

IN PRODUCTIE

Magazine van United ⑤ Editie 3 2018



Helemaal op hun plek
“Elk project is anders en
daar leer je van”

OVERNAME QUADIA

Bedrijven zetten steeds vaker video in. United is nu met Quadia dé strategische videopartij.

20 JAAR DIKKE MIK

Nienke Kloosterman van FTV over de samenwerking: “Wij zijn heel goed op elkaar ingespeeld.”

BETROKKENHEID

Wat United zo leuk maakt? “Wij doen grote projecten maar zijn toch klein gebleven”, aldus René Delwel.



6 INTERVIEW
De avonturen van FTV tijdens de productie van *De Beste Zangers*.



10 RTL LATE NIGHT
Elke werkdag vanuit De Hallen in Amsterdam.



14 VR-COMPOSITING
Nour Abdulla bewerkte vr-film van regisseur Wiebe van den Ende.



19 DE KLUIS
Uitdagend project met diverse United-specialismen.

UNITED WORDT STEEDS BREDER

Bedrijven zetten steeds vaker video in om hun verhaal te vertellen. Om deze bedrijven te helpen hier op de meest professionele manier mee om te gaan, heeft United de online videospecialist Quadia overgenomen en gaat het bedrijf verder als nieuw merk van United in de corporate markt. Daarnaast heeft Quadia mooie tools ontwikkeld die interessant kunnen zijn voor onze klanten in de broadcast-sector. Lees meer over deze veelbelovende samenwerking in het artikel op pagina 5.

Ook kijken we in deze *In Productie* terug op bijzondere projecten die United realiseerde. Zoals de live-uitzending van de 2018 MTV EMA in Bilbao en de nieuwe en spannende online serie *De Kluis* op het YouTube-kanaal van StukTV. En is het niet mooi om te weten dat United 360 graden UHD-gefilmde beelden met vr-compositing kan bewerken? Veel leesplezier.



René Delwel, CEO United

EN VERDER

- 3 HIGH FIVE**
Projectcoördinator Meercamera Anniek Verhagen vertelt over haar werk.
- 4 NIEUWS**
United neemt Quadia Online Video over.
- 9 KORT NIEUWS**
Wesley in the picture, 2018 MTV EMA en The Grand Tour.
- 12 INTERVIEW**
René Delwel vertelt over de ontwikkelingen bij United.
- 20 MASTERPIECE**
Met de Clipster van Rohde & Schwarz alle files maken die je maar wil.

IN PRODUCTIE is een uitgave van United B.V.
Contact: redactie@united4all.nl | **Realisatie & redactie:** Afdeling Digitaal: info@afdelingdigitaal.nl | **Aan dit nummer werkten mee:** Irvin de Vette, Ralph ten Kate en Roza Francken. **Fotografie:** Sytse de Vries (The Grand Tour, p9) en Dirk-Jan van Dijk (p12/13) | **Vormgeving & opmaak:** Jeffrey ter Stege.
Huisfotograaf: René van der Koelen. **Copyright © 2018 United B.V.** Niets uit deze uitgave mag geheel of gedeeltelijk worden veelvoudig, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar worden gemaakt, op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

“Orde scheppen in de chaos. Dat kan ik goed”



NAAM: ANNIEK VERHAGEN (38)
FUNCTIE: PROJECTCOÖRDINATOR MEERCAMERA
IN DIENST: SINDS 2006

DE CARRIÈRE VAN ANNIEK VERHAGEN BIJ UNITED STAAT AL TWAALF JAAR IN HET TEKEN VAN PLANNING: VAN ASSISTENT PLANNER TOT CAMERAPLANNER. VANAF 2010 VORMT ZE DE SPIL VAN ALLE MEER-CAMERA-PRODUCTIES SAMEN MET HAAR COLLEGA'S OP HET PROJECTBUREAU. “MET VEEL PLEZIER!”

Wat houdt jouw werk in?

“Wij zijn de link tussen sales en de operatie. Ik zorg dat alles en iedereen aanwezig is op het moment dat de productie van start gaat. De crew, apparatuur, tijdschema's, dinerbonnen en eventueel vliegtickets of de taxi. Vaak doe ik de inhuur als de projectmanager daarom vraagt. Gedurende het project heb ik contact met de klant en ik verzorg de gehele administratieve afhandeling.”

Welke projecten doe jij zoal?

“De *MTV European Music Awards* doe ik nu voor de zesde keer. Ik zorg ervoor dat alles tot in de puntjes geregeld is. Het programma werd wereldwijd uitgezonden vanuit Bilbao in Spanje. Voor het eerst namen we de OB14 niet mee naar de mainshow maar bouwden een losse UHD-regieset op. Hiernaast doe ik andere producties zoals *5 Uur Live*, *Koffietijd* en *Business Class*, producties voor Omroep Brabant, Marcel de Vré en TV Tokyo. Ik doe ook projecten met Bolke zoals *Guus Meeuwis*, *Andre Rieu*, *U2*, en *The Grand Tour*.”

Het was Bolke (Burnaby Lautier, Projectmanager Meercamera) die riep: zonder Anniek geen MTV Music Awards!

“Daar moest ik erg om lachen. Dat zijn namelijk wel een hoop credits alleen voor mij. Want zonder Bolke zijn er ook geen Music Awards, en zonder onze technici, assistenten en cameramensen ook niet. Ik regel alleen maar alles eromheen, maar het is wel leuk om te horen.”

Wat maakt dit werk zo leuk?

“Orde scheppen in de chaos. Dat kan ik goed en ik kan anderen er mee helpen. Ik vind het leuk om te zien hoe we het uiteindelijk gedaan hebben, ook financieel. Dat we mooi binnen het budget gebleven zijn bijvoorbeeld. Het leukste vind ik het organiseren, de spin in het web zijn, alle touwtjes in handen houden. Een andere uitdaging is zorgen dat de crew tevreden is en een fijne productie kan draaien.”

Wat doen je om je hoofd leeg te maken?

“Twee keer in de week doe ik aan kickboksen via mijn schoonzusje Floor Berkhemer, cameravrouw bij United. Af en toe ga ik hardlopen, maar ben vooral een enorme huismus. Ik vind het heerlijk om thuis op de bank te zitten met een kopje thee en series te kijken. Ook geniet ik van tijd doorbrengen met mijn zoontje van bijna drie en zijn lieve vader.”



In de huidige markt kan content niet zonder technologie en technologie niet zonder content. De combinatie realiseert impact voor merken.

Quadia is een turn-key video-playground voor B2B, B2C en B2E: wij ontwikkelen en leveren technologie, produceren content en adviseren merken met maar één doel, creativiteit met maximaal resultaat.



Video Platform & Content Management



Webinars & Live Streaming



Corporate & Branded Content



Animaties & Graphics



Augmented & Virtual Reality



Cam-Joe & Videosnacks

Arendstraat 29 - 1223 RE Hilversum
+31 35 5444 000
www.quadia.com
info@quadia.com

A UNITED COMPANY

United neemt Quadia Online Video over

Quadia: het merk van United in de corporate markt

DE KLIK TUSSEN QUADIA EN UNITED - VOORMALIG BUREN - WAS ER AL. DE SAMENWERKING OOK. VANAF 31 OKTOBER 2018 IS QUADIA ONDERDEEL GEWORDEN VAN UNITED. QUADIA ZAL VERDER GAAN ALS HET MERK VAN UNITED IN DE CORPORATE MARKT. DAT WIL ZEGGEN DAT ALLE ACTIVITEITEN DIE UNITED HAD IN DE CORPORATE MARKT ONDERGEBRACHT WORDEN BIJ QUADIA. DAARBIJ ZULLEN QUADIA-OPLOSSINGEN EN -DIENSTEN VERKOCHT KUNNEN WORDEN IN DE BROADCASTMARKT.

De rol van video wordt, naast die in de broadcastmarkt, steeds belangrijker in de zakelijke markt. United is hier actief in, maar kan hierin gaan versnellen met hulp van online videospecialist Quadia. Bovendien heeft Quadia mooie tools ontwikkeld waar ook klanten in de broadcastsector gebruik van kunnen maken. Denk daarbij aan een e-learning oplossing, een online videoplatform voor het beheer en uitspelen van content en een live platform. De platforms bieden tevens tools om kijkgedrag te analyseren.

Videospecialist Quadia

Quadia heeft sinds 2004 een sterke positie in de corporate videomarkt met klanten als KLM, Randstad, ABN AMRO,

“Voor de corporate sector zijn wij nu dé strategische videopartij”

Ahold Delhaize en Achmea. De toepassingen van Quadia worden ingezet voor marketing, promotie, online sales, communicatie, customer services en e-learning. Het bedrijf levert een totaalproduct: vanaf de strategie, naar online technologie, tot en met videoproductie. Quadia kan dankzij de overname meer verdieping aan zijn full-service-gedachte geven en met een nog breder aanbod komen. Nico Verspaget, directeur van Quadia: “Ik zie in deze overname een enorme kans voor beide organisaties om elkaar te gaan versterken. Voor de corporate sector zijn wij nu dé strategische videopartij, of het nu gaat om een technisch, productioneel of creatief vraagstuk.” De videospecialist blijft vanuit zijn eigen pand opereren, van waaruit ook de voorheen medische tak van Quadia zelfstandig verdergaat.

Professionele speler

Nico: “Bedrijven zetten steeds vaker video in. Ze hebben geleerd wat wel en wat niet werkt en zijn nu op zoek naar end-to-end-oplossingen die technologische knelpunten oplossen. Ze willen ervoor zorgen dat de organisatie snel, flexibel en toch gestructureerd met video kan werken. Door de samenwerking met United kunnen we nu alle behoeften voor organisaties invullen.” René Delwel, directeur United vult aan: “Wij gaan actief de boer op met Quadia als ons merk in de corporate markt. Wij zijn hierin nu een professionele speler.”



René Delwel, Robert van der Zwart en Nico Verspaget ondertekenen het overnamecontract.



“Je bent echt met elkaar bezig het programma op poten te zetten.”

Nienke Kloosterman en Reinier de Bont tijdens de productie van *De Beste Zangers* op Ibiza.

FTV en United zijn al twintig jaar dikke mik

“Iedereen is relaxed en dat zorgt voor een prettige werksfeer”

FTV PRODUCTIONS LAAT ZICH AL TWINTIG JAAR VOOR ALLE PRODUCTIES FACILITEREN DOOR UNITED. HIERUIT IS EEN HECHTE SAMENWERKING ONTSTAAN. VOORAL VOOR HET PROGRAMMA *DE BESTE ZANGERS* (AVROTROS), DAT SINDS TIEN JAAR OP TV IS, MAKEN ZE VAN ALLES MET ELKAAR MEE. PRODUCER NIENKE KLOOSTERMAN, UITVOEREND PRODUCENT REINIER DE BONT EN UNITED-PROJECTMANAGER EELCO BRINK VERTELLEN EROVER.

Terwijl *De Beste Zangers* tijdens het interview in oktober nog op tv is, zijn ze bij FTV alweer begonnen met de voorbereidingen op het volgende seizoen. Reinier: “We gaan in april weer opnemen. En we kunnen gelukkig terecht op onze favoriete plek in Ibiza.” Reinier zocht voor de verandering naar locaties in Italië, maar vond daar geen geschikte plek. “Op de locatie slapen en werken de artiesten, de productie- en United-crewleden, liefst op niet meer dan twintig minuten rijden van elkaar af. Een hotel met honderd kamers is geen optie, want we willen geen pottenkijkers en het moet er natuurlijk wel een beetje leuk uitzien”, legt hij uit. Eelco, die samen met lichtontwerper Jaco Abblas, ook meestal meegaat op onderzoek, beaamt dat er veel voorwaarden zijn: “Het moet niet naast de snelweg liggen en er is ruimte nodig voor onze regiewagens. Er is geen vaststaand decor, we bouwen alles vanuit het niets op. Ook daarom gaan we van tevoren met elkaar op locatie kijken wat we gaan maken.” Maar de belangrijkste reden waarom ze het programma op het idyllische eiland Ibiza opnemen is de sfeer.

De sfeer op Ibiza

Het is de bedoeling dat de artiesten echt even helemaal loskomen van alles. Daarom mogen er geen managers of begeleiders mee, en is er geen publiek. FTV houdt het team dat meegaat zo klein mogelijk. De artiesten zijn alleen met elkaar en Nienke zorgt ervoor dat het hun aan niets ontbreekt. Zo creëren ze een prettige omgeving waarin creativiteit de vrije loop krijgt. Reinier: “Het voelt voor hen als een schoolreisje. Ze kennen elkaar allemaal wel uit de wereld maar dat is vluchtig. Nu zitten ze een paar dagen met elkaar aan het ontbijt, lunch en diner. En ze studeren natuurlijk liedjes voor elkaar in. Dat er een hechte band ontstaat blijkt wel uit de enthousiaste reacties in onze gezamenlijke



Rechts op de foto staat Eelco Brink.

app-groep.” Het feit dat het gewoon heel leuk is om aan het programma mee te doen, haalt het beste naar boven in de mensen. Ook bij crew, productie en de band van Marcel Fisser. Reinier: “We werken heel goed met elkaar samen. We zijn allemaal relaxed en dat zorgt voor een prettige werksfeer. Nienke vult aan: “We houden niet van stress, schreeuwen en gedoe. En eenmaal in Ibiza kun je ook bijna niet anders dan genieten. Je bent de hele dag buiten en iedereen loopt, als het even kan, op slippers en in korte broek rond. Natuurlijk zijn er ook stress-momentjes maar wij zijn daar met elkaar heel goed op ingespeeld.”

Om nooit te vergeten

Vier jaar geleden gebeurde er iets gekks op Ibiza. Tijdens het opbouwen was het geen lekker weer, maar de voorstellingen waren goed. Eelco vertelt: “Het was een uur ‘s nachts geworden na de opname van twee afleveringen, toen Reinier mij de volgende ochtend om zeven uur belde. Hij zei: ‘Je moet nú komen want het gaat zo meteen heel >>

hard regenen!' We zijn met iedereen die daar was, inclusief artiesten, alles in rap tempo naar binnen gaan brengen. En op het moment dat we de camerakraan naar binnen reden, begint het toch te regenen, niet normaal!' Nienke: "Heel Ibiza is toen extreem natgeregend, het water liep niet meer weg. Buiten op de set stond een laag van wel dertig centimeter. Alles dreef: kabels, stopcontacten, gereedschap. In de ondergelopen hotelkamers dreven er schoenen voorbij. Dit hadden ze in Ibiza in geen jaren meegemaakt."

Met man en macht

"We hebben met man en macht geprobeerd om een set onder een bestaande tent op te bouwen. De locatie lag ook nog eens onder aan een berg waardoor het daar steeds vol water liep. We dweilden het water zo veel mogelijk op, zodat we 's avonds toch weer konden opnemen. In één dag een hele set opbouwen is, vooral voor het inregelen van licht, best bijzonder," zegt Eelco. Nienke vult aan: "Maar ook daarin ben je met z'n allen. Al moest het half drie 's nachts worden, we gingen gewoon twee afleveringen maken!" Eelco: Tijdens zo'n hoosbui hield onze aggregaat het niet meer. Vanwege kortsluiting was er van alles defect in onze regiewagen. En ook in de camerakraan was een zekering kapot." Uiteindelijk hebben ze het, met een beetje improviseren, toch voor elkaar gekregen. En de kijkers? Die hebben er niks van gemerkt. "Ondanks deze ramp hebben we zo gelachen. Het was zo leuk met elkaar. Zoiets bijzonders meemaken schept een band. Er was niemand die zei 'zoek het uit', zelfs het resort-personeel hielp mee," aldus Nienke.

Het maximale uit het vak

Aan *De Beste Zangers* werken FTV en United alweer tien jaar met elkaar samen. Martijn Peek verving Sonja Boerhout als vaste accountmanager. Eelco doet als projectmanager zo mogelijk alle meercameraprojecten voor FTV. Reinier: "Het is een hele prettige samenwerking en dat is het ook

altijd geweest. Onze karakters passen goed bij elkaar: ze zijn net als wij flexibel en relaxed. Eelco vindt het bijzonder leuk om voor FTV te werken: "De lijnen zijn kort, je wordt nauw betrokken bij het product. We gaan allemaal voor hoge kwaliteit en we zorgen ervoor dat iedereen het naar zijn zin heeft waardoor iedereen het maximale uit zijn vak kan halen." Nienke: "De mensen van United helpen ons van productie ook met van alles. Je bent echt met elkaar bezig het programma op poten te zetten. Alles kan, het is nooit te moeilijk. En waarom zou je het anders doen als je tevreden bent." 📞

FTV Productions is een onafhankelijke televisie-productie maatschappij onder leiding van Clemens de Haan en Frank Timmer. Vanaf 1998 maakt FTV Productions uiteenlopende televisieprogramma's voor diverse publieke en commerciële zenders in Nederland. Een greep hieruit is: *Gameforce-1*, *TROS Muziekfeest op het Plein*, *Gewoon Jan Smit*, *De Palingsoap*, *Hofleveranciers*, *de spelshows Timboektoe en Hit-It*, *De Zomer Voorbij*, *De Beste Liedjes van*, *O Dennenboom*, *Nick & Simon: The Dream*, *Op weg naar het Songfestival* en diverse videoclip, muziek specials en concertregistraties. Het oorspronkelijke door FTV gemaakte *De Beste Zangers van Nederland*, nam met diverse lokale bewerkingen een ongekennde internationale vlucht met succesvolle lokale versies in o.a. Zweden, Noorwegen, Denemarken, Finland, Estland, Letland, China, Spanje en België. In diverse landen won het format tv-prijzen waaronder alleen al in Duitsland "*Der Deutsche Fernsehpreis*" en de "*Goldene Kamera*".



Videohulde aan Wesley

Wesley Sneijder nam op 6 september afscheid van het Nederlands elftal in de oefenwedstrijd tegen Peru in de Johan Cruijff ArenA. De KNVB vierde dit moment op een bijzondere manier door de recordinternational te eren met een video. WeFilm produceerde de video en United verzorgde de uitvoering. Het was het eerste project dat de bedrijven samen aangingen sinds hun alliantie voor creatieve meercamera producties en filmische live content.

De grootste spelers worden herinnerd in historische momenten. Voor Wesley Sneijder was dat zijn goal tegen Brazilië in de kwartfinale van het WK van 2010 in Zuid-Afrika. En niet alleen vanwege deze winnende kopbal, maar ook vanwege Wesley's eigen reactie hierop: door zichzelf een applaus op zijn voorhoofd te geven. Direct na Wesley's afscheidswedstrijd tegen Peru werd op de middenstrip een huiskamersetting gecreëerd waar hij - ten overstaan van het hele stadion - met zijn gezin naar zijn hommage kon kijken. Oud-coaches, teammaten, hartsvrienden en familie denken in de film terug aan het moment in 2010 en eren de voetballer met een applaus op z'n Wesley's.

The Grand Tour: seizoen 3

The Grand Tour, het autoprogramma van Amazon Prime Video, begint in januari aan zijn derde seizoen. Clarkson, Hammond en May, bekend van het vroegere *Top Gear*, maken dit vanuit hun eigen productiebedrijf voor Amazon. Samen met onder andere United realiseerden ze al twee seizoenen.

Voor het eerste seizoen is met de set de hele wereld rondgevoerd, hiervoor is de gehele flypack gecreëerd op 14 pallets. De set is op maat gemaakt om zo efficiënt en snel mogelijk op- en afgebouwd te worden. Elk onderdeel in het modulaire flypack heeft een specifieke, in foam uitgesneden, plek.



Dit seizoen vinden de opnames van de show, met 450 man publiek, plaats in Engeland. Er worden vijf Sony 4300 4K-camera's gebruikt voor deze UHD/HDR-productie. Vanuit de studiotent heeft men aan een kant uitzicht over het Engelse landschap. Omdat in 4K opgenomen wordt is alles zichtbaar, door de doorzichtige achterwand is het van belang dat het lichtniveau in combinatie met de shading goed is, zo kunnen ze er bij grading een prachtig plaatje van maken. Ook aan de audio worden hoge eisen gesteld, PA en recording zijn hierbij van belang. Er worden tijdens de uitzending instarts getoond, waar een losse studiomix voor wordt gemaakt. Dit, in combinatie met een op maat gemaakt PA system, zorgt ervoor dat het publiek ook geluidstechnisch de ultieme beleving krijgt.

Wederom werelds

Voor de zesde keer kijken wij met trots terug op - alweer! - een geslaagde MTV Europe Music Awards. United heeft ervoor gezorgd dat dit evenement 4 november wereldwijd live in UHD-kwaliteit te zien was. Bijna 100 United-crewleden werkten mee aan de 2018 MTV EMA, dat dit keer plaatsvond in Bilbao, Spanje. Elk jaar wordt deze productie groter, beter en innovatiever. Ruim 21 km glasvezel, 52 camera's, 18 edit sets, ruim 250 schermen, een custom built UHD-flypack voor de mainshow en bijna 80 man crew werden naar Spanje bewogen. Een vloot van maar liefst 12 wagens werden ingezet waaronder onze eigen OB14, OB15, OB16, OB17 en diverse equipment trucks. Zo werd de OB15 gebruikt voor de 'remote show' met als hoofdact *Muse*, de OB16 voor de 'backstage show' en OB14 voor de 'Red Carpet'. In alle opzichten een wereldse show!





RTL Late Night

- Iedere werkdag om 22.30 uur te zien op RTL4
- Locatie: De Hallen Amsterdam
- Opdrachtgever: Blue Circle
- Hoofdfaciliteit: Remote regie

- Aantal camera's: 5
- Kilometers glasvezel: 110
- Producer: Nikki van der Venne
- Projectmanager United: Gijs Vos

Interview René Delwel

“United is een technologisch vooraanstaand bedrijf waar je graag voor wil werken”

ELKE DAG OP SCHERP STAAN, PROJECTEN OP ROLLETJES LATEN VERLOPEN EN GOED LETTEN OP DE KLANT. DAT IS WAAR HET BIJ UNITED IN ESSENTIE OM DRAAIT. DAT ER TEGELIJKERTIJD VAN ALLES GEBEURT IN DE MEDIA EN TECHNIEK HOUDEN ZE SCHERP IN DE GATEN. OP DIVERSE VLAKKEN SPRINGT HET BEDRIJF IN OP DE ONTWIKKELINGEN. RENÉ DELWEL, CEO VAN UNITED, BEANTWOORDT EEN AANTAL VRAGEN HIEROVER.



Meer weten over de Connected Camera oplossing van United? Ga naar www.united4all.nl/connected-camera

De markt verandert op het gebied van techniek en media. Heeft United hier als technisch facilitair bedrijf ook een aandeel in?

“Als groot bedrijf in de sector worden wij vaak gevraagd om over ontwikkelingen mee te denken. Omdat wij investeren in kennis en middelen, stellen wij klanten in staat om nieuwe dingen te doen en voor grote, internationale spelers te werken. Wij willen tenslotte dat zij succesvol zijn. Zo initieerden wij bijvoorbeeld een workflow voor Ultra HD wat superscherp beeld oplevert. En maakten we een zeer succesvolle registratie van het EK Beachvolleybal, dat op vier locaties tegelijk plaatsvond, dankzij remote regie vanuit één locatie. Daarnaast proberen wij zelf ontwikkelingen in gang te zetten. Zoals in het samenwerkingsverband met WeFilm waarin we filmische live content creëren, met meerdere camera's tegelijk gedraaid in 4K HDR. Het ‘live gevoel’ dat een dergelijke commercial oplevert heeft grote kans om viraal te gaan.”

Denk je dat de veranderingen in technologie leidend zijn voor het mediagedrag of juist andersom?

“Ik denk dat technologie bepaalt hoe media wordt geconsumeerd. Wij bedachten tenslotte niet zelf: ‘Kom, we gaan de hele dag op onze telefoon kijken’. Wel kunnen we in de mediasector, met behulp van ondersteunende techniek, inspelen op dat veranderende gedrag. Voor breaking news hoef je niet meer te wachten tot acht uur 's avonds, dat haal je nu van je nieuws-app. Met Connected Camera, een slim kastje dat aan de camera wordt bevestigd, maken wij snelle publicatie van gedraaid beeld naar diverse kanalen mogelijk. Dus om de consument te kunnen blijven bedienen passen wij ons aan.”



“Het ‘live gevoel’ van een commercial in 4K HDR heeft grote kans om viraal te gaan”

Waarin excelleert United?

“We zijn heel ver gevorderd in het introduceren van IP in de meercamera-workflow. Op die manier kun je audio, video, filetransfer en internet allemaal over een type kabel laten lopen. Hier zijn wij nu een leidende organisatie in. Door meer gebruik te maken van IP in de workflows maakt het uiteindelijk niet meer uit waar een bepaalde functionaliteit zich bevindt. Zo kunnen wij hele grote producties doen met een flexibiliteit alsof het veel, aan elkaar gekoppelde, kleine producties zijn. We hebben met 56 bronnen Ultra HD een show gedaan waarbij diezelfde techniek twee dagen later werd gebruikt voor een aantal veel kleinere shows. Als klant kun je op deze manier veel meer power voor je productie krijgen voor minder geld.”

Wat gaat United de komende jaren doen om nog beter te worden?

“We gaan nog beter samenwerken binnen het bedrijf. De kennis is er al. Het is onze taak om die kennis op gestructureerde manier te ontsluiten. Dat kost ons veel inspanning omdat we veelal door de waan van de dag worden geregeerd. Ook blijven we om ons heen kijken naar mogelijke kandidaten om mee samen te werken dan wel over te nemen en we blijven investeren in de samenwerking met de Euro Media Group.”

En er is een flinke slag te slaan in het werven van nieuw personeel?

“Ik ben hier zelf druk mee bezig in allerlei projecten, zoals de herinrichting van het mediapark: deze omgeving moet aantrekkelijker worden voor jonge mensen. United is vooral

op zoek naar technisch en creatief personeel. Wij willen sollicitanten laten weten dat United een technologisch vooraanstaand bedrijf is waar je graag voor wil werken. Wat wij bijvoorbeeld realiseerden voor de Europese kampioenschappen atletiek in Berlijn was technisch vooraanstaand. Wij maakten een constructie waarmee alle techniek veilig op de compound stond in het Olympisch stadion in Berlijn, maar de camera's stonden wel midden in de stad, acht kilometer verderop. Wij waren verantwoordelijk voor die hele technische infrastructuur die dat mogelijk maakte. Het uitdragen waarom het leuk is om hier te werken is super belangrijk.”

Wat maakt United zo'n leuk bedrijf om te werken?

“Wij doen grote projecten maar zijn toch klein gebleven. Onze mensen zijn betrokken bij elkaar en bij het bedrijf. Bij United werk je met de nieuwste technieken aan media-producties in binnen- en buitenland. We doen fantastisch mooie projecten en er werken hier allemaal leuke collega's, daar wil je best bij horen.”

Waar moet een medewerker van United aan voldoen?

“Een medewerker van United gaat altijd een stapje verder dan de klant verwacht. Hij of zij is flexibel en maakt het samen met collega's mogelijk om ongewone resultaten te bereiken. Onze vakmensen zijn kundig, creatief en zijn betrokken bij de klant. Allerbelangrijkst is de passie: hij of zij moet vooral gaan voor dit vak.”

Natuurgetrouw nabouwen van virtual reality-shots

“Aan de film is niet te zien hoe bewerkelijk dit is geweest”

HET BEWERKEN VAN VIDEOBEELDEN KAN OP VERSCHILLENDE MANIEREN. COMPOSITING IS ER DAAR EEN VAN. MET DEZE TECHNIEK WORDEN VERSCHILLENDE VISUELE ELEMENTEN SAMENGEVOEGD TOT EEN BEWEGEND BEELD OM EEN NATUURGETROUW SHOT TE CREËREN. GESNEDEN KOEK VOOR DE AUDIO-VISUEEL VORMGEVERS VAN UNITED. MAAR HOE GEMAKKELIJK GAAT DAT MET VIRTUAL REALITY-MATERIAAL? AUDIOVISUEEL ONTWERPER NOUR ABDULLAA ZETTE ZIJN TANDEN IN HET IN VIRTUAL REALITY 360 GRADEN UHD GEFILMDE *INCITEMENT*.



NAAM:
NOUR ABDULLAA
FUNCTIE:
AV VORMGEVER
IN DIENST:
SINDS 2017

De virtual reality-film *Incitement* is aan verschillende internationale filmfestivals aangeboden.



Cannes Film Festival

Filmen met een bewegende vr 360 graden HD-camera doet Wiebe al enige jaren. Maar bij deze film ging het om extreem langzame, gereguleerde shots. Dat was nieuw voor hem. Al met al heeft dit trial and error-project toch goed uitgekapt. Wiebe: “Om ervoor te zorgen dat de camera niet topzwaar was, stond deze te dicht bij de rails met als gevolg dat de rails in beeld waren.” Dit moest weggehaald worden uit de shots. *Incitement* was intussen geselecteerd voor het Cannes Film Festival. Wiebe kwam in aanraking met United. “Ze vonden het leuk en leerzaam en wilden er best wat tijd en energie in steken,” vertelt Wiebe. Met twee man kostte het anderhalve week.



Regisseur Wiebe van den Ende: “Er is veel interesse voor virtual reality-films.”

De korte vr-film *Incitement* werd geproduceerd door P'tites Madeleines productions, La Mado Films, en Rooftop. Het verhaal gaat over een jong verliefd stel waarvan de een, een raar geintje uithaalt met de ander. De gebeurtenissen en emoties gaan van het ene extreem over in het andere. En vanwege het 360 graden-effect voel je je als kijker echt aanwezig in de scene. Schrijver en regisseur Wiebe van den Ende vertelt: “Eerst ‘hang je’ als het ware boven het bed waarin het koppel net de liefde heeft bedreven. Vanuit deze onverwachte en confronterende positie voelt het ‘te dichtbij’ en krijg je een opgelaten gevoel, maar omdat de camera nauwelijks merkbaar, dus heel erg langzaam, afstand neemt voel je je al snel weer op je gemak. Niet veel later is de sfeer ineens grimmig en voel je je het middelpunt van een knallende ruzie omdat de vr-film je ook echt in die positie zet. Dat zijn psychologische effecten die je met een normale film niet bereikt.”

Diepte in de shots

Nour Abdulla, AV vormgever bij United, studeerde af in 3D-animatie en visual effects. Hij heeft veel ervaring met compositing, zoals voor het NOS Journaal, maar werkte niet eerder aan een vr-film. Hij werkte samen met Daan Viegas Damas, graphic designer bij Rooftop. Nour: “In de compositing gebruikten we een clean plate, met daarop een foto van de lege vloer, om de rails te verbergen.” Bij virtual reality filmt de camera de linker en de rechterkant van de filmset los van elkaar. De beelden moeten vervolgens worden samengevoegd tot een geheel. “Bij standaard compositing werk je in de computer met een platte laag, maar nu heb je te maken met een 3d-bol, een *sphere*, die je moet uitvouwen, hierin alles op elkaar afstemmen en weer opbouwen. Omdat het stereoscopische vr is ervaar je, met een vr-bril op, een gevoel van diepte alsof je de objecten in de ruimte echt kunt aanraken. Maar dat is een illusie. Dat is het mooie ervan.”

Vindingrijk

Vr-compositing vereist een andere manier van denken.

Nour: “Er zaten een paar lastige shots in, die wij natuurgetrouw moesten nabouwen. Soms waren problemen lastig op te lossen. Het samen sparren en met ideeën komen was ontzettend leuk.” Toen de ‘behandeling’ klaar was kon ieder een opgelucht ademhalen. Nour: “Als je de vr-bril opdoet en alles matcht en het ziet er allemaal goed uit, dan ben je heel erg blij. Het mag niet raar voelen.” Wiebe: “Het is superbewerkelijk geweest maar als je het goed doet, heeft niemand dat door. Daan en Nour hebben het goed gedaan, zeker gezien de beschikbare middelen. En met veel enthousiasme. In het uitzoeken waren ze heel vindingrijk. Het leuke is dat het leerproces precies was wat United eruit wilde halen. De samenwerking met United vond ik echt top.”





NAAM: **NATHASJA HESSELINK (26)**
 FUNCTIE: **ADMINISTRATIEF MEDEWERKER ENG**
 IN DIENST: **SINDS 2018**

NAAM: **ANNEFLEUR BRUGMANS DE KOSTER (28)**
 FUNCTIE: **PROJECTCOÖRDINATOR ENG**
 IN DIENST: **SINDS 2014**

Werken bij het projectenbureau ENG

“Hoe drukker het is, hoe hechter het team”

NATHASJA IS VAN OORSPRONG MILITAIR, ANNEFLEUR JURIST. TOCH VOELLEN ZIJ ZICH JUIST BIJ HET PROJECTENBUREAU ENG HELEMAAL OP HUN PLEK. HET BLIJFT SPANNEND OM NAAST DE DAGELIJKSE PROGRAMMA'S, DE NIEUWE EN VAAK GROTERE PROJECTEN TE COÖRDINEREN. VOORAL BINNEN DE BESCHIKBARE TIJD. DAARNA IS HET VOLDAAN NEERPLOFFEN OP DE BANK OM NAAR DE AVONTUREN VAN DE CREW TE LUISTEREN.

Nathasja stopte drie jaar geleden als militair. Met een dochter van zes en een nieuwe partner zocht ze een baan die beter paste bij haar gezinssituatie. Door te reageren op een vacature, kon ze stgelopen bij United. Sinds februari werkt ze als junior administratief medewerkster bij ENG. Deze baan, hoe hectisch af en toe ook, past veel beter in haar leven.

Annefleur rondde haar studie Rechten af bij een advocatenkantoor waarna ze een juridische functie had bij een headhunter op de Zuidas in Amsterdam. Die baan bood haar niet voldoende uitdaging.

De mediawereld vond zij van jongs af aan al interessant, daarom ging ze als *stand in* werken bij het spelprogramma met Chantal Janzen en Tijl Beckand: *De Jongens Tegen De Meisjes*. In de avonden volgde ze een regieopleiding in Hilversum, waar ze in aanraking kwam met mediabedrijven. Door op een vacature bij United te reageren kwam ze erachter welke interessante wereld daar achter schuilgaat.

Het werk in het kort

Annefleur: “De aanvraag van een bestaande of nieuwe klant komt bij ons binnen. We bespreken dan de plannen en de wensen van de klant. Aan de hand van een opgestelde offerte, nemen we de juiste techniek en draaidagen door. Hierbij adviseren wij welke apparatuur het meest passend is.” Nieuwe aanvragen komen vaak automatisch terecht bij degene die die dag de mail behandelt of die de telefoon opneemt. Tenzij een klant specifiek naar iemand vraagt. Dagelijkse programma's zoals *RTL Boulevard*, *Nieuwsuur* en *Koffietijd* lopen gewoon. Hiervoor weten ze precies welke mensen en apparatuur nodig zijn. Bij veel nieuwe projecten hebben ze te maken met tussentijdse wijzigingen en langere doorlooptijden. >>

“Het is zo leuk omdat je het met z'n allen doet”

Grotere ENG-projecten

Een van de langere projecten was *Comedy Central Roasts*. In dit Warner Bros-programma onderzoeken drie comedians subculturen zoals gabbers, een motorclub en bejaarden om ze daarna op een grappige manier af te branden ('roasten'). Annefleur: "Bij ENG leveren we in de basis enkel een cameraman en geluidsman, maar dit was veel grootser. Er waren meerdere ploegen nodig, een autocue-operator en een schakeltechnicus via onze Meercamera-afdeling." Voor Talpa draaide United *In de ban van de trouwring*. Hierbij gingen een aantal stellen drie weken met elkaar in een huis waarbij ze kans maakten om een bruiloft te winnen. "Er werden camera's in het huis opgehangen om ze 24/7 te filmen. Dit was best een groot ENG-project", vertelt Annefleur.

Een van de projecten die Nathasja coördineerde is *De Kluis* voor producent CCCP. Deze serie is vanaf 22 december te zien op YouTube. Elke aflevering proberen drie bekende Nederlanders er met de inhoud van de kluis vandoor te gaan, terwijl deze continu wordt bewaakt door Giel, Thomas en Stefan van StukTV. Nathasja: "StukTV maakte eerst alleen vlogs, nu merk je dat ze steeds groter worden met echte online series, televisie, en zelfs in de muziekwereld zijn ze actief. Toevallig kijk ik met mijn vriend ook veel vlogs en kijkt mijn dochter ook graag. Sinds zij een telefoon heeft, wil ze een eigen kanaal op YouTube. Daar heb ik dan wel een goede job voor uitgekozen", lacht ze.



"Als we dan het eindresultaat op televisie zien, zijn we trots"

Interesse in techniek

"Stressbestendigheid en flexibiliteit zijn belangrijk in dit werk. Met humor en relativeringsvermogen weten we de sfeer, zelfs op de meest hectische dagen, altijd goed te houden. Je moet ook echt iets willen neerzetten voor de klant. Als we dan het eindresultaat op televisie zien, zijn we trots", vertelt Annefleur. Wat ook helpt is interesse in techniek. De meiden vinden het leuk om te kunnen uitleggen aan de klant hoe iets werkt. Annefleur: "Er is zoveel techniek en het verandert ook steeds. Maar gelukkig kun je hier ook heel gemakkelijk naar de mensen van techniek toelopen." De leergierige Nathasja keek een dagje mee bij de uitgifte. "Een collega was bezig met het opbouwen van een camera- en audioset, daar wilde ik alles vanaf weten. Ik wil het gezien en vastgehouden hebben, weten waar het precies voor dient en wat de mogelijkheden zijn. Dan weet ik waar ze het over hebben."

Spanning en sensatie

Elk project is anders en daar leer je van. Dan weer internet, dan corporate, dan weer tv. Ook die afwisseling is leuk. Nathasja: "Op de afdeling hoorde ik er meteen helemaal bij, dat is een goed gevoel. We zijn heel goed op elkaar ingespeeld. Hoe drukker het is, hoe hechter het team wordt want we vangen elkaar op. Het is leuk dat je het met z'n allen doet." Annefleur vindt het werk uitdagend omdat geen dag helemaal hetzelfde is. "De ene dag heb je alleen maar ad hoc-producties en de andere dag duik je helemaal in een project. Wat ik leuke momenten vind, is als er camera- of geluidsmensen terug komen van een klus. Dan nemen we hier beneden iets te drinken, ploffen op de bank en zij vertellen over hun avonturen. Zoals voor *Beruchte sloppenwijken*. Ze bezochten hiervoor de meest gevaarlijke landen ter wereld. Ik was elke keer weer opgelucht als ik ze weer ongedeerd bij ons zag binnenrijden." 📞

Deze YouTube-serie mag je voor geen goud missen

Veelzijdig teamwork tekent productie van De Kluis

OP 22 DECEMBER 2018 GAAT *DE KLUIS* VAN START, DE GROOTSTE NEDERLANDSE YOUTUBE-SERIE OOI. IN ELKE AFLEVERING VAN DEZE NIEUWE ONLINE SERIE PROBEERT EEN TEAM VAN DRIE BEKENDE NEDERLANDERS ER MET HET GOUD IN DE KLUIS VANDOOR TE GAAN. MAAR DEZE KLUIS, DIE OP EEN GROOT AFGESLOTEN TERREIN STAAT, WORDT 24 UUR PER DAG HARDNEKKIG BEWAAKT DOOR GIEL, THOMAS EN STEFAN VAN STUKTV.

De bewakers leven, eten en slapen enkele weken op deze locatie. Zij hebben geen idee wanneer de overvallers van plan zijn om hun slag te slaan. Lukt het de overvallers om TeamSTUK te slim af te zijn, het goud te vinden en heelhuids het terrein met buit te verlaten? Of blijkt het enthousiasme en de chemie van de jongens van StukTV onverslaanbaar? Als het de bekende Nederlanders lukt om de kluis te kraken, dan gaat de opbrengst naar goede doelen die gesteund worden door de Nationale Postcode Loterij.

Een groot team

De regie van dit nieuwe YouTube-programma was in handen van Jeroen Smolders. Frank Houtenbos stuurde, als algemeen projectmanager, de verschillende technische specialisten aan. Vele United-disciplines kwamen voor de productie van *De kluis* samen: ENG, SNG, Cam-Joe en Meercamera. Met Jorge van der Heijden, namens CCCP verantwoordelijk voor de productieleiding, had Frank nauw contact over de samenstelling van het programma en welke faciliteiten het beste te combineren waren.



Giel, Thomas en Stefan van StukTV bewaken de kluis met hun leven.

Zeven dagen zoet

In drie dagen tijd bouwde het team van United alles op. Hiervoor gebruikten ze naast vier draadloze beeldzenders, twintig IP-bewakingscamera's en drie gescheiden intercoms. Zeven dagen waren een projectmanager, een RF-technicus en vier camera-operators zoet met deze uitdagende klus. Frank Houtenbos: "De samenwerking met de producent en de verschillende vakmensen van United is leuk en uitdagend!"

Online spanning

De Kluis staat garant voor 25 minuten online spanning, humor, strategie, shoot-outs en arrestaties met in de hoofdrol een gevarieerde cast van bekende Nederlanders waaronder Tygo Gernandt, Caroline Tensen, Winston Gerschtanowitz en Ruben Nicolai. Het programma wordt geproduceerd door CCCP en is mogelijk gemaakt door de Nationale Postcode Loterij. *De Kluis* is acht weken lang te zien op het YouTube-kanaal van StukTV.

De Clipster heeft de kracht om real-time beelden tot 4K bij 120 frames per seconde in HDR te verwerken.

Mastering met superpower

De masterfiles die United creëert dienen aan de technische specificaties van de klant te voldoen. Dat is niks nieuws. Een nieuwe ontwikkeling is wel dat er steeds hogere eisen worden gesteld aan die specificaties. Met de Clipster van Rohde & Schwarz kunnen wij hieraan voldoen. Deze complete hard- en software oplossing stelt ons in staat de files waar om gevraagd wordt te maken. Zo kunnen we nu IMF (Interoperable

Mastering Format) files maken. Dit is het masterformaat dat door o.a. Netflix wordt gebruikt. Maar ook het maken van een DCP (Digital Cinema Package) voor de bioscoop, of een levering in Dolby Vision (HDR) is mogelijk. De klant kan de masters via de Clipster op de hoogst mogelijke kwaliteit bekijken in onze viewingroom, om er zeker van te zijn dat het eindproduct voldoet aan de kwaliteitseisen.