

Dat het bedrijf dat decors bouwt voor tv-programma's ook decors kan bouwen voor theatervoorstellingen zal niemand verbazen. Toch gebeurde dat in de praktijk niet. Tot een jaar geleden. De nieuwe leiding van wat ooit het Decorcentrum van de omroep was, is op zoek naar nieuwe markten. En staat nu al bijna op West End. | DOOR: COEN JONGSMA |

Ongemerkt het theater in

THEATERDECORBOUW IS
VERTROUWD TERREIN VOOR
TV DECORBEDRIJF

Achter een relatief klein kantoor, aan het Joop van den Endeplein nummer 9, op het Mediapark in Hilversum schuilt een enorm complex, 18.000 vierkante meters vloeroppervlak. In de werkplaatsen worden decors gebouwd, de andere ruimtes zitten tot de nok volgepropt met decors die dagelijks worden in- en uitgereden, en bieden onderdak aan de grootste rekwisietenverzameling van Europa.

Wat nu als 'Unbranded' door het leven gaat is de voortzetting van het decorcentrum van de publieke omroep. Een verhaal van 60 jaar omroepgeschiedenis, waarin het decorbedrijf groeide, eerst met de NOS, daarna binnen het NOB. Na het faillissement en de opsplitsing daarvan werd het ondergebracht bij het camera- en postproductiebedrijf United Broadcast Facilities. Omgedoopt tot *Hollandse Handen* en sinds vorig jaar weer als zelfstandig bedrijf (zie ook kader).

'Die ontrafeling van het NOB/United-cluster heeft nogal wat voeten in aarde gehad', zegt CCO, Commercieel Directeur Jauko Hartveldt in de kantine van de werkplaats. Samen met Gaston van de Poel en Michel Lerou vormt hij de directie van

Unbranded nadat United het van de hand had gedaan. 'Met een decorbedrijf streef je naar een goed productierendement, maar het grote geld ga je er niet mee verdienen. Je doet het vooral omdat je geluk ziet in wat je neerzet. Om dingen te maken waar mensen blij van worden. Maar om overeind te blijven, zullen we wel moeten groeien. In de Nederlandse markt voor tv-decors zit eigenlijk geen ruimte meer. Daarom willen we ons werkterrein verbreden en meer doen in het buitenland. De naam 'Hollandse Handen' hebben we dus snel vervangen. Met Unbranded geven we aan dat we ongebonden zijn, dat we denken vanuit de klant en dat we internationaal opereren.'

Deze ambities maakt het bedrijf voorlopig meer dan waar. Het afgelopen jaar verzorgde Unbranded de decors voor de Toppers in de Arena, de MTV Awards in Milaan en, als meest in het oog springende project, het decor voor het Eurovisie Songfestival in Wenen. Een werkstuk dat in 65 trailers naar Oostenrijk werd gereden en in 8 weken ter plaatse werd gebouwd.





Gemiddeld zijn er 20 decors in productie

© BOB HOOGENDOORN/UNBRANDED BV

‘We zijn niet met handen en voeten gebonden aan de omroep, zegt Hartveldt, ‘we doen nu ook veel voor musea, live events en retail. We maken jaarlijks honderden displays, die overal ter wereld in de tax-free winkels op luchthavens staan. Voor bedrijven als Albert Heijn en de Bijenkorf werken we concepten uit en in België proberen we een voet aan de grond te krijgen in de tv- en filmwereld. Maar theater is voor ons ook een logisch gebied. Onze kunst is het om van drie pennenstreken op papier een grote set in 3D te maken, en wel zo dat het resultaat de verwachtingen overtreft. We zitten het liefst zo vroeg mogelijk aan tafel bij de ontwerpers, we denken graag mee.’

Hoogglans

In de werkplaats vliegen de vonken in het rond. ‘We hebben gemiddeld 20 decors in productie, dus het tempo ligt hoog’, zegt Hartveldt boven de zaag-, schroef- en klogeluiden uit. ‘Daarom zit alles zo dicht mogelijk bij elkaar.’ De spuitcabine staat vlak naast de montage- en assemblagehal. ‘Veel langer

dan een uur mag een decorstuk niet in de cabine staan, dan moet het volgende er alweer in. We gebruiken verf die snel droogt en die niet zo gevoelig is voor afdrucken van handen. In de studio’s zit iedereen overal aan, en je wil niet blijven poetsen. Deze spuitcabine staat op overdruk. Daardoor komt er minder stof naar binnen. Dat scheelt niet alleen in het veegwerk, maar het is ook goed voor de afwerking. Vroeger werkten we nooit in hoogglans, maar bij werk voor retail en musea moet dat vaak wel. Ook voor TV werken we nu ook wel in hoogglans af. Omdat HD camera’s veel meer zien moeten we in steeds groter detail gaan werken. In de analoge tijd was het al voldoende als een desk er van een afstandje uitzag als een desk. De camera’s van nu zien elke nerf in het hout.’

Uit elkaar

In de vorige zomer werden de eerste theaterdecors afgebouwd. Voor *Grease*, *De Tweeling*, en *The Bodyguard*. ‘Veel mensen die hier werken, zijn ooit begonnen als theaterdecorbouwer, dus de expertise hebben we in huis. Maar we hebben

Decorcentrum van de Omroep wordt Unbranded

In de jaren zestig worden decors voor de televisie in het centrum van Hilversum gebouwd. De omroepverenigingen zoeken op dit vlak al snel de samenwerking op, het is de plek waar de onderlinge verschillen er niet zo toe doen. De werkplaatsen worden gebundeld en het 'Decorcentrum van de Omroep' betreft Studio Irene in Bussum. In de jaren '70 vestigt het zich in de nieuwe complexen van Het Omroepkwartier, als onderdeel van het facilitair bedrijf van de NOS. Na de verzelfstandiging hiervan, in 1988, wordt Het Omroepkwartier omgedoopt in Mediapark en krijgt het decorbedrijf de naam NOB Decor. Het groeit onstuimig, maar maakt geen winst. In 2001 gaat het ten onder en in delen wordt het overgedaan aan andere bedrijven. Het beheer van de studio's en de reportagewagens komt terecht bij het bedrijf Dutchview, het camerawerk en de postproductie gaat naar United Broadcast Facilities. Uit mededingingsoverwegingen besluit Minister Zalm om het decorbedrijf bij United onder te brengen, en niet bij de studio's van Dutchview, wat voor de betrokkenen veel logischer was. NOB Decor gaat nu verder als United Decor.

Als studiobeheerder Dutchview in 2010 ook camerawerk gaat doen ontstaat de wat ongemakkelijke situatie dat de cameramensen van United het decor verzorgen, terwijl de studiomensen van Dutchview de camera's doen. Om in deze situatie wat lucht te brengen, noemt United het decorbedrijf in 2011 *Hollandse Handen*. Maar de decorafdeling was en bleef een vreemde eend in de United-bijt. Ondertussen trad United toe tot de Euromediagroep. De investeerders daarvan zien eigenlijk liever dat United zich vooral op zijn kerntaken richt. Het decorbedrijf werd niet openlijk in de etalage gezet, maar als iemand anders zich erover wilde ontfemen, dan graag. Sinds een jaar bouwt *Unbranded* de decors voor de omroepen en tv-producten en het verzorgt de wisselingen van de decors in de studio's op het Mediapark en daarbuiten.



Boven: Dagelijkse boodschappen in het rekvisietenmagazijn
Onder: De staalafdeling

FOTO: © BOB HOOGENDOORN/UNBRANDED BV

het afstemmen van idee, uitvoering en de ontwikkelingen die zich tijdens het bouwen voordoen. Multidisciplinaire mensen kunnen we daarom altijd goed gebruiken. We hebben net Daan van Oene aangeworven als projectleider, die komt van Toneelgroep Amsterdam, om ons op dit gebied te versterken.' De theaterproducties waarmee Unbranded de theaterwereld binnenwandelt, komen uit de stallen van Stage Entertainment, het bedrijf waar mede-eigenaar Van de Poel van afkomstig is. 'Die verwevenheid van al die bedrijven op het Mediapark is nu eenmaal heel sterk', zegt Hartveldt, 'kijk maar naar ons adres. Maar het vanzelfsprekende is er wel vanaf, voor elke opdracht moeten we pitchen. Het leuke van Stage is dat Van den Ende altijd komt kijken bij doorlopen. Hij is ooit opgeleid als decortimmerman en technisch tekenaar, over de decors heeft hij meestal van alles te zeggen. Op de een of andere manier is hij altijd op zoek naar de overtreffende trap. We zijn nu in de running om *preferred supplier* voor Stage te worden. Hamburg en West End in Londen komen dan ook in beeld voor ons, daar willen we heel graag naartoe.' >>

er weer een hoop bijgeleerd. Het grote verschil is natuurlijk dat theaterdecors op toernee gaan. Een paar stukken bleken zwaarder te zijn dan we van te voren hadden verwacht. En bij de proefbouw in het atelier zagen we vaak mogelijkheden om het handzamer te maken. Dus haalden we stukken, die we volgens de specificaties konden opleveren, toch nog een keer uit elkaar om ze lichter te maken of om de constructie te verbeteren. Toch is de techniek nooit het probleem bij grotere producties, het komt veel meer aan op de procesbegeleiding,

Ervaring

Bij NOB Decor werkten in de hoogtijdagen meer dan 350 mensen. Unbranded heeft 55 mensen in dienst. Aangevuld met freelancers zijn er gemiddeld 70 mensen aan het werk. 'Het is nooit een probleem om goed personeel te vinden. Op dat vlak zitten we in een luxe positie, in de top van de markt. Iedereen wil hier wel werken of stage lopen, we krijgen meer aanvragen dan dat we plaatsen hebben. In dit vak is ervaring belangrijk. We maken geen serieproducten. De meeste mensen werken hier behoorlijk lang en nieuwe mensen geven we veel ruimte om te wennen. Als we mensen aannemen kijken we vooral naar de menselijke component. In een creatieve omgeving haal je weinig inspiratie uit sjacherijngig personeel. Er is altijd tijdsdruk en je hebt voortdurend met andere mensen te maken. Bij zo'n productie als de MTV Awards moet alles *top level* zijn. Iedereen die daar rondloopt weet van A tot Z hoe alles in elkaar zit, en vooral: weet wat er moet gebeuren als het anders loopt dan gepland. Als daar vijf minuten voor aanvang een zetstuk door een ledvloer zakt kun je niet zeggen dat ie het even niet meer doet, dat is geen optie.'

Parkeergarages

Onder de werkplaatsen zijn de oude studio's waar de decors van oude en lopende programma's worden opgeslagen. We

snuiven de typische lucht op bij de doekenopslag en lopen tussen de stellingen door van de immense rekwisietenvoorraad. Dan komen we bij de decoratieafdeling waar schilders met de hand hobbelpaarden beschilderen voor een kinderprogramma. De proefjes voor het decor van *De Tweeling* staan er nog tegen de muur; stukken gemetselde muur met dichtgesmeerde kogelgaten. 'Die komen uit de vacuümvorm-

De camera's zien elke nerf in het hout

machine. Worden dan geprimerd in de spuitcabine en daarna met een zelfgemaakt prutje beschilderd. Voor elk paneel veranderen we de mal, waardoor het er echt levensecht uitziet, en het weegt bijna niets.'

Bij de distributieafdeling staan twee opleggers. Deze oplegger is drie meter hoog van binnen, maar we hebben ook hele lage busjes die in de parkeergarages van Amsterdam passen. Alle auto's zijn verschillend. Dan kunnen we altijd de goeie uitkiezen.' Bovenop een container met hout ligt een vormloos stuk doorzichtig plastic. Hartveldt pakt het ervan af. 'Dit wordt een cape van een Superman-achtig figuurtje, voor een etalage van de Bijenkorf, komt ook uit de vacuümvormmachine.' De Chief Commercial Officer met een lach: 'Ja, ik weet best wat hier allemaal speelt op de werkvloer.' <<

prolight+sound


5 t/m 8. 4. 2016
prolight-sound.com

Let's master it.

Op de Prolight+Sound 2016 ontdekt u de technologietrends van morgen.

U ervaart hier hoe dankzij de techniek entertainment een heuse belevenis wordt. Tegelijkertijd bent u deelnemer van de wereldwijd grootste bijeenkomst van de evenementenbranche.

info@messefrankfurt.nl
Tel. +31 (0) 70 262 90 71

 messe frankfurt