in januari 2014.

Tourneedata

- Kopenhagen, 5 september
- Warschau, 12 - 13 september
- Londen, 19 - 20 september
- Amsterdam, 26 - 27 september
- Parijs, 3 - 5 oktober
- Milaan, 10 - 11 oktober
- Barcelona, 17 - 18 oktober
- Hamburg, 24 - 26 oktober

Info en deelname: www.caughtbyumea.com

> Volg Caught by [Umeå] via [Facebook](https://www.facebook.com/CaughtByUmea) (www.facebook.com/CaughtByUmea)

> Volg Umeå2014 och Caught by [Umeå] via [Twitter](https://twitter.com/Umea2014): @Umea2014 och #caughtbyumea

> Volg Caught by [Umeå] via [Instagram](https://www.instagram.com/caughtbyumea) ([http://instagram.com/caughtbyumea](https://www.instagram.com/caughtbyumea)):

@Caughtbyumea och #caughtbyumea

> Volg Caught by [Umeå] via [Pinterest](https://www.pinterest.com/caughtbyumea) ([http://pinterest.com/caughtbyumea](https://www.pinterest.com/caughtbyumea))

+++++

NOOT VOOR DE REDACTIE (niet voor publicatie):

Voor meer informatie over Umeå 2014 kunt u ook contact opnemen met Karin Arvidsson, Director of European Marketing, Umeå - European Capital of Culture 2014, telefoon +46 705 870 603, e-mail karin.arvidsson@umea2014.se

Maar u kunt natuurlijk ook contact opnemen met Pauline van den Brandhof, PR-manager VisitSweden, vaste telefoon +31 (0)20 - 5206125, mobiel +31 (0)6 - 12 66 36 47,

e-mail pauline.brandhof@visitsweden.com, Facebook: Volg Zweden (VisitSweden NL),

Twitter: @VisitSweden. Ook voor meer informatie over Zweden als vakantiebestemming of voor meer over VisitSweden.

Beeldmateriaal Umeå 2014 (logo)

<http://www.exigus.se/autologin/5730/f122c20bd394905833c69114bb60eae7>

Over Umeå 2014

Umeå is benoemd tot Europese Culturele Hoofdstad van 2014. Ieder jaar benoemt de EU twee culturele hoofdsteden van Europa, met als doel het gedeelde culturele erfgoed te belichten én om de interesse in culturele rijkdom van de landen van de EU te stimuleren. In Umeå is die beloning een belangrijk deel van de langetermijn-groeistrategie van de gemeente. **Umeå 2014** zal een grotere interesse in de stad en zijn aandeelhouders creëren, en bijdragen aan de cultuurgedreven groei van de stad. www.umea2014.com/en/

OVER VISITSWEDEN

VisitSweden is een communicatiebureau met als doel om het merk Zweden te promoten en om Zweden internationaal te promoten als een toeristische bestemming. VisitSweden richt zich op specifiek gekozen doelgroepen en heeft door haar aanwezigheid op 12 buitenlandse markten gegronde kennis over de reisvoorkeuren en kennisniveau's van deze doelgroepen. Om de impact van onze marketing te maximaliseren, selecteren wij de juiste boodschap, voor de juiste doelgroep via het juiste marketingkanaal. VisitSweden is evenredig eigendom van de Zweedse staat, het Ministerie van Economische Zaken en een groot aantal bedrijven in de Zweedse Toeristische sector. Buitenlandse bezoekers besteden jaarlijks gemiddeld 87,1 miljard kronen in Zweden, wat meer is dan de gezamenlijke inkomsten van de Zweedse uitvoer van personenauto's, ijzer en staal bij elkaar. De toeristische sector biedt werkgelegenheid aan ongeveer 162.000 mensen (op basis van 1/1 FTE's). Bron: Tillväxtverket, 2010.

VisitSweden | Herengracht 252 II | 1016 BV | AMSTERDAM | Tel +31 (0)20 520 61 25

www.visitsweden.com | twitter.com/VisitSwedenNL | www.facebook.com/VolgZweden