



JOHN&JANE

# NIEUWE STANDAARD MET BMW.REFLECTED

**Audiovisueel bedrijf John&Jane is een gerenommeerde partij wanneer het aankomt op installaties en technische productie op het gebied van licht, geluid, video en decor. Met passie als drijfveer en de hoogste kwaliteit als standaard wordt het onmogelijke mogelijk gemaakt door de creatieve Vlamingen. Met BMW.REFLECTED voor BMW Group Belux zette het bedrijf samen met opdrachtgever MeetMarcel een nieuwe standaard voor zakelijke evenementen.**

Voor het verhaal van het bedrijf John&Jane moeten we eigenlijk terug naar oudjaarsavond 1986. Een klein Vlaams jongetje zag die avond op televisie een concert van Phil Collins en was op slag betoverd. De kleine Nico Lameire besloot dat dit was wat hij wilde gaan doen: spelen met lampen en boxen. Tot grote ergernis van zijn ouders begon hij ermee in zijn kamertje. Het resultaat? Luide muziek, de allergekoopste knipperende lampen en burens die zich afvroegen wat daar toch allemaal gebeurde. Het jongetje zette door. Van zijn kamer ging hij naar de garage, van de garage naar een eerste magazijntje en vervolgens een eerste werknemer.

#### KERNWAARDEN

“Ondertussen zijn we 25 jaar verder en is John&Jane uitgegroeid tot een bedrijf met dertig vaste medewerkers, aangevuld met tal van freelancers”, vertelt

managing director Katrien Vermeire op de burelen van het in Ruisselede (België) gevestigde bedrijf. “Dat groeien is al die jaren gebeurd met passie als grote drijfveer, maar met passie koop je nog altijd geen boterhammen. Er zijn dan ook andere kernwaarden geweest die al die jaren overeind zijn gebleven. Oog voor detail bijvoorbeeld, maar ook het feit dat je moet waarmaken wat je zegt, klantgericht werken en meedenken met andere partijen. Zo is John&Jane gekomen waar het vandaag de dag is.”

#### FOCUS

Nu is John&Jane een meer dan gevestigde naam in de audiovisuele wereld. Een zeer gewaardeerde partner voor eventbureaus, festivalorganisatoren, beurzen en particulieren die het bedrijf waarderen omdat van A tot Z op hoog niveau geleverd wordt, van het allereerste ontwerp tot het allerlaatste stukje afwer-

king én uitvoering. De focus ligt daarbij sterk op de zakelijke markt, legt Katrien Vermeire uit: "Zo'n beetje 65% van wat wij doen bestaat uit corporate events. Dat is waar onze kennis zit en waar we met onze uitstraling en ons afwerkingsniveau het allerbeste passen. Klanten komen ook bij ons omdat ze weten hoe wij naar techniek kijken. Techniek is tof, maar gebruik het op een correcte manier, zodat het zo goed mogelijk tot zijn recht komt. Het is natuurlijk wel belangrijk, want haal de techniek op een evenement weg en je hebt helemaal niks, maar zorg dat het ondersteunend is."

#### ONTWERP

Een van de eventkantoren waar John&Jane veel voor werkt, is MeetMarcel. Deze 'dream designers' klopten ook begin dit jaar weer aan voor een bijzonder mooi project: een state of the art evenement in opdracht van BMW Group Belux, in zowel België (Bornem) als Luxemburg (Esch-sur-Alzette). Met BMW-dealers uit beide landen als gasten en met als doel om onder andere de allernieuwste modellen van het Duitse merk voor te stellen en samen te kijken naar hoe BMW de toekomst ziet. "Op dat moment was er al een idee van wat het plaatje ongeveer moest gaan worden", vertelt Lowie Lesage, die op technisch

#### DE TECHNIEK

##### Fixtures:

- 81x Chauvet Rogue R2 Wash
- 32x Chauvet Colorado Panel Q40
- 220x Chauvet Colorado PXL Bar 16
- 31x Chauvet Maverick MK3 Profile
- 8x Chauvet Onair IP Panel 2
- 117x Deltarent D-Pix 100
- 28x Robe Robin Megapoint

##### Audio:

- 24x L'Acoustics X12
- 4x L'Acoustics KS21

##### Regie:

- Allen & Heath s5000
- Chamsys MQ500M

gebied de productie geleid heeft voor John&Jane, samen met Trimex (Ludo Vanstreeel). "Het beeld dat geschetst werd kwam uit de film Prometheus, uit de Alien-reeks. Daarin zit een bekende scène in een grote betonnen ruimte... heel kil en super clean. Dat was een eerste sfeerbeeld en daarbij was ook al snel duidelijk dat er iets met grote spiegels moest gaan gebeuren, aangezien het thema van het event 'Reflected' was. We zijn daarmee aan de slag gegaan. Het hele ontwerp is gemaakt door MeetMarcel en werd vervolgens bij ons neergelegd. Dan wordt er gepingpongd tussen ons en hen, om uiteindelijk tot

een ontwerp te komen dat technisch realiseerbaar is én helemaal voldoet aan de wensen van de BMW Group. Ook maken wij een lichtplan dat helemaal past in het ontwerp."

#### MAGAZIJN

De meest uitdagende factor in het geheel was de locatie waar het Belgische deel van het event moest gaan plaatsvinden: een magazijn van BMW zelf. Dat is uiteraard geen eventlocatie en daarom was het puzzelen en rekenen gebladen. "Daarbij hadden we het grote geluk dat de dakconstructie in ieder geval sterk genoeg was om alles te kunnen dragen, maar daar zijn wel eerst complete studies voor gedaan door verschillende kantoren die daar goed in zijn. Uiteindelijk hing er toch zo'n 22 ton aan materiaal in dat dak", legt Lesage uit. "Andere uitdagingen waren het feit dat het dak eigenlijk te laag was om een standaard event in de ruimte te kunnen doen en dat de technische uitwerking uiteindelijk binnen anderhalve maand moest gebeuren", vult Katrien Vermeire aan.

#### PARTNERS

In het uiteindelijke ontwerp kwamen op fraaie wijze enkele typische BMW-kenmerken terug. Zo was de catwalk waarover sommige auto's door de ruimte >





beamZ<sup>Pro</sup>

INTRODUCING



**NEREID1940**

OUTDOOR MOVING HEAD WITH ZOOM



**NEUTRON-DOT**

OUTDOOR HYBRID LED FIXTURE

● BEAMZLIGHTING.COM

 **AED Display**

Specialists in Visual rental and sales

Intel 16 Core Xeon, RTX6000  
4x DP1.2 out, 12G-SDI in, 16TB storage  
GUI & Sync

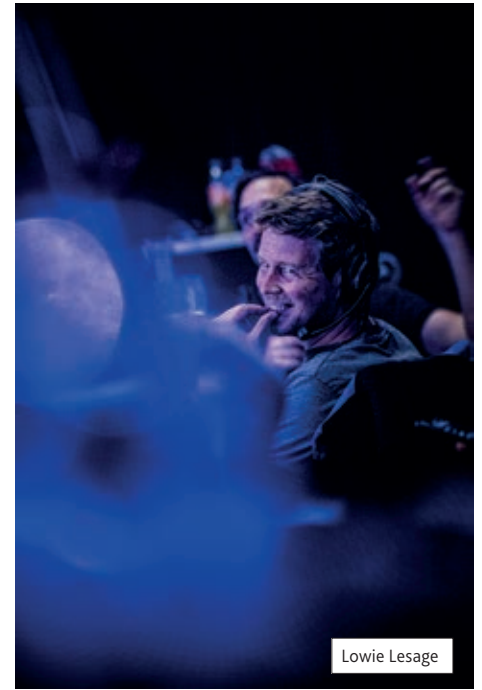
**DVS**  
**MEDIA SERVERS**

**MIX AND MATCH** our hardware with software  
**Compatible with Pixera, Resolume, Watchout 7**

Advanced 2D warping through our exclusive X-Map function  
Modulo Pi's media server includes proprietary software  
User Interface designer to easily create your own UI

**MODULO PI**  
**MEDIA SERVERS**

For further information contact **AED DISPLAY** by [sales@aedddisplay.com](mailto:sales@aedddisplay.com)  
[www.aedgroup.com](http://www.aedgroup.com)



Lowie Lesage

reden in een X-vorm uitgevoerd en kwam de rood-wit-blauwe kleur die bekend is van de BMW M-serie terug door de vele LED-strips die in die X verwerkt waren. “Omdat het een high-end productie was, hebben we ook high-end partners betrokken om het allemaal voor elkaar te krijgen”, vertelt Katrien Vermeire. “Partijen waarvan je weet dat het goedkomt als je het bij hen neerlegt. Op het gebied van LED was dat bijvoorbeeld Faber AV en voor de grote spiegeloppervlakken werd gezorgd door Showtex, een bedrijf dat al lang en breed bewezen heeft marktleider te zijn. Voor de beweging van de spiegelobjecten en enkele poorten werd dan weer gezorgd door WICREATIONS. En de standbouwers van Vrijeruimte zijn ook van een ongekend niveau. Alles wat je in de ruimte zag was gecreëerd, want in de basis was er helemaal niets. Zij hebben echt magnifiek werk geleverd.”

### 3D-SCAN

De bewegende poorten onthulden auto's die stonden opgesteld in verschillende zones die door de mensen van Vrijeruimte waren gecreëerd met behulp van onder andere fraaie aluminium golfplaten. Heel clean en op het oog eenvoudig, maar perfect passend bij het decorbeeld dat moest ontstaan in de magazijnruimte. Om het werk te vergemakkelijken (of het überhaupt mogelijk te maken om de klus in de korte beschikbare tijd te klaren)

### BETROKKEN LEVERANCIERS

- Vrijeruimte
- WICREATIONS
- Trimex (Ludo Vanstreel)
- Faber AV
- Randial Diagre (LD)
- Showtex


werd een volledige 3D-scan van het gebouw gemaakt (op aanraden van Ludo Vanstreel – Trimex), waarmee de ontwerpers en technische tekenaars vervolgens aan de slag konden. “Dat heeft voor ons heel veel tijd en verrassingen geschied”, vertelt Katrien Vermeire. “Zonder zo'n scan en ervaren producers zoals Ludo Vanstreel, had je absoluut dingen over het hoofd gezien en zou je bij wijze van spreken eigenlijk met je tekencomputer in het magazijn moeten gaan zitten om je optimaal te kunnen voorbereiden.” Lowie Lesage beaamt dat: “Op de 3D-scan zie je precies iedere kabel en elke TL-lamp die in de weg kan zitten en zo het plaatje kan bederven. Uiteindelijk zijn we op locatie een goede week aan het bouwen en programmeren geweest. Gezien de enorme hoeveelheid aan decor is dat in fases gebeurd en uiteraard zeer nauw gepland met alle leveranciers. De ruimte kreeg echt een complete metamorfose en de mensen van BMW zelf hebben hun magazijn echt

niet meer herkend toen we klaar waren. Sterker nog, na een paar dagen had ik zelf ook niet meer het idee dat we in dat magazijn rondliepen.”

### TIMECODE

De grote spiegels die boven de ruimte hingen en als een box gesloten konden worden, zorgden voor fraaie visuele effecten. “Wanneer die box gesloten werd en je al die reflecties zag, had je het gevoel ineens in een heel andere ruimte te zitten. Die spiegels kwamen ook heel mooi uit wanneer de aanwezige moderne dansers daar in het tegenlicht voor dansten. Maar ook toen een nieuwe auto werd voorgesteld en de spiegels gingen kantelen, waardoor je de auto vanaf je plek vanuit veel verschillende hoeken kon bekijken”, vertelt Katrien Vermeire. Tussen al het fraais passeerden ook enkele absolute BMW-premières de revue en was er aandacht voor een premium beleving op elk niveau. Bijvoorbeeld in de vorm van een gastronomische bijdrage door verschillende sterrenchefs. In Bornem vond het event tien dagen op rij plaats en met al die verschillende aspecten (dansers, bewegende objecten, rijdende auto's, operators) kon dat alleen maar door de hele show op timecode te programmeren. “We hadden met heel veel verschillende factoren te maken, waarmee in principe best veel fout zou kunnen gaan als er menselijk >



 **PULSE**  
PANEL FX



**360°**  
PAN/SPIN



**180°**  
TILT

**MOBILIZE  
YOUR  
CREATIVITY**

**ELATION**  
elationlighting.eu



handelen bij zou komen kijken. Hoe meer je dan automatiseert, hoe meer je die foutmarge verkleint”, aldus Vermeire.

#### VERBLUFFEND

Het eindresultaat was ronduit verbluffend en dat bleek ook uit de reacties van iedereen die het gezien heeft. De mensen van BMW, opdrachtgever MeetMarcel, gasten, vaste werknemers en freelancers van John&Jane...echt iedereen keek zijn ogen uit. “Iedereen was verbaasd dat alles wat je zag echt gecreëerd was voor dit event. Het kon volgens veel mensen toch niet zo zijn dat het er alleen voor die twee weken was en niet standaard al aanwezig was in de ruimte? Het leek ook gewoon echt een eventlocatie...heel bijzonder”, vertelt Vermeire. Lowie Lesage hoorde en zag dezelfde reacties: “Dit was een zodanige verandering van de locatie, dat mensen niet konden geloven dat het gewoon een magazijnruimte was. Voor ons was dat dan juist weer de uitdaging waar zo hard voor gewerkt – en soms ook wel even op gevloekt – is. Het is mooi dat we echt grenzen hebben kunnen verleggen en hebben aangetoond dat het ook anders kan. Dat kon overigens mede door het vertrouwen dat we gekregen hebben van MeetMarcel. Daar werken we al twintig jaar mee samen en zij durven dingen echt uit handen te geven bij ons. Dat is prettig werken.”

#### UITSTRALING

Een event als dat voor de BMW Group past in alle facetten bij John&Jane. Qua kennis en kunde, maar ook qua uitstraling,

“Opdrachtgevers moeten weten dat je met mensen van John&Jane in de ruimte geen geschreeuw op je vloer hebt. Het personeel ziet er netjes uit, staat niet te roken bij de ingang en beseft heel goed wat een klant verwacht”, legt Katrien Vermeire uit. “Kijk, als je een bedrijf als BMW hebt, dat heel veel tijd, energie en resources steekt in het ontwerpen van hun auto’s, dan moet je dat ook zien te vertalen in die productie.” En zo is het bijvoorbeeld ook bij privéfeesten die John&Jane doet, vult Lowie Lesage aan: “Je zit dan op het domein van iemand die daar zuinig op is. Dan moeten wij

dat ook zijn. Je zorgt er dan dus ook voor dat niet overal kabels lopen en dat lampen en speakers mooi zijn weggewerkt om het beeld niet te verpesten. Ook bij BMW zag je echt nergens een kabel lopen, allemaal om het plaatje in stand te houden.”

#### LUXEMBURG

Na de tien avonden in Bornem, moest het event ook nog verzorgd gaan worden in Luxemburg (Esch-sur-Alzette). “Voordeel was dat we daar in de Rockhal zaten, wat wél een echte eventlocatie is”, legt Lesage uit. “Nu zat de uitdaging ‘m vooral in de logistiek, aangezien we echt veel aan decor en ander materiaal hadden en we ‘overnight’ naar Luxemburg gingen. In die hal was het wel een heel andere manier van werken, doordat daar natuurlijk wel al veel basisvoorzieningen waren. Anders had het overigens ook helemaal niet gekund, zo snel na de events in België.”

#### NIEUWE STANDAARD

Terugkijkend op wat is neergezet voor de BMW Group overheerst bij Vermeire en Lesage uiteraard een gevoel van enorme trots. “Ik durf wel te beweren dat we met John&Jane echt heel veel mooie dingen gedaan hebben, maar dit was er eentje die echt een nieuwe standaard heeft gezet”, besluit Vermeire. <

