



Omroep Brabant pakt uit: Brabant Battle

Het komt niet vaak voor dat een regionale omroep 'even' negen camera's – en de bijbehorende mensen – inhuurt bij één van de grote facilitaire bedrijven (in dit geval DutchView) des lands. Omroep Brabant doet het met haar scholierenstrijd 'Brabant Battle' inmiddels voor de tweede keer in successie. "Uiteraard komt daar de nodige subsidie bij kijken, anders kunnen we dit natuurlijk nooit doen", vertelt Bart van Hoof (Hoofd Operationeel A/V – OPM). "Het is fantastisch om zo te mogen uitpakken."

Het is de tweede keer dat Omroep Brabant een serie afleveringen (13 stuks van 25 minuten) van Brabant Battle maakt. Twee jaar geleden ontstond het programma rondom de verkiezingen voor de Provinciale Staten. "Producent Arthur Marres kwam toen met het idee", legt Bart van Hoof uit. "Wij waren direct enthousiast en ook de provincie leek het een prima idee om op die manier jong en oud bij de

verkiezingen te betrekken. Er werd een programma bedacht waaraan de scholieren – de stemmers van de toekomst – konden meedoen. Maar liefst 24 scholengemeenschappen werden enthousiast gemaakt en uiteraard kijken ouders en grootouders automatisch mee." Dit jaar is de programma-reeks gekoppeld aan de Europese Verkiezingen. "Natuurlijk gebeurt dat mede middels de subsidie

van de provincie Noord Brabant, anders kunnen we dit nooit doen", vertelt Van Hoof. "Als kleinere omroep word je ook wel creatief in het op verschillende manieren genereren van geld. We willen graag mooie en grote programma's maken, maar het moet natuurlijk wel betaald worden."

Klik

De 'look and feel' van het programma is in deze tweede serie hetzelfde als twee jaar geleden. Zo is gekozen voor een stoere, industriële locatie (de grote Koepelhal van NedTrain in Tilburg) en heeft de set een backstage-look meegekregen. Hekwerken waarachter de scholieren hun team aanmoedigen, barriers die dienen als kandidatendesk, een regiewagen die deel uitmaakt van het decor en cameramensen en andere crewleden die gewoon in beeld te zien zijn. Er is zelfs een camera in de regiewagen geposteerd, zodat kijkers kunnen zien hoe de meer dan bevlogen regisseur Charles Ruijs zijn werk doet. Grotendeels zijn bij deze 2009-serie van Brabant Battle dezelfde mensen betrokken als bij de editie van 2007. Bart van Hoof: "Ik doe bijna al onze loca-

tielussen met DutchView. Vroeger heb ik zelf bij het NOB gewerkt, ik ken veel mensen uit die tijd en ik heb gewoon een klik met dat bedrijf. Hun werkwijze is prettig en past bij die van ons, waarom zou ik dan overstappen naar een ander bedrijf? "Er zijn natuurlijk meer facilitaire partijen in Nederland, daar is ook wel contact mee want ze zien ons graag als klant. Bij DutchView zitten we inmiddels in de top 25 van klanten en dat zorgt altijd voor een mooie korting. En zolang het allemaal past, is het gewoon goed."

Juiste keuzes

Voor de computergraphics en dergelijke wordt gezorgd door Alldata. "De eerste serie van Brabant Battle was tevens onze eerste ervaring met Alldata. We hadden überhaupt nog nooit een quiz of spelletje geproduceerd, dus het was voor ons behoorlijk aftasten. Het eerste seizoen was het voor ons ook nog een beetje het wiel uitvinden, maar ook toen ging het al zo goed, dat we nu gewoon iedereen weer op dezelfde plek wilden hebben: dezelfde crew, dezelfde regisseur en dezelfde producent. Al voor het

eerste seizoen zijn wat dat betreft dus de juiste keuzes gemaakt." Andere partijen die meewerken aan Brabant Battle zijn Coastline (verantwoordelijk voor de gigantische ventilatoren in het decor), EML (rigging), Abrahams Aggregaten en MK2 Audiovisueel. Van Hoof: "MK2 heeft de plasma's geplaatst en deed dat twee jaar terug ook al. In de aanloop naar dit tweede seizoen krijg je uiteraard mailtjes van andere partijen die aangeven dat ook te kunnen doen. Misschien zouden ze het ook nog wel wat goedkoper willen doen, maar waarom zou ik? Ik hou van menselijk zakendoen. De relatie met in dit geval MK2 is prettig, ik weet wat ik aan zo'n partij heb en ik weet dat het bij hen goed geregeld is. Prima toch?" In totaal zijn er zes flinke vrachtwagens techniek opgesteld op de locatie in Tilburg. Allemaal naar binnen via een smal weggetje. Vooruit erin en achteruit terug en dan ook nog oppassen voor de bovenleiding.

Sfeer

De opnames zijn verdeeld over twee opnameweken, waarvan de eerste op het

Cameraplan

- Camera 1 – LDK 8000 op Plover 21x (close team blauw)
- Camera 2 – LDK 8000 op Plover 21x (presentatie Meike de Jong)
- Camera 3 – LDK 8000 op Plover 21x (close team rood)
- Camera 4 – LDK 8000 op Plover 21x (4-shot team rood)
- Camera 5 – LDK 8000 op Plover 21x (4-shot team blauw)
- Camera 6 – LDK 8000 Handheld 11x
- Camera 7 – LDK 8000 Handheld 11x
- Camera 8 – LDK 8000 Handheld t.b.v. topshot 11x zoombare groothoek / Digizoom
- Camera 9 – Mini CCD in OBV / Digizoom

Totaal aantal medewerkers per dag: 60





moment van spreken al achter de rug is. “Daarvóór was al duidelijk dat iedereen er erg veel zin in had. Ook bij een bedrijf als DutchView gaven medewerkers vooraf al aan dat ze deze klus heel graag wilden doen. Dat komt mede door de ontspannen sfeer die bij ons heerst. Wat je het meest van de mensen terug hoort, is dat de sfeer die wij hier hebben is zoals ze die vroeger in Hilversum ook hadden. Tegenwoordig schijnt dat niet meer zo te zijn, hier kan nog meer. Sfeer is zó belangrijk. Als je goed voor de mensen zorgt, dan betaalt zich dat dubbel en dwars terug. Ze zullen ze net wat gemotiveerder zijn”, aldus Van Hoof.

Spannend

De eerste opnameweek is naar wens verlopen. Van Hoof: “Wat wel spannend was, dat was het rigging-verhaal. Deze hal is 400 jaar oud en wij wilden het nodige in het dak hangen. Maar vier eeuwen geleden was er natuurlijk geen architect die heeft opgeschreven hoeveel gewicht in het dak gehangen kan worden, dus ook bij NedTrain wist niemand precies wat wel en niet mogelijk was. Wij gaven vervolgens aan wat we wilden gaan doen en we kregen als antwoord dat het inderdaad mogelijk zou zijn. Testcase daarvoor was een bedrijfsfevenement dat eerder in deze hal georganiseerd is. Toch was het de

eerste dagen wel wat spannend. Niet dat ik me echt zorgen maakte, maar toch bekriipt je dan soms het gevoel van ‘het zal toch niet?’. Gelukkig was dat gevoel er natuurlijk ten onrechte.” In die eerste week werd op zondagochtend begonnen met de opbouw. Allereerst de rigging, vervolgens werd het licht – afkomstig van DutchView Light - ingehangen naar het lichtplan van Jeroen Jans en werd begonnen met uitlichten. Op maandag werd de regiewagen naar binnen gereden, de techniek gebouwd, hekken en barriers geplaatst en vond het definitieve uitlichten plaats. Maandagavond hadden we de eerste (technische) repetitie. Op dinsdag generale repetitie met presentatrice Meike de Jong en stand-in kandidaten en om 17.00 uur vond toen de eerste echte opname plaats. In de aanloop naar deze tweede week ging het zelfs nog wat sneller. “Omdat we de rigging en wat conventioneel licht konden laten hangen tot aan deze tweede opnameweek, bespaarden we de afgelopen dagen veel tijd”, legt Van Hoof uit.

Trots

Sowieso gaat het allemaal soepel bij Brabant Battle. Van Hoof: “Het is nu beproefd. Je maakt een recept dat je al eerder gemaakt hebt en je weet wat de ingrediënten zijn. Dat zie je terug in alles, ook in de ontspannen manier waarop gewerkt wordt.”

De ontspannen sfeer is volgens Van Hoof ook meteen het meest kenmerkende aan het programma: “Hoewel de techniek uiteraard ook wel in het oog springt. Het is de grootste productie die Omroep Brabant tot nu toe gedaan heeft. Twee jaar geleden was dat al zo, maar nu geldt dat nog meer – al komt de marathon van Eindhoven met de vele draadloze techniek trouwens wel in buurt.” Van Hoof en Omroep Brabant zijn trots een programma als Brabant Battle te mogen maken. “Het is echt een uitdaging en een enorme afwisseling voor iedereen. Het publiek is razend enthousiast en voor de crew geldt hetzelfde. Als je vanuit leveranciers verzoeken krijgt of ze weer mee mogen doen, dan is dat natuurlijk een heel mooi compliment.” Het is tevens kenmerkend voor de manier van werken van Van Hoof: “Ik ben een ‘mensen-mens’ en een Brabander. Als het gezellig kan, waarom zouden we het dan niet doen? We willen allemaal mooie dingen maken en als dat in een leuke sfeer kan dan is het alleen maar nog mooier. Het zorgt bovendien voor een ‘wij-gevoel’ en maakt dat iedereen even trots is op het programma. Het is leuk dat het kan en mooi om te laten zien dat wij als Omroep Brabant zo’n programma kunnen neerzetten.”