

IN DE RECLAME!

JAN VAN DE LAAR
reclamefotografie 1988 -1998

In de reclame!

door: Jan van de Laar

Jan van de Laar 1988-1998
ISBN: 9789464859102
Omslagontwerp: Jan van de Laar
Auteursrechtelijk beschermd werk
Uitgegeven via 24bookprint.com
Copyright 2023 - Jan van de Laar

Voorwoord

Toen ik een jaar of zeven was kwam ik voor het eerst bewust in aanraking met fotografie. Ik ontdekte de camera van mijn vader, hij had daarmee een foto van mij gemaakt. Ik kon er voor altijd naar blijven kijken: hij had daarmee een stukje van mijn leven bewaard voor later. Het was een magisch moment. Het was dus mogelijk om iets dat je op een zeker moment ziet te bewaren voor de toekomst. In de jaren die erop volgen realiseer ik me dat niet echt meer. Fotografie is iets vanzelfsprekends. Op bijzondere momenten gaat een camera mee. Mijn vader fotografeert en filmt de vakanties en andere gelegenheden. De dia's komen ingeraamd terug en worden bewaard in dozen met projectorsledes.

Van tijd tot tijd worden de dia's op een projectiescherm vertoond met behulp van de Liesegang projector. De huiskamer verduisterd en gevuld met kinderen in pyjama. Het waren zulke mooie avonden. Ik wordt er altijd een beetje weemoedig van als ik eraan terugdenk.

Als ik de laatste twee jaar van de lagere school doorbreng op een openbare school is er een leraar die fotografie als hobby heeft. Hij heeft een donkere kamer waarin hij filmpjes ontwikkelt en afdrukken maakt. Hij verzamelt een groepje van zijn leerlingen en besluit een cursus te geven. Hoewel ik niet in zijn klas zat mag ook ik meedoen. Maar om aan de cursus mee te doen heb ik natuurlijk een camera nodig. Wonder boven wonder krijg ik die ook: een Zeiss Ikon Vitezza 126. Het is een camera die gebruik maakt van filmcassettes.

Dat werd anders toen ik als jong ventje in militaire dienst ging. Ik wist nog niet wat ik wilde worden en om te voorkomen dat ik voor militaire dienst een eventuele studie zou moeten onderbreken besloot ik de dienstplicht maar zo snel mogelijk te vervullen. Ik was 19 jaar oud toen ik werd opgeroepen. Na twee maanden opleiding werd ik gestationeerd in wat toen nog West-Duitsland heette, Kazerne Seedorf.

Wie in Duitsland gelegerd was kon belastingvrij goederen kopen. Dat gebeurde op grote schaal, de meeste mensen gaven veel geld uit aan stereo apparatuur. Ik kocht er mijn eerste spiegelreflex camera, een Mamiya ZE Cross-over. Het was een kleinbeeld camera met volledig automatische belichting.

Maar die automatische belichting werd al gauw een hinderlijk obstakel. Ik wilde graag alles met de hand instellen om zo het

eindresultaat beter naar mijn eigen hand te kunnen zetten. De nieuwe camera was een Pentax ME Super. Daarmee heb ik jarenlang met veel plezier gefotografeerd.

Toen ik uit militaire dienst kwam wist ik zeker dat ik een opleiding tot fotograaf wilde volgen. Ik meldde me aan bij de Fotovakschool in Apeldoorn en begon voortvarend aan de opleiding tot reportagefotograaf maar het was in alle opzichten een vervelende opleiding. Ouderwetse kennis, ouderwetse opvattingen. Het enige wat ik er goed geleerd heb was met de hand retoucheren van afdrukken.

Ik zag in de bladen als Elle en Avantgarde hele mooie reclamefoto's. Foto's die echt bijzonder waren en waaraan je kon zien dat er aandacht was geweest voor de kleinste details. Reclamefoto's van hele grote merken. Dat was het soort foto's dat ik wilde maken. Maar dat is een echt vak waarvoor je een vakopleiding moest doen.

Dat was nog niet zo simpel. Ik was altijd al slecht in rekenen geweest en vakken als natuur- en scheikunde waren voor mij echt ingewikkeld. Die vakken had ik allemaal laten vallen op de Mavo. Alle opleidingen fotografie vroegen minimaal wiskunde, scheikunde en natuurkunde. En dat was logisch hoor: je moest dingen kunnen berekenen als scherptediepte en leren werken met hyperfocaalafstanden. Je moest met chemicaliën werken etc. Ik werd dan ook nergens aangenomen, de opleidingseisen van Rijks erkende opleidingen verhinderden dat.

Via via hoorde ik over een opleiding in Haarlem. Deze was weliswaar niet Rijks erkend en was volledig op de praktijk ingesteld. Er werd alleen gedoceerd door fotografen die nog vol in de praktijk werkten. Mensen als Joop der Weduwen, Theo Noort, Suki Langereis, Billy Glaser en Diana Blok. Allemaal fotografen die op dat moment opdrachten deden voor hele grote merken en internationale bladen. Ik nam contact op en na een gesprek kreeg ik een aantal opdrachten mee om thuis uit te voeren. Zo konden ze kijken of ik een beetje talent had. Kort daarna startte ik aan de driejarige intensieve opleiding aan de Academie voor Fotografie. In 1985 haalde ik mijn diploma.



Ik sta hier te kijken naar de toenmalige vriend en latere partner van mijn nicht Mariëtte Tielen. Hij was in het bezit van een Yashica Mat 124. Het betreft een zogeheten twee-ogige 6x6 camera. Ik vond het een pracht apparaat. Je keer er bovenin en dan zag je gespiegeld het beeld dat je zou fotograferen. Het is precies dit moment dat ik gegrepen wordt door het feit dat het dus gewoon kon: een plaatje meenemen voor later!

Ik zou deze camera zelf later ook kopen, uit puur sentiment. Ik heb hem nog. Het is exact dezelfde versie, met exact dezelfde lederen foedraal. Eigenlijk is dit mijn belangrijkste camera hoewel hij ongebruikt op zolder ligt.

Mijn eerste eigen foto

Tot de vierde klas van de lagere school zat ik op een hele traditionele jongensschool. Er werd lesgegeven op de ouderwetse manier met tafels in rijen en helemaal klassikaal. De laatste twee jaar van de lagere school bracht ik door op een modernere school. Waar in groepjes werd gewerkt aan projecten en waar ook buitenschools van alles werd gedaan. Zo was er een leraar die fotografie als hobby had en die het leuk vond kinderen te leren om zelf films te ontwikkelen en met de negatieven afdrukken te maken in een donkere kamer.

De eerste dag van de cursus rijdt de leraar (Paul van Tongeren) met ons naar het vervallen vestingstadje Heusden.

Heusden was in die tijd een zwaar vervallen vestingstadje waarvan besloten was dat het helemaal gerestaureerd moest worden. Wij waren er heel kort nadat die beslissing was genomen. Er werd vooral veel met puin en bakstenen rondgedren. De bakstenen moesten worden schoongebikt om te kunnen worden hergebruikt bij de reatsuratie

We werden daar losgelaten met onze camera's en mochten een uur vrij fotograferen. Daarna reden we naar het huis met de donkere kamer. Al onze filmpjes werden ontwikkeld en iedereen maakte een afdruk van zijn meest geslaagde opname. Ik had een foto gemaakt van een vervallen molen waar net een tractor met bakstenen aan voorbij reed.

Het negatief werd in een soort van verticale projector gedaan, een vergrotingskoker. Die projecteerde het negatieve beeld op een stuk lichtgevoelig papier. Na de belichting moest het vel papier in een bak met ontwikkelvloeistof. Toen zag ik voor het eerst een foto langzaam opkomen in de bak met ontwikkelvloeistof. Het was echt een soort van toveren. De eerste keer was hij wat te licht. Door de belichtingstijd te verdubbelen werd de foto twee keer zo donker. Perfect! Mijn eigen foto's, ontwikkeld en afgedrukt. Ik was apetrots. Het maken van een tastbare herinnering werd iets dat ik zou blijven doen.

Nu terugkijkend vallen een paar dingen op. De foto is niet helemaal perfect gefixeerd, daardoor heeft hij een beetje een paarsbruine toon. Maar als je kijkt naar de compositie zie je dat die al best goed klopt. Er is sprake van een doorkijkje naar wat zich achter de tractor bevindt waardoor je als kijken benieuwd wordt naar wat er allemaal gaande is in beeld. Ik zou dezelfde foto nu nog steeds kunnen maken.

1973



Werken voor weekkrant Brabants Centrum

Van de periode tussen 1974 en 1982 is bijna niets bewaard gebleven. Ik fotografeer dan wel maar het waren steeds achteraf maar 'kiekjes'. Pas tijdens militaire dienst pak ik de draad weer op.

Na mijn militaire dienstplicht vervuld te hebben had ik besloten om beroepsfotograaf te worden. Dat ging nog niet meevallen want ik had niet meer dan MAVO-3 op zak met alleen talen en geschiedenis. Fotografie opleidingen waren gevuld met informatie over lenzen, en chemie. Dus natuurkunde en scheikunde had ik sowieso al moeten hebben. Om te beginnen maar eens starten met een schriftelijke vakopleiding tot reportagefotograaf. Dat zou me in ieder geval een basis geven.

De opleiding was op een bepaalde manier wel leerzaam. Ik leerde allerlei chemische technieken om negatieven die mislukt waren nog enigszins bruikbaar te maken en ik leerde een beetje retoucheren: met een miniscul penseeltje stofjes wegwerken in een afdruk. Om alvast te oefenen met het maken van reportages meldde ik me bij de plaatselijke weekkrant Brabants Centrum. Ik mocht voor hen voortaan op pad om foto's te maken. Zo kwamen diverse jubilarissen, brandjes en sportwedstrijden voor mijn lens voorbij.

Een van die sporten is de vossenjacht. Een vossenjacht is een georganiseerde jachtpartij waarbij veelal een groep ruiters te paard met behulp van een meute jachthonden zoals foxterriërs een vos achtervolgt en in het nauw drijft. Ik wist niet dat dat in Boxtel ook gebeurde maar op een zondagochtend kreeg ik de melding dat ze zich op Kasteel Stapelen bevonden. Ik ging er meteen heen en was er net op tijd bij om het vertrek te fotograferen.

Het is een hele saaie foto eigenlijk. Ik had nog steeds geen benul van compositie en dynamiek. Maar ik beheerste wel voldoende de techniek om er in de doka nog een redelijk plaatje van te maken. Ik weet niet of deze foto de krant nog gehaald heeft overigens.

Het werken voor Brabants Centrum ben ik drie jaar blijven doen, met veel plezier. Vaak liep ik op woensdagavond heel laat nog naar de redactie om de foto's in de bus te doen. Dan konden ze de volgende dag nog in de krant

OPDRACHTGEVER: Weekblad Brabants Centrum

JAAR: 1982

CAMERA: Zenza Bronica EC-TL

OPNAMEFORMAAT: 6x6



Met een perskaart op pad

Wanneer je op pad bent voor een weekblad is het handig om dat aan te kunnen tonen. Daarvoor is er een zg. perskaart. Ook Brabants Centrum had zo'n kaart. Er stonden wat stempels op van de krant zelf en van de gemeente en een pasfoto van de medewerker.

Met zo'n pas kon je bijvoorbeeld langs politieafzettingen bij calamiteiten. Zo herinner ik me nog een zaterdagochtend waarop een melding kwam van een treinongeval met vele gewonden op het spoor net buiten Boxtel.

Het bleek te gaan om het al jaren in onbruik geraakte Duits Lijntje. Dat werd op dat moment nog maar twee keer per dag gebruikt voor goederenvervoer. Toch stond daar opeens een gele hondenkop. Er had meteen een belletje moeten rinkelen...

Het was een drukte van belang met brandweer, ambulances, zelfs een lijkwagen was inmiddels gearriveerd. Ik liep naar de trein en werd door niemand verhinderd en ik stapte naar binnen. Overal lagen gewonden, sommigen afgedekt met een laken. Het gekerm was niet van de lucht. Ik maakte allerlei foto's, met respect naar de slachtoffers uiteraard.

Het duurde ongeveer 10 minuten voordat ik doorhad dat het een rampoefening betrof. De slachtoffers werden heel realistisch gespeeld door medewerkers van LOTUS (Landelijke Opleiding Tot Uitbeelding van Slachtoffers). Ik was achteraf wel blij dat het allemaal niet echt was geweest maar het heeft wel heel veel indruk gemaakt.

De perskaart gaf ook nog andere voordelen. Als er ergens iets georganiseerd werd kon je zelf bepalen of je ging kijken of het misschien interessant was voor de krant.

Toen Herman Brood optrad in het plaatselijke Open Huis was ik er natuurlijk als de kippen bij. Ik fotografeerde Herman die toen nog maar een paar kleine tatoeages had.

OPDRACHTGEVER: Weekblad Brabants Centrum

JAAR: 1983

CAMERA: Zenza Bronica EC-TL

OPNAMEFORMAAT: 6x6

1983



Paus Johannes Paulus II in Nederland

Van 11 tot en met 14 mei 1985 zou de toenmalige paus Johannes Paulus II een bezoek brengen aan Nederland. Niet dat ik nou zo gelovig was maar het leek me wel leuk om er verslag van te doen. Vooral omdat er kort daarvoor een aanslag was gepleegd op de paus. Het zou betekenen dat er zware beveiligingsmaatregelen zouden worden getroffen. Dat bleek inderdaad zo te zijn.

Ik diende een aanvraag voor accreditatie in en kreeg een grote hoeveelheid aan papieren in te vullen. De redactie van het weekblad moest verklaringen overleggen, later hoorde ik van verschillende kanten dat inlichtingen over mij waren ingewonnen, waarschijnlijk de de binnenlandse veiligheidsdienst.

Maar na een paar maanden was het zover. Ik ontving een complete perskit met speciale legitimatie en toegangsbewijzen voor alle lokaties. Zo kon ik verslag doen van het hele bezoek. Van de landing op (toen nog militair) vliegveld Welschap in Eindhoven tot de rondtoer door Den Bosch en een grote bijeenkomst in de Houtruithallen in Den Haag. De eerste twee waren het meest interessant.

Het zou een van mijn laatste bijdragen aan Brabants Centrum zijn. Een paar weken later kreeg ik te horen dat ik was toegelaten aan de Academie voor Fotografie voor de opleiding tot allround fotograaf en verhuisde ik naar Haarlem.

OPDRACHTGEVER: Weekblad Brabants Centrum

JAAR: 1985

CAMERA: Nikon F2

OPNAMEFORMAAT: 35mm

1985



Van opleiding naar de beroepspraktijk

Ik was een uiterst gemotiveerde leerling. Ik wóónde zowat op de academie aan de Haarlemse Stooftsteeg. En ik wilde het liefst de hoogste cijfers. Waarom eigenlijk? Daar kwam ik pas kort geleden achter. Ik had een broer die een ongelooflijk talent voor schilderen heeft. Ik was daar scheel jaloers op en ook ik wilde graag als een creatief gezien worden binnen het gezin.

Ik had veel interesse in allerlei creatieve processen. Mijn iets oudere buurjongen (de latere uitvinder Guus Voermans, Tilburg) en kennis van de familie Bruno Ninaber van Eyben (Industrieel vormgever) hebben mij al vroeg laten zien dat creativiteit heel veel plezier oplevert. Vooral in het atelier van Bruno heb ik vele uren doorgebracht. Ik zag er hoe hij horloges maakte die niet veel later in de collectie van het New York Museum for Modern Art werden opgenomen. En dat kwam maar door één ding: perfectie. Later tijdens mijn stage bij fotograaf Hans Kroeskamp werd dat bevestigd. Er zijn weinig fotografen die perfectie zo hoog in het vaandel hebben. Ik ben Hans nog altijd dankbaar voor hoe ik bij hem leerde doorzetten tot een beeld helemaal af was.

Daarmee was een zaadje geplant. Door dingen perfect uit te voeren kan een langdurig soort aandacht voor het werk worden gegenereerd. Dat geldt voor schilderijen, maar ook voor alle andere kunsten. Perfecte boeken worden meermaals gelezen. Perfecte films kijkt men nogmaals en perfecte foto's, daar kun je langer van genieten. Maar ik kwam er ook al snel achter dat echte perfectie ook saaiheid kan opleveren. Eén enkele imperfectie, die ook door de kijker kan worden ervaren, kan voor net iets meer spanning zorgen. In mijn fotografie heb ik vaak voor de perfecte imperfectie gekozen. Opdrachtgevers wisten daar uiteraard niets van. Maar in dit boek zal ik de imperfecties die ik in de foto's heb laten zitten hier en daar aanduiden.

Nadat ik de opleiding had afgerond besloot ik dat ik klaar was voor het echte werk. Maar hoe kom je aan werk als freelancer? Je kent misschien een paar artdirectors vanuit je stageperiode maar het is niet echt netjes om daar meteen gebruik van te maken. Veel, de meeste beginnende fotografen, denken dat ze onderaan moeten beginnen. Eerst in je eigen woonplaats kijken of iemand je diensten kan gebruiken. En dan, als het allemaal goed gegaan is, een wat grotere opdrachtgever benaderen. Maar ik vond dat veel te lang duren.

En ik vond serieus dat ik me al lang kon meten met de grotere spelers in de branche. Arrogant? Zeker. Maar ik maar ik was me daar totaal niet van bewust.

Je had in die tijd reclamejaarboeken. Je had vakbladen en de reclame is een vakgebied waar ze dol zijn op lijstjes. De lijst met de twintig succesvolste reclamebureaus van Nederland plakte ik vooraan in mijn bureauagenda. Bedrijven als Ogilvy & Mather, PPGH/JWT, Kuiper & Schouten, PMSvW/Y&R, DDB Needham Worldwide prijken bovenaan. Ik besloot de bureaus allemaal te benaderen met de vraag of ik mijn werk kon laten zien. Te beginnen met de grootste. Alle bureaus hielden de boot af: artdirectors hadden al fotografen met wie ze graag werkten, of ze hadden het te druk. Maar het meest gebezigd werd toch de vraag 'heb je al gepubliceerd werk?'. Dat was natuurlijk niet zo, een patstelling die zeker anderhalf jaar voortduurde. Totdat ik jeugdvriend Gerben Copal in Boxtel tegenkwam. Hij zei: probeer of je bij Erik Kessels mag langskomen. Hij werkt bij Ogilvy & Mather Amsterdam, is vaak wel in voor wat risico en hij vind het leuk met nieuwe mensen te werken. Ik ken hem persoonlijk.

Erik blijkt een innemende persoonlijkheid, hij nodigt me uit op het immense hoofdkantoor aan de Keizersgracht. Hij is onder de indruk van het werk dat ik maak. En dan vooral van de diversiteit ervan. Hij kan niet een eenduidige stijl ontdekken maar vind wel alles goed. We passen heel goed bij elkaar. Doen allebei niet graag twee keer hetzelfde. Wat groeit is een creatieve vriendschap die jaren meegaat. De eerste opdracht: een paar steeksleutels op een motorkap fotograferen in opdracht voor Ford, verloopt uitstekend. Helaas is daar alleen nog een heel klein fotootje van beschikbaar maar er volgen heel veel vervolgoordrachten.

De andere bureaus volgen dan snel: Kessels ontvangt de ene reclameprijs na de andere vanwege campagnes die afwijken van wat tot dan toe gebruikelijk is. En ik doe mee. Samen maken we heel veel bijzonder werk.



De foto waarmee eigenlijk alles begon. De eerste opdracht die ik samen met Erik Kessels deed: een brochure over de APK waarvoor Ford-dealers hun klanten gingen uitnodigen.



Reclame maken voor jezelf is nog niet eenvoudig. Maar er waren wel dingen die hielpen. Eind jaren tachtig, begin jaren negentig was Van Ginneken & Mostaard een lithograaf waar veel grote reclamebureaus zaken mee deden. En met dat feit deed het bedrijf iets heel handigs: ze brachten een bureau-agenda uit in liggend formaat en vroegen reclamefotografen hun beste werk hiervoor ter beschikking te stellen. Er was plaats voor ongeveer 25 foto's. De agenda's werden heel mooi gedrukt en ingebonden en verspreid over reclamebureaus en andere creatieve bedrijven in het hele land. De enige eis: het moest vrij werk zijn. Dus geen reeds gepubliceerde opdracht. Dit was een buitenkans voor creatieve reclamefotografen. Immers, wanneer de agenda weer verspreid werd kwam je werk onder de aandacht van mensen die jou wel eens nodig konden hebben. Ik fotografeerde deze schaduw van

een fles met twee glazen. Simpel concept. Een gesponsd stukje hardboard en links buiten beeld een plankje met de spulletjes erop. Het licht komt van een volgspot met ingebouwde fresnellens. Voorop de spot zitten een paar stukjes blauwe en roze folie die het licht hun kleur geven. Persoonlijk nog altijd een van mijn favorieten.

OPDRACHTGEVER: Van Ginneken & Mostaard

ARTDIRECTOR: Jan van de Laar

JAAR: 1989

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"

Stages, de werkelijkheid van het vak

Wanneer je een serieus vak wilt leren ontkom je niet aan praktijkervaring. Dat was op de Academie voor Fotografie niet anders. Het laatste (derde) jaar was een gecombineerd stage- en examenjaar. Dat wilde zeggen dat je bij een gerenommeerd fotograaf ging werken en dat je tijdens de stage geacht werd om je examenwerk te maken. Bij de ene stageplek gaat dat beter dan bij de andere.

Zelf vond ik het belangrijk meteen ook in het eerste jaar praktijkervaring op te doen. Ik wist dat ik nog heel veel te leren had en het hebben van een plek met apparatuur is heel comfortabel. Via schoolgenoot Hans Hiltermann kwam ik in contact met Simon van Es. Simon had een studio aan de Byzantiumstraat in Haarlem en deed werk voor VNU, Reclamebureau KSM, en diverse uitwerkstudio's. Een bijzondere persoonlijkheid met heel veel zelfspot. Hij zei altijd: ik ben geen fotograaf, ik spél fotograaf! Ik hielp Simon bij uiteenlopende klussen en in ruil daarvoor mocht ik dan weer gebruik maken van zijn studio. Later ben ik vanuit deze situatie ook voor mezelf begonnen. De officiële stages voor de opleiding deed ik bij Jaap Stahlie en later bij Hans Kroeskamp.

Verder uit elkaar kunnen twee persoonlijkheden vermoedelijk niet liggen. Jaap Stahlie is een hele rustige ontspannen persoon. Met interesses in alles wat *japan* is, was zeker toen volstrekt biologisch-dynamisch bezig. Hij stond (en staat nog steeds) garant voor hele mooie rustgevende foto's die uitblinken in rust en balans. Het werken bij Jaap was altijd prettig. Er hing een zen-achtige sfeer. Ik vond het wel wat.

Hans Kroeskamp was wat dat betreft een heel ander verhaal. Iemand die tot het uiterste zou gaan om dat beeld te krijgen wat hij wilde maken. Ik ken tot op de dag van vandaag niemand die zich kan meten met hoe hij toen werkte. Op dat moment was hij in Nederland de allerbeste fotograaf op zijn vakgebied. Campagnes als 'Vaak is rond beter, soms vierkant' waren zo adembenemend mooi gefotografeerd, dat wilde ik ook kunnen. En dus ging ik een poging wagen voor een stage. Veel mensen zeiden: '*Doe het niet, je wordt gillend gek*' en '*Je gaat dat nooit volhouden*.' Het sterkte me alleen maar meer in mijn wens het te willen proberen.

Hans eiste van zichzelf de discipline op om binnen de tijd de foto af te hebben. De tijd, dat kon een dag zijn, maar soms ook meerdere dagen of weken. Maar vast stond wel, als de tijd voorbij is staat

voor morgen een andere klus ingepland. Uitloopmogelijkheden werden gewoon niet ingebouwd.

In de praktijk draaide het erop uit dat de vaste assistent (Arnoud Kor) en ik in de avond de definitieve dia's maakten en dan nadat de klus was afgerond de studio weer in originele nieuwstaat moesten brengen. De hele set werd afgebroken. Alle statieven, klemmen, hulpmiddelen moesten weer terug naar hun vaste plekken in de kast. De eerste assistent noteerde precies hoe de set was opgebouwd geweest en alle instellingen van flitslampen en aggregaten en maakte een situatieschets. Voor het geval we ooit nog eens precies dezelfde foto moesten maken. En dat gebeurde wel eens.

We begonnen dagelijks om 07:00u. Om 23:30 was het alsof er niks was gebeurd. Deze toch wel rigide manier van werken was uiterst vermoeiend maar gaf tegelijk ook veel rust. Als we 's ochtends aankwamen bekeken we de schets die was klaargelegd en maakten we een inschatting van hoe de set in dit geval zou moeten worden opgebouwd. Tegen 8:15 arriveerde Hans dan zelf om te kijken of we al klaar waren. Het gebeurde natuurlijk regelmatig dat het allemaal heel anders moest. Maar door het rigide werken waren we daar ook weer heel bedreven in. We stopten alles gewoon weer in de kasten, net als de avond tevoren, en begonnen opnieuw, dat was uiteindelijk het meest efficiënt.

Die studio had nog wel iets bijzonders. Wanden, plafonds en vloer waren matzwart geschilderd. Er brandden alleen lampen tijdens het opbouwen van de set. Zodra het fotografische licht aanging werden alle andere lichtbronnen gedoofd. Dit verzekerde ons ervan dat alleen het bedoelde licht in de foto terecht zou komen. Het is een zeer efficiënte manier van fouten voorkomen. Het aardige is echter dat alle hulpmiddelen zoals statieven ook alleen in een matzwarte uitvoering beschikbaar waren. Zodat ze niet onbedoeld licht in het onderwerp konden spiegelen. Dit maakte dat het steeds weer tussendoor opruimen van spullen die ook maar eventjes niet gebruikt worden noodzaak was. Je kunt niet even een statief ergens op de grond neerleggen: die zie je vervolgens niet meer en het is echt wachten tot je daarover op je bek gaat.

Deze en andere maatregelen heb ik zelf ook toegepast in mijn eigen studio's. Het heeft me heel veel bespaard maar ik werd er wel een beetje autistisch van.



Nog altijd ruim ik steeds dingen op, ook al heb ik ze 10 minuten later weer nodig.

Toen ik bij Hans Kroeskamp langs mocht komen om mijn werk te laten zien had ik een doos bij me met twintig foto's. Allerlei foto's die wel een zeker technisch niveau bewezen. Geïnspireerd op reclames die al bestonden, nagemaakte beroemde foto's en onderwerpen waarvan ik dacht dat ze wel goed genoeg zouden zijn als eindexamenwerk.

Veel van die foto's leken qua licht op foto's die Kroeskamp zelf maakte. Ik had al een hele studie gemaakt van zijn werk. Toen ik de doos met foto's op de keukentafel legde zag ik tot mijn schrik dat deze foto bovenop lag.

Dat was eigenlijk niet de bedoeling want met die foto had ik geprobeerd zijn werk te evenaren. Toen hij de doos opendeed keek hij met aan met een verbaasde blik. Hij trok zijn wenkbrouwen omhoog en vroeg: met hoeveel lampen heb je deze foto gemaakt? Ik zei: ik heb maar één lamp, zo'n halogeen bouwlamp.

Hij keek niet meer verder: "Morgen om 7 uur beginnen".

OPDRACHTGEVER: Academie voor Fotografie (Eindexamenwerk)

ARTDIRECTOR: Jan van de Laar

JAAR: 1985

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"

Probeersels: Melk de Witte Motor

Soms komt een artdirector op een idee en krijgt hij het niet goed 'verkoch' binnen het bureau. Zo ging het ook met Jeroen Landsman. Hij werkte samen met Harrie Puts bij PPGH/JWT in Amsterdam en ze hadden een mooi idee voor de toen lopende campagne: Melk, De Witte Motor.

Het was in de tijd dat de Concorde van Air France en British Airways nog dagelijks met supersonische snelheden naar New York vloog. De heren hadden een campagnebeeld voor ogen waarbij twee kleine vogels worden gevoed door de aankomende oudervogel. Jeroen belde me op zaterdagmiddag op. "Zeg Jan, kun jij even een testfoto voor me maken. Gaat om een foto voor Melkunie. Als ik hem er doorheen krijg mag jij de campagne fotograferen." Dat liet ik me geen twee keer zeggen. Ik kende deze artdirectors al langer van andere campagnes dus ik zei: "Kom morgen maar even langs". Ik werkte toen nog vanuit de studio van Simon van Es aan de Byzantiumstraat in Haarlem.

Toen hij de volgende dag kwam had hij een compleet bouw pakket van een Concorde bij zich en twee neuzen van het vliegtuig met een soort snavels. Hij zette zich aan de keukentafel en prutste een mini melkpakje in elkaar van karton. Daarna even naar buiten om takken te halen. We hebben daarna een set in elkaar gezet waarbij de Concorde aan kwam vliegen. Ik heb er een lucht achter geschilderd en een theaterspot met hard direct licht erop gezet. Binnen een uur was de foto klaar. De campagne is het niet geworden, ze snapten het niet aldus Jeroen. Maakt niet uit. Ik vind het nog steeds een leuke foto.

De zwart-witfoto toont de pagina in mijn technische boekje. Hierin werden de Polaroids bewaard met daarop aangegeven de verschillende lichtwaarden binnen de foto. Technisch gezien is het geen hele bijzondere foto. Dat was ook niet nodig, de foto was alleen bedoeld om de klant van het idee te overtuigen. Eigenlijk als een veredelde schets. Voor mij was het de kans om mijn kunnen te tonen.

Eerder noemde ik al de 'perfecte imperfectie'. Deze is hier heel duidelijk aanwezig. De voorstelling is belangrijker dan de geloofwaardigheid van het beeld. Zo kloppen de blaadjes niet. Die horen niet bij een boom, die zijn gewoon uit een klimop geknipt, ergens in de straat van de studio. Maar het haalt het beeld uiteindelijk niet onderuit. Op het randje, dat wel. De perfecte

imperfectie zal nog vaak in mijn werk terugkeren.

Als het gaat om technische perfectie vond ik het wel belangrijk ook goed te weten waar ik mee bezig was. Ik had bij Hans Kroeskamp wel geleerd hoe belangrijk het was om achteraf details te kunnen terugvinden, voor het geval dat je iets precies hetzelfde nog een keer moest maken.

In die tijd was het maken van dia's op groot formaat standaard in de reclame. Het meest gebuikte diaformaat was 4 x 5" inch, dat is ongeveer 10 x 15 cm. En dat is echt andere koek dan de kleinbeelddia's die de mensen thuis in de projector stopten. Op deze formaten is scherpte onovertroffen, maar je ziet meteen ook ieder detail. Dia's ontwikkelen gebeurde in een lab en het kostte ongeveer twee uur voor ze op de lichtbak lagen en jij kon zien dat de scherpte nog net niet helemaal goed was. De redding werd geboden door Polaroid.

Achterop de technische camera kon je een Polaroid-achterwand plaatsen. Daarmee maakte je dan een testfoto. Je had Polaroid 59 in kleur, met een hele aparte en mooie zachte toon. Die was heel geschikt voor de algemene beeldindruk. Maar je had ook Polaroid 55. Het was zwartwit materiaal met een negatief erin. Op dat negatief kon je exact de scherpte beoordelen. Hier afgebeeld het positieve beeld van de Polaroid 55.





OPDRACHTGEVER: PPGH/JWT
 ARTDIRECTOR: Jeroen Landsman en Harrie Puts
 JAAR: 1990
 CAMERA: Sinar Norma
 OPNAMEFORMAAT: 4x5"

Toshiba: kopieën van onze beste verkopers

Begin jaren negentig had ik mijn eigen studio op het Klein Heiligland 99 in Haarlem. Middenin de oude binnenstad. De studio was makkelijk bereikbaar en groot genoeg om een fiks stilleven in te fotograferen. De totale ruimte was ongeveer 4,5 meter breed en 18 meter diep. Voor de meeste opnames is dat meer dan genoeg. Het was een gezellige studio. Vrienden kwamen regelmatig langs na hun werkdag. Maar meestal zat die van mij er dan nog niet op. Er zijn dan ook een hoop mensen die me echt aan het werk hebben gezien.

In 1991 belde een artdirector van Lowe, Kuiper & Schouten mij op. Hij had een klus voor Toshiba Copiers. Het zou gaan om een personeelsadvertentie die in de kranten zou komen. Hij zei: ik moet een personeelsadvertentie maken waarin ze de beste verkopers zoeken. Maar die hebben ze natuurlijk al. Daarop kwam ik op het idee van “We zoeken kopieën van onze beste verkoper”. En dan zo’n foto die iedereen wel een gemaakt heeft: je eigen kop op het kopieerapparaat. Hoe gaan we dat doen?

Ik opperde eerst om een kopieermachine te slopen en dan zo te verbouwen dat de camera onder de glasplaat gemonteerd kon worden. Maar een nieuwe machine opofferen was veel duur, en de klant wilde niet riskeren dat je kon zien dat het een oud apparaat was. Toen heb ik voorgesteld om de set een kwartslag te draaien. Je kunt dan een glasplaat vrij ophangen en het model kan gewoon staan tijdens de opname. En een losse klep van zo’n nieuw apparaat was wel te regelen.

Wat rest is dan nog de achtergrond. De artdirector wilde zo’n typisch systeemplafonnetje. We hebben er 12 vierkante meter van laten komen en hebben het verticaal aan het einde van de studio gezet. Dit bracht een extra voordeel. Doordat onderwerp en achtergrond onafhankelijk van elkaar waren konden we meer gebruik maken van onscherpte naar het plafond toe.

Al met al een geslaagde opname waarvan ik de originele afdruk helaas niet meer heb.

OPDRACHTGEVER: Lowe Kuiper & Schouten

ARTDIRECTOR: Erik Kessels

JAAR: 1991

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5”

WE ZOEKEN KOPIEËN VAN ONZE BESTE VERKOPER.



REPROTECHNIEK BV is een moderne, succesvolle onderneming die zich onder meer bezig houdt met de verkoop van business machines. Bij Reprotechniek werken in totaal zo'n 200 mensen.

Een van onze activiteiten betreft de distributie van Toshiba Copiers. Toshiba Copiers heeft in Nederland een aanzienlijk marktaandeel opgebouwd.

Om dat in de toekomst verder te vergroten zoeken wij enthousiaste en talentvolle mensen die kunnen wedijveren met onze beste verkopers.

VERKOPERS M/V

De VERKOPERS die we zoeken hebben een middelbare schoolopleiding, zijn 24 tot 28 jaar oud en hebben absoluut geen hekel aan hard werken.

Na een interne opleiding en raine inwerkperiode ga je zelfstandig een rapen beheren om de verkoop van Toshiba Copiers verder uit te bouwen. Je houdt daarbij nauw overleg met de district-manager. Een verantwoordelijke baan die veel inzet vraagt.

Maar daar staat ook veel tegengover. Een goed basissalaris, en vooral: een interessant proviesiesysteem. Waardoor je fenolijke je eigen inkomen bepaalt en dus veel geld kunt verdienen.

Daarnaast krijg je een auto van de zaak en een aantal exclusiviteiten die bij een groot, modern bedrijf vanzelfsprekend zijn.

REAGEER NU

Lijkt het je wat om een van onze opverkopers te worden? Stuur dan je sollicitatie met cv naar: Reprotechniek bv, Tielweg 5, 2803 PK Gouda.

Als je nog vragen hebt, kun je ook even bellen met de heer R. Cesar, telefoon 01820-67327.

TOSHIBA COPIERS

Postbank persoonlijke leningen

Ik was nog niet zolang als zelfstandig fotograaf aan het werk toen ik Harry Puts leerde kennen. Hij deelde een huis samen met Erik Kessels aan de Amsteldijk in Amsterdam en beiden waren als Limburgers in de hoofdstad aan het werk bij een reclamebureau. Erik bij Ogilvy & Mather op de Keizersgracht en Harry bij PPGH/JWT, ergens in de buurt van de Rai. Ik had voor Erik al een 'autoshoot' gedaan voor Ford. Harry belde mij daarna voor een aantal posters i.o.v. Postbank. Op een op een daarvan stond ook een auto. hij wist inmiddels dat ik dat wel zou kunnen.

Het waren posters voor in de postkantoren. Ze moesten mensen verleiden een persoonlijke lening aan te gaan voor een nieuwe auto, keuken of een dure stereoinstallatie.

Nu had ik een studio in Haarlem die best groot was, maar niet geschikt om een auto in te fotograferen. Daarvoor heb je namelijk heb je een 'eitje' nodig. Een 'eitje' is een studio waarvan alle wanden rond gestuct zijn en het licht nergens scherpe schaduwhoeken maakt. Jan-Pieter Roozen had zo'n studio in het Amsterdamse havengebied. Die huurden we voor een paar dagen. Want een auto fotograferen is altijd heel tijdrovend. Daarmee begonnen we dan ook maar.

Eerlijk gezegd was deze foto zo gemaakt. Er is gebruik gemaakt van drie 5 kilowatt kunstlicht filmspots waarmee de achtergrond werd aangestraald. Dit reflecteert dan op het oppervlak van de auto en geeft een heel strak verloop op de lak. Het bord met de prijs erop (nog in guldens uiteraard) werd apart aangelicht door een minispot. Het was een heel krachtig stuk verlichting dat ik voor die gelegenheid van collega Hans Hiltermann had kunnen lenen. Al op het einde van dag één was de autofoto met de auto klaar.

Dan een opname van een keuken. Dat lijkt allemaal simpel. Je belt een keukenboer en laat die de keuken in de studio opbouwen. Niks hoeft het te doen, De kraan hoeft niet te lopen, afvoer hoeft niet te werken.

Maar de keukenkastjes moeten voor fotografie wel exact op de milimeter worden afgehangen. Steeds als ik een polaroid maakte bleek een van de deurtjes toch nog niet exact goed te hangen. Nu kun je je dat niet meer voorstellen maar er was nog geen Photoshop om het even te corrigeren.

De stereo was nog het gemakkelijkst. Die maakten we in een half uur tijd.

We hebben het bij deze serie over drie totaal verschillende onderwerpen. In verschillende groottematen en met een ander soort opervlaktemateriaal. Toch moeten de drie opnames goed bij elkaar passen. Dat was in dit geval de uitdaging.

Door vanaf begin te denken in het 'postbankblauw' en de kleur van het licht daarmee te definiëren wisten we de afbeeldingen perfect op elkaar te laten aansluiten. De posters werden heel herkenbaar. De posters hebben ongeveer 6 maanden gehangen in alle postkantoren in Nederland.

OPDRACHTGEVER: PPGH/JWT Amsterdam

ARTDIRECTOR: Harry Puts

JAAR: 1991

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Amnesty International Haarlem

Amnesty International heeft afdelingen in alle grote steden. Dus ook in Haarlem. In 1991 bestond de Haarlemse afdeling 25 jaar. Erik Kessels bedacht daarop de poster waarop een gevangensmuur staat afgebeeld met 25 jaar markeringen erin gekrast. Met de tekst: Amnesty International Haarlem bestaat helaas al 25 jaar.

De leeftijd van een afdeling van Amnesty International is niet iets om te vieren. Het liefst zou je willen dat een organisatie als Amnesty op een gegeven moment niet meer nodig is.

De foto is gemaakt in de studio van Simon van Es. Toen ik voor mezelf zou beginnen gaf hij me de kans de start in zijn studio te maken. Dan kon ik gebruik maken van apparatuur die ik nog niet kon betalen. Ik betaalde hem dan een vergoeding per opdracht.

Het decor is door mijzelf gebouwd. Het bestaat uit niet veel meer dan een stuk spaanplaat waaruit een hoek is gezaagd en waarachter dan weer een paar stukjes pijp omhoog steken. Mijn broer Michiel van de Laar heeft daar vervolgens een betonnen look aan gegeven. Erik heeft de krassen erin gezet met een oude schroevendraaier. Het was een simpele opdracht waar wel een hoop power achter zat.

Deze foto is gemaakt op Polaroid 55. Het mooie was ook dat Polaroid 55 een heel mooi hoog contrast had en het negatief was ragscherp. De hier getoonde afbeelding mist dat een beetje. Het is een reproductie van de gedrukte poster.

De poster verscheen in regionale dagbladen en was in de omgeving op veel plekken als aanplakbiljet te zien.

Award:

Deze foto werd genomineerd voor de ADCN jaarprijzen.

OPDRACHTGEVER: Amnesty International Haarlem

ARTDIRECTOR: Erik Kessels

JAAR: 1991

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Amref Vliegende dokters

Als de ziekte vleugels heeft moet de dokter kunnen vliegen. Kort en bondig. Dit is een slagzin die meteen zegt wat er aan de hand is. Erik Kessels bedacht hem ongeveer 30 jaar geleden en het is nog steeds een van de beste zinnen die ik ben tegengekomen.

Hij vroeg me of ik ook iets heel kleins kon fotograferen. Het bleek te gaan om een vlieg. Een 'tseetseevlieg' om precies te zijn. De tseetseevlieg is een algemene aanduiding voor een aantal vliegen uit het geslacht Glossina, die zich met bloed voeden. Ze komen voor in Afrika en ze brengen ziektes over. Ik zei dat ik het zou proberen als hij de vlieg kon regelen.

Hij had een afspraak voor me gemaakt bij het Tropenmuseum. Daar hadden ze opgezette insecten en ook vliegen. Zij gaven mij een tseetseevlieg uit de collectie met de vraag of ik er heel voorzichtig mee wilde zijn: het was een exemplaar uit 1910 en hij was heel fragiel. De vlieg was op een speld geprikt.

De schets van de advertentie toonde de vlieg van bovenaf. De speldenknop stak ongeveer één centimeter boven het lijfje uit. Toen ik de camera aan het instellen was kwam ik er al gauw achter dat die speldenknop een probleem zou worden. Met close up fotografie geldt de regel: hoe dichterbij je het onderwerp komt, hoe minder scherptediepte je zult hebben.

Ik moest de gehele vlieg scherp hebben van de vleugels tot de pootjes. De kop van de speld kwam ruim in de onscherpte te liggen en stoorde de beeldvorming op de vlieg zelf. Ik wilde geen concessies doen aan het standpunt. Er zat maar één ding op: met een kniptang verwijderde ik het bovenste stuk van de speld, net boven de vleugels.

Daarna heb ik de vlieg gefotografeerd op Polaroid 55. Op het 4x5 inch negatief was de vlieg ongeveer 3 centimeter groot. Ik weet nog dat de scherpte nog altijd niet helemaal optimaal was maar voor een advertentie op krantenraster was hij prima.

De man bij het tropenmuseum was natuurlijk niet blij. Niet alleen de vlieg was uit 1910, ook de speldenknop was natuurlijk net zo oud. En die had ik helaas niet bewaard.

OPDRACHTGEVER: Amref Vliegende Dokters

ARTDIRECTOR: Erik Kessels

JAAR: 1991

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



ALS EEN ZIEKTE VLEUGELS HEEFT MOET DE DOKTER KUNNEN VLIEGEN.

Terwijl muggen en vliegen in Nederland hooguit irritant zijn, zaaien ze in de Oostafrikaanse landen dood en verderf.

Zij zijn het die malaria, dysenterie, trachoom en de gevreesde slaapziekte verspreiden.

Ziektes die, als ze al niet dodelijk zijn, voor vele duizenden mannen, vrouwen en vooral kinderen een blijvende invaliditeit betekenen.

Toch kan veel leed voorkomen worden. Met de juiste vaccins en medicijnen is dat zelfs vrij simpel. Tenminste, als ze snel worden toegediend. En dat is heel wat minder simpel.

In landen als Kenia, Tanzania, Oeganda, Soedan en Somalië vind je maar één ziekenhuis in een gebied zo groot als heel Nederland.

Even de dokter bellen of naar de apotheek gaan is er voor de meeste inwoners van Oost-Afrika ook niet bij. In de afgelegen dorpjes

waar zij wonen zijn die er gewoon niet.

Dere mensen zijn aangewezen op hulp van de Vliegende Dokters. Want die zijn in staat om in een paar uur afstanden te overbruggen waar een jeep ettelijke dagen over doet.

Een tijdwinst die het verschil kan betekenen tussen een enkele besmetting en een rampzalige epidemie. Tussen een miskraam en een geslaagde bevalling. Tussen invaliditeit en een voorspoedig herstel. Tussen leven en dood.

Dere dokters hebben zelf ook dringend hulp nodig. Uw hulp. Want zonder uw financiële ondersteuning staan zij machteloos.

Met een gift van vijftien gulden (meer mag natuurlijk ook) op gironummer 48.76.00 zorgt u ervoor dat de dokters kunnen blijven vliegen. Wilt u eerst

meer uitgebreide informatie, schrijft dan naar: AMREF/Vliegende Dokters, Postbus 1022, 2302 BA Leiden.

AMREF/Vliegende Dokters
GIRO 487600

Internationale brochure voor de Efteling

In 1991 kwam artdirector Wim Delmée met een opdracht voor de Efteling. Er moest een brochure worden gemaakt die in meerdere talen kon worden uitgevoerd. Een brochure als een soort reisdagboek. Het liefst in 8 pagina's.

Een brochure in meerdere talen is altijd prijzig. Wim had bedacht dat we de foto's konden maken met lege blaadjes erop in precies de juiste kleur en met het licht dat erbij past. De brochure kon dan in één keer voor alle talen in vier kleuren worden gedrukt. Daarna zouden de verschillende talen op het drukwerk worden aangebracht. Dat had Wim heel goed bedacht, het basisdrukwerk kon in een daardoor in een enorme oplage worden gemaakt. Het was zelfs mogelijk achteraf met veel meer talen te werken.

De set werd gebouwd met een warm licht dat een beetje vlekkerig moest zijn. Alsof je onder een boom naar het reisdagboek zat te kijken. Het licht moest hard en zacht tegelijk zijn. Ik heb hier gebruik gemaakt van kunstlicht, één enkele lichtbron. Deze schijnt door een spanscherf met een soort kalkpapier. In het kalkpapier werden gaten gemaakt waardoor directe lichtstralen op de set vielen. Het kalkpapier zorgde voor een hele zachte basisverlichting.

Sowieso heb ik altijd de voorkeur gehad om met een enkele lichtbron te werken. Buiten heb je ook maar één zon. Je wilt eigenlijk altijd een zo natuurlijk ogend licht hebben.

De lichtbron die je gebruikt moet alleen wel groot genoeg zijn voor je onderwerp. Ik hanteer daar een grove rekenmethode voor: de lichtbron moet 1,5 x de maat van je onderwerp hebben. In dit geval is het onderwerp de brochure (opengevouwen ongeveer A3 formaat) De lichtbron (bv een softbox) moet dan ongeveer anderhalf keer een A3 zijn. In dit geval heb ik de lichtbron 2,5 x de maat gegeven om zo een extra zacht licht te krijgen.

Deze brochure is in 1991 in de Verenigde Staten bekroond met een IAAPA-award (International Association of Amusement Parks and Attractions) voor beste pretparkbrochure.

OPDRACHTGEVER: Ogilvy & Mather Amsterdam

ARTDIRECTOR: Wim Delmée

JAAR: 1991

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Albumcover Beatcream

In 1992 wordt het debuutalbum van een van mijn favoriete Haarlemse bandjes Beatcream uitgebracht. De CD krijgt de titel 'People Stink'. Ik bied aan om de cover te maken. De band gaat daar op in.

Ik zal samenwerken met Saskia Maertens. Zij zal de teksten met de hand schrijven en versieren en de achterzijde vormgeven. Het wordt een leuke samenwerking. Maar dan blijft 'People Stink' nog steeds om een visuele invulling vragen. We besluiten om een goede vriend (Nantko Speelman) in een nonnenpak te hijsen en hem zittend op de wc te fotograferen. Het moet een beetje een psychedelische foto worden met veel kleur.

Om de foto direct in kleur te maken vond ik geen goed idee. Het moet naar mijn idee heel illustratief worden. Ik wilde eerst op een abstracter niveau uitkomen en de kleur achteraf toevoegen.

Daarna fotografeerde ik de afdruk nogmaals. Dit keer met kleine lampjes met verschillende kleuren. Op deze manier kon ik de kleuren volledig naar mijn hand zetten en werd het een hele illustratieve foto.

Helaas zijn zowel Saskia Maertens als Nantko Speelman beiden op veel te jonge leeftijd overleden.

OPDRACHTGEVER: Sony BMG

ARTDIRECTOR: Jan van de Laar & Saskia Maertens

JAAR: 1992

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Ik fotografeerde de 'non' dan ook in zwartwit. De foto werd via pseudo solarisatie gedeeltelijk negatief gemaakt. Pseudo polarisatie is een techniek waarbij je terwijl de afdruk zich nog in de ontwikkelloeistof bevind het licht in de donkere kamer heel eventjes aan doet. Nog niet ontwikkelde zilverionen krijgen dan een impuls en zullen meer zwarting krijgen dan eerder verkregen grijzen. Het beeld zit dan ergens tussen negatief en positief in.



Zoo: set them free

Iemand met wie ik veel gewerkt heb is artdirector Ad van de Boom. Hij vond me via Erik Kessels, met wie hij eerder een creatief team vormde bij Ogilvy & Mather. Hij werkte voor het Rotterdamse bureau 'Le Bureau'. Voor de klant *Zoo Shoes & Accessories* bedacht hij een poster waarop een schoen in een kooi zat. De winkel was de spreekwoordelijke kooi en de schoen zou bevrijd moeten worden. Een leuk idee.

Ad wist dondersgoed dat dingen alleen werken als ze perfect worden uitgevoerd. Hij had daarom modelmaker Gerard Deibel opdracht gegeven een passende kooi te maken om de schoen heen. Gerard was een van die modelmakers die je echt alles kunt voorleggen. Hij zei altijd: "Alles kan. De vraag is alleen, heb je de tijd en heb je het budget?"

Het was een prachtig kooitje geworden. Het moest gefotografeerd worden met een strak helder licht en tegen een dramatische achtergrond. Voor de achtergrond heb ik een bestaande linnen achtergrond gebruikt die ik nog had staan. Die heb ik zwart geschilderd. Daarna heb ik een sterke spot op de achterkant gezet. Hierdoor wordt de structuur van de stof zichtbaar.

Een eenvoudige opdracht, maar ook hier ging toch nog wat fout. Het was een bloedhete zomerdag, met een hele felle zon. We fotografeerden met continu-licht, halogeen, en dat is wat geel van kleur. Daglicht, en zeker dat van een zomerse dag is daarbij vergeleken knalblauw.

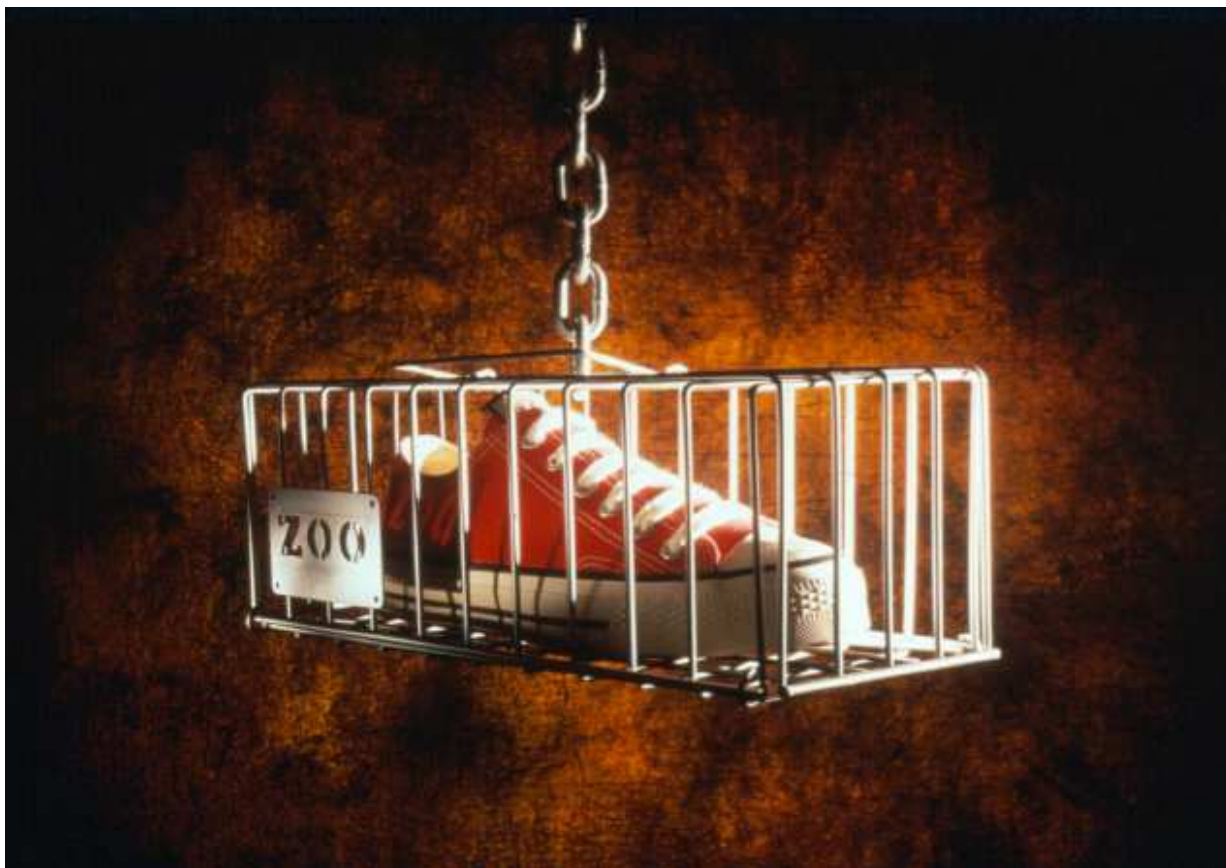
Op de polaroid zag alles er nog goed uit. Dus we besloten de definitieve dia's te schieten en naar het lab te sturen.

Toe we de volgende dag de dia's gingen halen bleek er toch iets niet goed te zijn gegaan. De bovenste schakels van de ketting waren namelijk blauw.

Wat bleek: toen de we laatste polaroid maakten klopte alles nog. Maar vlak voordat we de definitieve dia's maakten had de postbode aangebeld met een pakje dat niet door de bus kon. De stagair heeft toen het pakketje aangenomen maar daarvoor moest wel het gordijn aan de straatzijde open. Het is het daglicht dat dan even binnenkwam en precies op de bovenste schakels terecht kwam.

Die foto's kon ik uiteraard niet afleveren. Dezelfde dag hebben we de foto opnieuw gemaakt. Hieronder de foto met de blauwe schakels, rechts de nieuwe, definitieve foto.





OPDRACHTGEVER: Le Bureau Rotterdam

ARTDIRECTOR: Ad van de Boom

JAAR: 1992

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"

Zot Watches

Artdirector Gerton Knipping benaderde me voor het maken van een illustratieve foto met horloges. Hij had een afbeelding in gedachten van een andere planeet. Iets met een ondergrond van zink/lood en waarvan de horloges uit het landschap zouden breken. Je wist het nooit met Gerton Knipping. Hij was een jonge hond in de reclame, met verse en vooral wilde ideeën. Maar ze hadden wel allemaal iets gemeen: visie.

Gerton had blind vertrouwen in mij als fotograaf. Hij arriveerde bij de studio met een aantal horloges en een plaat zink die hij al enigszins had gemodelleerd. De rest was aan mij om in te vullen. De meeste tijd ging op aan het maken van de set. Het zink was wat weerbarstiger dan we wilden maar we kregen de horloges toch verwerkt in het geheel.

Toen we de eerste polaroids maakten vonden we het er allebei leuk uitzien maar er ontbrak nog iets. Iets van een 'element'. Vuur of lava of zoiets. Gerton maakte daarop een grote scheur in de zinkplaat, daaronder zou dan iets met gloeiende kolen gemaakt kunnen worden.

Dat leek me toch niet zo'n goed idee: de hitte zou niet goed zijn voor de horloges er direct boven, die moesten nog terug naar de klant. Brandgevaar was ook een serieus punt om rekening mee te houden.

Ik heb daarop een lamp met oranje filterfolie onder de set gelegd met daar overheen een stuk verkreukeld rijstpapier. Dat werkte heel mooi en gaf precies de gloed die we nodig hadden om er een spannende foto van te maken.

Beperkt budget? Grijp je kans!

In dit geval was er een zeer beperkt budget, ik weet niet of ik er nog wat aan over heb gehouden. Maar het leverde een hele mooie aanvulling op mijn nog prille portfolio met gepubliceerd werk. Tegen aankomende fotografen zeg ik dan ook altijd: is er geen budget? Zorg dan dat je zoveel mogelijk creatieve zeggenschap krijgt over het eindresultaat.

Zo krijgt de opdrachtgever een betere foto én voeg jij iets toe aan je portfolio waar je helemaal achter kunt staan. Ik ben dit altijd blijven doen, ook toen reclamebureaus me al prima wisten te vinden. Ook bureaus maakten er gebruik van bij pitches. Maar dan maakte ik wel goede afspraken over vervolgoopdrachten. Daar moet je dan wel de gangbare prijs voor kunnen berekenen.

OPDRACHTGEVER: Zot Watches

ARTDIRECTOR: Gerton Knipping

JAAR: 1992

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Introductie Sony Minidisk

Nieuwe producten of diensten. Wanneer die geïntroduceerd moesten worden werd ik daar vaak voor gevraagd. Er was dan nog geen enkele creatieve richting bekend, het campagnebeeld moet dan worden bepaald. Ik mocht dan iets te bedenken dat nog niet eerder was gedaan of er in ieder geval verfrissend uit zou zien. Toen Sony het digitale muzieksysteem 'Minidisk' op de markt bracht deed ik de introductiecampagne voor Nederland.

Artdirector Robin Blitzblum had het werk gezien dat we op de vlakke opnametafel hadden gemaakt en wilde die techniek toepassen in de advertentiebeelden. In plaats van dromerige beelden die we eerder met de poppetjes hadden gemaakt had hij het idee om met gekleurde folies de suggestie te wekken van een drie dimensionaal beeld. Daar bovenop zou dan het daadwerkelijke product in de vrije ruimte hangen. De walkman was daarbij geen probleem, die was licht en handzaam. Maar de autoradio (met de naam Mariah Carey verlicht op het scherm) werd al lastiger. De stereo installatie maakte de opdracht tot een uitdaging.

Om te beginnen was de bestaande Gispens lichttafel niet groot genoeg. Immers, als je een stereo installatie vrij moet laten hangen boven een achtergrond, betekent dat dat de achtergrond verder weg ligt en dus kleiner wordt afgebeeld. De nieuwe lichttafel moest 150 x 150cm groot worden. De glasplaat moest nog dikker zijn dan degene die we eerder hadden: het werd glas van 7 mm dikte. Oh ja, het een gat in het midden: de apparaten moesten tijdens de opname werken om bijvoorbeeld displays mee te kunnen fotograferen. De bedrading moet ergens achter het apparaat uit beeld kunnen verdwijnen. De tafel zelf moest speciaal worden gemaakt. Dat werd een opdracht voor een hoofdstedelijke smederij.

Ik vond dat trouwens altijd wel hele leuke aspecten aan het vak. Vaak moesten dingen speciaal worden bedacht en gemaakt. Daarvoor ging je dan te rade bij vaklieden, mensen die iets bijzonders kunnen. Je komt daardoor op de gekste plaatsen en je doet op al die plekken ook weer nieuwe ideeën op.

Het werd een lastige klus die wisselende beelden opleverde. Eigenlijk is de meest geslaagde die met de walkman. Daarvan is meteen zichtbaar wat de bedoeling is.

Flits- en continue licht gecombineerd

Bij dit soort fotografie kwam altijd nog een aspect kijken: ledlampjes en ledschermen in combinatie met flitslicht. Het licht van de studioflitser is vele malen intenser dan het licht dat uit zo'n display komt. Maar de klant wil altijd wel graag dat het scherm of de ledlampjes er mooi uitkomen. Dan maak je gebruik van nabelichting.

Dat wil zeggen dat je de opname maakt zonder instellicht. Je ziet bij het maken van de opname dus alleen het heel korte flitslicht en je zorgt ervoor dat de sluiters open blijft zodat het ledlicht op het diamateriaal kan 'inbranden'. Meestal was een seconde of tien genoeg maar dat is een kwestie van testen en proberen. Net zolang tot je hebt wat je wilt.

Een studio met een stabiele vloer is daarom helemaal geen overbodige luxe. Tijdens zo'n nabelichting mag er niets bewegen want dat ga je onherroepelijk zien. In de Amsterdamse Jordaan zat ik weliswaar op een eerste verdieping maar wel in een voormalig ziekenhuis dat voorzien was van een granieten vloer.

OPDRACHTGEVER: Cato Johnson
ARTDIRECTOR: Robin Blitzblum
JAAR: 1992
CAMERA: Sinar Norma
OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Sony: geluidsaanwijzing

Artdirector Harry Puts kwam als eerste met een commerciële opdracht met poppetjes in schaal 1:20. Hij werkte aan een informatieve folder voor Sony. Daarin kwamen allerlei facetten voorbij waarmee je je audiokwaliteit kon verbeteren zoals dikke hoge kwaliteits kabels en speciale voetjes voor onder je luidsprekers. De folder heette “De Geluidsaanwijzing”. We maakten in een paar dagen een stuk of 6 verschillende foto’s ter illustratie in een schaal van 1:20.

We hadden nauwelijks enige voorbereiding. Hij zei: “We moeten effe wat foto’s maken voor Sony. Ik neem wat spulletjes mee. Kun jij wat poppetjes regelen zoals van die foto met die dronken mannen?”. We hadden voor twee dagen budget. In die tijd rekende ik 1500 gulden per dag. Best leuk als je dan zo’n beetje carte blanche krijgt om mooie foto’s te maken.

Alle afbeeldingen zijn gemaakt met de technische camera op 4x5 inch dia formaat. Met uitzondering van het oor met de trombonist. Die is gemaakt met een handzamere camera op 6x7 dia materiaal.

Nadat ik deze opdracht had uitgevoerd en kon laten zien bij reclamebureaus wat de kracht kon zijn van werken op deze manier kwamen al snel andere opdrachten die een hoog illustratief karakter hadden.

Merken als Merck Sharpe & Dome, Efteling, Pond’s en Ford kwamen met werk waarvan ik eerder nog niet had durven dromen. Het betekende veel werk dat allemaal voor Amsterdamse reclamebureau’s moest worden uitgevoerd. Ik kreeg steeds vaker de vraag of het niet handiger was om een studio in Amsterdam te hebben. Ik opende daarop een studio in de Amsterdamse Jordaan. Een mooie grote ruimte in een voormalig ziekenhuis aan de Willemsstraat, midden in de Jordaan.

OPDRACHTGEVER: Cato/Johnson Amsterdam

ARTDIRECTOR: Harry Puts

JAAR: 1993

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5”





Prima Donna: animaties voor Ikon televisie

In 1995 maakte ik samen met Jacques de Koning een serie animaties voor IKON televisie. Ik had nog nooit animaties gemaakt maar ik werd gevraagd door Erik Kessels om het gewoon te proberen. Erik's partner Margje de Koning maakte een documentaire over honderd jaar feminisme in Nederland. Jonge vrouwelijke regisseurs maakten korte reportages over aspecten van de leefwereld van jonge vrouwen. Het programma werd in vier delen uitgezonden en bestond uit ongeveer twintig korte films. Voor het programma moest een leader komen en voor de individuele afleveringen elk een zg 'bumpertje'. Erik had bedacht dat de leaders en bumpers in animatie moesten worden uitgevoerd met behulp van Barbie poppen en hij bracht me in contact met Jacques de Koning.

De animaties werden gemaakt op Sony Betamax en opgenomen met een professionele filmcamera. Dat stuk techniek werd door Jacques vakkundig gedaan, net als de montage. Ik nam het licht voor mijn rekening en samen met Jacques bouwden we alle decors/sets. Het was een heel leuk project. Licht voor film is echt wat anders dan licht voor fotografie. Je hebt per beeld maar heel kort de tijd om het beeld te bekijken, dat heeft gevolgen voor het contrast dat je gebruikt. Daarnaast zal het licht tussen de verschillende scenes moeten blijven kloppen, iets waar je in fotografie niet mee te maken hebt.

Ik vond het maken van animaties meteen fantastisch. Waar ik al gewend was om 'verhalend' te fotograferen maakten we nu met heel veel foto's achter elkaar een complete scene. We maakten de animaties op 6 beelden per seconde. Hierdoor heb je nog een beetje een schokkerig effect waardoor je je permanent bewust bent dat je naar iets fictiefs zit te kijken.

Prima Donna is een verzameling korte reportages die gemaakt werden vanwege honderd jaar feminisme in Nederland, de onderwerpen belichten dan ook allerlei feministische aspecten van de samenleving.

De korte reportages hebben ieder een intro (bumper) nodig en ook het programma moet worden voorzien van een leader. Erik had het idee om de leader en de bumpers allemaal te maken met stop-motion gefilmde Barbiepoppen.

Hij wilde graag dat ik de decorbouw en setontwerpen zou doen.

Maar hij wist natuurlijk wel dat ik de techniek van het animeren niet in huis had. Jacques de Koning, de broer van Margje had daar wel veel ervaring mee, hij was ook goed in montage. Een match was snel gemaakt. Jacques en ik zouden de productie samen op ons nemen.

We hebben een heleboel materialen ingekocht zoals verf, hardboard, karton, patronen voor het lijmpistool en ander random knutselspul. Er werd ook een groot aantal Barbiepoppen geregeld via een verzamelaar.

De animaties werden gemaakt op Betamax. We hadden een monitor waarop we steeds het beeld moesten beoordelen. Steeds werd er 1 beeldopname gemaakt. Daarna werden de poppen een heel klein beetje verplaatst en dan werd het volgende beeld weer vastgelegd. Ik vond dat beoordelen op een monitor zelf een hele lastige. Toch hebben we in een paar dagen tijd genoeg beelden gemaakt om een complete leader en zo'n twintig bumpers mee te kunnen monteren. Het programma werd goed ontvangen. Bekijk de clip op Youtube door onderstaande QR-code te scannen.



1993



Verenigd Streekvervoer Nederland: campagnes met taal

In 1993 werkte Erik Kessels bij Lowe Kuiper & Schouten op het account van Verenigd Streekvervoer Nederland. De streekbus moest worden gepromoot en Erik had daar wel een idee over. Met dat streekvervoer kom je door plaatsen waarvan je niet wist dat ze bestonden en sommige daarvan hadden namen waarvan je nooit had gedacht dat die een gehucht of dorp vertegenwoordigden: Monster, Glimmen, America, Katlijk.

Maar samen konden ze ook zinnen opleveren:
Haren Glimmen Goor
Koks Vijlen Kopaf

Dus liet hij plaatsnaamborden maken op ware grootte en hij vroeg me die op een bepaalde manier te fotograferen. Later deed ik dat ook met nummerplaten van auto's. De platen werden door Gerard Deibel bewerkt alsof ze oud en versleten waren. Daarna heb ik ze zo simpel mogelijk gefotografeerd.

Bij deze campagnes was budget steeds een probleem. Toen bleek dat de klant maar twee varianten van ieder campagnebeeld wilde uitvoeren werd ervoor gekozen om in plaats van vier-kleurendruk slechts met twee kleuren te werken. Dat bespaarde in ieder geval iets! De plaatsnaam borden zijn alleen met blauwe inkt gedrukt, de nummerplaten met alleen geel en zwart.

Dit soort keuzes zijn typerend voor Erik Kessels. Altijd praktisch ingesteld, niet te moeilijk doen. Kijken wat er kan en dingen gewoon proberen.

In een derde campagne moest de bus als alternatief voor de auto worden gepresenteerd. Altijd al happig op taal bedacht hij een viertal slogans waarin een automerk verwerkt zat.

Het was een druilerige dag. We gingen al vroeg op pad om auto's te fotograferen. Maar op een of andere manier was het allemaal te clean. We besloten naar De Liede te rijden. Daar waren allerlei autosloperijen. We hebben daar de vier foto's gemaakt zonder verdere hulpmiddelen. Bestaand licht, een aantal cassettes met film, een paar dozen polaroid en natuurlijk een 4x5" technische camera.

Door het druilerige zwaarbewolkte weer kwamen de logo's erg goed naar voren. Deze klus was in een paar uur gedaan.

OPDRACHTGEVER: Lowe Kuiper & Schouten
ARTDIRECTOR: Erik Kessels
JAAR: 1996
CAMERA: Sinar Norma
OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Meer met schaal 1:20

Schaal 1:20, ook wel H0 genoemd, is de schaal die gebruikt wordt voor treinbanen. De schaal aanduiding staat voor een verkleeningsfactor die wordt toegepast. Bij een schaal van 1:20 (1 op 20) wil dat zeggen dat 1 meter van het model overeenkomt met 20 meter in de werkelijkheid. Na de opdracht voor de Sony Geluidsaanwijzing had de artdirector de poppetjes achtergelaten en zo had ik ineens drie dronken mannen in mijn studio. Op schaal 1:20 dan.

De dronken mannetjes bleven me intrigreren, ze hadden iets grappigs. Ze werden steeds op andere plekken in de studio gezet. Tot ik op een avond besloot ze in een wijnglas te lijmen. en ze te fotograferen in een koude blauwe verlichting.

De foto bleek achteraf het startsein voor vele commerciële opdrachten en vrije exercities.

Zo kwam een andere artdirector, ook voor Sony, met een opdracht om maar liefst zes grote landschapsopnames te maken. Ik kreeg daar maar liefst vier weken de tijd voor. Betaald uiteraard. Ik ben daarna meer vrije foto's gaan maken met de poppetjes. Ze brachten heel veel inspiratie.

Als illustratief fotograaf vond ik wel dat de het geheel meer moet zijn dan de som der delen: Poppetjes in een bepaalde situatie zetten is niet genoeg. Je moet wel in het beeld wel worden meegenomen, er moet sprake zijn van vervreemding. Alleen dan is er magie. en gaat een verhaal echt leven.

Ik maakte mijn poppetjesfoto's met veel plezier maar op en bepaald moment bleef ik toch steken op een te laag creativiteitsniveau.

Maar ik leerde Nicky van Vliet kennen, iemand met een enorme creativiteit. Ze was erg gecharmeerd van de poppetjesfoto's maar ze had daar nog veel méér ideeën voor. We besloten toen om samen een serie foto's te gaan maken.

Er was direct een creatieve klik. En zoals dat dan gaat, dat leidde tot een hele hoge productiviteit. We bedachten een lichttafel waarop we plat liggende sets gingen bouwen. Dus in plaats van de poppetjes een rol in een driedimensionaal decor te plaatsen deden we dat nu op een plat vlak.

De lichttafel bestond uit een Gispen bureautafel waarvan het blad was vervangen door extra dik mat glas. Hierop werden tekeningen gemaakt met ecoline, Oost-Indische inkt en rijstpapier. Onder de tafel werd een lamp geplaatst: je krijgt dan een voorstelling die lijkt op het Indonesische wajang, maar dan in het miniatuur. Het resultaat van de samenwerking was verbluffend.

De verdienste daarvan komt natuurlijk niet alleen de fotograaf toe, enkel omdat hij dat gedeelte van de techniek voor zijn rekening nam. Zonder de inbreng van Nicky van Vliet waren die foto's er helemaal niet gekomen. Je had haar niet zomaar door iedere modelmaker of decorbouwer kunnen vervangen. Zij heeft de foto's feitelijk bedacht. Dat verdient nog altijd hulde.

Een van de eerste foto's die we maakten was die van de gymnasiasten. Drie poppetjes met elk een ring boven het hoofd. Gefotografeerd op met ecoline gekleurd rijstpapier dat voorzien is van een tekening met Oost-Indische inkt.







Alle Nederlandse Mazda dealers portretteren

Het moet ergens rond 1994 zijn geweest. Martin Cornelissen werkte als artdirector bij PPGH/JWT. Hij zat op het Mazda account en ze wilden een campagne maken waarbij in de regionale advertenties steeds de dealer uit die omgeving zou worden afgebeeld. Leuk idee maar duur. Het zou betekenen dat een fotograaf bij ruim driehonderd dealers langs moest om de directeur te fotograferen. Maar toen was er ineens de jaarlijkse dealerdag.

De jaarlijkse dealerdag werd dat jaar gehouden op de poloclub in Laren. Ik kreeg de opdracht om ter plekke alle driehonderd dealers op een unieke manier te fotograferen. Dus iedere foto anders, maar wel allemaal in dezelfde setting.

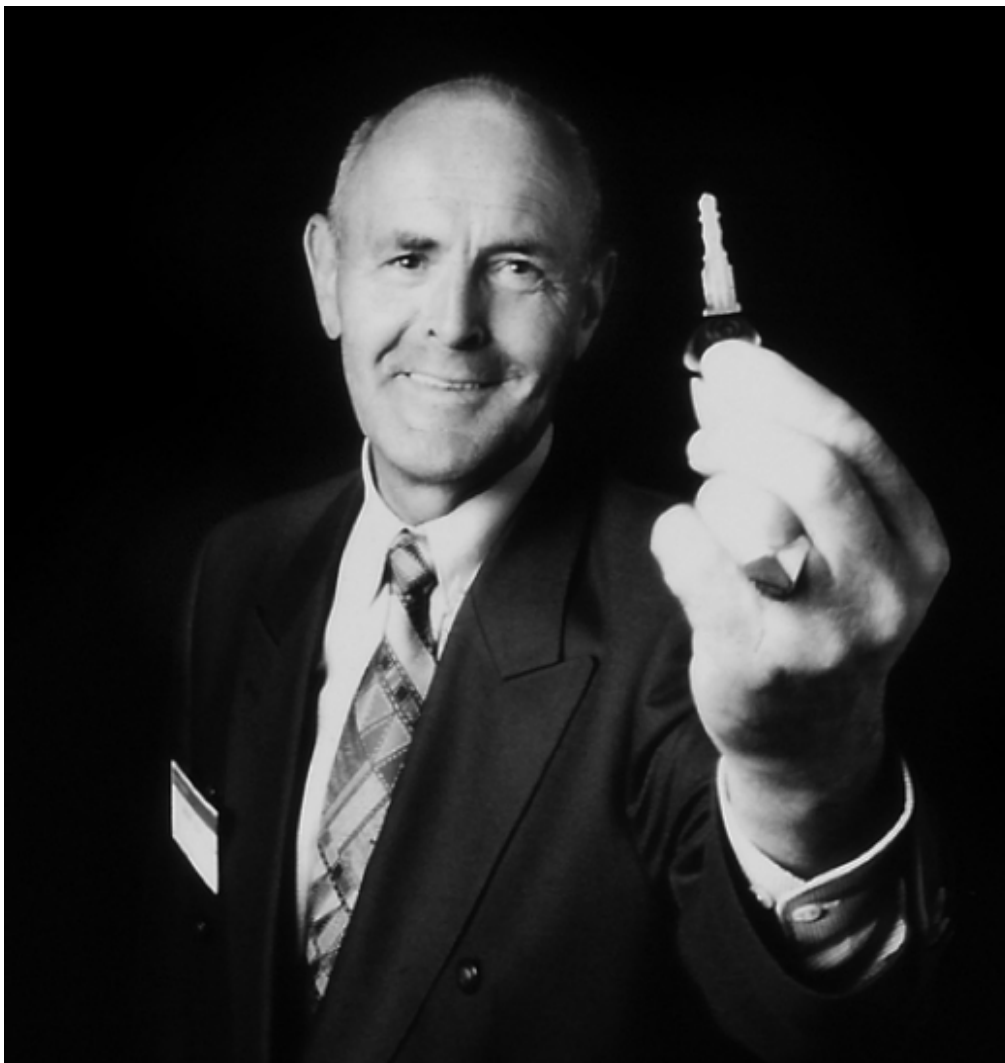
Logistiek gezien was dat nog best lastig. Je moest namelijk zeker weten dat de foto gelukt was want anders zou je achteraf nog steeds het land door moeten om re-shoots te doen. Ik besloot dat het beter was om hulp in te roepen. Die hulp kwam van Jaap Stahlie en José Groot met wie ik goed bevriend was. Zowel Jaap als José waren heel goed in portretfotografie. Als trio zouden we de klus uitvoeren.

Op de dag van de opdracht waren we al vroeg op de poloclub. Er waren tenten klaargezet en een van die tenten mochten we als studio gebruiken. We besloten de studio met veel zwarte doeken op te delen in drie compartimenten. In iedere deelstudio bouwden we precies dezelfde set om groot zijlicht en een zwarte achtergrond. Zo konden we garanderen dat alle foto's bij elkaar zouden passen.

We fotografeerden dit keer op 35mm Polapan 25. Een heel bijzonder materiaal. Het was zwartwit positief diamateriaal dat met een speciaal apparaatje direct en zonder donkere kamer ontwikkeld kon worden. Hierdoor konden we wanneer een cassette met 36 opnames vol was direct op de lichtbak kijken of de foto goed belicht was, de scherpte in orde en het belangrijkste of de dealer er een beetje goed op stond.

Deze opdracht was een groot succes. Mazda kon de portretten naast campagnematig ook voor allerlei andere doeleinden gebruiken, zoals voor toegangspasjes en zo.

OPDRACHTGEVER: PMSvW/Y&R
ARTDIRECTOR: Martin Cornelissen
JAAR: 1994
CAMERA: Nikon F2
OPNAMEFORMAAT: 35mm



Introductie Pepsidin, de smeltbare tablet

In 1994 werd ik benaderd door Fred Rozenkamp. Het bureau waar hij werkte vroeg of ik een ijskristal kon fotograferen. De neiging was er om meteen te zeggen, “ja hoor, geen probleem!” maar nog voor ik het zei wist ik: die dingen zijn wel erg klein. Misschien is het toch niet zo simpel. Dus ik zei: laten we een modelmaker vragen of die een model van zo’n kristal kan maken.

Het ging om de introductie van een nieuw soort tabletten die in je mond smolten. Mensen met slikproblemen zouden er zeer mee geholpen zijn. De associate met smeltende sneeuw was zo gek nog niet.

Ik had de week voorafgaande iemand over de vloer gehad die modelmaker was en best bijzondere dingen had gemaakt. Het was de Engelse modelmaker Maria Hurley. Zij had haar opleiding gedaan in Bristol en onder andere aan de decors en props gewerkt voor de serie ‘Crapston Villa’s’. Dat was een geanimeerde televisieserie zoals de bekende Wallace & Gromit en Shaun ‘t Schaap.

Maria wist meteen wat er bedoeld werd en ook hoe ze het kristal moest maken. Ze maakte er meteen drie, bij het ‘ontmallen’ kan er altijd wat mis gaan en we zitten niet te wachten op afgebroken poten of ijskristallen met een scheur erin.

Ze maakte eerst een kleimodel van ongeveer 30cm in doorsnede. Daarna maakte ze daarvan een rubber gietmal. Hierin werd definitieve plastic model gegoten. Dat moest naderhand heel voorzichtig uit de rubber mal worden gehaald.

Het resultaat was erg mooi. Omdat we drie exemplaren hadden konden we behalve de centraal zichtbare ook een stuk vlakbij de camera in beeld steken en een ander stuk linksonder, verder weg van de lens. Zo kregen we een heel mooi perspectief.

OPDRACHTGEVER: Bartels/Verdonk Impuls

ARTDIRECTOR: Fred Rozenkamp

JAAR: 1994

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5”



Chinees op reis

Veruit de mooiste serie foto's vind ik nog altijd Chinees op Reis. In 1994 gemaakt samen met Nicky van Vliet. Op de door ons bedachte opnametafel werden vier foto's gemaakt waarin een chinees poppetje de hoofdrol speelt. De serie werd ingezonden voor de jaarlijkse PANL-prijs. PANL stond voor Photographers Association of the Netherlands. PANL gaf jaarlijks de mogelijkheid om je beste werk in te zenden. Een aantal werden bekroond met een prijs en de foto's die daar net buiten vielen werden geexposeerd en er werd een boek van uitgegeven.

De serie 'Chinees op reis' werd bekroond met een 'Merit' award. Merit werd uitgereikt aan de serie die door zijn creatieve en technische uitvoering iets unieks had toegevoegd aan de Nederlandse fotografie. Dat was iets om heel trots op te zijn.

Bijzonder was het zeker. Dat zie ik nu er ik jaren later op terugkijk ook wel. De beelden hebben nog altijd iets betoverends. Je vraagt je af hoe het gemaakt is. Of je naar diepte kijkt of niet. Of je wel of geen kleur ervaart. Maar voor ons was het vooral 'fun'. Iets maken waarbij je mensen op het verkeerde been zet, of in ieder geval meeneemt in iets heel onwaarsachtigs.

Nadat we deze serie gemaakt hadden werd ik gevraagd om een bijdrage te leveren aan een speciaal project van drukkerij Mart Spruijt in Amsterdam. Zij maakten jaarlijks een bijzondere kalender; dit jaar werd een selecte groep fotografen waarin onder andere Rineke Dijkstra en Jaap Stahlie, gevraagd om een serie van 4 foto's in te zenden. Het moesten zwartwit foto's zijn. We besloten Chinees op Reis in te zenden.

Het was een speciaal project op het gebied van vormgeving. Ieder kalenderblad was handmatig met potlood getekend, inclusief de dagen en weekaanduidingen, dus ieder kalenderblad was uniek. De kalender werd in Duitsland bekroond met de Kodak Kalenderpreis.

Awards:

PANL 1994 Merit (Photographers Association of The Netherlands)
Kodak Kalenderpreis 1994 (BRD)



1994



Chiquita: bordspel in het oerwoud

Het is 1994. Chiquita ontwikkelt een bordspel voor promotiedoeleinden. Er worden verschillende testopnames gemaakt door een hele goeie fotograaf. Die zet een prachtige sfeer neer. Maar dan moet ineens met grote spoed de definitieve opname worden gemaakt. En de fotograaf? Die zat voor twee maanden volgeboekt. Het bureau belt mij op. Ze vragen ik de definitieve opnames wil maken.

Aan de testdia's op 8x10 inch formaat die ze laten zien zie ik direct dat ze van Hans Kroeskamp zijn, toevallig mijn belangrijkste leermeester. Bij hem liep ik stage toen ik de opleiding aan de Haarlemse Academie voor Fotografie volgde.

Het blijkt te kloppen. De trafficmanager van het bureau zegt: "Hans vind het prima als jij het afmaakt. Misschien kun je hem bellen voor de kleurfiltering". Dat doe ik en dan blijkt hij van niks te weten en reageert wat kribbig. Hij zegt over de filterwaarden: "Ik weet ze zo niet maar jij gaat hier zeker uitkomen, Jan. Doe je best."

Hij was natuurlijk helemaal niet op de hoogte gesteld van het feit dat ik de klus zou afmaken. En hij had waarschijnlijk helemaal geen zin om mij de filterwaarden te geven waar hij zolang aan gesleuteld had. En terecht. Het is hetzelfde als Max Verstappen testrondjes laten maken en dan een voormalige stagiaire laten bellen om te vragen in welke versnelling hij een bepaalde bocht moet nemen zodat hij Max kan vervangen. Hoe dan ook, ik moest de fotografie gaan doen.

Er moest een situatie worden nagebouwd waarbij het lijkt of je in de jungle bent. Met veel gebladerte, uiteraard van bananenbomen. Artdirector Michiel de Boer weet al van eerdere klussen dat bananenblad maar heel kort mooi blijft. Hij weet ook dat als je zo'n set wilt opbouwen dat heel tijdrovend is. Chiquita zal dus moeten zorgen voor een regelmatige aanvoer van verse bananen en bladeren. We denken de klus in drie dagen te kunnen uitvoeren, wat in die tijd niet heel uitzonderlijk was. Photoshop stond nog in de kinderschoenen dus de foto moest in één keer goed.

Mijn studio aan het Klein Heiligland in Haarlem was een echte pijpenla. 4,5 meter breed en 18 meter diep. Van die afmetingen hebben we optimaal gebruik gemaakt.

De set was uiteindelijk 10 meter diep, gevuld met tuinaarde en voorzien van heel warm licht. Die hele diepte zie je in de foto niet terug. Maar het was wel nodig om achterin de studio een open flitskop neer te zetten en tussen het laatste deel van de set en die flitskop water te kunnen verstuiwen. Dat geeft de gloed die linksboven op de foto te zien is.

Modelmaker Gerard Deibel maakte de op de Maya's geïnspireerde beelden waarvan er een linksonder het bordspel vandaan komt.

Het uitvoeren van de opdracht verliep verre van vlekkeloos. Het was belangrijk dat bananen en de bladeren in goede conditie waren. Maar tot twee keer toe werden wel de bananen op tijd geleverd maar bleven de bladeren achterwege. Hierdoor liep de klus twee volle dagen uit.

Het onderstreept het belang van hele goede afspraken op papier. Want niet alleen werd de klus later afgeleverd, de studiokosten moesten ook voor twee dagen extra worden doorberekend. Daar kwam bij dat ik de twee extra dagen al geboekt was door een andere opdrachtgever. Deze moest eerst akkoord gaan met een verschoven deadline. Het bureau heeft alle kosten keurig voldaan maar de opdracht kostte hierdoor meer dan twee keer het dubbele dan begroot was.

In de loop van de week werden in totaal ongeveer twintig dozen bananen van de allerhoogste kwaliteit aangeleverd. Daar kun je natuurlijk niks meer mee. We hebben deze daarom gedoneerd aan het Leger des Heils.

OPDRACHTGEVER: Bartels Verdonk Impuls

ARTDIRECTOR: Michiel de Boer

JAAR: 1994

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Ponds HN-complex

Art director Wim Delmée werkte bij Ogilvy & Mather in Amsterdam. Hij moest daar een cosmeticaproduct promoten voor Pond's. Het was een bijzonder potje. Er zat een doorzichtige gel in, en binnen die gel zat een spiraal van witte creme. Het was een klein potje, ongeveer 5 centimeter hoog als je de dop meerekende. Maar het had wel iets moois. Dit potje moest op posters van 70 x 100 cm worden afgebeeld.

Nu is het lastig om iets dat eigenlijk zo klein is op deze schaal te laten zien. Alle foutjes in het materiaal worden mee uitvergroot. Luchtbelletjes en vervormingen in het glas die je bij gewoon bekijken niet eens opvallen zie op een foto ineens wel. Daarom werden dit soort foto's vaak nog bewerkt door een retoucheur. Die werkte alle oneffenheden weg met potlood, penseel en vaak ook met airbrush. Maar een retoucheur kostte ook geld. Wim en ik vonden het daarom beter om het geld dat eigenlijk voor de retoucheur gebruikt zou gaan worden te besteden aan een modelmaker: iemand die in staat is een grotere versie te maken van hetzelfde object. En dan helemaal zonder glasfouten. We vonden de modelmaker in Gerard Deibel.

Gerard was een beetje een zonderlinge man. Hij bewoonde een klein huisje op een afgelegen plek middenin de Beemster. Hij maakte vaker objecten voor fotografen. Ik kende hem via mijn stage bij Hans Kroeskamp, in die tijd de onbetwiste koning van de stillevenfotografie. Deibel had voor hem onder andere de sets voor de campagne "Vaak is rond beter. Soms vierkant" van Bokma gemaakt. Ook de boterham die op alle verpakkingen van De Ruijter stond afgebeeld had hij gemaakt van kunststof. Zijn decorstukken waren altijd puntgaaf. Ik vroeg hem of hij het bewuste potje kon namaken met een hoogte van 25 centimeter. Hij zei dat het geen enkel probleem was maar dat het wat tijd zou kosten.

Vier weken later ging ik bij hem kijken. Ik trof hem aan in zijn rommelige huisje waarin alleen hijzelf alles wist te vinden. Midden in de kamer stond een werkbankje met daarop een grof stuk perspex. Hij zit er al in hoor! Ik hoef hem alleen nog maar uit te halen. Gevolgd door een bulderende lach. Om er aan toe te voegen: 'Let maar op jongen, hij wordt perfect'.

Twee weken later belde hij me op om te zeggen dat ie klaar was en dat hij hem in mijn studio zou komen afleveren. Perfectie levert magie op. Toen hij het stuk uit de doos haalde moest ik hem

nageven. Het was pure perfectie. Hij had een week lang zitten schuren aan het blok perspex, net zo lang dat het precies de juiste vorm had. Met steeds fijner schuurpapier en daarna afwerken door het ding te polijsten. Toen ik het object in het door mij bedachte licht zette was het meteen helemaal af. Ik heb voor de definitieve foto eerst een opname gemaakt van de losse spiraal tegen een donkerblauwe achtergrond. Deze foto heb ik als een grote dia van 60x65 centimeter laten maken. Die dia werd als achtergrond gebruikt voor het maken van de uiteindelijke foto. Die foto staat op deze pagina weergegeven.

Er is geen beeldbewerking aan te pas gekomen. Het geld voor de retoucheur was beter besteed. Ik heb voor de definitieve foto eerst een opname gemaakt van de losse spiraal tegen een donkerblauwe achtergrond. Deze foto heb ik als een grote dia van 60x65 centimeter laten maken. Die dia werd als achtergrond gebruikt voor het maken van de uiteindelijke foto. Die foto staat op deze pagina weergegeven. Er is geen beeldbewerking aan te pas gekomen.

OPDRACHTGEVER: Ogilvy & Mather Amsterdam

ARTDIRECTOR: Wim Delmée

JAAR: 1994

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"





Introductie ISDN

Internet was er al en werd steeds populairder. Je moest er op inbellen met een modem. Voor veel mensen betekende dat dat ze op dat moment hun telefoon niet konden gebruiken. Gelukkig kwam er een oplossing voor: ISDN ofwel Integrated Services Digital Network. ISDN is opgebouwd uit meerdere kanalen die via dezelfde kabel lopen. Met een ISDN verbinding konden een telefoontoestel en een modem voor het internet worden aangesloten. PTT-telecom introduceerde de dienst in 1995. Reclamebureau PMSvW/Y&R (Prins, Meijer, Stamenkovits, Van Walbeek / Young & Rubicam) was een reclamebureau waar ik al veel voor gewerkt had. De Rotterdamse broertjes Rob & Maurice van Gijzen vormden er een van de creatieve teams. Zij moesten de introductiecampagne neerzetten.

Er zouden drie spreads moeten worden gemaakt. Een spread is een advertentie over de gehele breedte van een opengeslagen tijdschrift. Een met een file-beeld van bovenaf, een met een grote hoeveelheid vliegtuigen en een met benzinemeters. De eerste twee wilden ze graag met speelgoed uitbeelden. De laatste met polaroidfoto's.

Het was best een gek idee eigenlijk. Normaal gesproken kies je voor een campagne als deze voor een consistente benadering. In dit geval wijkt een van de drie foto's in opzet af. Toch is dat uiteindelijk helemaal goed gekomen. De foto's passen door het repetitieve element uiteindelijk mooi bij elkaar.

Helaas zijn er geen echt scherpe repro's meer van deze campagne, vooral die van de file was van een lage kwaliteit. Deze heb ik onlangs opnieuw gemaakt.

OPDRACHTGEVER: PMSvW/Y&R

ARTDIRECTOR: Rob en Maurice van Gijzen

JAAR: 1995

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"



Bespaar reistijd

Printed by the Government Printer, Melbourne, Victoria, Australia.

ptt telecom

© 2000 Blackwell Science Ltd *Journal of Internal Medicine* 247: 395–402

Figure 10.10: 1000 bootstrap samples of the sample mean of 1000 observations from a $N(0, 1)$ distribution.

1984. The Western State depends on its corporate tax to fund public services, a new requirement. *Journal of Tax'n*. Oct. 1984, p. 10.

The grapheme *ee* within *beetles* has a different value and has been

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 103–110

Telewerken met ISDN

Telewerken met ISDN



Nadenken of bijtanken?

Kijk, het is nogal druk vandaag op Rijksweg 101. Ik heb nog een paar minuten.

ptt telecom

Wat zou ik nu wel of niet moeten doen?

Ja, dat is het. Het is nu nog maar een paar

minuten. Het is nu nog maar een paar minuten.

Ik heb nog een paar minuten. Het is nu nog maar een paar

minuten. Het is nu nog maar een paar minuten.

Ik heb nog een paar minuten. Het is nu nog maar een paar

minuten. Het is nu nog maar een paar minuten.

Ik heb nog een paar minuten. Het is nu nog maar een paar

minuten. Het is nu nog maar een paar minuten.

Ik heb nog een paar minuten. Het is nu nog maar een paar

minuten. Het is nu nog maar een paar minuten.

THUISWERKEN



Bespaar vliegtijd.

Wanneer u internationale besprekingen moet afhandelen, is het belangrijk dat u het beste gebruik maakt van de mogelijkheden die de telefoon biedt. Het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding.

PTT Telecom

is het beste gebruik van de mogelijkheden die de telefoon biedt.

Wat de kwaliteit van een telefonische verbinding ook is, het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding. Het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding.

Wat de kwaliteit van een telefonische verbinding ook is, het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding.

Wat de kwaliteit van een telefonische verbinding ook is, het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding.

Wat de kwaliteit van een telefonische verbinding ook is, het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding.

Wat de kwaliteit van een telefonische verbinding ook is, het is niet alleen de snelheid van de verbinding die telt, maar ook de kwaliteit van de verbinding.

Telecommunicatie met ISDN

The Sunclub: videoclip voor de single Fiesta

Nadat ik samen met Jacques de Koning in opdracht voor IKON televisie een serie animaties met barbiepoppen had gemaakt werden we gevraagd om een videoclip te maken. Het was een clip voor een nummer dat gemaakt was door vier producers en waarvan zij ervan overtuigd waren dat het een hit zou worden. Probleem was: de clip die ze al hadden werd niet gedraaid door TMF en MTV. Hij was niet onderscheidend genoeg. Aan ons de vraag om weer met de barbiepoppen aan de gang te gaan. Nu is er één ding waar ik een hekel aan heb: twee keer hetzelfde te doen. Dat werd hem dus niet. Daar komt bij dat het voor mij een buitenkans was. Als kind was ik al gefascineerd door het feit dat sommige clips je voor eeuwig bijbleven en dat je anderen snel weer vergat. De clips van Roger Glover & Guests (Love is All) en Queen (Bohman Rhapsody) waren daar voorbeelden van. Ooit wilde ik ook zoiets maken, dat had ik me toen al voorgenomen.

Ook in de jaren 90 was het maken van een videoclip een kwestie van een dag draaien en een dag monteren. Dus een clip was in een paar dagen klaar. Maar dat is met animatie niet het geval. Wij animeerden op 6 beelden per seconde. Een kleine rekenom leert dan dat als het nummer drie minuten duurt je minimaal 1080 beelden nodig hebt. En dan moet je niks meer hoeven te knippen. Bij onze animaties moesten bovendien alle sets en decorstukken bedacht en met de hand gemaakt worden. Dat kost gewoon tijd. We stelden voor om de clip binnen vier weken te leveren. De opnames zouden we maken in het huis van Jacques in Amsterdam Zuid. Hij had daar een grote leegstaande kelder die we hiervoor konden inrichten. Zo gezegd, zo gedaan. We gingen op pad om allerlei miniatuurspullen te kopen en struinden rommelwinkels af om dingen te vinden die als decorstuk konden dienen.

Na drie dagen konden we aan de slag. In plaats van met de digitale Betamax gingen we deze keer werken op 16mm film. Jacques had een Bolex liggen waarmee we beeld voor beeld met een draadontspanner een afbeelding konden maken. Nadat we een succesvolle test hadden gedaan gingen we aan de slag.

Eerst moest natuurlijk een scenario worden bedacht. Dat is iets wat ik totaal niet beheerste, dat had ik eenvoudigweg nog nooit aan de hand gehad. Maar Jacques gelukkig wel en hij kwam al snel op het idee om een hoofdpersoon te bedenken die een avontuur ging meemaken. Die hoofdpersoon was een DJ.

Naast de hoofdpersoon werd een grote schare aan poppetjes ingezet. Van ridders tot indianen en incidenteel toch nog een enkele barbiepop. Het filmen ging heel intuïtief. Als we een technisch idee hadden brachten we dat zonder omhaal in de praktijk. Zo zetten we een keer een televisie in de set met een bbq-rooster ervoor. Op een of andere manier werkte het dus we lieten dat er gewoon in.

MTV en TMF draaiden de video erg vaak

In de vierde week werd de hele clip door Jacques gemonteerd en daarna afgeleverd bij de DJ's. Die waren razend enthousiast. De clip werd meteen doorgestuurd naar TMF en MTV. Daar waren ze zo onder de indruk dat de clip meteen op hoogfrequente vertoning werd ingezet. Minimaal 1 x per uur werd de clip op beide stations gedraaid. En dat duurde zo'n zes weken. Het gevolg was dat het nummer ook veel airplay kreeg op radio. Fiesta werd een regelrechte wereldhit. Het is nog altijd jammer dat we geen fee hebben afgesproken voor iedere keer dat die clip gedraaid is. Maar daar staat iets veel belangrijkers tegenover: tot op de dag van vandaag kent iedereen die clip nog. En dat is alleen te danken aan het feit dat we carte blanche hadden op de vormgeving en de uitvoering van het idee. De producers hebben werkelijk vier weken moeten wachten voordat ze wat te zien kregen en wat er toen getoond werd was meteen definitief. Die vrijheid krijgen gaat tegen een prijs maar die is dat dubbel en dwars waard.

Als ik terugkijk op deze clip is het het belangrijkste wat we in die tien jaar hebben gemaakt. Bekijk de clip op Youtube door onderstaande QR-code te scannen.



1995



Sony Travel by Walkman

In 1995 werden er nog jaarlijks vakantieguides uitgebracht. Voor de promotie van de Sony Walkman was een campagne nodig die geïnspireerd was op zo'n vakantieguide. Artdirector Michiel de Boer had het idee bedacht. Op ieder pagina een ander reisbeeld: in een woestijn, in de alpen, aan het strand enzovoort.

De foto's moesten worden gemaakt met behulp van miniatuur- en speelgoed attributen en moesten een speels en illustratief karakter hebben. Op de foto's zou tekst worden geplaatst. De locaties daarvoor moesten worden vrijgelaten maar het decor moest wel onder de tekst doorlopen. Een opdracht die me op het lijf geschreven was.

Ik diende een plan in om de verschillende landschappen op één groot decor te bouwen en daar steeds een ander gedeelte voor in te richten. In mijn studio aan het Klein Heiligland 99 in Haarlem was de ruimte beperkt. Ik kon het decor maximaal 250 x 250 cm groot maken want er omheen moeten nog lampstatieven kunnen staan en als het er om gaat een geloofwaardig landschapslicht te creëren moet het licht (de lamp als het ware) groot genoeg zijn en een bepaalde afstand kunnen hebben. Ik heb ervoor gekozen de maatvoering op de studio af te stemmen.

Ieder type landschap had een eigen kleur. Het alpenlandschap was grijsgroen met een wat kouder soort licht, het strandbeeld lichtgeel met een bijbehorende lichtkleur. De foto's komen pas goed tot zijn recht als je ze groot kunt bekijken. Nu is Sony best een bijzonder bedrijf. Het maakt consumentenelectronica maar is ook een van de grootste platenmaatschappijen ter wereld. Dat levert soms verrassende zaken op.

Een van de grote artiesten in de stal van Sony Music was destijds Michael Jackson. Hij had al een tijd het album 'Dangerous' in de markt en de verkoopcijfers mochten weer eens een boost krijgen. Sony eiste van ons dat de we hoesafbeelding in een van de foto's terug zouden laten komen.

Het was voor ons geen onoverkomelijk probleem. Het was best een fantasierijk beeld. We hebben het onder het zand vandaan laten komen als was het een soort archeologische vondst.

Maar er was nog een deal. Michael Jackson zelf was gebonden aan Pepsi Cola. Pepsi eiste ook een plek op in dezelfde foto met een blikje dat ergens moest liggen of staan. Ook dat hebben we gedaan.

Maar we konden het toch niet laten om een paar poppetjes een zieke man weg te laten dragen bij het blikje vandaan. Niemand heeft dit ooit opgemerkt voor zover wij weten.

OPDRACHTGEVER: Cato-Johnson Amsterdam

ARTDIRECTOR: Michiel de Boer

JAAR: 1995

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"







Goki: Goossens Kip

Artdirector Erik Kessels maakte altijd al werk voor eigen klanten naast het werk dat hij deed voor het bureau waar hij in dienst was. Zo maakte hij ook reclame uitingen voor Goki.

Goki, je zou het niet vermoeden, is de bedrijfsnaam voor Goossens Kip. Om de kippetjes aan de man te brengen moesten ze eerst bekend gemaakt worden bij de plaatselijke slagers. Die moesten ze namelijk gaan verkopen.

Om te kijken of je het product wilt gaan verkopen moet je het natuurlijk eerst proeven. Het plan was om een proefexemplaar bij de slagers langs te laten brengen. Een monster zogezegd.

Daar moest natuurlijk een mooie wikkel omheen. De meeste mensen zouden daar een mooi gebraden kippetje op afbeelden. Erik uiteraard niet. Een monsterdoos is een monsterdoos.

Hij liet door een modelmaker een pracht van een monster maken en kwam bij mij voor de foto. Samen hebben we deze foto in elkaar gezet. Het is nog altijd een van de leukste fotografie opdrachten die ik gedaan heb. De Monsterdoos.

Tijdens mijn werk maakte ik vaak aantekeningen. Ik bewaarde de Polaroids en maakte aantekeningen van de lichtwaarden op de verschillende plaatsen van het beeld. Zo kom je tot betere resultaten. In dit geval is de Polaroid verloren gegaan. Maar de schets met lichtwaarden is er nog.

Je kunt eruit opmaken van ik deze foto met kunstlicht heb gemaakt met een gemiddelde lichtwaarde van 5. En dat ik de definitieve dia's heb belicht met een 1/3 stop onder,- en overbelichting om bij aflevering exact de juiste opname af te kunnen leveren.

OPDRACHTGEVER: Goossens Kip

ARTDIRECTOR: Erik Kessels

JAAR: 1995

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5"





Calvé: eindshot commercial

Ergens midden jaren negentig belde Rijk de Gooijer Jr. me op. Hij had een commercial geschoten voor Calvé. Iets met prachtig met een vrolijk lentezonnetje. Het was allemaal heel mooi geworden maar nu bleek dat het eindshot niet strak genoeg was. Zo'n eindshot is het laatste beeld van een commercial. Het blijft wel een paar seconden in beeld staan en dan gaan dingen die niet perfect zijn ineens opvallen. De set was al afgebroken en de film werd afgemonteerd. Er moest dus snel een andere foto komen. Ik kreeg een afdruk van het eindshot en daarbij de vraag of ik dat wilde namaken. Maar dan helemaal strak en clean en zonder vlekjes, stofjes of duimafdrukken op het glas.

Het is in wezen een heel simpel beeld. Een open tuindeur, een lucht en wat bosschages. En dan natuurlijk een tafel met het juiste damasten tafelkleed en de twee potten erop.

Maar simpel is nooit eenvoudig zoals ik inmiddels wel wist. De tuindeur was verre van standaard, bouwmarkten hadden die niet in het assortiment. Na een dag zoeken heb ik besloten die hele deur te faken en als decorstuk te maken met balken, houtjes en witte lak. De ruitjes besloot ik eruit laten: er waren toch geen reflecties in het glas op de voorbeeldfoto te zien dus niemand zou die missen.

Van de tafel met de mayonaisepotten waren geen poten in beeld. Daarom kon ik de tafel suggereren door een plank wat gestapelde melkkratten* te leggen en daarop het tafelkleed te uit te spreiden. Overigens was het tafelkleed zelf niet zo meewerkend. Het kwam rechtstreeks uit de winkel en dan zit het heel strak in de verpakking met scherpe vouwen op plekken waar je ze net niet kunt gebruiken. We hebben het tafelkleed in een teil water gedaan en het daarna te drogen gehangen. We zijn het gaan strijken op het moment dat het nog klam was. Dat is het beste moment. Op de hoogste temperatuur en met een keukendoek ertussen zodat er geen schroeiplekken in konden komen.

Het licht was eigenlijk nog het minst lastige in dit geval. Een groot spanschermet met kaasdoek met daarachter de grootste studioflitser** die ik had leverde een heel mooi zacht licht dat overeenkwam met zoals het op de set was geweest.

* Melkkratten zijn zwarte plastic kratten die heel mooi stapelbaar zijn en ze zijn onverwoestbaar. Bij Hans Kroeskamp had ik geleerd dat je er hele podia mee kunt opbouwen. Tegenwoordig zie je ze vooral nog op fietsen gemonteerd.

** Ik had op dat moment een Strobe 5000WS flitsaggregaat. Daar komt een enorme hoeveelheid licht uit. Het was een ding waar je ontzag voor moest hebben. Het had grote knoppen waarmee de capaciteit verdeeld kon worden over verschillende uitgangen en er waren allerlei handelingen die je moest verrichten om er veilig mee te werken. Het ampèrage dat door de kabels heen ging was heel hoog. Er ging een verhaal over een fotograaf die een keukentrap op de kabel had staan waar het rubberdje niet meer onder zat. Hij stond op de trap en was op slag dood toen de flitser afging. Of het echt gebeurd is weet ik niet maar je ging er daardoor wel voorzichtig mee om.

OPDRACHTGEVER: Onbekend
ARTDIRECTOR: Rijk de Gooijer Jr.
JAAR: 1996
CAMERA: Sinar Norma
OPNAMEFORMAAT: 4x5"



De 5000-WVS flitsaggregaat was een heel lomp apparaat. Zwaar ook, dus kon nergens mee naartoe. Maar door de manier van stroom verdelen over verschillende uitgangen kon je er echt alles mee. Veel fotografen hadden hem, ondank dat het gewoon een gevaarlijk ding was.



Sire: Durf duidelijke taal te vragen

Het is 1996 als ik wordt gevraagd een foto te maken voor SIRE. Ideële reclame, daar ben ik voor te porren, dus het antwoord was ja. Ik moest een haas fotograferen. En wat tekst. En een paar blokjes met letters. In één keer graag. Het ging om de campagne “Durf duidelijke taal te vragen”. Hierin werden voorbeelden gegeven van onnodig ingewikkeld taalgebruik. Artdirector Rijk de Gooijer had al een filmpje gemaakt met Hans Neleman die dan al jaren in New York werkt.

Op de dag van de fotografie worden alle spullen de studio in gebracht. Letters, blokjes, stukjes tekst en natuurlijk de haas. Het is een opgezet dier dat speciaal voor de campagne is geprepareerd.

We maken gebruik van een door mijzelf gebouwde lichttafel. Dat is een stalen frame waarin een glasplaat van 100 x 100cm ligt. De plaat is 8mm dik. Dat moet wel, want hij wordt in het midden nergens ondersteund en als je er dan licht onder zet zal hij niet overal even warm zijn. De kans op springen is dan aanwezig.

Het hele beeld wordt op de lichttafel opgebouwd. Op het glas liggen stukken tekst die rond en krullend uitgeknipt zijn. Daarboven zweeft de haas, en daar weer boven hangt het goudkleurige plankje met de blokletters.

De animatie van Hans Neleman behoort tot de leukste reclame-animaties ik ken. Het heeft een hele houterige stijl en chaotische verwarrende dialogen. Volg de QR-code om de commercial terug te zien.

OPDRACHTGEVER: Stichting Ideële Reclame (SIRE)

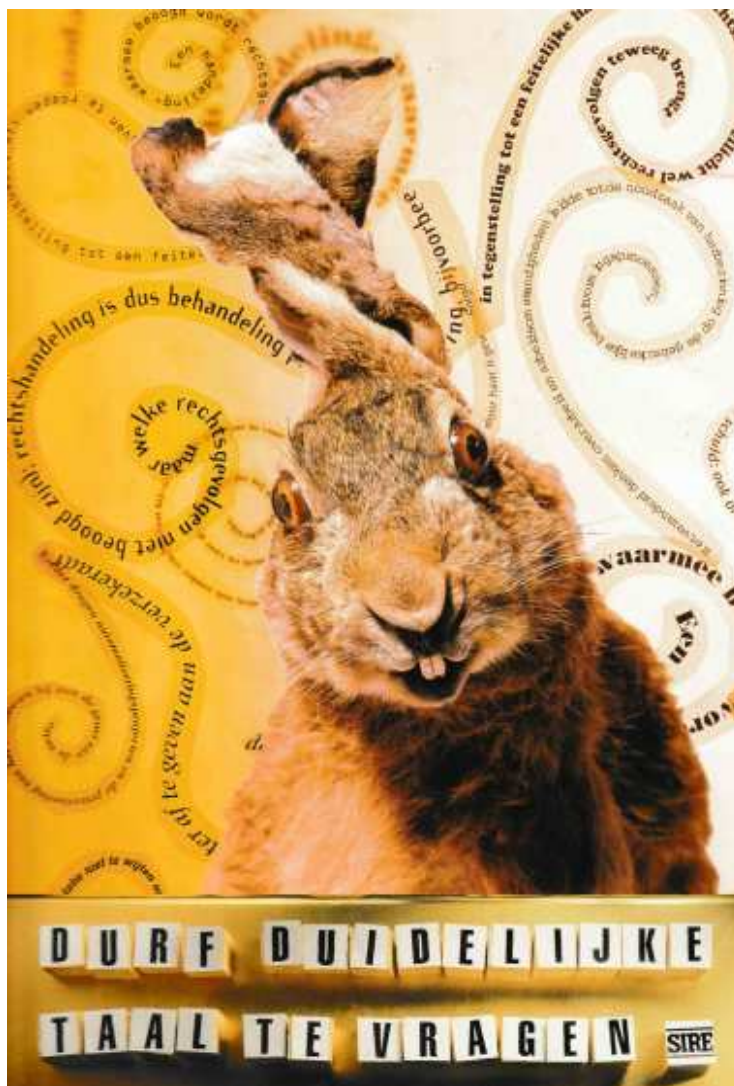
ARTDIRECTOR: Rijk de Gooijer Jr

JAAR: 1996

CAMERA: Sinar Norma

OPNAMEFORMAAT: 4x5”





Promotie platenbon

Midden jaren negentig van de vorige eeuw kochten we nog volop CD's. We hadden daarvoor een waardebond die nog vernoemd was naar de voorganger van de CD: de langspeelplaat. De platenbond was al niet zo populair meer. Er moest een campagne komen om de verkoop te stimuleren.

Die campagne werd bedacht door Guus Ottens, eigenaar van reclamestudio 'Aan de bak' in Haarlem. Guus had zijn sporen onder andere verdiend als artdirector bij Strating Promotion en Compliance. Hij hield kantoor aan de Frankestraat, midden in het centrum.

Ik kwam regelmatig bij Guus. Hij hield ook wel van een rokertje en hij had een drumstel staan. We hadden ook veel overeenkomsten op het gebied van onze muzikale voorkeuren.

Guus bedacht samen met Frans Pootjes de zeer succesvolle campagne. Op zijn website legt hij uit: "Frans en ik besloten om in die serie posters maar meteen een aantal stereotypen en vooroordelen weg te nemen. Want waarom geen timmervrouw? En waarom alleen een Platenbond voor geslaagden? Alsof je al die jaren niet je stinkende best gedaan had? Detail: op scholen werden mededelingen, voor het digitale tijdperk, vaak gedaan op een bord waar in rubberen gleuven witte letters werden gestoken. Herkenbaar dus als 'header'. Nog een grappig detail: opdrachtgever vroeg een half jaar na de campagne of die advocaat in spé misschien een joint had gedraaid van de platenbond... Misschien 'wishfull thinking', maar in het jaar van deze campagne zijn er nog nooit zoveel platenbonden verkocht."

https://www.guusottens.nl/uit_de_oude_doos/nationale-platenbond/

* Ik heb als jaartal 1998 gekozen maar dat is een gok. Ik weet echt niet meer wanneer dit was.

OPDRACHTGEVER: A'D'M'P'

ARTDIRECTOR: Guus Ottens

JAAR: 1998

CAMERA: Linhoff Technica

OPNAMEFORMAAT: 6x7

GESLAAGD:

Een timmervrouw
in spe geef je gewoon
'n platenbon



 Want kiezen doet ze wel in warenhuis of platenzaak

GESLAAGD:

Een advocaat
in spe geef je gewoon
'n platenbon



 Want kiezen doet ie wel in warenhuis of platenzaak

GEZAKT:

Ook dan
geef je gewoon 'n
platenbon



 Want kiezen doet ie wel in warenhuis of platenzaak

HEREXAMEN:

Ook dan
geef je gewoon 'n
platenbon



 Want kiezen doet ie wel in warenhuis of platenzaak

De Camel kameel

Het zal ongeveer 1996/1997 zijn geweest. Ik werd benaderd door bureau Office om een foto te maken voor sigarettenmerk Camel. Het merk had internationaal net ingezet op een campagne waarin een cartooneske kameel in grappige beelden het merk representeerde. Hiervoor was door een modelmaker kameel nagemaakt. Deze kon steeds in allerlei standen gefotografeerd worden om in de advertentie te worden verwerkt. Ik noem hem hier wel kameel, maar eigenlijk is het een dromedaris: de Camel kameel heeft namelijk maar één bult. Belangrijk om te weten: de foto's die hier staan afgebeeld heb ik NIET gemaakt. Nadat ik werd benaderd door Office ging ik langs om de schets te bekijken en de werkwijze te bespreken.

Aangekomen bij het reclamebureau maakte ik kennis met artdirector Monique Botschuijver. Zij liet me de schets zien. Het leek me niet heel ingewikkeld maar er bleek wel een beer midden op de weg te staan. De kameel bleek zich in Londen te bevinden en het was niet mogelijk om het ding naar Amsterdam over te brengen. Hij zou te kwetsbaar zijn, er was geen tijd voor et cetera. Monique was niet voor één gat te vangen: dan komen wij wel naar Londen om de foto te maken. Maar ook dat was allemaal heel lastig. De fotograaf in wiens studio de kameel stond was een drukbezet man. Hij kon zijn studio er niet voor vrijmaken. Op een enkele dag na, kort voor kerstmis. Er werd besloten hier meteen op aan te happen: 24 december? Prima! Doen we! Verwacht ons maar om 10:00u. Op 24 december troffen we elkaar in de vertrekhal van Schiphol.

We vlogen in een uurtje naar Londen City airport en gingen vandaar uit met een taxi naar de studio van de fotograaf. Om even na tien belden we aan. De fotograaf zet ons neer op een paar stoelen met uitzicht op de set die hij aan het fotograferen is. De klus waar hij mee bezig is loopt uit. We vragen hoelang hij nog nodig heeft. Hij weet het niet precies. De kameel staat in een halfduister hoekje van de studio. Wij krijgen koffie.

Om 12:00u is de klus van de fotograaf nog steeds niet klaar. Wij zitten inmiddels op hete kolen want wij moeten onze foto ook nog maken en daarna weer op tijd weg om de vlucht naar Amsterdam nog te halen. We vragen nogmaals hoeveel tijd het nog zal duren en hij weet het nog altijd niet. Langzaam wordt het ons duidelijk dat meneer helemaal niet van plan was om ons echt die foto in zijn studio te laten maken.

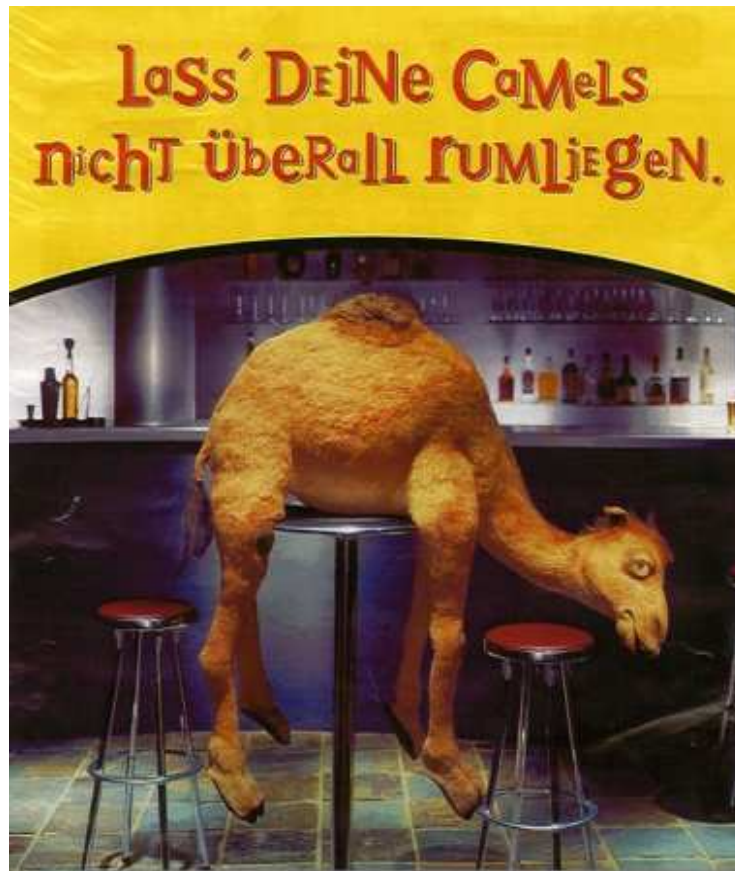
Hij had eerder alle campagnefoto's gemaakt en het leek erop dat hij niet van plan was om zijn alleenrecht met ons te delen. We besloten het nog even aan te kijken maar tegen tweeën hebben we gezegd: je moet nu de ruimte ter beschikking stellen en ons die foto laten maken anders laten we jou voor alle kosten opdraaien die we voor vandaag hebben moeten maken. Dat maakte kennelijk indruk. Om 14:30u mochten we aan de slag.

We hebben de kameel uit zijn duistere hoekje gehaald en zetten hem voor onze camera op zijn wankelende poten. De foto's waren heel snel klaar want er moest nog heel wat op geïllustreerd worden. Daarna gingen we met een taxi naar het vliegveld en haalden onze vlucht ruimschoots.

En de campagne? Die is er uiteindelijk helemaal niet gekomen. Waarom weten we eigenlijk niet. Maar dat gebeurde wel vaker in reclameland. Het waren de tijden waarin er geld genoeg was om gekke dingen te doen. Een tijd die niet meer terug komt.

Voor alle duidelijkheid: de hiernaast afgebeelde foto is niet door mij gemaakt maar is alleen om aan te geven om welke campagne het ging.

OPDRACHTGEVER: Office Advertising
ARTDIRECTOR: Monique Botschuijver
JAAR: 1996
CAMERA: Hasselblad C500
OPNAMEFORMAAT: 6x6



Heineken: paascadeautje

Voor Heineken moest er een actieposter komen voor in de winkels. Ter gelegenheid van pasen werden glazen weggegeven. Artdirector Rijk de Gooijer jr. bedacht het paascadeautje. Rijk en ik waren al jaren goed bevriend. Ik had eerder al een paar mooie klussen met hem gedaan voor Calvé en l'Oreal. Maar dat was tijdens vette jaren, en die waren voorbij. De zaken gingen niet zo goed meer, ik had mijn prachtige studio in de Amsterdamse Jordaan moeten opgeven en ik kreeg eigenlijk alleen nog opdrachten omdat het me werd gegund. Die opdrachten deed ik dan in een gehuurde studio of, als er maar weinig ruimte nodig was, gewoon thuis in mijn woonkamer in Haarlem. Zo ook deze klus voor Heineken.

Ik had bij Hans Kroeskamp heel goed geleerd om bier te fotograferen en daarvoor het perfecte schuim te maken dus dat kon het probleem niet zijn. Maar dit was Heineken. En Heineken had daar speciaal iemand voor in dienst. Die ging van opdracht naar opdracht en die had al heel veel studio's van binnen gezien. Maar dit was anders. Mijn woning bevond zich op 2 hoog in het Haarlemse Rozenprieel en was nu niet precies het toonbeeld van netheid. Ik gebruikte de woning ook als schildersatelier en het was eigenlijk gewoon een bende.

Op de dag voor de fotografie bouwde ik op de huiskamertafel de set op, precies zoals ik dat met Rijk had afgesproken. Om 10:30 werd er aangebeld. Daar stond een keurige man in een Heineken overall. Hij had een klein fustje bier bij zich en een ingewikkeld tapapparaat. Hij ging mee naar boven en was verbijsterd. Dit was een setting die hij niet eerder had meegemaakt.

Maar toen ik de gordijnen sloot en het fotografie licht aandeed was hij wel verrast dat het er allemaal in een keer goed uitzag. Ik vertelde van wie ik het vak geleerd had en toen was ie wel meteen overtuigd. Hans Kroeskamp was iemand met wie hij al vele vele shoots had gedaan. De foto was daarna in minder dan geen tijd gemaakt. Voor de lunch kon hij alweer naar huis.

Ik heb daarna niet veel opdrachten meer gedaan. In maart 1998 werd het faillissement uitgesproken. Precies tien jaar nadat ik me inschreef bij de Kamer van Koophandel.

OPDRACHTGEVER: Heineken Amsterdam

ARTDIRECTOR: Rijk de Gooijer jr

JAAR: 1998

CAMERA: Linhoff Technica

OPNAMEFORMAAT: 6x7

Paascadeautje van Heineken!



Gratis glas bij elk krat Heineken 30 cl.

