

IN PRODUCTIE

Magazine van United ☎ Editie 1 2020



Learning on the job

“Operationele assistentie is dé kweekvijver om het tv-vak te leren”

VATTENFALL

United verzorgde een live-uitzending op de dag van de naamswijziging.

REMOTE REGIE

De makers van *Koffietijd* en *5 Uur Live* zijn blij met het Remote Center.

IN CONTROLE

Realtime inzicht in al je producties? Een makkie met de United Anywhere App!



6 INTERVIEW
In gesprek met Joris Boerhof en Jorn Roelofs.



8 REMOTE CENTER
De eerste klant ervaringen zijn ronduit positief.



14 INNOVATIES
United ontwikkelt software. Nu een app voor je producties.



17 WAT HANDIG
Hoe je een meercamerasituatie creëert met ENG-camera's.



V.l.n.r.: Anouk IJfs (Vattenfall), Simon Sliphorst (Sowieso Helder) en Merijn Visser (United).

DE TECHNIEK OP DE JUISTE PLEK

Programmamakers zijn steeds meer op zoek naar kosten-efficiënte en flexibele oplossingen die ruimte geven voor het creatieve proces. Wij gaan graag de uitdaging aan hieraan bij te dragen, bijvoorbeeld door de techniek daar te brengen waar het écht nodig is.

Remote editing, de Anywhere App, de Redbox en het Remote Center zijn voorbeelden van oplossingen die samen met onze klanten zijn bedacht en ontwikkeld om aan de wens van vrijheid en flexibiliteit te voldoen.

Tussen al dat innovatiegeweld besteden we ook uitgebreid aandacht aan de ontwikkeling van onze eigen jonge talenten.



Hoe we dat doen lees je allemaal in deze editie van onze In Productie.

Veel leesplezier!

René Delwel, CEO United

EN VERDER

3 INTERVIEW

Hoe Vattenfall de naamswijziging vierde met een liveshow.

12 IN DE PRAKTIJK

United start opleidingstraject postproductie.

16 QUADIA BOOTCAMP

Inspirerende Quadia Bootcamp over het videovak.

20 WIJ ZIJN UNITED

NEP en United slaan de handen ineen.

Vattenfall vierde de naamswijziging met een liveshow

DAT NUON SINDS ENIGE TIJD DOOR HET LEVEN GAAT ALS VATTENFALL, ZAL WEINIG NEDERLANDERS ZIJN ONTGAAN. MAAR WAAR JE ALS BUITENSTAANDER NIET ZO SNEL BIJ STIL STAAT, IS HOEVEEL IMPACT ZO'N NAAMSWIJZIGING HEEFT OP DE MENSEN DIE ER WERKEN. "ONZE EIGEN COLLEGA'S MOETEN ZICH UITEINDELIJK VERTROUWD VOELEN BIJ HET NIEUWE VERHAAL, ZODAT ZE DAT OOK WEER NAAR BUITEN TOE KUNNEN UITDRAGEN", ALDUS ANOUK IJFS, PERSVOORLICHTER BIJ VATTENFALL.

Speciaal voor deze interne doelgroep, zo'n 3.000 medewerkers, zette het bedrijf dan ook een rebranding-campagne op. Marketing- en reclamebureau SowiesoHelder hielp Nuon daarbij en bedacht de campagne 'Hoe zeg je Vattenfall?'. Deze campagne werd een jaar lang zorgvuldig uitgerold. Hierbij werd toegewerkt naar de apotheose van de campagne: een live-uitzending van een uur op de dag van de naamswijziging, met de titel 'Wij zijn Vattenfall LIVE'. SowiesoHelder koos voor United om de productie van de show te verzorgen.

Paarsgeel hart

Nuon was al wat jaartjes in handen van het Zweedse moederbedrijf Vattenfall, maar in oktober 2018 werd bekendgemaakt dat de naam van de Nederlandse organisatie ook zou gaan veranderen. Het hele jaar door werd het personeel op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen rondom de naamswijziging, niet alleen in nieuwsbrieven en -berichten, maar ook bijvoorbeeld met workshops voor ambassadeurs en leidinggevenden. Ook met video's en animaties lieten ze zien waar en wanneer het logo zou gaan veranderen. >>

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, Frank Schröder, Janine Bekker Photography, Alex van Knippenberg, Lewis PR. | **Vormgeving & opmaak:** Jeffrey ter Stege.
Copyright © 2020 United B.V. Niets uit deze uitgave mag geheel of gedeeltelijk worden veelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar worden gemaakt, op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

“Nuon bestond natuurlijk al jaren. Heel wat mensen binnen onze organisatie hebben een paarsgeel hart, zoals we dat noemen. Zij zijn ontzettend betrokken bij het merk Nuon. Zeker voor deze groep was het belangrijk dat je een rebranding-traject goed aanpakt,” aldus Anouk.

Live tv-show

Dat er op de dag van de rebranding een live tv-show zou komen, stond eigenlijk al vast op het moment dat het communicatieteam van Nuon/Vattenfall om de tafel ging zitten met SowiesoHelder om de plannen door te nemen. “We wilden echt een gelegenheid creëren waar we met alle collega’s bij dit historische moment stil konden staan, zonder de operationele werkzaamheden te veel te ontwrichten. Uitdaging was om collega’s verspreid over achttien locaties gezamenlijk dit moment te laten beleven. Met een live-uitzending kun je alle medewerkers tegelijkertijd bereiken,” legt IJfs uit. “Vanwege de gevarieerde doelgroep van de show, wilden we iets maken wat mensen in alle vestigingen en functies binnen de organisatie zou aanspreken,” aldus Simon Sliphorst, Uitvoerend Producent van SowiesoHelder. “Het uitgangspunt was niet alleen hoge bazen aan tafel te hebben. Ook humor en entertainment kregen een aandeel in de uitzending. Daarbij benadrukten we de naamswijziging vanuit het perspectief van de klant.”

Presentatietraining

De grote vraag was wie de show zou gaan hosten. Anouk: “In eerste instantie dachten we aan een professionele presentator.” Een van de directeuren vroeg of Anouk hier zelf interesse in had, het was tenslotte een interne aangelegenheid. “Ik zag het in eerste instantie helemaal niet zitten. In mijn dagelijkse rol ben ik meer betrokken achter de schermen, zorg ik ervoor dat andere mensen goed voor de dag komen. Dan is dit wel even slikken.” Haar aanvankelijke terughoudendheid sloeg om in enthousiasme nadat ze een presentatietraining kreeg van Amnon Bolle. Als Creative Director bij Quadia, onderdeel van United, verzorgde hij de

regie van de live-uitzending. “De training die Amnon samen met Conny van der Hoek gaf, heeft me enorm geholpen om zelfvertrouwen te krijgen.” Simon: “Het idee was ook nooit dat ze een Irene Moors moest worden. Het heeft juist zo’n charme dat het niet allemaal vlekkeloos gaat. Zo’n uitzending moet vooral authentiek zijn: een show van en voor Vattenfallers.”

Heldere keus voor United

United was voor SowiesoHelder de aangewezen partner om deze productie mee te doen: “Toen het idee van een tv-show op tafel lag, wisten we dat we een partij nodig hadden met de juiste ervaring. United kennen we als betrouwbare en professionele partner, dus daar hoefden we niet lang over na te denken,” aldus Simon. De combinatie met Quadia zorgde voor de nodige expertise op het gebied van corporate communicatie. Merijn Visser, Accountmanager bij United: “Grootschalige tv-producties verzorgen is een vak, maar corporate producties ook. Voor ons was dit een ideaal project om onze gemeenschappelijke expertise op los te laten.”

Spectaculaire live-uitzending

Het resultaat van de samenwerking mondde uit in een spectaculaire live-uitzending van een uur. In blokjes van zes en acht minuten werd heel Vattenfall intern bijgepraat over de nieuwe naam, het nieuwe verhaal en de nieuwe koers. Host Anouk kreeg nog wel assistentie van een doorgewinterde presentator. Anouk: “Jörgen Raymann was de beste sidekick die je je maar kan wensen. Hij haakte af en toe in met een vraag of een grap, maar nam de controle nooit over. Dat pakte heel goed uit.”

De hele organisatie meekrijgen

Als Anouk de productie met één woord zou moeten omschrijven, dan is het ‘warm’: “De hele aanloop, maar ook hoe het op het moment zelf allemaal verliep. Iedereen was gewoon heel erg positief en enthousiast.” De belangrijkste

“Dit traject heeft deuren opengezet voor meer inzet van video binnen Vattenfall”



Amnon Bolle en Patricia van Huystee in de regie tijdens de liveshow.

“Met een live-uitzending kun je alle medewerkers tegelijkertijd bereiken”

learning is dat het cruciaal is om iemand verantwoordelijk te maken voor interne communicatie rondom een rebranding. “Bij ons was dat Nadienske de Vries, die vanaf moment één de kar heeft getrokken. Om een rebranding te laten slagen, moet je de hele organisatie meekrijgen. Zij heeft ervoor gezorgd, uiteraard samen met onze ‘partners in crime’ SowiesoHelder en United. Evengoed een reden van succes is dat we er een vol jaar mee bezig zijn geweest,” aldus Simon. “Als medewerkers een jaar lang niets zouden hebben gehoord en dan ineens zo’n show voorgeschoteld zouden krijgen, dan zou dat een beetje uit de lucht komen vallen. Daarom hebben we het hele jaar door met die interne doelgroep gecommuniceerd.”

Bijzondere dynamiek

Merijn noemt vooral de dynamiek van de uitzending bijzonder: “Die was heel prettig. Je zag dat er heel veel werk in had gezeten, maar het werd nergens stijf. Het was geen moment van alleen maar zenden of cijfertjes oplezen. Voor kijkers was het echt prettig om naar de uitzending te kijken.” De feedback vanuit de organisatie was dan ook meer dan positief, aldus Anouk: “Het hele jaar door hebben we met SowiesoHelder verschillende video’s gemaakt en op intranet gedeeld, je merkt dat mensen daar inmiddels aan gewend zijn geraakt. Die video’s werden zo positief ontvangen dat we de vraag kregen of we niet ook de kwartaalbijeenkomsten in videovorm konden uitzenden. Het is duidelijk dat dit hele traject de deuren heeft opengezet voor meer inzet van video binnen Vattenfall. Dat is natuurlijk ontzettend leuk, want het biedt zo veel meer kansen dan elke keer maar weer een tekstberichtje plaatsen op intranet.”

Operationele Assistentie:

“Dé kweekvijver om het tv-vak te leren”

DE VAKGROEP OPERATIONELE ASSISTENTIE IS NIET ALLEEN ONMISBAAR IN DE PRODUCTIES VAN UNITED, MAAR MISSCHIEN OOK WEL EEN VAN DE BESTE KWEKVIJVERS VAN HILVERSUM. JE KOMT OUD-ASSISTENTEN OVERAL TEGEN; VAN REGISSEURS TOT TV-PRODUCENTEN EN MANAGERS.



Joris en Jorn tijdens de opleidingsdag op sportpark De Toekomst van AFC Ajax.

Als er twee mensen zijn binnen United die dat kunnen beamen, dan zijn het wel Joris Boerhof en Jorn Roelofs. Joris begon zijn carrière 23 jaar geleden als operationeel assistent bij Cinevideogroup, later overgenomen door United. Sinds kort is hij - na wat omzwervingen - weer terug op het oude nest en wel als Head of Operations.

Jorn is pas korter onderdeel van de United-familie. In een paar jaar ontwikkelde hij zich van stagiair, tot operationeel assistent en sinds kort, tot Hoofd van de vakgroep Operationele Assistentie.

Tijd voor een goed gesprek over het geheim van deze kweekvijver.

Hoe zijn jullie destijds in de rol van operationeel assistent terecht gekomen?

Joris: “Ik wist eigenlijk op mijn twaalfde al dat ik cameraman wilde worden. Mijn ouders hebben me nog gestimuleerd om journalistiek te gaan studeren. Maar van mijn neef en oom, die bij Cinevideogroup werkten, hoorde ik dat je het vak eigenlijk beter kon leren door als operationeel assistent te gaan werken. En ik ben nog steeds blij dat ze me dat advies hebben gegeven. Je leert er ontzettend veel, ook dingen die je op een opleiding niet meekrijgt. Daarnaast word je gewoon volwassen binnen het bedrijf. Vrienden vroegen me destijds of ik de studententijd niet miste. Maar ik denk dat ik de eerste vijf jaar als assistent meer heb gezien en meegemaakt dan menig student. En heb mijn beste vrienden overgehouden aan die tijd.”

Jorn: “Ik kwam in 2016 voor het eerst in aanraking met United als stagiair en was best onder de indruk van het bedrijf. Ik weet nog goed dat ik toen besloot dat ik terecht wilde komen bij de vakgroep Operationele Assistentie; op locatie draaien, met een grote groep mensen die nauw samenwerkt, en dat ook nog in een hele goede sfeer.”

Wat is het mooiste project waar je aan hebt meegewerkt als assistent?

Joris: “Ik mocht mee als hoofdassistent naar de Africa Cup in Burkina Faso. We zouden daar eigenlijk drie lokale

cameramensen opleiden, dat was onderdeel van een overheidsproject. Toen dat niet door bleek te gaan, mocht ik camerawerk gaan doen, wat mijn doorstroming aanzienlijk versnelde.”

Jorn: “Afgelopen jaar werd ik ingezet als HAS (Hoofd Assistent) op Koningsdag in Amersfoort voor de NOS. We waren daar tijdens het bekabelen van de stad met een enorme groep assistenten. Als je dan ziet dat het als een geoliede machine werkt geeft dat een enorme kick. Daarnaast zijn ook muziek-evenementen zoals PINK in Wembley en de MTV Awards in Sevilla projecten die me altijd bij zullen blijven.”

De meeste assistenten stromen later door naar een specialisatie. Hoe ben jij terechtgekomen in de rol van hoofd van de vakgroep?

Jorn: “Ik bemoeide me al vrij snel met de opleidingen; wat ik zo mooi vind, is hoe mensen binnen United worden opgeleid. Je leert gewoon wat televisie maken inhoudt; van camerawerk, tot bekabeling, techniek, alles. Het is echt leuk om te zien hoe snel nieuwe mensen groeien binnen dat team. De assistentenploeg is constant in beweging. Er is veel ruimte om door te groeien richting een andere discipline. Daardoor blijft het samenstellen van de ploeg altijd weer een mooie uitdaging.”

Joris: “Als je de juiste instelling hebt – je houdt van hard werken en bent proactief – dan kom je daar vanzelf boven-drijven.”

Nu zijn jullie allebei in mooie functies binnen United terechtgekomen. Welk advies zou je geven aan mensen die nu aan het begin van hun carrière staan?

Joris: “Als je in de tv-wereld wilt werken, dan is het beste wat je kunt doen kennis verzamelen, vragen stellen. Dit is dé tijd om nieuwsgierig te zijn; je kunt alle kanten van het vak leren kennen en iedereen is bereid om je alles te laten zien.”

Jorn: “Je kunt hier je eigen toekomst creëren. Kansen zijn er zat, maar je moet ze zelf aangrijpen.”

Joris: “Precies dat. De mensen die destijds samen met mij assistent zijn geweest zijn op de meest uiteenlopende plekken terecht gekomen; een van mijn collega's destijds was Job Robbers, hij is nu een van de beste sportregisseurs van Nederland. Sommigen zijn producent geworden, anderen werken nu bij United in een leidinggevende functie. Toen we binnenkwamen, konden we nog niks. Nu zijn we de meest ervaren mensen in het vak.”

Is er nog ruimte in het team?

Jorn: “Er is altijd plek voor nieuw talent, vooral omdat we als bedrijf op elke plek natuurlijk blijven vernieuwen.”

Joris: “Zelfs al zitten we officieel helemaal vol; als er iemand binnenkomt met fonkelende ogen, de goede instelling en motivatie; voor goede mensen maken we gewoon ruimte.”

Jorn Roelofs

2015	Podium- en Evenemententechniek, MBO niveau 4, Deltion Zwolle
2015	Stagiair, United College
2016	Stagiair, VPRO 3voor12
2017	Stagiair, Operationeel Assistent, United
2017	AV-specialist MBO niveau 4, ROC van Amsterdam
2017-2019	Operationeel Assistent, United
2019	Hoofd van vakgroep Operationele Assistentie



Joris Boerhof

1995	VWO-diploma
1995-1996	Journalistiek, Hogeschool Windesheim
1996-2004	Diverse rollen binnen Cinevideogroup: van operationeel assistent, tot cameraman en Project Manager
2004-2011	Overstap naar Eyeworks Sports, aanvankelijk als Production Manager, later als Executive Producer en Head of Productions
2011-2014	Diverse managementrollen binnen Infostrada Sports Group en Sir Rufus
2014-2019	Ondernemer / eigenaar van Yiro B.V. en FC Afkicken
2019	Terug op het oude nest United, als Head of Operations



Esther van Blanckestein, uitvoerend producent bij Talpa Producties, en regisseur Jos Budie hebben ruim een half jaar ervaring met het remote center.

De eerste klantervaringen

“Het remote center is een uitkomst voor daily’s”

VORIG JAAR OPENDE UNITED HET REMOTE CENTER WAARMEE KLANTEN EEN REGIE OP AFSTAND GEHEEL NAAR WENS KUNNEN INRICHTEN. TALPA ZETTE DEZE NIEUWE FACILITEIT ALS EERSTE IN VOOR DE PROGRAMMA'S *KOFFIETIJD* EN *5 UUR LIVE*. ERVARINGSDESKUNDIGEN ESTHER VAN BLANCKESTEIN, UITVOEREND PRODUCENT BIJ TALPA PRODUCTIES, EN REGISSEUR JOS BUDIE ZIJN ENTHOUSIAST.

Al tien jaar verzorgt United de technische ondersteuning van het programma *Koffietijd*. Sinds twee jaar kwam daar ook *5 Uur Live* bij. De gehele crew was gestationeerd in Eemnes, op de locatie waar het programma werd opgenomen. Vorig jaar december is de studio verhuisd naar de Beethovenstraat in Amsterdam. Omdat daar niet genoeg ruimte was voor een regie en alle benodigde techniek, bleven deze diensten in Eemnes. Jos: “Dat was wel onhandig. Maar in de tussentijd was bedacht dat wij met het remote center van United zouden gaan werken.”

Hoe het remote center bevalt

Sinds april vorig jaar maakt Talpa gebruik van het remote center en de meeste medewerkers aan de programma's *Koffietijd* en *5 Uur Live* zijn er erg tevreden over. Een van de vier regisseurs, Jos: “Ik ben er ontzettend blij mee en het werkt hartstikke goed.” Zijn er dan geen minpuntjes? Jos: “Het was voorheen aan de regiekant best wel prettig om iets face to face met de presentatrices af te stemmen. Dat kan nu niet meer omdat je op een andere locatie zit. En als je een probleempje moet uitvechten is dat prettiger om in levenden lijve te doen dan via de intercom. Dat ene hobbeltje moet je dan voor lief nemen, daar wordt het programma echt niet slechter van.” Uitvoerend producent Esther vertelt dat het voor sommige mensen uit haar team wel even wennen was: “Onze eindredacteuren zaten altijd naast de regieassistenten, zo konden zij tussentijds veel overleggen. Er was onzekerheid over hoe ze dat gingen doen in de nieuwe situatie. Dat viel uiteindelijk ontzettend mee. De communicatie via de intercom is veel meer to the point en er is ook minder ruis op de lijnen.” Jos: Via de intercom verlopen de redactievergadering en regiebespreking ook een stuk sneller.”

Een duurzame oplossing

Esther legt uit dat er meerdere redenen waren om te kiezen

“Ik vind dat het geweldig werkt, we zitten er goed”

voor een remote-oplossing. “Naast het gebrek aan ruimte in het nieuwe pand en de welkome kostenvermindering, past deze oplossing perfect in het beleid van de Goede Doelen Loterijen dat het meest duurzaam gerenoveerde pand van Nederland bezit. Talpa Producties is ondergebracht in dit pand. Als je mensen op standplaats Hilversum kunt houden scheelt dat natuurlijk reistijd en parkeerkosten. De apparatuur hoeft maar een keer te worden aangeschaft om voor meerdere programma's gebruikt te worden.” Op deze manier draagt de gebruikmaking van het remote center tevens bij aan Talpa's beleid in het maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Invloed op het productieproces

United streeft ernaar om de mensen en middelen te brengen waar nodig is om zowel voor de klant als zichzelf de maximale efficiëntie te behalen. Welke techniek daarvoor precies voor nodig is, zou voor de klant weinig effect moeten hebben. Bij *Koffietijd* en *5 Uur Live* hebben ze dan ook geen verschillen opgemerkt. Ook niet in de techniek, vanwege de transitie van SDI naar IP. In het gehele productieproces is wel wat veranderd vindt Esther: “Je moet beter plannen. Waar je voorheen nog iets ter plekke kon omgooien, moet je nu alles van tevoren bedenken.” Jos concludeert: “Een programma wat je maar een keer doet, ga je niet remote maken, maar dit is iets wat wij elke dag doen. Voor de Talpa daily's is het remote center heel functioneel. Het belangrijkste is dat de intercom goed blijft werken. De communicatie is nu belangrijker dan vroeger. Ik vind dat het geweldig werkt, we zitten er goed.”



V.l.n.r.: Harm van Houten, Julian Firminger, Maarten Meijer, Teun Schoonens en Mischa Kortleve. Lars Hilberink staat niet op de foto.

komt het materiaal op IP binnen. Bij ons gaat het een 'switch' in en vanaf daar kunnen we er overal mee naartoe."

De opbouwfase

Maarten heeft het remote center helpen opbouwen. "Als je met nieuwe technologieën begint loop je onvermijdelijk tegen bugs aan. Of dat producten niet werken omdat ze nog niet helemaal af zijn. Dat maakte het begintraject soms best lastig. Maar na een paar hobbels, liep alles zoals wij het wilden." Met de hulp van Lawo, Sony, SDN Square en Embrionix heeft United de techniek zo goed in kunnen richten.

Helemaal automatisch

In de eerste week zorgden ze ervoor dat er altijd iemand in het remote center aanwezig was, omdat alles zo nieuw was. Maar ze kwamen er al snel achter dat alles zo stabiel

“Zelfs als de buitenspanning wegvalt blijven wij nog steeds doordraaien”

draaide, dat die extra controle niet nodig was. Maarten: "Er kunnen altijd dingen stuk gaan, dat is niet anders dan normaal. Daar proberen wij zo goed mogelijk op te monitoren. Het hele netwerk is bovendien in tweeën opgebouwd. Dus mocht een switch kapot gaan, dan kan zijn tegenpartner in het andere netwerk het overnemen. Dat gaat helemaal automatisch, daar merk je niks van." En als de elektriciteit uitvalt? Maarten: "Zelfs als de buitenspanning wegvalt blijven wij nog steeds doordraaien. Wij zijn op alles voorbereid." 📶

De mannen van het remote center

“Op alles voorbereid”

ALLES LOOPT OP ROLLETJES IN HET REMOTE CENTER WAARVAN EEN GLOEDNIEUWE IP-INFRASTRUCTUUR HET FUNDAMENT VORMT. "DE KLANT MERKT NIKS EN BEHOORT OOK NIKS TE MERKEN, DAT IS ONS UITGANGSPUNT", VERTELT COÖRDINATOR TECHNIEK MAARTEN MEIJER.

De technologie in het remote center is een afgeleide van de techniek die wordt gebruikt in het Objective2020-project van de Euro Media Group. Objective2020 staat voor de technologische toekomst van Outside Broadcast waarbij traditionele broadcasttechnologie wordt vervangen door een snellere, flexibelere en kostenefficiënte IP-infrastructuur.

Alles over IP

Maarten is samen met Lars, Mischa, Julian, Harm en Teun verantwoordelijk voor de IT in het remote center. Hij legt kort uit wat de IP-infrastructuur inhoudt: "In wezen is de lijn waarover de content wordt verplaatst veranderd. Normaal is dat een lijntje per video. Nu kunnen wij over een glasvezellijn wel dertig signalen sturen. Vanuit de camera



‘Jonge editors slaan brug naar YouTube-generatie’

“JONGEREN VAN NU VERWERKEN INFORMATIE ECHT EEN STUK SNELLER DAN VROEGER. DAT VERSCHIL ZIE JE AL MET FILMS VAN PAKWEG TIEN JAAR GELEDEN; ALS JE DIE AAN JONGEREN VAN NU LAAT ZIEN, DAN VALLEN ZE IN SLAAP. ZE ZIJN GEWEND AAN PRODUCTIES DIE EEN STUK SNELLER ZIJN GESNEDEN.” VOLGENS GUIDO VAN DE WALLE, MANAGER POSTPRODUCTIE BIJ UNITED, ZORGT DAT ERVOOR DAT MONTAGE DE PLEK BIJ UITSTEK IS OM JONGE TALENTEN OP TE LEIDEN VOOR DE TOEKOMST.

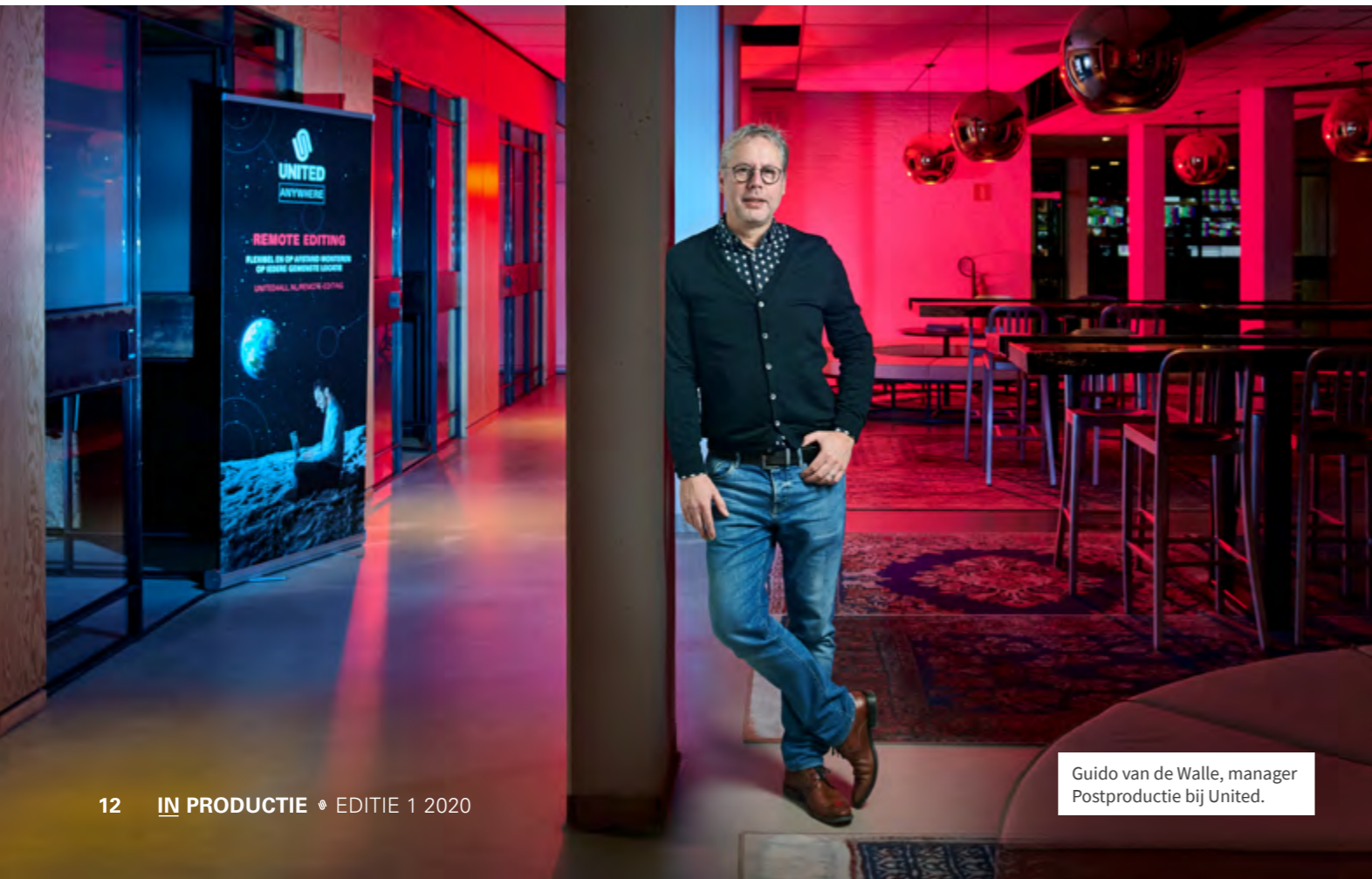
In het team van Guido werken 45 editors. United levert niet alleen alle editors bij KRONRCV en NOS aan; het team werkt ook regelmatig samen met de klant bij United aan een productie. Met name in de manier waarop een productie wordt gemonteerd zie je volgens Guido de stempel van de nieuwe generatie. “We zien dat onze

klanten steeds vaker werken met jongere redacteuren en regisseurs, die dan ook vaak dezelfde visie hebben op productie als onze talenten op het gebied van montage.”

Dus juist omdat dit vakgebied de afgelopen jaren zo hard is veranderd, kunnen jongere talenten en de ‘oude garde’



V.l.n.r.: Roy de Vries, Aron Vuurpijl, Pim Kraster, Guido van de Walle, Ruben Steernberg, Joanne Landman en Jordi van den Brink.



Guido van de Walle, manager Postproductie bij United.

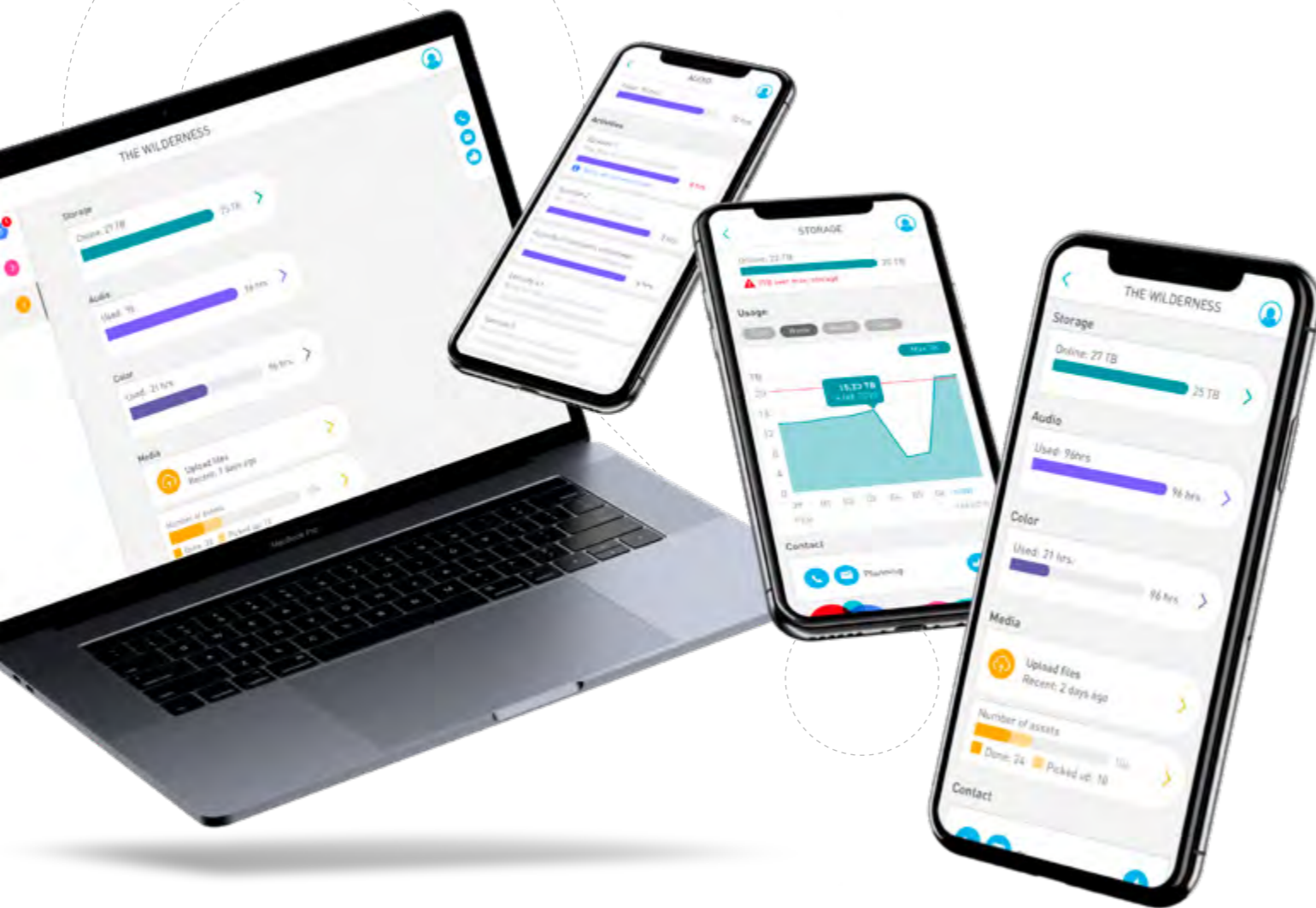
veel van elkaar leren, betoogt Guido. “Talenten die bij ons binnen komen selecteren we vooral op passie voor het vak. Als mensen de ambitie hebben om programma’s te gaan monteren, dan zijn we al een heel eind.

Daarnaast is het belangrijk om wat sociale skills te hebben; je zit regelmatig een dag lang met een klant samen aan een productie te werken, dus daar moet je wel iets leuks van kunnen maken.” Doorzettingsvermogen is de laatste eigenschap waar United op selecteert: “Soms is iets niet in één keer goed en moet je het misschien wel drie keer vervangen. Dat vergt wel wat doorzettingsvermogen.”

Ervaring doen nieuwe talenten vooral op in de praktijk. “De eerste maanden leer je de basis, daarna ga je samen met klanten aan de slag. In eerste instantie zit daar nog

een senior naast, die als back-up kan fungeren.” Het team is onder meer betrokken bij producties als *Koffietijd*, *BinnensteBuiten* en *5 Uur Live*. “Of het nu gaat om entertainment, sport of reality; we zijn betrokken bij alle producties van United. Dat maakt het een hele mooie leerschool voor nieuwe talenten.”

De samenwerking tussen jonge talenten en ervaren editors is volgens Guido een goed voorbeeld van kruisbestuiving tussen nieuwe generaties in de tv-wereld. “Er komt echt een nieuwe generatie opdrachtgevers aan die op een hele andere manier naar producties kijken. Die YouTube-generatie houdt ook de ervaren editors jong en bij de tijd. En het zorgt ervoor dat we als United klaar zijn voor de toekomst, waarin de werelden van tv en online steeds meer in elkaar overlopen.”



Je productie monitoren was nog nooit zo makkelijk

“Work in progress: de United Anywhere App”

IN EEN OOGOPSLAG ZIEN HOE JOUW PROJECT BIJ UNITED VERLOOPT. DAT KAN SINDS KORT MET DE UNITED ANYWHERE APP. UNITED ONTWIKKELT DEZE TOOL SPECIAAL VOOR PROGRAMMA-MAKERS MET HET RESEARCH & DEVELOPMENT-TEAM ONDER LEIDING VAN RALPH DE LEEUW.

Ralph: “We zijn steeds meer gewend om dingen zelf in te zien en te regelen. Denk maar aan de app van je bank of van je energiebedrijf. Ik kan bijvoorbeeld op dit moment kijken wat ik momenteel thuis aan energie verbruik. Ik krijg realtime inzicht wanneer ik maar wil.

Dat kan onze klant nu ook in zijn productieproces. Met de United Anywhere App kan hij op dit moment onder meer inzien wat zijn storageverbruik is of bijvoorbeeld het aantal gebruikte uren bij audionabewerking.” Dat betekent geen onaangename verrassingen achteraf zoals extra uren, uitlooptijden of onduidelijkheden over facturen: de app zorgt ervoor dat alle afspraken transparant blijven.

“Met de app krijgt de klant realtime inzicht in zijn productieproces”

SAVE
– THE –
DATE

EXPERTSESSIES

De Anywhere App en vele andere innovaties zijn te zien tijdens de komende expertsessie dagen van 18 en 19 maart.

Realtime inzicht

In de settings kun je de filters activeren die voor jouw project handig zijn. Zo kun je automatisch op de hoogte worden gehouden wie, wanneer, welk materiaal aanlevert voor ingest en om hoeveel materiaal het gaat. Of wanneer de drager weer kan worden opgehaald. Scheelt toch weer een paar telefoontjes. Ralph: “Stel, je hebt tijd ingepland voor audionabewerking of colorgrading, dan kun je via het zogenoemde jobtracking inzien hoeveel uur je hebt ingepland en er al is verbruikt. Onze medewerkers zijn zelf ook gebruikers van de Anywhere App. Zij zien hun planning en specifieke informatie over de opdracht waar ze aan gaan werken.

Hoe het project tot stand kwam

Business Unit Manager van Postproductie Guido van de Walle kwam met het idee. Ralph: “Guido zag een kans om de klant de postproductie zelf te laten monitoren en het Research & Development-team ontwikkelde de app.” Het R&D-team bestaat uit applicatiebeheerders, workflowspecialisten en software developers, deze laatste groep medewerkers heeft de software in huis ontwikkeld. Ralph: “We maken al heel lang zelf software maar wat bij dit project anders is, is dat we gebruik gemaakt hebben van een extern bureau. Zij hebben ons geadviseerd op het gebied van User Experience. Door veel klantcontact te hebben, feedback te krijgen en steeds te testen konden we de uitgangspunten bepalen voor het design.” Zelf heeft Ralph ook reacties van klanten op het prototype verzameld. Reacties die overigens allemaal heel positief zijn. Ralph: “Mijn taak is alle ideeën op waarde te schatten en wat, hoe en wanneer we gaan bouwen. Het voordeel van zelf bouwen is dat je volledig in controle bent. Wij kunnen snel het roer omgooien als iemand bijvoorbeeld een goed idee voor een nieuwe functie aandraagt.”

Het bouwproces

Het daadwerkelijke bouwen begon bij het autorisatie- en authenticatiesysteem ofwel: het inloggen en wat je dan mag zien. Ralph: “Daar hebben wij lang aan gewerkt want dat moet waterdicht zijn.” Daarna is de storage module toegevoegd. Ralph: “Dan kan een uitvoerend producent

het totale storage-verbruik van al zijn producties zien evenals het storage-verbruik per productie.” Vervolgens is er een systeem toegevoegd waarmee in kaart wordt gebracht wat de status is van de fysieke assets die horen bij een productie, zoals mediadragers. Hierna is jobtracking gemaakt waarbij de klant letterlijk meekijkt met het tijdsplan van het postproductionproces. Op dit moment wordt de laatste hand gelegd aan een nieuw onderdeel van de Anywhere app: Self-service Remote editing. Hiermee kan een klant zélf remote editing licenties aanvragen en inplannen. Ook het aanmaken van projecten en gebruikers kan de klant hiermee zelf doen.

In de planning

Op de agenda staan onder andere een mogelijkheid voor de producer om zélf bestanden te uploaden via de app en onze klanten kunnen zelf het Speech to Text proces bedienen via het Self-service onderdeel van de Anywhere app.

Aan de slag?

Heb je een project bij United lopen? Dan krijg je een uitnodiging met een link om je account te activeren en kun je gelijk van start. Je krijgt toegang tot de projecten of programma's waaraan je werkt en je ziet welke onderdelen van het postproductieproces bij United zijn afgenomen. 📞

Meer informatie: [Ralph de Leeuw](mailto:ralph.deleeuw@united4all.nl), ralph.deleeuw@united4all.nl, [06-51986564](tel:06-51986564) of [Guido van de Walle](mailto:guido.vandewalle@united4all.nl), guido.vandewalle@united4all.nl, [06-51433400](tel:06-51433400).

Quadia Bootcamp

Video's die je gewoon moet delen

WANNEER IS ONLINE VIDEO ZO INTERESSANT DAT, TEN EERSTE: JE DOELGROEP HET WIL ZIEN, EN TEN TWEEDE: JOUW KIJKER HET BEREID IS TE DELEN? DEELNEMERS AAN DE LAATSTE QUADIA BOOTCAMP MOCHTEN DE INSIGHTS DELEN VAN DE PROFESSIONALS. DE SPREKERS WAREN MANAGING DIRECTOR VAN WEFILM, BAS WELLING EN CREATIVE DIRECTOR VAN QUADIA, AMNON BOLLE.



De aftrap van de bootcamp kwam van Quadia's managing director Nico Verspaget

De video start. De deelnemers kijken vol verwachting wat er komt. De interesse wordt gewekt, het is muisstil in de zaal. De concentratie en aandacht is er. Het onderwerp komt aan. Een lach of een slik volgt. En soms zelfs traan. Ja: dit filmpje komt binnen!

Grenzen verleggen

Volgens Bas Welling, die samen met zijn broer Roel nu 10 jaar Wefilm leidt, begint het maken van goede filmpjes met veel uitproberen en grenzen verleggen. Hij noemt dit 'craft', leren door veel te maken. Al doende leer je wat mensen 'in de buik' raakt. Een tweede pijler die hij aanhaalt is: 'boldness', iets moet spraakmakend zijn of gedurfd. Het moet gaan leven. Bas: "Ook al is iets goed gemaakt, het gaat niet automatisch viraal." Bas illustreerde zijn verhaal met treffende video's.

Het vertrouwen van de kijker

De derde pijler die de filosofie vormt van Wefilm is: 'sincerity', eerlijkheid. De klassieke reclame verliest zijn impact omdat de huidige kijker anders in elkaar zit. Men vertrouwt het instituut niet zonder meer. Bas: "Waar we er vroeger van uit gingen dat massamediale reclame altijd de waarheid verkondigd, wordt een commerciële boodschap nu niet meer vanzelfsprekend vertrouwd. Daarnaast gunnen veel consumenten hun aandacht steeds meer alleen aan merken die wat bijdragen." Daardoor wordt maatschappelijke impact



V.l.n.r.: Bas Welling van Wefilm, Amnon Bolle en Frank Schröder.

belangrijker. "Denk aan de chocola van Tony Chocology. Men is bereid flink te betalen voor de maatschappelijke waarde van de strijd naar een slaafvrije wereld, en je krijgt het chocolaatje er als het ware gratis bij," aldus Bas.

Film laten treffen door uitvoering

De inhoud van de content is belangrijk, maar of het echt overkomt heeft ook te maken met de uitvoering. Amnon Bolle, Creative Director van Quadia, haalt enkele tools aan die onmisbaar zijn voor een video die raakt. Amnon: "Door de juiste cameravoering kan je een verhaal versterken. Het is eveneens de kunst om dingen aan de verbeelding over te laten van de kijker en dus keuzes te maken in wat je wel en niet laat zien." Geluid heeft een grote invloed op emotie. Amnon: "Denk aan het opbouwen van spanning. Combineer muziek met geluidseffecten en je hebt de kijker te pakken." Vergeet de juiste montage niet, hiermee houd je de focus

van de kijker vast. Kortom alle details moeten kloppen en dat kan je maar op één manier bereiken: makers met passie voor het vak.

In gesprek met de deelnemer

Dit was de zesde keer dat Quadia deze bootcampsessie organiseerde. De Quadia Bootcamp is er voor mensen in het vak die geïnspireerd willen worden, vragen willen stellen of van gedachten willen wisselen over het videovak. "Dit doen we onder andere door inzicht te geven in verschillende werkprocessen achter de schermen," aldus Frank Schröder Manager Marketing & Communications bij United en Quadia. We gaan met de deelnemer in gesprek om de onderwerpen in de bootcamps concreter te maken. De reacties zijn positief en er is genoeg animo om volgende sessies te organiseren." In het jaar 2020 staan vijf sessies gepland waarvan de eerste in februari plaatsvindt. 📞

*Ook een Quadia
Bootcamp bijwonen?
Kijk voor het laatste
nieuws op Quadia.com*



Duurzame oplossingen van United

Een cool staaltje techniek

DE REDBOX. HET APPARAATJE IS ONTSTAAN OP EEN TROPISCH EILAND, MAAR IS NET ZO HANDIG TE GEBRUIKEN IN EEN NEDERLANDSE STUDIO. OF OP EEN ANDERE PLEK WAAR JE MET EEN BEHULP VAN EEN STANDAARD ENG CAMERA EEN MEERCAMERASITUATIE WIL BEDRIJVEN. DE BEDENKER, KEES KNEPPER, VERTELT HOE DE REDBOX IS ONTSTAAN EN WELKE VOORDELEN HET BIEDT.

De Redbox is een cameraconnectiesysteem, een apparaat dat binnen een studioconfiguratie camera'signalen - zoals video en audio - van en naar een regie transporteert. Met behulp van dit connectiesysteem kunnen acht verschillende signalen bidirectioneel over glasvezel getransporteerd worden. Het apparaat zit verpakt in een rood kunststof kastje en kan gemakkelijk achterop de camera geklikt worden.

Waarom is het kastje rood?

Kees: "Normaal gesproken maak je dergelijke verpakkingen zwart, want het mag niet opvallen tijdens de opnames. Het idee van de Redbox kwam tot stand tijdens mijn werk op een tropisch eiland. Omdat zwart erg hittegevoelig is, hebben we voor de kleur rood gekozen."

Tropisch eiland?

"Dat klopt. Ik ga al een paar jaar met United mee voor het technische support van Survivor, dat is de internationale titel van Expeditie Robinson, geproduceerd door Banijay Productions. Om kostenefficiënt te werken draait United het programma niet alleen voor Nederland maar voor vier tot zes

landen. Ik repareer er camera's of verhelp andere technische mankementen. Samen met mijn collega's, afgelopen keer waren dat Dennis van der Zalm en Miguel Manuela."

Hoe kwam je op het idee van de Redbox?

"Tot vorig jaar werden op koper gebaseerde multikabels samengesteld en naar de regie getrokken. Vocht in de koperen kabels zorgde voor storingen. We moesten om de paar dagen een stuk van het gecorrodeerde koper afknippen en weggooien. Dat vond ik zonde. Ik ben gaan experimenteren met glasvezel, dat niet corrosiegevoelig is maar wel kwetsbaar. Door middel van een zelfgebouwde videoconverter, de voorloper van de huidige Redbox, kon ik de video'signalen in de multikabels over glasvezel versturen. Voor de opnames van dit jaar hebben we de Redbox adapters gebouwd voor acht cameraketens, waarmee we de volledige productie bediend hebben. De Redbox-oplossing heeft dit jaar alle dagen gefunctioneerd en we hoeven de multikabels niet meer te gebruiken. Dat is een stuk milieuvriendelijker."

Wat zijn voordelen van werken met de Redbox?

"Omdat er geen lichtnetspanning is op een onbewoond



Op bovenstaande foto van Expeditie Robinson 2018 zijn de dikke multikabels naar de individuele cameraposities goed te zien. Omdat de crew deze 'brandhaspelslangen' niet meer meeneemt, heeft het ook in cargo een enorme volume- en gewichtsbesparing tot gevolg.



Dennis aan het werk in de door de United-crew zelf opgebouwde technische werkplaats.

“Er worden in deze versie van Survivor opnames gemaakt die vorig jaar onmogelijk waren”

eiland werken we met generatoren voor de voeding van de techniek van de regie. Die generatoren maken geluid dat de opname kan verstoren. De regie wil zo ver mogelijk van dat geluid en van de kandidaten vandaan zitten. Met het reguliere koperdraad was die afstand maximaal 80 meter. Nu we met glasvezel, in combinatie met de Redbox, werken is die afstand 2 kilometer. Dat geeft veel meer speelruimte. Omdat de glasvezelkabels een stuk lichter zijn, is het verplaatsen van camera's langs de opnamelocatie eenvoudiger geworden. Hierdoor worden er in deze versie van Survivor opnames gemaakt die vorig jaar gewoon onmogelijk waren. Regisseur Marc Disselhoff is bijzonder blij met onze Redbox-oplossing."

Wat is het oordeel van de United-crew?

"Die is ook bijzonder gelukkig met deze oplossing omdat ook het dagelijks opbouwen en afbreken van opnamelocaties, door toepassing van de veel lichtere glasvezelkabels, sneller en eenvoudiger verloopt."

Hoe was het op de eilanden dit jaar?

"Voor de tijd van het jaar was er een ongebruikelijke hoge

temperatuur. Zelfs de lokale bevolking klaagde erover. Een regenbui is er anders dan in Nederland. Zo'n tropisch buitje duurt 20 minuten en levert bij wijze van spreken zo'n 100 liter water per minuut per vierkante meter op. Dan stroomt er ook wat water onze werkruimtes binnen, waardoor we maatregelen moesten treffen om de schade aan de inventaris beperkt te houden. Tijdens de laatste draaidag, van de finale, hadden we te maken met een voorbijtrekkende cycloon met bijbehorende vloedwaarschuwing. Tijdens zeer hevige regenbuien kan er niet gedraaid worden en dus heeft men de hele dag gewacht op een droog momentje."

Weerhoud je dat om de volgende keer te gaan?

"Absoluut niet. Dit is zo'n avontuur elke keer weer, dat zou ik niet willen missen. Ik heb enorm veel bewondering voor mijn fijne United-collega's. De klus wordt met een bijna militaire precisie uitgevoerd. Wat er ook gebeurt of gebeurd is, men is professioneel als dat nodig is. Het blijft een zeer bijzondere klus in een uitzonderlijk mooie omgeving."

Geïnteresseerd in het werken met de Redbox?

Mail naar sales@united4all.nl of bel

Joop Donker, Manager ENG op: 035 - 77 33 100.

EUROVISION

SONG CONTEST
ROTTERDAM 2020



Een historisch project vraagt om een historische samenwerking.

NEP en United slaan handen ineen voor Eurovisie Songfestival 2020

In deze unieke samenwerking verzorgen NEP en United in opdracht van de NOS de registratie, inclusief alle technische faciliteiten, crew en materieel, van de drie live-shows van het Eurovisie Songfestival 2020 vanuit Ahoy in Rotterdam.

René Delwel: "In Nederland is er een aantal evenementen, zoals bijvoorbeeld de Elfste-

dentocht, zo uniek dat het nationale belang de concurrentie tussen beide bedrijven overstijgt.

Nederland kan zich met de organisatie van deze grootste Europese entertainmentshow internationaal op de kaart zetten. Samen met NEP spelen wij met de live registratie een cruciale rol!"

WIJ ZIJN UNITED