“Rafels aan de schoonheid”

Wat maakt een beeld? Is het datgene dat we willen zien of is het juist de beleving en gevoelens die zij oproept. Voelbaar maken wat er niet te zien is. Voor mij geldt het laatste en was mijn drijfveer en rode draad in mijn reclametijd als “creatief”.

Het was in de jaren tachtig dat ik, door de wol geverfd in de Amsterdamse fotografiewereld, in contact kwam met Evert. Op zoek naar een fotograaf die meer kon laten zien dan alleen het plaatje, werd ik gegrepen door zijn kijk op communicatie en benadering van het beeld.
Naast de joviale inborst, getuigde Evert van gevoel voor schoonheid en niet alleen voor het vrouwelijk schoon die hij steevast begroette met “zeg schat”. Het waren zijn kwaliteiten en zienswijzen die bij veel fotografen ontbraken en betekende voor mij de start van een jarenlange samenwerking. Klein als het kon en groots als het mocht, maar altijd meer dan je in één oogopslag kon zien. Het waren dan ook zijn drang naar perfectie en beeldbenadering die ons werk verder bracht dan de opdracht alleen. Maar het was ook een tijd waarin ik me thuis voelde in de studio's in Hilvarenbeek. Een thuisbasis en vluchtoord waar we vele gesprekken over ons werk en gedrevenheid hebben gevoerd. Vaak onder het genot van te veel geest verruimend nat, voornamelijk door mijzelf, verketterden we al die snelle reclame jongens die zonder enige creatieve kijk of plichtsgevoel naar opdrachtgevers hun winstmarges probeerden te vergroten. Een inkoopmentaliteit die reclame managers degradeerde tot boekhouders en ons werk en ambities onmogelijk maakten. Echter volhardend in onze drang en visie bleef de samenwerking met Evert en zijn crew een feestje en was zijn studio letterlijk en figuurlijk het decor voor wonderschone beelden. Altijd meer dan je zag en fraaier dan de verbeelding liet zien, bracht zijn kijk altijd meer op dan je in eerste opzicht voor ogen had.
Het was echter ook een strijd die soms een verscheurd beeld liet zien en bevestigde dat schoonheid een kort leven kon hebben. Een blijvend gevecht voor een beeld dat meer laat zien dan de camera aankan. Met oog voor sfeer, vorm en kleur, maar meer nog een oor voor wat we wilden vertellen of juist niet, denk ik met een warm gevoel en respect terug aan ons werk. Samen werken aan een verbeelding die gevoelens oproepen en de schoonheid voorbij streeft. Het is daarom ook meer dan de lens kan laten zien dat mijn vriendschap met Evert heeft bepaald. Ofwel: streef in je verbeelding altijd naar het onhaalbare dan komt je doel vanzelf in zicht. Een beeld dat altijd bij mij zal blijven bestaan.

Gracias Amigo,
Hans Zegelaar

2021. Ayora, Spanje.

Lees de ziel, vertaal de ziel.

Amice,

Conceptuele fotografie is in mijn ogen belangrijk geworden toen producenten en dienstverleners zich realiseerden dat innovaties niet meer verticaal (van de notabelen, via de middenklasse naar het grote publiek), maar horizontaal hun weg naar de koper vonden. Men kreeg nieuwe doelgroepen, met nieuwe Amerikaanse namen, zoals innovators, early adapters, early majority …… Wil je met die mensen communiceren, dan moet je hun taal spreken. En spreken is in dit geval beeldtaal. De mens is een oogmens: 75% van de informatie komt binnen via je ogen.

Nieuwe producten (en diensten) moet je primair onder de aandacht van innovators en early adapters zien te brengen. Dat lukt alleen conceptdenkers! Mijn toenmalige (Amerikaanse) werkgever snapte dat maar al te goed. Zeker op de vooravond van een wereldwijde introductie! Dan moet je groots uitpakken. Op alle gebied, dus ook de fotografie. Of ik een goede fotograaf kende?

Ik herinnerde me het volgende:
Begin jaren 80 maakte ik met Evert kennis toen ik een blauwe maandag voor een klein reclamebureau werkte. Was daar net als traffic manager begonnen. De directeur kondigde aan dat een fotograaf even langskwam om een fotoshoot te bespreken. En daar kwam Evert en metgezel aangereden. Evert in hagelwit kostuum, zijn met gezel ook helemaal in het wit gekleed, in een hagelwitte Jeep. Hij sprak beeldend, innemend, nam de leiding van het gesprek, overtuigde iedereen dat het helemaal goed zou komen. Hij vulde de kamer. Het was geen gesprek, het was een complete entrée! Hier sprak de meester.

Ja, zei ik. Evert van Kuik. Die kan dat. Maar je moet hem wel vrij laten. Hij is creatief. En zo kreeg je een vrije opdracht om conceptuele foto’s te maken. Met zo min mogelijk invloed van de opdrachtgever. Een succes, want Everts foto’s prijkten op vele covers van Europese vaktijdschriften! Het was altijd een feest om met jou en je team mee te mogen naar een fotoshoot op locatie.

Zoals een reportage over producten die op een duwboot waren geïnstalleerd. We werden in Zaltbommel met een klein bootje van de kade opgehaald om al varend op de grote boot over te stappen. Het moest snel, want we moesten op een bepaald moment weer van boord anders moesten we mee naar Duitsland! Natuurlijk waren het sensationele foto’s. Op de rekening stond “Bootrace op de Rijn”. Humor, ja, dat heb je ook.

Als fotograficus kon je als geen ander de kaders waarbinnen een foto genomen moest worden, vertalen naar een beeldverhaal. Mijn laatste werkgever, een Duits bedrijf, had mij opdracht gegeven foto’s te leveren voor het jaarverslag. Om de overname van een Philips-onderdeel te belichten. Mijn toenmalige bazin (vice-president) benadrukte dat het een prestigekwestie was, want het was nooit eerder gelukt om door de ballotagecommissie te komen. We hebben er grondig over gesproken en jij hebt naar eigen inzicht de foto’s gemaakt. Of ik de ontwerpen kon laten zien wat er gefotografeerd ging worden. Nee, het is een vrije opdracht, we moeten afwachten wat we krijgen:-)
Totale paniek. Ze heeft er niet van geslapen!! Er zijn 4 foto’s opgenomen in het jaarverslag. De neuzen van de BU-manager, mijn bazin, en die van mij krulden als nooit tevoren. Tja, succes kent vele vaders/moeders.

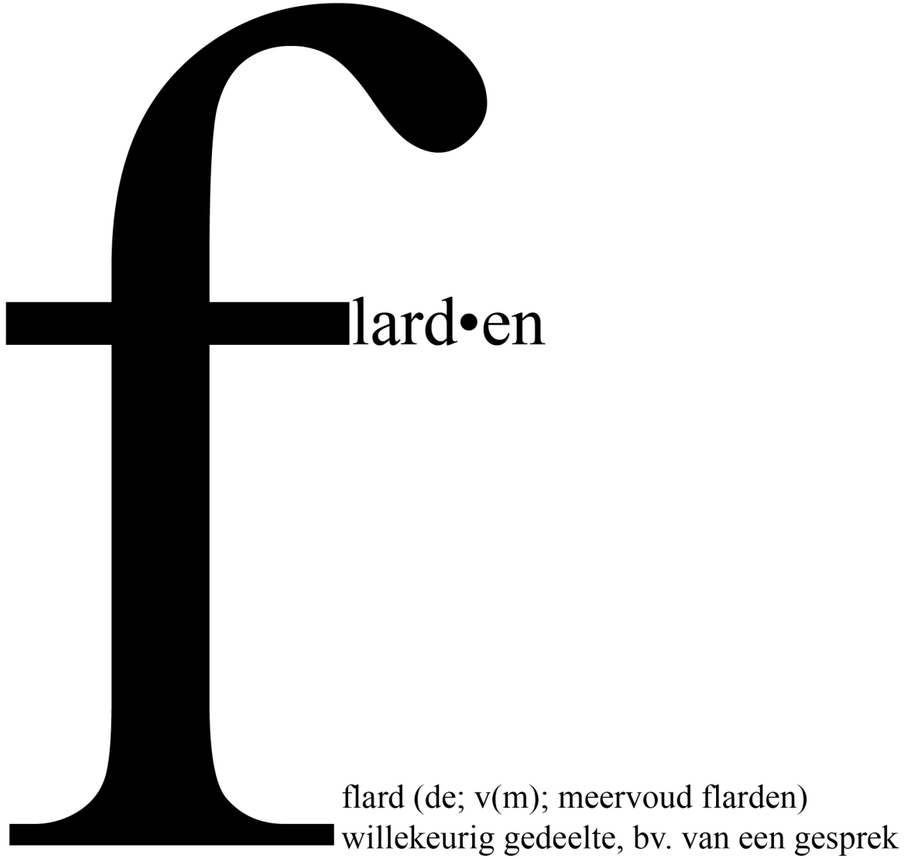
Evert, door de jaren heen hebben we een band opgebouwd. Van vriendschap, vertrouwen en respect. Ik geniet ervan. Altijd een feestje om met jou te babbelen, te discussiëren, en herinneringen op te halen!
Bedankt daarvoor!

Als ik het als reclameman mag samenvatten:

EVERT VAN KUIK. Een uniek mensenmens!
Dromen. Denken. Doen.

Januari 2021
Gerard

iedereen heeft een boek in zich... dit is mijn verhaal



flard (de; v(m); meervoud flarden)
willekeurig gedeelte, bv. van een gesprek

Voorwoord als een excuus.

Frustratie als ondertoon. Veertig jaar fotografie met passie, als een goedbetaalde hobby. Een hobby die vakmanschap werd door studie aan de Academie Beeldende Kunsten in Breda en de ervaring die ik kreeg in de loop der jaren.

Foto's die niets zeggen over de technische achtergrond, niets over de onderliggende of achterliggende historie. Niets over de schoonheid die verscholen zat in de oplossing die nodig was om de foto tot werkelijkheid te brengen.

De voorbereiding van een foto die ogenschijnlijk zo eenvoudig leek te maken maar toch ook weer niet. De voorbereiding van opnamen op buitenlandse locaties en 'de weg erna toe, of de voorbereiding die nodig was voor die complexe opname die eigenlijk bij voorbaat al niet mogelijk was. Zeker in de analoge periode van fotografie.

In die zin heeft elke foto wel een onbekend verleden. De magie van het maken van een foto is verdwenen zodra deze zijn definitieve bestemming heeft bereikt. Als kunst aan de muur of voor enige tijd pagina groot geprint in een luxe magazin.

De magie van de fotograaf die achter zijn camera weggedoken zat onder een zwarte doek is er lang niet meer. Toch heeft het mij de meeste tijd als fotograaf die bescherming gegeven. Zo ging dat in de jaren voordat fotografie de digitale weg insloeg. Die digitale weg heeft ook mij dat enorme gereedschap gegeven om op eenvoudige wijze snel tot een perfect resultaat te komen ook al was daarbij de magie verdwenen. De magie zat nu verstopt onder een toets op het toetsenbord.

En helaas niet alleen de magie. Met die magie verdween ook de kennis en ervaring die nodig was zonder dat toetsenbord.
Met deze flarden probeer ik wat van die magie verwoord te krijgen wat de foto niet kon.

©evert van kuik 2020

Ik moet ergens beginnen dus waarom niet bij het begin. Hoewel ik me realiseer dat er nooit een begin is.
Nooit een écht begin. In ieder geval niet chronologisch. Maar als ik dan toch een soort van begin moet bedenken is het direct na de periode dat ik, door omstandigheden, gestopt was als gitarist van Les Cruches. In de jaren zestig een ‘bekende’ band.
Als een soort hulp bij het Orkestenbureau van Wim Verbruggen kwam er regelmatig een verzoek om “eens mee te denken”.
Dat ‘meedenken’ bleek al snel dat er een concrete oplossing verwacht werd.
Een van de eerste ‘dingen’ was het ontwerpen van een goed overzichtelijk planbord zodat onmiddellijk duidelijk was of een orkest of band op een gegeven moment beschikbaar was om geboekt te kunnen worden.

Terwijl ik deze woorden schrijf realiseer ik me dat er toch een begin voor dit begin was. Hetgeen meteen een bewijs is dat de eerste regels die ik schrijf ook meteen op waarheid gebaseerd zijn.
Herinner me dat ik in de paar maanden tijdens mijn eerste werkgever, een aannemersbedrijf, ook een visueel en duidelijk overzichtelijk planbord maakte om inzicht te hebben waar bepaalde bouwmachines op bestaande bouwconstructies aanwezig waren. Dit om te voorkomen dat er steeds gezocht moest worden en eindeloos rondgebeld moest worden.

Dus ja, er is altijd wel een begin voor een begin.
Als een soort assistent op het Orkesten Bureau Tilburg maakte ik -of was er al sprake van ontwerpen?- verschillende posters, briefpapier en visitekaartjes voor diverse bandjes die in die tijd bij het OBT waren aangesloten.
Het meedenken was dus nooit een verzoek tot ‘meedenken’ maar altijd een soort (verkapte) opdracht.
Zoals het ontwerpen van een demontabel toneelopzet voor het Tilburgse Harmonie Theater.
Verzoek of meer opdracht dus van de heer Hilders die toen directeur was van de sociëteit.

Parallel aan dit soort uiteenlopende verzoeken was een vraag de heer Henk van Belkom. Muzikant in een Jazz orkest en tevens eigenaar van een winkel in serviezen én huishoudelijke apparatuur. Henk belde me privé kan ik me nog herinneren met de vraag om een slogan voor zijn winkel te bedenken.
Hij ‘wist dat ik dat kon...’.
Nou nee, sterker nog, kreeg er de kans niet voor. Nog diezelfde avond belde hij opnieuw.
Meedenken niet meer nodig. Henk had zelf de perfecte slogan zélf al bedacht...

“Wees Welkom Bij Van Belkom”

Op het moment dat hij me dit vertelde bedacht ik dat ik meer in mijn mars had dan een kreet als Wees Welkom Bij Van Belkom te bedenken.

Een soort “Voor Iets Goeds Naar Slager Voets”.

Het was voor mij een soort omslagpunt. Niet alleen kritisch zijn in meedenken, maar ook *niet* meedenken als het niveau van “Wees Welkom Bij Van Belkom” verwacht werd. Dat moment heeft een ommekeer gebracht, niet alleen om kritisch te zijn met oplossingen, maar ook kritisch te zijn in keuze van eventuele toekomstige klanten.
Tot zover een begin dat geen echt begin was maar eerder een aanleiding was om mijn summiere ervaringen als een leidraad mee te nemen in denken en doen. Ook wat betreft mijn beslissing om fotografie van een soort van hobby tot een professioneel vak te ontwikkelen.

Wilde ook niet de volgende plaatselijke fotograaf worden die moest vechten om een bestaan in consumentenfotografie op te bouwen. Geen trouwreportages of ‘erger’.
Na de vele foto-opnamen die ik maakte van bandjes in de periode dat ik mijn aanvraag bij de Academie voor Beeldende Kunsten Sint Joost in Breda indiende wist ik dat ik dus niet die familiefotograaf wilde worden en aansluiten in een lange rij van ‘consumentenfotograaf’.
Deze vooraf gestelde keuze werd door de Academie alleen maar bevestigd.

Ik kom er wellicht niet onderuit ... roots liggen bij het Orkestenbureau Tilburg ... “meedenken” begon in 1967.

orkestenbureau
tilburg

ACADEMIE

DE TOELATING

Na mijn tijd als gitarist bij Les Cruches begon ik mijn werkzaamheden bij het Orkestenbureau van Wim Verbruggen als een soort ‘rechterhand’. De periode waarop al regelmatig beroep op me werd gedaan in het kader van ‘meedenken’. Maar het was bovenal de tijd dat veel bevriende bands mij vroegen een serie foto’s te maken. Nu had ik dat al eerder gedaan maar via het orkestenbureau werd dat erg frequent. Er zijn weinig bands uit die periode in Tilburg die ik niet gefotografeerd heb. Dus steeds meer werd ik me bewust dat een studie aan de Academie voor Beelden Kunsten St. Joost in Breda belangrijk was. Pieter van Acker, ook een bandlid van Les Cruches had die studie op dat moment net afgerond en ik wilde zeker in zijn voetsporen treden. Sint Joost was de uitdaging. Na wat meer informeren was er de mogelijkheid om in te schrijven voor het komende leer jaar 1969’70. Belangrijk was wel dat er enkele foto’s gepresenteerd moesten worden omdat er meer inschrijvingen waren dan beschikbare plaatsen.



Speciaal voor die presentatie maakte ik bijgaande foto als een soort van ‘statement’ en wilde het niveau van een willekeurige serie foto’s overstijgen.
Achteraf is dat ook gelukt.
Betreffende foto was de reden omdat deze getuigde van een visie werd me later bij de toelating verteld.
De foto is gemaakt in de Heuvelse kerk in Tilburg. Het kostte nog enige moeite om aan een habijt te komen als kleding maar dit lukte uiteindelijk via de paters op de Korvelseweg in Tilburg. Met geen budget voor een model vroeg ik een bevriende muzikant om hieraan mee te werken.
Het was Ruud Hermans die bereid was als ‘model’ te fungeren. Ruud was de zanger van een andere plaatselijk bekende band. Later, veel later zou Ruud ook landelijke bekendheid verwerven en gelukkig was dat te wijten aan zijn succes als zanger en niet als model uiteraard.
Bijgaande foto is mijn inziens de beste uit een hele serie waarbij ook nog een eenzame kerkganger aan meewerkte. Ook zij was een goede bekende en nog steeds.
Het was medio september 1969 als ik daadwerkelijk kon beginnen als student. Samen met nog twintig medestudenten. Al snel blijkt dat niet iedereen sterk gemotiveerd was om de studie c.q. opleiding heel serieus te nemen. Ik was binnen de groep, samen met nog één andere student, de oudste hetgeen misschien de reden was waarom ik juist wel zo intensief en gemotiveerd werkte.

ACADEMIE

DE JAREN

Het eerste jaar bleek vooral een kennismaking met kunst in een heel uitgebreide zin. Fotografie, eerste kennismaking met licht en Dé Camera. Naast zogenaamde straatfotografie werd er veel aandacht besteed aan fotografie binnen de studio en dat gebeurde per definitie met een grootformaat camera. De Technische Camera. Op de academie een heel regiment oude ‘fotodozen’ van het merk Cambo. Die eerste kennismaking resulteerde in bijgaande foto gemaakt op het begijnhof in Breda. Maakte het mij bewust moeilijk door het maken bij extreem tegenlicht in de opname.



Overigens zou, wat ik me op dat moment zeker nog niet realiseerde, was dat de technische camera de komende veertig jaar de belangrijkste camera voor mijn werk zou worden. Cambo in de eerste fase, later meer geperfectioneerde uitvoering van het merk Sinar. Al snel vond ik een goede aansluiting met Cas van Os, de oudste docent op de afdeling fotografie maar ook de meeste gedreven leraar. Zijn motto was “eerst bamboo worden voor je het kunt fotograferen” een schijnbaar kansloos motto hetgeen pas vele jaren later zijn betekenis kreeg in mijn latere werk als fotograaf. Fotografie als een van de verschillende disciplines. Maar ook tekenen in al zijn verscheidenheid, natuurtekenen, architectuurtekenen, modeltekenen etc.
Een wat brede achtergrond met kennismaking kunstgeschiedenis, architectuur, calligrafie en zelfs vrije expressie. Dat laatste liet ik al snel voor wat het was maar niet in dank werd afgenomen. Het was weliswaar geen verplichting deze ‘lessen’ te volgen maar werd wel gezien als een soort basis in de wereld van kunst. Want dat was het bovenal. Kunst. Bij voorkeur met de nodige dramatiek wat in fotografie al snel vertaald werd in zwartwit foto’s liefst met een hoge isowaarde en grove korrelstructuur om aan de foto mee te geven.Mijn favoriete docenten waren twee Belgische ingenieurs. Werkzaam Bij AGFA in Belgie. De heren Bulens en van der Heyden. Respectievelijk docenten voor chemie en optiek.
Beide toegespits tot fotografie.
Overigens lag het tempo mijn inziens erg laag onder het motto: “morgen kan het ook nog”. Dit frustreerde mij wel zeker wat betreft de technische vakken van chemie en optiek. Al in het tweede jaar kreeg ik de toestemming om ook de lessen van het derde jaar te volgen.Uiteindelijk maakte ik de studie wel af maar was het laatste jaar al veel afwezig omdat ik toen al de nodige serieuze opdrachten kreeg. Zelfs mijn stageperiode mocht ik binnen mijn eigen werkomgeving doen. Mijn eindopdracht was tenslotte een drie schermen dia presentatie die ik voor PHILIPS maakte.

ACADEMIE

DE OPDRACHT



1971 Opdracht tweede jaar Academie was het maken van een serie portretten. Na zoveel jaar kan ik me niet herinneren van wie die opdracht kwam maar vermoedelijk van Cas van Os die ook mijn mentor was. Met de oefeningen in het eerste jaar op de Academie in gedachten wilde ik niet verder gaan met een soort klassieke Yousuf Karsh portretten maar mezelf een nieuwe uitdaging geven.
Het werd een serie van twee jonge lesbische meisjes die elkaar liefhebben in bed.



Het bed was overigens een snel gevonden. Slechts een matras en vele meters vitrage was voldoende. Ik had inmiddels al enige tijd een ruimte beschikbaar gekregen van iemand waar ik al eerder wat opnamen voor gemaakt had. Niet echt sprake van een studio maar toch prima geschikt. Zeker voor deze opnamen. Het bleek meteen mijn meest controversiële serie foto's op de academie te worden. Niet eerder had iemand een dergelijk gevoelig onderwerp durven fotograferen. Het is 1971 en ondanks de



sexuele revolutie nog geen onderwerp om zo uitgebreid in beeld te brengen. Ik had inmiddels via een vriend kennis gemaakt met zijn vrouw die ook nog een bisexuele relatie met een ander meisje had. Verrassend genoeg vonden de twee 'meiden' het geweldig om mee te doen. Nog verrassender voor mij was het feit dat de twee 'meiden' een extreme gelijkenis hadden. Zowel wat betreft lichaamsbouw, fragiel en tenger maar ook wat betreft haar en gezicht. Het kostte weinig moeite de juiste sfeer te

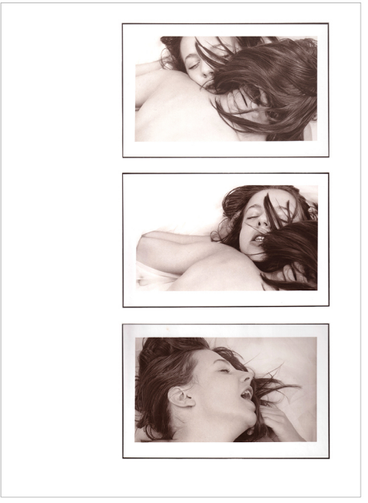
LES BICHES



vinden zeker ook omdat de meisjes elkaar goed kenden en helemaal ontspannen waren.
Eenmaal 'op film', besloot ik van de opnamen een soort 'reportage' te maken verdeelt over zes panelen en met ieder paneel drie foto's. De assymetrische layout op de panelen is heel bewust.
Terug op de Academie presenteerde ik de serie in eerste instantie aan de heer Katan. Iemand waarvan ik juist zou verwachten dat deze positief verrast zou zijn. Niets was minder waar.



Enigszins teleurgesteld trof ik bij het verlaten van de ruimte waar ik mijn werk had gepresenteerd Cas van Os aan. Mijn mentor. En dan opnieuw een verrassing. De heer van Os was juist erg positief verrast en sprak zijn woorden uit in het bijzijn van de heer Katan die even was blijven wachten op het commentaar van zijn collega. Het is nooit meer goed gekomen tussen mij en de heer Katan als die dan plots zijn mening verandert en ook mij complimenteerd met de serie.



De serie is in 1974 nog gepubliciteerd in het nederlandse magazin "FOTO" in de editie februari als ondersteuning voor een uitgebreid artikel van mijn werk sinds het begin van mijn studie aan de Academie. De serie is authentiek.
Beide meisjes 'gingen er voor...'.



https://evertvankuik.nl/years/?id=230

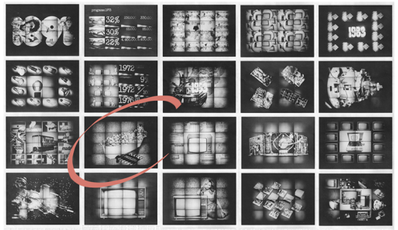
T

The First Assignment. Ondanks dat ik mijn ervaringen en reis-anekdotes door de jaren heen niet chronologisch kan of wil opschrijven, ontkom ik er niet aan om de aanleiding hiertoe te vermelden.

Het is 1972 als Ron van Eldik mij benadert voor een fotoshoot.
Ron was op dat moment studiomanager van de Hilvaria Studio's in Hilvarenbeek.
De opdracht betrof het maken van foto's voor een brochure van Verwiel Relatie-geschenken in Waalwijk.
Op dat moment studeerde ik echter nog aan de Academie Beeldende Kunsten Sint Joost in Breda. Aangezien ik inmiddels in het derde jaar van mijn opleiding zat en het tempo binnen die opleiding nou niet bepaald heel hoog lag nam ik de uitnodiging maar al te graag aan.
De opnamen vonden plaats in de Hilvaria Studio die vele jaren later mijn thuisbasis zou zijn toen ik het studiocomplex in 1987 aankocht van de toenmalige eigenaar Otto Verschoof.

Ron startte in 1973 samen met een zekere Jan Bok en Peter Keeris een nieuw bedrijf Marbo, gespecialiseerd in het maken van zogenaamde 'multiscreen' audiovisuele producties. Met de kennis van Ron en zijn toen al Philips connecties bleek dit 'even' een goede stap in mijn 'loopbaan' als zelfstandig fotograaf.
Maar hoe fout kon het gaan ...
Op verzoek van Ron betrok ik een ruimte in het appartement van Marbo in het toenmalige Midi theater in Tilburg. Samen met een zekere Hans van Dongen.
Hoe fout ging het ...
Ron was de slimste ... de heren Bok en Keeris bleken al snel 'foute jongens' en toen ook 'Van Dongen' van het zelfde allooi was ging het echt even fout ...

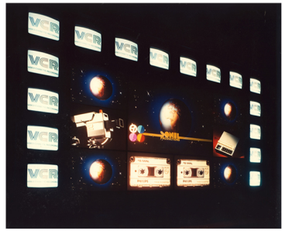
In die korte periode 1973 en 1974 maakten we niettemin indrukwekkende audiovivusele presentaties met hoogtepunt een 20 schermen auudiovisuele diashow met 40 projectoren voor **PHILIPS K9 TV** introductie.



https://evertvankuik.nl/years/?id=231

Als groep maakten we diverse producties tot Ron de beslissing nam om onverwacht een wereldreis te gaan maken. Het was Ron duidelijk geworden dat hij niet meer met de heren Bok en Keeris verder wilde samenwerken. Soort van dag Marbo-fools.
Het duurde even voordat ook ik tot die conclusie kwam toen mijn samenwerking met Van Dongen eindigde met het faillissement dat Van Dongen van de v.o.f. aanvroeg en hij er met al mijn apparatuur vandoor ging.

En dan is het weer Ron van Eldik die in 1975 contact met mij opneemt en opnieuw volgt er een jarenlange samenwerking met Ron die nu werkt onder de firmanaam **SONEL**. Opnieuw AV presentaties. Met Ron aan het stuur en ik verantwoordelijk voor de visuele uitvoering. Samen met Ad van Loon als tekstschrijver ook bepalend voor de concepten.
Was de AV presentie voor **PHILIPS** K9 introductie het hoogtepunt in de MARBO periode, de ELA presentatie voor **PHILIPS** in Ouchy/Geneve was zo mogelijk nog indrukwekkender. Zeker door het samenspel van audio (Ron!) en de stiltaande beelden van de diashow én de toevoeging van bewegend beeld met 16 videomonitoren was iets wat nooit eerder door wie-dan-ook gedaan was.





Ouchy/Geneve was niet alleen een topprestatie maar ook gaf het me duidelijkheid, ook wel zekerheid, dat ik met de werk ervaring van de afgelopen jaren nooit ‘terug’ kon naar wat dan heet een familie-fotograaf.
De **PHILIPS** ELA ‘show’ was een budgetloos project.
Wat het kost dat kost het simpelweg. Omdat de show - want dat wás het - in Zwitserland opgebouwd moest worden konden we te allen tijde gebruikmaken van een van de privévliegtuigen die **PHILIPS** in die tijd nog bezat. Hetgeen duidelijk maakte dat er geen plafond zat wat betreft de productiekosten.
Het project opende ook voor mij verschillende deuren binnen de **PHILIPS** organisatie waar ik na de SONEL periode veel ‘plezier’ van heb gehad.

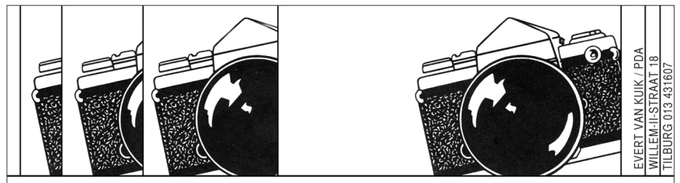
Aansluitend aan de ELA productie werden nog enkele meervoudige audiovisuele producties gemaakt en gepresenteerd in onder andere Saoudi Arabie, Zweden, Frankrijk en diverse keren in Engeland. Ergens in die periode slaagde ik voor mijn ‘examen’ op de Academie, notabene met een presentatie van een productie die ik had gemaakt voor een **PHILIPS** afdeling.
Nogmaals ... een weg terug was voor mij geen optie.

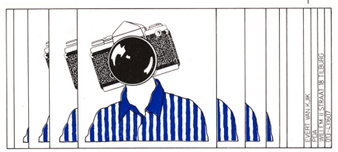
E

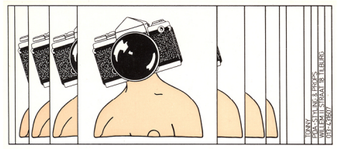
En dan volgt een soort van eigen zelfstandigheid.
Weg onder de vleugels van Ron en SONEL.
Het is 1977 als ik me vestig als reclamefotograaf in een klassiek pand aan de Willem-II-straat in Tilburg. Een kleine studioruimte, minimale apparatuur, maar maximale inzet.
Via enkele reclamebureaus kwamen voorzichtig de eerste opdrachten binnen.
Om opdrachten van en voor consumenten uit te sluiten besloot ik het gangbare tarief voor een fotograaf, dat in die tijd gemiddeld 200 gulden per dag was, nu per úúr te hanteren.
Die ogenschijnlijk hoge uurprijs betekende dat geen consumenten zouden aankloppen en voor potentiële opdrachtgevers een soort ‘garantie’ was dat er sprake was van een professionele aanpak.
De samenwerking met toenmalig reclamebureau RAL in Tilburg leverde via Frisdranken Industrie Nederland (Coca-Cola) een eerste stabiele relatie business-to-business op:
De Verenigde Bierbrouwerij Breda-Rotterdam.
Veel te danken aan de samenwerking met Ton Bust die als ontwerper/art director vanaf medio ‘86 ook partner was in de samenwerking met de Brouwerij.Ton als graficus en ik als fotograaf.



PDA Monarch Studio's









Het belang van vormgeving is voor mij altijd een belangrijk uitgangspunt geweest. Zo ook voor mijn eigen presentaties.
1974.
Karel Kruysen, destijds studerend aan The Royal Academy of Arts in London, ontwierp mijn housestyle. 'The CameraMan' was hiervoor het basissymbool in de verdere uitwerking van alle denkbare stationery.
Toen nog Evert van Kuik / PDA

In 1988 ontwerpt Ton Bust een compleet nieuwe housestyle met de opkomende zon over drie filmsheets. Als omstreeks 1996 enkele assistenten lichte werkzaamheden zoals productfotografie overnemen en de belangrijkste relaties zoals DAF trucks en VOLVO door nieuw management hun opdrachten elders onderbrengen pas ik ook dan mijn housestyle aan.
PDA Monarch Studio's.

FOTOSTUDIO·PDA/EVERT·VAN·KUIK

Net als de aandacht die ik besteedde aan mijn presentatie zoals housestyle heb ik het altijd belangrijk gevonden een vernieuwende visie op fotografie na te streven. Onderscheid is immers belangrijk.
Het uitgangspunt voor mij is altijd toch een meerwaarde in wat dan heet 'creativiteit' te zijn. Concept als grondslag, creatie en techniek om tot een eindproduct te komen ...
Altijd getracht die opnamen te maken die eigenlijk technisch onmogelijk waren om uit te voeren.
Complexe opnamen in een analoog tijdperk.

Bijgaand voorbeeld is gemaakt in 1978, gemaakt met een technische camera, 4x5" en zonder plak- en knipwerk.
One shot. Cambo 4x5"
1978.
Zelfs nu in het digitale tijdperk nog steeds trots op.



VOLVO

Woensdagavond, 10 januari 1980.
Telefoon! Jacq Tooten, assistent bij de Hilvaria Studio's en assistent bij een **VOLVO** locationscout belt vanuit Nice, Frankrijk. Jacq is duidelijk. Kort en bondig.
Ticket ligt klaar bij balie Schiphol. Vlucht naar Nice is morgen. Neem camera's en voldoende materiaal mee.
Wij halen je op het vliegveld op. Tot morgen ...
Al sinds 1978 maakte ik regelmatig opnamen voor **VOLVO**, destijds met Theo Vervoort (VOLVO) en Jacq Tooten (Hilvaria Studio). Zowel ín de Hilvaria Studio als 'links en rechts' wat opnamen op verschillende locaties.
Toch was dit anders. Zo voelde dat, zo bleek dat later ook.
Om te beginnen een shoot buiten Nederland zonder enige voorbereiding of briefing.
Gelukkig had ik geen vaste booking voor de komende dagen maar toch ... Snelle check of er voldoende fotomateriaal was. Toch maar ...

Mijn redding was enigszins ingecalculeerd. Ik bedoel camera's altijd paraat, maar altijd voldoende fotomateriaal is dan plots bij een onverwachte opdracht soms een handicap, zoniet een 'helaas en de opdracht gaat naar iemand anders'.
Ik realiseerde me dat de aanwezigheid van fotomateriaal, zowel kleinbeeld film als zogenaamde 120 spoel, altijd wel cruciaal is. Maar ook vlakfilm voor technische camera kán wel een probleem zijn. Nog afgezien van drie formaten, 4x5", 13x18cm en ook 8x10" filmmateriaal moet ook de verschillende soorten filmmaterialen op voorraad zijn.
Diamateriaal, daglicht en kunstlicht en dan ook kleurnegatief, ook dan weer dag- en kunstlicht emulsie.
Een diepvrieskast is dan ook een essentieel iets, naast een 'batterij' aan camera's en objectieven.

Het feit dat ik dát voorzien had was ook op dat moment toch een soort bevestiging van die voorzorg. Gezien de korte voorbereiding koos ik voor Hasselblad en Mamiya (6x9cm) zodat alleen 120 spoel materiaal voldoende zou moeten zijn.



Ticket lag zoals verteld op Schiphol klaar en de vlucht was pas in de middag. Sowieso zou er slechts één eenvoudige opname gemaakt moeten worden van een'**VOLVO 343** special', de 'Kermit' uitvoering. Nooit begrepen waarom deze uitvoering die naam kreeg ...

Overheersende kleur was immers blauw en niet groen.
De locatie was voorbereid, de feitelijke opname een dag later. Eenvoudige opname, maar indrukwekkende locatie.
Deze was door de plaatselijke scouting manager Willy Singer gevonden. De omgeving waar de opname gemaakt werd, zou enkele maanden later de basis zijn voor een uitgebreide shoot met twee **VOLVO 343** modellen. Ook dan zou Willy de voorbereidingen treffen en niet alleen de locatie maar ook twee (foto)modellen als figurant voor de opname.
Die shoot was in april van dat jaar. Zelfde team, Theo Vervoort, Jacq Tooten en ikzelf. En ook dan weer Willy Singer.
De locatie was een weg dwars door Gorges du Verdon, onherbergzaam en eigenlijk geen locatie om twee auto's met ook nog eens twee modellen te kunnen of mogen fotograferen. Willy kende uit een eerdere shoot die 'problemen' ter plaatse en had ook nu een beroep gedaan op de Franse Gendarmerie. Een voor mij nieuwe ervaring.
Aan weerszijden van het traject stonden twee motoragenten opgesteld en de werkwijze was dat steeds een half uur de weg geblokkeerd werd voor andere weggebruikers zodat wij een opname konden maken, afgewisseld met een half uur waarin wij de weg vrijmaakten voor het overige verkeer.
Het betrof twee VOLVO's model 345 die door een Nederlandse transporteur gebracht waren, samen met enkele **VOLVO** medewerkers, die de auto's ter plaatse 'fotoklaar' maakten. De transporteur was een verhaal apart. Was, want de aardige man is inmiddels al vele jaren geleden overleden. Jo Damen. Uit Raamsdonksveer. 'Jo uit het Veer'.
Jo Damen transporteerde al vele jaren voor **VOLVO** naar zo mogelijk alle Europese landen. Knap vooral omdat Jo geen enkele taal buiten Nederlands sprak en dat nog met een zwaar Brabants accent. Jo was dan weer wel de man die maakte dat ook buiten de opname-uren de trip een feest was. Met name na een dag hard werken is daar het gezamenlijke diner in het hotel met Jo altijd als het middelpunt van de crew.



VOLVO

Het diner met de hele crew, bestaande uit acht mensen, was steeds een succes. Het was een druk hotel en tijdens het diner was er elke avond een soort kleine ceremonie als de lichten uitgingen en een stoet van aanwezige obers een optocht langs alle tafels ging met voorop een ober met een feestelijke taart compleet met ‘vuurwerk’.



Voor degene die die dag jarig bleek. Luid zingend ‘Bon Anniversaire’. Voor Jo was dat het mooiste moment van de dag.
De laatste avond heb ik, als verrassing voor Jo, de keuken gemeld dat die dag Jo de jarige was ook al was dat volledig naast de waarheid.
De uitdrukking op het gezicht van Jo tijdens zíjn ‘Bon Anniversaire’ is me altijd bijgebleven. Geweldig!

De VOLVO opname is gemaakt met een Sinar 4x5”.



De weersomstandigheden waren, gedurende de dagen dat we op de locatie waren, erg slecht. Regen en zo mogelijk nog meer regen. Meer tijd schuilend voor de buien in een plaatselijk café, waarbij bleek dat Willy een uitstekende entertainer was.
Het was de tweede opname in korte tijd in het gebied rondom Nice en gezien de indrukwekkende locatie besloot ik in 1982 terug te gaan voor een serie opnamen voor State of Independence, doelend op de onafhankelijkheid die ik mezelf verworven had om een serie ‘vrije’ foto’s zonder onderliggende opdracht te maken met het doel deze later te verkopen. Die serie werd uiteindelijk door diverse bedrijven aangekocht zoals **KODAK** en **LUTKIE CRANENBURG**, een uitgeverij in stationery, en is in vele buitenlandse fotobladen gepubliceerd.



1992 was sowieso een druk jaar voor de studio. **DAF TRUCKS** nam al een groot gedeelte van mijn agenda voor zijn rekening. In februari al tweemaal ‘een tour’ in Schotland. Een maand later een shoot in Zweden. En dan is het september. Introductie van de DAF 75/85 serie NML. Als in New Medium Line. Aanvulling van twee trucks op het bestaande 95 model. In eerste instantie werden veel opnamen gepland in Nederland. Maar al snel werd dit uitgebreid met verschillende locaties in België en Duitsland. De eerste locatie was Amsterdam. Gepland op 16 september. Locatie De Bijenkorf op achtergrond. Volgende locaties stonden gepland in Susteren-Bichterweert, Rotterdam, Grubbenvorst. Aansluitend werden een paar extra dagen ingepland in de omgeving van Spa, België.

De Ardennenshoot. Zoals voor elke tour voor **DAF TRUCKS** die ik met mijn team maakte werden T-shirts met een door mij speciaal ontworpen ‘tourlogo’ gemaakt, die tijdens die tour werden gedragen. Enkel voor crewmembers. Na de opnamen in de Ardennen werd de tour vervolgd met opnamen in Veghel, Beesd, Deurne, Den Bosch, Panningen, Rotterdam, Eindhoven en ten slotte weer terug naar Amsterdam. Aansluitend en geheel onverwacht ook nog een locatie nabij Koblenz, Duitsland en Brussel, België. De meeste locaties tijdens de afgelopen dagen waren gepland op basis van één dag, uitgezonderd Spa, België waar we voor drie dagen neerstreken in hotel Dorint in Spa. Door de vele uiteenlopende locaties waar gefotografeerd werd, was deze tour nogal chaotisch. Ook wel omdat de meeste locaties pas onverwacht in het toch al drukke schema ingeschoven werden. Het feit dat enkele opnamen niet binnen de NML 75/85 opdracht vielen was voor het team extra verwarrend. Details werden door DAF moeizaam gecommuniceerd. Uiteindelijk zou de ‘tour’ tot 21 oktober duren..

Afgezien van de opnamedagen in en rondom Spa was daar in dezelfde periode ook nog eens een complexe foto van een DAF 95 model samen met een helikopter. Die opname was een reshoot in opdracht van het Eindhovense reclamebureau Two’s Company voor een mislukte shoot die een team uit Amsterdam dus de mist in hielp. Ongetwijfeld kom ik daar nog eens op terug tijdens het maken van dit uitgebreide verslag. Dus ja, drukke weken met, om mijn medewerkers niet al teveel te belasten, een wisselende crewsamenstelling. Gezien die chaotische weken is het me in die tijd ook niet gelukt om een zogenaamd draaiboek of zelfs een tourverslag te maken omdat de planning niet door mijzelf maar door DAF medewerkers werd gemaakt die nou niet bepaald uitblonken in planning en briefing. In die zin is de NML 75/85 tour dan ook een uitzondering op de eerdere en zeker latere tours die wij maakten met en voor DAF TRUCKS. De meeste opnamen die we maakten - ik praat veelal over ‘we’ omdat alle fotografie op locatie sowieso altijd met een of meer assistenten werden gemaakt - waren eenvoudige opnamen zowel wat betreft techniek als voor zover enige creatieve inbreng mogelijk was. Een soort ‘productopnamen’ maar een beetje groter ‘product’ dan gebruikelijk. De fotografie in de Ardennen was daar wel een prettige afwisseling in. Geen specifieke en vooraf aangegeven locatie en ook de mogelijkheid om zogenaamde ‘rijders’ te maken. Opnamen die vanuit een rijdende auto worden gemaakt en waarbij de



te fotograferen auto of auto’s ook met hoge snelheid over de weg reden. Soms zorgt dat voor hachelijke, zo niet gevaarlijke situaties. Bij dit soort ‘acties’ ben ik met het team meerdere malen door politie ‘van de weg gehaald ...’. Zoals gezegd was de shoot in de Ardennen ‘anders’. Met twee medewerkers op de studio, één vaste medewerker en één stagiair, beiden komende en wonende in België, leek het me wel verstandig juist deze twee ‘jongens’ mee te nemen. Nou vind ik sowieso ‘Belgen’ leukere, gezelligere en meer ontspannen mensen dan de wat calvinistische Nederlanders, dus op voorhand was dit al een goede beslissing (toch?). Sowieso wel handig, want beide jonge kerels weten de weg in België wellicht ook wel beter. Tijdens een foto-opname waarbij we even moesten wachten tot de lichtomstandigheden optimaal zouden zijn, stelde ik ‘Polleke 1 en Polleke 2’ voor dat ze eens op zoek gingen naar een geschikte locatie voor de volgende te nemen foto. Ik hoor me nog vragen: ‘Hé .. vertel me niet dat jullie verdwalen hè?’ Het antwoord had ik kunnen voorspellen. ‘Verdwalen? Verdwalen? We zijn Belgen hè en in ons eigen patattenland. Echt nie hè?!

Daar verdwalen we echt niet ...’

Nou dus echt wel, bleek. Om contact te houden met iemand van de crew op grotere afstand hebben we portofoons (walkietalkies) bij ons, zodat we kunnen communiceren als praten, harder praten of schreeuwen geen optie is. Prima dus. Twee Belgen in eigen land, portofoons bij zich .. wat kan ons overkomen?! Nu is het bereik van portofoons wel beperkt, helaas. Maar ach, dat kon geen groot probleem worden. Twee Belgen in eigen land. Het duurde enkele uren toen we ons toch begonnen af te vragen of ‘de jongens’ besloten hadden om naar huis te gaan of, wat eigenlijk niet kon, de weg kwijt waren. Ten einde raad en na enkele uren oponthoud besloot ik met nog iemand in de auto maar in de omgeving rond te gaan rijden in de hoop dat we onderweg via portofoon wel contact konden krijgen. Dat lukte op enig moment toen we een krakende stem hoorden waaruit bleek dat ze ergens in de omgeving waren. Waar precies wisten ze ook niet, maar ja ... België hè. Na een moeizame verbinding via de portofoons stelde ik voor dat zij naar de dichtstbijzijnde kruising zouden rijden in de hoop dat de verbinding dan nog wel intact zou blijven, misschien zelfs wel een beter geluid. Op die splitsing van wegen konden ze ons op de aangegeven borden vertellen hoeveel kilometer ze van welke plaatsen verwijderd waren. Op die manier konden wij op de kaart nagaan waar zij zich precies bevonden. Dat lukte. Uiteindelijk na enige tijd! Het misverstand was simpel te verklaren zoals we te horen kregen. Achteraf toch ook wel onze schuld. De achtergebleven groep. Mijn twee Belgische vrienden wisten de tijd dat ze op zoek waren naar een mooie locatie precies de weg in België maar ja: ‘Allez mannen, wij wisten niet meer waar júllie waren’.

Twee Belgische vrienden, twee Pollekes. Later was mijn eigen man eerlijk: ‘Sorry baas, maar ik ben tenslotte een Belg hè’. Later maakte ik door onder andere deze ervaring een aangepast tourlogo. Puk en Muk in België. Want zoals zou blijken ... prima jongens, prima assistenten maar ja, om met de woorden van Polleke te spreken: “We zijn Belgen hè zeker als we in ons eigen patattenland zijn.



VERKERKE COPYRIGHT & LICENSING

HOME SWEET HOME...
Voor Verkerke Posters, in eerste instantie gevestigd in Nederland, maakte ik al sinds 1982 foto's die als poster door Verkerke werden uitgebracht.
De samenwerking, over een periode van bijna 20 jaar, werd abrupt verbroken toen Verkerke Posters, inmiddels gevestigd in Zwitserland, failliet werd verklaard. In de loop der jaren meer dan 100 posters in verschillende segmenten uitgebracht. Veelal op flatfee maar ook veel posters op royalty basis.



TROPICAL SUNSET...
Naast de reguliere vorm van fotografie ben ik altijd ook opzoek geweest met onconventionele vormen om tot een resultaat te komen.
Deze poster is het resultaat van een groot aantal deelbelichtingen via grafische films. Een techniek die ik ook wel, maar dan aangepast, bij conventionele fotografie gebruikte om zodoende effecten te krijgen die binnen reguliere fotografie niet mogelijk waren. Een voorbeeld hiervan is "pooltable".
De techniek is erg bewerkelijk en tijdrovend en zodoende bijna een uitdaging om perfect uit te voeren.



THE VOYAGE...
Deze nostalgische opname is gemaakt in een historisch treinstel van de Nederlandse Spoorwegen in het Spoorwegmuseum. Voor die gelegenheid werd het complete treinstel voor een dag verhuurd zodat we in alle rust deze foto konden maken. Hair, make up en kleding namen een groot gedeelte van de dag in beslag. De opname zelf minder dan een half uur. Gemaakt bij de bestaande lichtomstandigheden.
Deze poster is door Verkerke op basis van royalty payment aangekocht en leverde vele malen meer aan royalties op dan de gemaakte kosten.



UNTOUCHABLE...
Een van de vele posters gemaakt met Linda Krijgsman als model. Linda had al eerder tot alle tevredenheid van Verkerke voor een poster geposeerd. Reden voor Verkerke om haar vier dagen achtereen te boeken en zodoende een enorme hoeveelheid opnamen te produceren. Voor eenvoudige 'greeting cards" maar ook een aantal heel specifiek te maken exclusieve 'artposters'.
Bijgaande opname met de titel Untouchable was voor een luxe uitgave in de art serie.



POOLTABLE...
Deze poster is een analoog gemaakte foto in combinatie met grafische deel belichtingen.
De ondergrond is een zwarte spiegelplaat, de biljartranden een op de studio gemaakt decorstuk.
Tijdens de analoge foto opname werden door middel van een 'constructietafel' de vijf separate deelbelichtingen gemaakt om tot dit resultaat te komen.
Complexe fotografie is altijd ook wel "mijn ding" geweest.



PINK ELEPHANT...
Deze poster is een foto opname gemaakt met een 8x10" technische camera met analoog filmmateriaal.
De techniek verreist een nauwkeurige en complexe werkwijze om deze illusie als één geheel te fotograferen. Soort van 'magic shot'.



BONDAGE FETISJ

De eerste bondagefoto maakte ik in 1984. Het model was Linda Krijgsman, een ‘opkomend naaktmodel’, die in 1984 bekend werd als het Panoramameisje. In de loop der jaren maakte ik nog een aantal vergelijkbare opnamen waarbij bondage het thema was. Uitgangspunt was steeds dat deze serie geen op zichzelf staande foto’s zouden zijn maar een hoofdstuk in het project **THE BLUE BOOK**. In dit kader maakte ik in de loop der jaren diverse fotosessies met Linda in licht erotische settings. Mede door de fotografie die ik deed voor **PLAYBOY** was het me al snel duidelijk dat veel modellen niet alleen bereid waren naakt te poseren, maar dat het hun een mogelijkheid gaf uiting te geven aan hun exhibitionistische drang. Dit was niet alleen bij Linda overduidelijk, maar werd steeds opnieuw bevestigd door de vele (naakt)modellen die ik fotografeerde. **PLAYBOY** was daar een duidelijk voorbeeld van, maar wellicht vreemd genoeg waren de meeste erotische fotosessies die ik maakte in opdracht van **PHILIPS INTERACTIVE MEDIA**. Vooral de twee Caribische sessies op Curaçao en Grenada waren erg mooie onderbrekingen van de opdrachten in ‘food and drinks’ en ‘automotive’. Al deze sessies werden door mij gebundeld tot een interactief CD-i project voor **PHILIPS** onder de naam **THE BLUE BOOK**. En dan kwam het, zelfs voor mij, toch als een verrassing dat juist **VERKERKE POSTERS** twee foto’s uit de serie bondage als poster in de collectie opnam, terwijl de vele posters die ik voor **VERKERKE** maakte stillevens waren,





en dan vooral bloemen, exotische drankjes, muziek en sport. De tweede foto uit deze serie is gemaakt als ondersteuning voor het boek *‘32 fotografen Oog in Oog met Henk Gerritsen’*. Een boek met daarin 32 foto’s van ‘bekende Nederlandse fotografen’. Ik koos voor zijn boek voor deze controversiële tegenstelling. Het model was een kennis van een van mijn medewerkers met een verblijfplaats in het Midden-Oosten, maar toevallig op dat moment op bezoek in Nederland. Gladys Wong Swie San. Wat voor mij klonk als een gerecht uit de Thaise keuken. In tegenstelling tot eerdere sessies was het contact met haar moeizaam, dus uiteindelijk was de shoot in no-time gemaakt. Naast deze twee foto’s bestaat de serie uit 6 vergelijkbare opnamen en die kreeg voor uitgave in **THE BLUE BOOK** de titel **TIGHTROPE**. De bondagefoto’s zijn alle gemaakt in de studio met de essentie op vorm en niet op erotiek. Ik heb nooit die extreme erotische kant van fotografie nagestreefd, omdat dit niet zou aansluiten op het concept van **THE BLUE BOOK**.

81.056,80

Beter dan mezelf

Terugkijkend op de samenwerking met andere disciplines was altijd iets waar ik me op kon verheugen. Een goede artdirector of stylist kan een grote toegevoegde waarde hebben hoewel ik tegelijkertijd me realiseer dat die goede artdirector en/of stylist maar zelden aanwezig was. Oké, wel veel betweters of erger, nitwits. Maar zo af en toe... Zoals Peter Bruers. Ongetwijfeld in de volksmond ‘een bloemist’ omdat hij voor hij echt naam maakte als stylist in weekenden soms meehielp in een plaatselijke bloemenzaak. Peter Bruers zoals ik hem leerde kennen. Een artiest, nee, een ware kunstenaar. Een enorm goed gevoel voor wat hij noemde ‘materiaal’. Of het nu bloemen waren of alles wat in de natuur voorkomt.

Peter voor mij de bloemstylist, voor anderen de kunstschilder voor nog anderen de ontwerper van prachtige interieur objecten. Als ik me goed herinner was het een donderdag als ik afgesproken had die dag samen te werken om in ieder geval samen één creatie te maken welke als poster ongetwijfeld een verkooptopper zou zijn. Eerder maakte ik al met hem enkele foto opnamen die als poster bij Verkerke Posters waren uitgegeven. Maar ondanks de eerdere hoge oplage van die posters zou dit, de opname van die dag, soort van hoogtepunt worden in de samenwerking....

Edoch....



Het mocht niet zo zijn. Peter kwam met een auto volgeladen ‘natuur’, dropte deze in de hal van het studiocomplex en verontschuldigde zich dat hij onverwacht de afspraak niet kon nakomen. “Weet zeker dat je er iets mee kunt, ook zonder mij... sorry”. Vooral omdat Peter ook als een vriend aanvoelde was het een tegenvaller en had ook geen zin meer “er iets mee te doen” zoals Peter zei.

Omdat bloemen en planten een wel heel korte levensduur hebben zeker tijdens een fotoshoot met veel licht vroeg ik aan een van de assistenten toch maar even een klein setje te bouwen. Iets van ‘hang maar een jalouzie op” en “zet maar wat licht klaar”. Camera Sinar P2 4x5”. Enkele cassettes met diamateriaal waren klaargelegd. Mede omdat ik enigszins teleurgesteld was omdat Peter had laten afweten kon ik niet anders dan varen op een bepaalde routine met als resultaat dat in minder dan 20 minuten de opnamen gemaakt was. Niettemin klant verheugd met het resultaat.

Op basis van royalties bracht de opname f.81.056 gulden en 80 cent op over een periode van iets meer dan een jaar. Ondanks de tegenslag toch een productieve dag.

Doorberekend op basis uurtarief was dit f. 243.170, 40

Heb slechtere dagen gehad. Geen idee wat de opbrengst zou zijn geweest als Peter niet had.....

1986 PHILIPS LADYSHAVE SHOOT

Reclamebureau Van Jaarsveld kreeg de opdracht van **PHILIPS** voor het ontwerpen en executie van een nationale printcampagne **PHILIPS LADYSHAVE.**
Een dergelijk opdracht wordt ook binnen een reclamebureau gezien als een A-status opdracht. Het was Paul van Jaarsvel ‘himself’ die me benaderde voor een offerte. Nou was die potentiele opdracht in 1986 zeker ook voor mij een A-status job om te krijgen.
Nou is het plannen en maken van een dergelijke opname complexer dan in eerste instantie lijkt.

Voor de keuze locatie en model schakelde ik een extern bureau in die de ervaring hiermee hebben. Een dergelijke productie verlangt zeker ook de nodige voorbereiding zodat een externe productiemedewerker geen luxe is. Deze is dan verantwoordelijk dat de shoot goed verloopt zodat ik me kan concentreren op de feitelijke opname.

Na alles goed te hebben doorgerekend kwam ik op een bedrag van 18.500 gulden. Het is 1986 dus er is nog geen euro.
De eerste reactie van de heer Van Jaarsveld was dat mijn offerte niet verschilde van de offerte die hij ontvangen had van een topfotograaf in Amsterdam. Ik vroeg hem waarom hij anders verwacht had en waarom ik met mijn team niet het niveau van de Amsterdamse topfotograaf zou kunnen evenaren. Hij had hierop geen antwoord maar als ik hem uitlegde dat hij immers geen risico nam omdat elke shoot per definitie een soort



van no cure, no pay was. Immers, als de Amsterdamse fotograaf of ik een foto zouden aanleveren die totaal niet aan de verwachtingen van hem of de klant, PHILIPS zou voldoen, hij immers nooit de factuur hiervoor zou betalen.

Die logica was nooit eerder bij hem opgekomen. Toen dat tot hem doordrong werd mij de opdracht gegund.
De shoot vond plaats in een gebouw op Artis Zoo in Amsterdam.
Samen met Philip, fotograaf-assistent van de studio was ook de artdirector van het reclamebureau aanwezig. Een betweter die het uiteindelijk op het laatste moment af liet weten als hij niet op de set aanwezig was op het moment dat we de definitieve opname wilden maken. Later bleek hij in Artis te wandelen, bang dat hij een beslissing moest nemen.

De omstandigheden om het juiste licht te creëren was moeilijk omdat één volledige zijde van het gebouw bestond uit een ‘floor2ceiling’ raam met vitrage, alle andere drie zijden hadden geen lichtinval. Om toch een ‘mooi’ licht te ‘maken’ besloten Philip en ik zelf een soort reflectiescherm van piepschuim te bouwen met een lengte van 17 bij 2 meter, vanuit de camera denkbeeldig opgesteld van 6 uur tot 9 uur, als het waren ‘rondom’het model. Enkel wat extra flitslicht gereflecteerd tegen ons scherm maakte dat de situatie bestond uit natuurlijk licht.



Het is 1983 als Ton Bust, grafisch ontwerper, mij belt en vraagt of het mogelijk is een'vrijstaande' opname te maken van een fles Franse cognac **HINE Signature** maar met de onderliggende eis dat het product, de fles of etiket geen zichtbare lichtstrepen of andere gebruikte lichtbronnen zichtbaar zouden zijn. Nog extra bijkomen probleem was het etiket op de fles zowel mat als glazende gedeelten hadden en plaatselijk ook embossed.

Zonder deze eisen zoals nu aan de opname gesteld werden zou daar maximaal een halve dag voor gepland zijn. Als eenvoudige productopname zelfs maximaal een uur. Nu sprak ik met Ton af hier geen tijd of offerte aan te verbinden en deze opname te maken op basis van nacalculatie. Ik wilde uitgaan van een techniek zoals ik deze eerder had gebruikt in 1978 voor de dubbelopname van de Osborne shoot.
Een zogenaamd 'matte-shot' voor de op te stellen verlichting. Tijdens de eerste testen werd dit extra bemoeilijkt door het topetiket zodat hiervoor een aparte lichtopstelling en dus extra belichting moest worden gemaakt.

Uiteindelijk kostte het me drie dagen met drie wisselende lichtopstellingen om tot dit resultaat te komen. Nacalculatie was *f*l. 7500,00
Later heb ik fotoassistenten, die al enige fotoervaring hadden en die op de studio werden aangenomen, deze foto als project gegeven onder het motto: *doe je best*. Geen enkele asistent heeft ooit een foto ingeleverd.
Analoge techniek die helaas verloren is gegaan.



NEW YORK 1991

Het is 1991. Reclamebureau A.G.H. gevestigd in Den Bosch vraagt of ik tijd heb even iets door te spreken voor een mogelijke (foto)opdracht. Het betrof een zogenaamde printcampagne voor hun relatie Tulip Computers. Er was zoals gebruikelijk een schets welke door de klant (in dit geval Tulip Computers) al was goedgekeurd en op basis van die schets werd me gevraagd een offerte te maken. Zo op het eerste gezicht geen ‘moeilijke som’. De schets toonde een soort van utopische stad als mainvisual en klein, als een soort inzet, een man met fautteuil tegen een witte achtergrond in een soort van gedachten verzonken houding.

Geen moeilijke som dus. Ik maakte ter plaatste een schatting, halve dag fotografie, modelkosten dus kwam al snel met een bedrag van 2000 gulden. Het is nog voor het eurotijdperk dus gulden. En dan was er een misverstand. Nee niet de opname van de ‘vrijstaande man’ nee!, de utopische stad.

Een stad welke de indruk wekte van een metropool.

Toch even, maar niet ter plaatse op het reclamebureau, een schatting of erger een definitieve offerte gemaakt. In alle rust de dagen daaropvolgend een uitgebreid plan gemaakt, tijdplanning en bovenal de kosten welke de shoot met zich mee zou brengen. Dagprijs voor mezelf en één assist van mijn studio, vliegkosten op basis van businessclass, hotelkosten voor de periode, reis en verblijfkosten op dagbasis. De vraag was ook om een extra alternatieve opname te maken tijdens het verblijf maar dan met een natuurfenomeen in plaats van een utopische stad. Als een soort tegenhanger. Na lang vele mogelijkheden bekeken te hebben, land en stad was mijn voorstel New York voor de utopische stad en monument valley als tegenhanger voor de natuuropname. Ik kwam op basis van drie personen, ikzelf als fotograaf, één assistent die in noodgeval mijn taak als fotograaf kon bijstaan of overnemen en de artdirector van het reclamebureau. Met een 10% ‘onvoorziene kosten’ post kwam mijn voorstel/offerte op *ƒ*.118.000,--

Ook bleek opnieuw duidelijk dat goede voorbereiding en een professionele benadering de goede basis is voor het presenteren van een offerte.

Zonder enige aanpassing werd de offerte goedgekeurd.

Het is 27 april als we als team, ikzelf, Gofdried als assistent en Ruud als artdirector van het bureau A.G.H.

We logeerden in het Hilton hotel, gevestigd in een van de WTC torens in Manhattan. De eerste dag werd door Godfried en mij gebruikt om te bekijken welke eilandjes gelegen rondom de punt van Manhatten geschikt zou zijn. Maar helaas was Ellis Island en zeker ook het eiland van Statue of Libberty om verschillende redenen totaal niet geschikt. Om de beschikbare tijd zo goed mogelijk te benutten voor het zoeken van een locatie gingen we separaat op zoek. Op de kaart van New York was Govenors Island de beste, vooralsnog enige eiland waar we een goed standpunt zouden kunnen hebben. Echter... Govenors Island was een miltaire basis en niet toegankelijk voor particulieren. Na vele pogingen iemand op die basis te benaderen werd ik uiteindelijk door de commandant van Govenors Island uitgenodigd voor een gesprek. Dat deed ik nog diezelfde dag en werd door een militair begeleid. In eerste instantie bleek het niet mogelijk de locatie te gebruiken voor onze opname maar ging de beste commandant overstag toen ik hem 500 US dollars beloofde als dank en bedoeld voor een feestje ‘voor de mannen’..... Einde dag hadden Ruud en Godfried geen alternatief en Govenors Island voor 500 US$ de redding. Godfried suggereerde in eerste instantie om de opdracht anders af te blazen..... Vertrouwde ook nu op mezelf.



De originele opname is door PDI digitaal aangepast in verband met effect vergroten van compositie en kadering.



MONUMENT VALLEY
1991

Na de ‘utopia’shoot in New York enkele dagen uitgerust en genoten van New York alvorens onze reis voort te zetten. Vliegtuig naar Albuquerque met een tussenstop in St. Louis. Het is 1 mei als we in Albuquerque aankomen. Overnachting in een Best Western hotel nabij het vliegveld. De volgende dag vervoer gehuurd om een toch lange autorit naar Monument Valley te beginnen. We wilden zeker niet overhaast te werk gaan zeker omdat we wisten dat Monument Valley ‘niet weg zou lopen’ en we, aangezien het een eenvoudige natuuropname betrof, ons weinig zorgen hoefden te maken. Het zou overigens anders uitpakken. Halverwege de reis naar onze bestemming een tussenstop met overnachting gemaakt in Farmington.

De reis naar Monument Valley was een ogenschijnlijk eindeloze weg aan beide zijden afgezet met een eenvoudig hek. Later begrepen we dat dit grondgebieden waren die lang geleden aan de plaatselijke bevolking (Navajo indianen) waren geschonken door de overheid die deze weer verhuurden aan de staat en hiervoor betaald werden voor levensonderhoud.
Werken was voor de ‘plaatselijke’ bevolking dus niet nodig en zeker ook geen optie.

We namen de intrek in het plaatselijke en enige hotel in Kayenta. Het Holiday Inn.



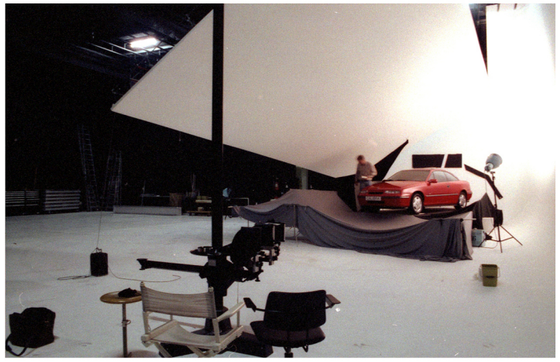
Bij het maken van dit verslag lees ik in mijn aantekeningen uit 1991 de opmerking: “hotel wordt gerund door indianen op het onbeschofte af”.
Het is 2 mei als we, de dag van aankomst, een kijkje gaan nemen op de geplande locatie om een standpunt te bepalen voor de werkelijke opname. Wij (lees ik) wilde de opname maken bij zonsopgang om een wat dramatisch effect te krijgen. Er was een duidelijke ‘ingang’ voor zover dat mogelijk was in een open terrein maar daar vergisten we ons in. Monument Valley ***is*** van de Navajo bevolking en bezoeken is niet gratis. Sterker nog, voor het maken van een foto was niet alleen een financiële vergoeding nodig maar ook een officiële schriftelijke toestemming. Nee, die was niet op het plaatselijk kantoor te verkrijgen... daarvoor moesten we terug naar Albuquerque.
Gezien de dan toch beperkte tijd die we hadden besloten om ‘s-nachts ‘gewoon in te breken’ door over het hek te klimmen met alle apparatuur en op die manier de opname toch te kunnen maken. Zo gezegd, zo gedaan...

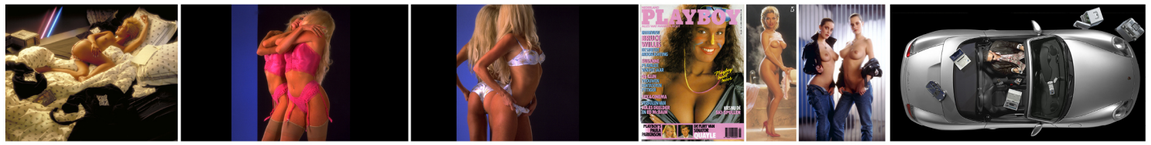


Het eerste contact met **PLAYBOY** was in 1987 en die samenwerking zou, met een enkele tussenpauze, duren tot 2002.

Naast enkele zogenaamde **PLAYMATES** maakte ik verschillende ondersteunende fotoreportages voor lingerie, slaapcomfort, cosmetica, automotive maar ook packshot-opnamen bij technische onderwerpen. Ondanks dat de beschikbare budgetten niet te vergelijken waren met industriële klanten zoals **PHILIPS, VOLVO, DAF** had de samenwerking andere voordelen. En nee, niet de erotische kant van de fotografie. Om te beginnen was het redactieteam geweldig. Soort van aangevoerd door Piet van Oss samen met Wim Schouten, Guus Luijters en Hans Boskamp Jr. Van en met de laatstgenoemde maakte ik een reportage met betrekking tot mannencosmetica. Het was zijn vriendin Cecilia de la Rie die poseerde voor de lingerie-reportage, maar op een manier waarop zij niet herkenbaar in beeld zou zijn. Naast de moeizame samenwerking met Tatjana Simic bleek enkele maanden later dat ook de shoot van Karin en Mirjam van Breeschooten als **PLAYMATE** van de maand juni 1988 vooraf al de nodige problemen had gegeven. Piet van Oss belde hierover met de vraag of het mij wel zou lukken de tweeling zonder 'beschadigingen' op de foto te krijgen. Eerder hadden twee fotografen zich hierop stuk gebeten toen tijdens die sessies de zusjes elkaar fysiek zo te lijf gingen dat hierdoor de sessies moesten worden afgebroken. Jaloezie. Met enige moeite lukte dat toch zonder al te veel problemen. Omdat voor een **PLAYMATE** gefotografeerd wordt op een zo groot mogelijk diamateriaal (8x10") is het moeilijk exact controle te houden over juiste positie en houding van de twee modellen.
Ik heb hiervoor gebruikgemaakt van een synchrone videoopstelling, zodat met de filmcassette in camera, exact op het juiste moment de opname gemaakt kon worden.

De relatie met **PLAYBOY** leverde ook een unieke opdracht op voor **OPEL** Germany. Als enige Nederlandse fotograaf mijn bijdrage voor het maken van een foto van de introductie van het **OPEL** model Calibra. De opname moest, helaas, in Zürich, Zwitserland worden gemaakt omdat de auto alleen daar beschikbaar was.
Samen met Niels van Hulten, studiomedewerker en dan als co-worker maakten we deze in Studio Maur, Zürich.





Het debacle van Tatjana Simic als Playmate.
Januari 1988.
Piet van Oss, art director van Playboy Nederland, belde met de vraag of ik tijd had voor een shoot van enkele dagen.
Het model: Tatjana Simic ...
Maar er was een probleem. Al in januari van dat jaar had Tatjana haar akkoord gegeven als **PLAYMATE** model te staan in de **PLAYBOY** uitgave mei 1988. Toen de vooraankondiging hiervan in maart van dat jaar bekend werd gemaakt, kwam zij hierop terug. Ze wilde wel als **PLAYMATE** van de maand model staan, maar *NIET NAAKT*. Voor **PLAYBOY** is dat echter nooit een optie.
Vandaar de vraag van Piet van Oss:
'Het is jouw taak, Evert, om haar zover te krijgen dat ze wel naakt gaat tijdens de opname.'
Shoot van twee dagen, waarbij Tatjana zich van haar slechtste kant liet zien.
Voor mij was dat letterlijk én figuurlijk.
Nooit eerder (of later) met een 'model' gewerkt dat zo veeleisend, zo vervelend, zo irritant en uiteindelijk simpelweg niet professioneel was.





OPEL CALIBRA
ZURICH 1989

De relatie met **PLAYBOY** leverde contact op met de Duitse **OPEL** industrie. Voor de introductie van de Calibra, het nieuwe model van **OPEL**, zou een boek uitgegeven worden met foto's gemaakt door een gerenomeerd aantal bekende fotografen.
Het was alleen mogelijk de auto in de studio van Studio Maur in Zürich Zwitserland te fotograferen omdat de auto daar stond opgesteld.
We kregen een planning en één dag gelegenheid een foto te maken.
Ik had besloten de opname samen met Niels van Hulten te maken die binnen mijn studio de meest betrouwbare en technisch bekwame medewerker was.

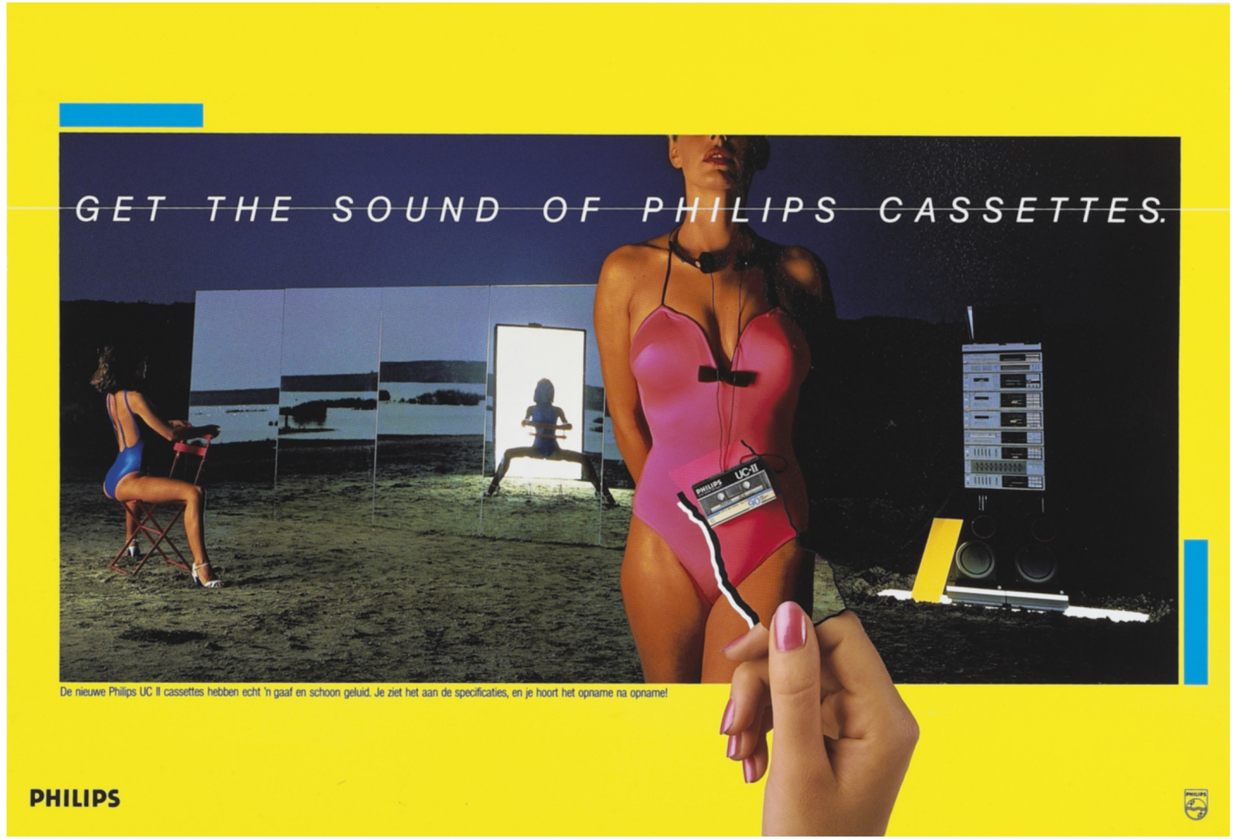
Bij aankomst bleek de studio niet bepaald te voldoen aan de eisen en mogelijkheden zoals wij deze binnen onze eigen studio hadden. Een en ander werd gecomposeerd door een plaatselijk team assistenten maar we besloten hier geen gebruik van te maken om niet een richting te worden gemanouvreerd.
Ondanks de gebrekkige beschikbare verlichting en een reflectiehemel die zonodig nog slechter was waren na een dag toch content.



ALTERNATIEF VOOR EEN RED • POINT

Het is 1984 als ik gebeld wordt door Frans Speijer, marketing manager van Philips Consumer Electronics Europe. Deze vroeg om een oordeel te geven over een foto die gemaakt was door een collega van me en wilde graag een ‘second opinion’.
Bij kennismaking vertelde hij dat ik benaderd was omdat ik enige faam had binnen PHILIPS als de fotograaf die een wat minder conventionele benadering had in het bedenken en uitvoeren van fotografie en vormgeving.

Al snel begreep ik dat het een eventuele opdracht voor Mass Merchandising zou kunnen zijn, de verkoopafdeling van onder andere geluidscassettes. Het is 1984, een nog volledig analoog tijdperk in fotografie. Op de lichtbak een dia van een geluidscassette ‘creatief’ neergelegd op een trompet en dat tegen een felblauwe achtergrond. Soort standaard fotografische benadering binnen het PHILIPS concern en mijn inziens jaren ‘50 gedateert.
Mijn eerste reactie was dat ik niet graag een reactie of commentaar kon of wilde geven op een opname die door een collega gemaakt was. Overigens wie die fotograaf was overduidelijk omdat het passepartout duidelijk ‘Studio Red Point’ gestickerd was.
Mijn logische vraag was wat de boodschap en doelgroep was die PHILIPS wilde bereiken. Vergeet nooit als hij aangaf dat de doelgroep “TMF leeftijd” was. Veertien tot midden twintig en ouder. Wetende dat TMF in die tijd al de vooruitstrevende muziekzender was op TV met een vernieuwende en progressieve uitstraling. Commentaar heb ik niet hoeven geven. Zijn vraag was meteen: “kun jij iets mee die uitdaging?”.



Maar al te graag wilde ik die opdracht.
Vrij in bedenken en uitvoering. Op basis van een eigen concept. Een logische vraag op zo’n moment was wat een budget hiervoor was. Dat wilde de heer Speijer niet meteen aangeven en vroeg welk bedrag ik dacht te willen spenderen.
Met de wetenschap dat de opname van cassette met tropmpet iets van 300 gulden zou hebben gekost stelde ik voor om voor een pilotopname (als een soort test opname) een bedrag van 10.000 gulden nodig te hebben. Ook wilde ik de garantie dat ik vooraf, maar ook achteraf men akkoord zou gaan met mijn visie en uitvoering. Beide ‘eisen’ waren geen probleem.
Een tevreden klant. Meer dan dat. Als ik enkele weken later het gebouw van Philips Nederland binnenloop tref ik daar ‘mijn’ foto als een blowup van 7 bij 5 meter aan.

De opname is gemaakt in een vrij toegankelijk natuurgebied in Zeeland. Na deze eerste pilot kreeg ik nog enkele keren de opdracht voor een soort van opvolg maar nu zonder enig budget voorbehoud.

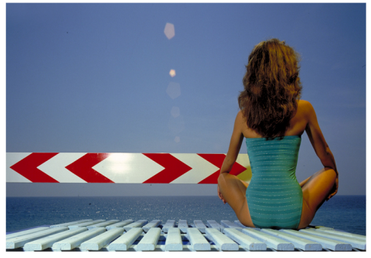


[s]tate of [i]ndependence

In 1982 en met een inmiddels goede basis ‘vaste’ relaties besloot ik een serie foto’s te gaan maken zonder specifieke opdracht en dus in die zin geen koper voor het eventuele fotomateriaal. Ik had die gedachte al eerder maar was ook realistisch genoeg dat er een redelijke kans moest zijn dat de foto’s wel door een klant zou worden aangekocht. In eerste instantie dacht ik aan mijn relatie **LUTKIE CRANENBURG** die al vele foto’s hadden aangekocht voor gebruik stationery, covers voor schoolbenodigdheden zoals schriften en/of schoolmappen.
Uitgangspunt was de serie te gaan maken op locatie in Zuid Frankrijk waar ik eerder de opname voor **VOLVO** maakte,



Gorges du Verdon.
Ik nam de nodige tijd met de voorbereidingen omdat het idee ‘wat en hoe’ ik wilde fotograferen niet echt eenvoudig was. Al in het voorstadium maakte ik testopnamen met betrekking tot de techniek en op welke wijze het model haar inbreng zou moeten zijn.
Omdat de serie een soort van onafhankelijkheid van een eventuele klant was noemde ik de te maken serie dan ook ***“State of Independence”*** naar de titelsong van **VANGELIS** en in 1981 erg bekend door de uitvoering van Donna Summer. Het model was Ilse Pijpers.
Omdat een dergelijke serie foto’s niet zonder de nodige assistentie gemaakt kan worden stelde ik een klein team samen. Rene, in die tijd mijn enige assistent en vriend Ad, die samen met Rene en de nodige apparatuur in een oude Volkwagen transporter de tocht naar Nice, Frankrijk ondernamen. Ilse, Tonny en haar vriendin alsmede ikzelf gingen met het vliegtuig. 21 augustus en zogenaamd ‘open’ tickets omdat op voorhand we niet wisten hoeveel dagen de shoot zou duren. Gelukkig was het weer, wat sowieso altijd belangrijk is bij opnamen op een buitenlocatie nog beter dan verwacht. Strakke blauwe luchten met mooie wolkenpartijen.
In eerste instantie de omgeving van Nice verkend en ook een geschikte plaats om de opnamen te maken.





[f]rance, [a]ugust 1982

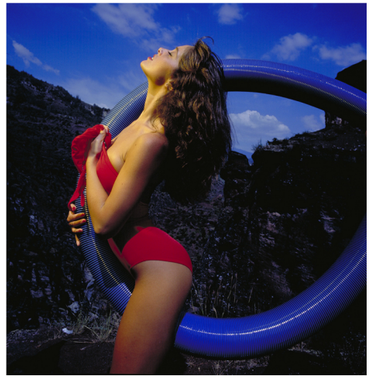
Buiten de apparatuur waren ook alle props en ‘decorstukken’ met de bus mee gekomen: de blauwe strakke ondergrond, de felgekleurde flexibele buizen de piramide, vlonder en verkeersbord en een zogenaamde ‘practikabel’ zoals die in de studio dagelijks gebruikt worden. Én uiteraard een poweragregaat voor de stroomvoorziening. Ook de kleding was al in de voorbereiding heel specifiek uitgezocht. Ik realiseerde me dat niet alleen voor de potentiele klant, **LUTKIE**, geen foto’s gebruikt konden worden die aanstootgevend zouden zijn maar met in mijn achterhoofd ook niet eventuele publicaties in fotobladen was ‘better safe then sorry” het motto.



De opnamen gingen voorspoedig wat weer het bewijs is dat een goede voorbereiding essentieel is voor het slagen van een dergelijke tour. Omdat er geen opdracht aan ten grondslag lag moet er dus wel die voorfinanciering zijn. Met alle kosten ingebrepen, tickets, 4 hotelkamers, dagonkosten etc. was dit ongeveer ‘kleine’ 20.000 gulden.
Eenmaal terug op de studio en alle fotomateriaal ontwikkeld blij met het resultaat. Ook **LUTKIE** was content met het werk maar kreeg ook veel publicaties in een aantal buitenlandse fotomagazins: **ProfiFoto** (Duitsland), **PhotoReporter** (Frankrijk) en **ColorFoto** (Duisland) besteedden allen een meerpagina reportage van de foto’s.



Het was ook **KODAK** die een van de opnamen lange tijd gebruikte als ondersteund beeld voor een langdurige nationale reclamecampagne.
Belangrijkste conclussie voor mij was dat ik ook werk kon maken zonder onderliggende opdracht en er voor een serie aantrekkelijke foto’s altijd wel een betalende klant zich aanmeld.
Een jaar later heb ik op eenzelfde wijze op de Canarische Eilanden een vergelijkbare serie foto’s gemaakt...



HTTPS://EVERTVANKUIK.NL/YEARS/?ID=66

In navolging van de serie “State of Independence” een jaar eerder wilde ik nu opnieuw een serie ‘vrije’ opnamen maken maar dan soort van versie 2.0 Minder ‘safe’, meer provocerend dan de opnamen in Gorges du Verdon.
Voor mijzelf ook een bevestiging dat de zogenaamde ‘vrije’ opnamen die ik wilde maken een soort bevrijding zouden zijn van mijn dagelijkse werk als fotograaf waarbij, zeker nog in 1983, mijn fotografie moest voldoen aan de eisen en verwachtingen van de opdrachtgever. Tevens verwachtte ik ook nu dat publiciteit mij meer bekendheid zou geven en me zouden leiden naar opdrachtgevers die juist die toegevoegde waarde van een fotograaf verwachtten.

Ook nu weer uitgebreidde voorbereidingen. Zoeken naar een geschikte locatie, modelkeuze en ook nu weer vervaardigen van de benodigde props. Voor deze sessie een stalen ‘tijger’kooi, een piramide en een deur. Laatste wellicht niet het moelijkst maar ik realiseerde me dat sowieso het transport van deze props niet alleen moeilijk zou zijn maar zeker ook kostbaar.
De voorbereiding maakte ook duidelijk dat de kosten voor deze shoot om en nabij de 60.000 gulden zouden zijn. In tegenstelling tot de shoot van State of Independence het jaar daarvoor had ik nu wel een soort van sponsor gevonden die de sessie op voorhand een budget beschikbaar stelde. Ook nu **LUTKIE CRANENBURG**, de uitgever van schoolbenodigdheden. Voor alle zekerheid had ik een zogenaamde productieverzekering afgesloten bij DeltaLloyd in London voor het geval dat er tijdens de shooting de weersomstandigheden zo slecht waren dat fotograferen onmogelijk zou zijn maar de verzekering dekte ook schade als er in postproduction iets fout zo gaan. Het bleek geen overbodige luxe te zijn bleek later. Ik besloot de opnamen op Gran Canaria te maken. Het grootste eiland van de Canarische Eilanden.

Het eiland boodt uiteenlopende locatiemogelijkheden. Allereerst een sahara-achtige locatie maar ook nog grotten en een ‘ruig’ landschap. Ondanks het beschikbare budget besloot ik het team niet al te groot te maken. Ook nu Rene, eerste assitent en een van mijn beide broers als tweede ‘kracht’. Het model was een semi-bekend Nederlands model.
De eerste opname was op Playa des Inglés. Een perfect duinlandschap voor de eerste opname. Het is september en de temperatuur op Gran Canaria is hoog. Het zand op de Playa was te heet om met blote voeten te betreden.



De opname nam een hele dag in beslag. Afgezien van een moeizame opbouw van de set inclusief additioneel flitslicht achter de opale witte perspexplaat, maar vooral omdat het veel tijd kostte de opname te maken zonder strandtoeristen op de achtergrond. Het is 1983 dus fotografie is analoog. Achteraf geen mogelijkheid correcties in de opname aan te brengen. De opname was met een Sinar Handy, 4x5” met 65mm objectief.

De tweede opname was bij Cenobio Valleron, een in de rotsen uitgespaarde grotten in het noorden van het eiland. In vergelijk met de eerste opnamedag nu alle vrijheid om te werken. De locatie van de derde dag zou ik me niet meer kunnen herinneren. Een groot gedeelte van het eiland heeft die ruige rotsachtige uitstraling. Ook dan weer geen onoverkomelijke problemen afgezien van de wat op batterijen werkende flitsers die niet altijd feilloos werkten.



Gezien het transport van de props iets meer dan 6000 gulden had gekost besloten we alle materiaal ‘aan de plaatselijke bevolking’ achter te laten. Gezien het ontbreken van enige luxe op het platte land zal dat zeker in dank zijn afgenomen.

En dan, eenmaal terug in Nederland wordt bij het ontwikkellaboratrium een fout gemaakt door een E6 procede te verwisselen met een C41 proces voor kleurnegatief film. De meeste opname waren in gemaakt met Hasselblad 40mm op zogenaamde 70mm film.
En dan komt de productieverzekering tot zijn recht. Gezien het verloren materiaal werd 35.000 gulden uitgekeerd. De drie hier geplaatste foto’s waren op dia 4x5 dus niet getroffen door een verkeerd ontwikkelprocede.



Uitgangspunt voor mij is altijd geweest dat een opname al in mijn hoofd gemaakt is. Bij elke foto geldt dat voor mij. Voor een eenvoudige productopname van bijvoorbeeld een glas bier maar zeker ook bij complexe fotografie. En niet alleen standpunt, achtergrond of eventuele props, zeker ook voor het ‘licht’ wat zo bepalend is voor de sfeer. De ‘structuur’ van licht is altijd bepalend voor mij geweest.

HOTEL RHEINHOF MEERBUSCH

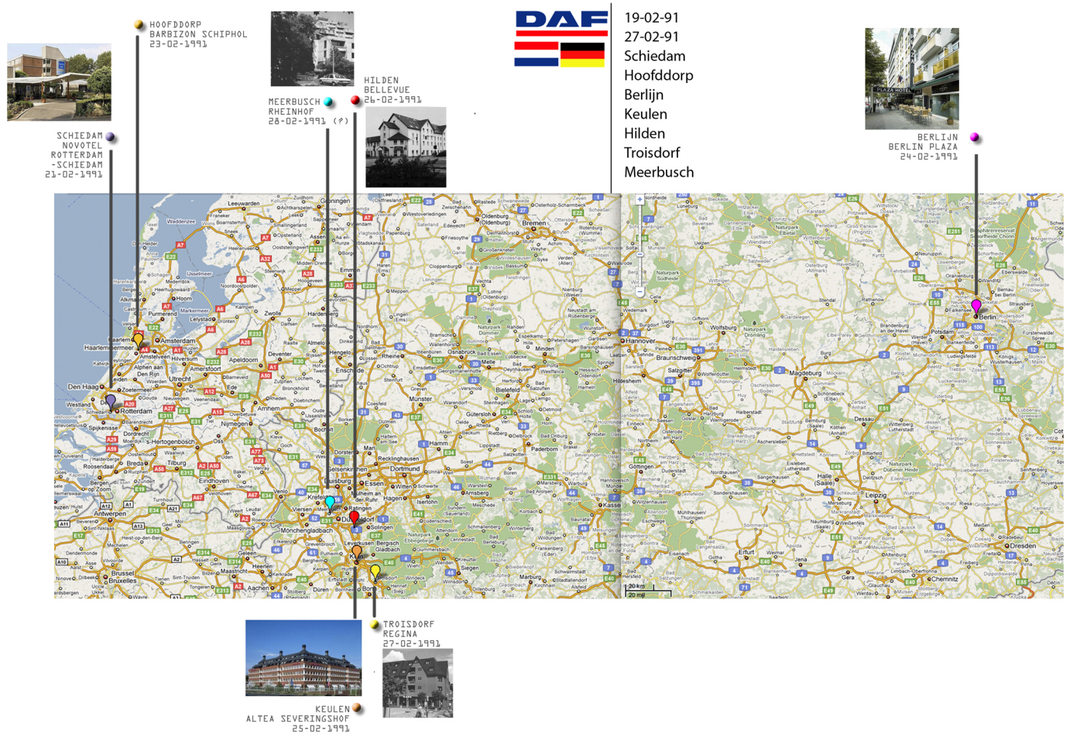
1991. Berlijn, hotel Plaza. Altea Hotel, Keulen. Holden, hotel Bellevue. Troisdorf, hotel Regina.
En dan als laatste stop hotel Rheinhof in Meerbusch.
Een kleine tour voor DAF TRUCKS. Een tour die direct over zou gaan naar een uitgebreide DAF tour naar Barcelona en Madrid, Spanje.
Het is 28 februari 1991. Voorafgaand aan deze 5-daagse trip in Duitsland waren er al enkele opnamedagen in Nederland, Hoofddorp en Schiedam. De Duitsland dagen waren al redelijk belastend, zeker door de grote afstanden, dus het laatste hotel Rheinhof in Meerbusch was een soort eindpunt van een korte week. Omdat elke buitenlandse tour natuurlijk ook betekent dat er hotels nodig zijn en dat niet altijd de beste hotels konden worden geboekt was de afspraak dat het laatste hotel wel een 5-, minimaal 4-sterrenhotel zou zijn. Een soort compensatie voor het geleden verdriet van noodgedwongen slechtere hotels.
Achter in het draaiboek noteerde ik de volgende aantekening: *"Loeigrote, saaie en lege hotelkamer. Hier haalden wij de sleuteltruc uit."*

De sleuteltruc. Vele gezelschappen hebben dit ongetwijfeld ook wel eens gedaan. Wij deden de upgrated versie.
En daar was reden voor.
Het was al einde dag toen we aankwamen bij het hotel en omdat wij een vier sterren in gedachten hadden was het al snel duidelijk dat Rheinhof dat niet was.
Het was nou niet bepaald het hotel waar we aan toe waren. Enige luxe hadden we wel verdiend. Nou, die 'enige luxe' ontbrak dus. Erger nog. Nooit eerder hadden we zo'n sober hotel getroffen.
Maar dat was nog geen aanleiding voor de sleuteltruc. De sleuteltruc moet een hotel verdienen. We waren met een team van 5 mensen. Vijf mensen die ook 's avonds toch wel iets wilden eten na een dag hard werken. De menukaart paste bij de soberheid. De bediening zou daar snel bij aansluiten.

Vijf mensen, vijf maal voorgerecht, vijf maal soort van hoofdgerecht. Ook nagerecht moesten we op dat moment al bestellen. Maar oké! Vijf mensen en in ons geval uiteenlopende bestellingen.
Vanaf dat moment gaat alles verkeerd. Terwijl al enkele 'jongens' aan het voorgerecht bezig waren, kreeg ik mijn hoofdmaaltijd. Nooit een voorgerecht gekregen. Zo ook nog een van de crewmembers. De andere voorgerechten zijn ook niet conform hetgeen besteld was.
Vanaf dat moment gaat zo mogelijk werkelijk álles fout. Niet één gerecht was conform wat we besteld hadden, geen enkel gerecht kwam gelijktijdig volgens een normale procedure. Voorgerecht, hoofdgerecht en nagerecht. Kennelijk niet bij het Rheinhof.
Slecht hotel, slecht eten. En dus ... of beter dít: ...!

Met alle sleutels op tafel kon ik het, als soort van dankgebaar en als compensatie voor een eventueel te verwachten fooi, niet nalaten om onderling de sleutels, met de daarbij behoorde kamernummers, te verwisselen. De sleutels waren op de bekende klossen bevestigd, dus dit was in no-time gebeurd. Maar toch, het voelde geen rechtvaardig gebaar van dank voor de bediening die we hadden gekregen.
De sleuteltruc moest gewoon een upgrade hebben. Dat had Rheinhof wel verdiend.

In samenspraak met de crew besloten we dan ook dat we de kamernummers van de hoteldeuren ook onderling zouden verwisselen. Wetende dat we twee accuboormachines in onze bus hadden stelde ik voor om dit 'even' te doen. Snel de bordjes van de deur verwijderd en op volkomen willekeurige kamer teruggehangen. We moesten ons wel beperken tot onze eigen vijf kamers om te voorkomen dat andere gasten die op dat moment ook aanwezig waren al met klachten aan de receptie zouden staan. Nee, we gunden het hotel de chaos voor volgende gasten die na ons zouden inboeken. Gelukkig waren onze kamers niet op dezelfde verdieping, dus was het resultaat voor ons voldoende.
De sleuteltruc 2.0



PROHIBIDO LIMPIAR TU POLLA EN LAS MANTAS

In de loop der jaren voor vele relaties ook opnamen gemaakt buiten Nederland. De eerste opdracht was voor Philips in 1976 naar Zweden en enkele dagen later al weer naar Saoudie Arabie. Het betrof een multiscreen AV presentatie voor Philips Telecom. In die eerste jaren waren die buitenlandse opdrachten samen met Ron van Eldik van Sonel Productions. Na de Sonel periode begin ik in 1977 een eigen studio in Tilburg met één medewerker. Geen partner meer want dat was me eerder opgebroken. Eén medewerker in fulltime dienstverband. Als de studio, lees ik, steeds meer benaderd wordt door grote internationale opdrachtgevers groeit het aantal medewerkers evenredig aan de complexe opdrachten. De samenwerking met zogenaamde reclamebureaux bouwde ik af omdat met name artdirectors verbonden aan een dergelijk bureau niet alleen loonslaaf waren van hun directe baas, het reclamebureau, maar soort achterbakse onderkruipers die niet alleen gespeend waren van enige creativiteit maar ook nog eens gedwee klant volgde zonder ooit tegenspraak te geven. En juist daar wilde en kon ik het verschil maken. Niet bij opdrachten van een reclamebureau maar juist in samenwerking met de onderliggende klant. Business to business gaf me ook de mogelijkheid niet alleen mee te denken maar met volledige oplossingen binnen een concept te komen. Zowel wat betreft de 'boodschap' maar zeker ook met een visueel aantrekkelijke uitwerking.
In fotografie maar veelal ook grafisch.

Geen offertes meer sinds die omwikkeling.
Geen "wat kost dat" maar andere aanpak:
• Wat is de doelgroep,
• Wat is de boodschap
• Wat is het budget".
Een groot verschil in werken. Ik moet hier wel de aantekening bij maken dat ik met enkele artdirectors, ondanks mijn aversie voor reclameburaux, die wel het verschil maakten te noemen:
Ton Bust en Hans Zegelaar.

Dus ja opdrachten buiten Nederland. In totaal 40 tours.
In de beginperiode eenvoudig maar niettemin nog steeds op dat moment heel erg bepalend. Zweden, Italie, Duitsland, Engeland, Schotland, Frankrijk, Amerika, Curaçao, West Indies, Saoudie Arabie, Portugal, Zwitserland . Canarische Eilanden, Oostenrijk en dan nu Spajne.

Meerdere opdrachten in Spanje 'gedaan'. Madrid, Barcelona, Valencia, Malaga en bovenal Zuid-Spanje: Andalusië.

Zoals deze tour. De introductie **DAF 95-500 serie**.
Met een team van zeven mensen, zeven mannen helemaal 'los' gedurende tien dagen. Goed voorbereid. Mooie productie met naar mijn mening prachtig resultaat.
Maar toch... ondanks...
Kwajongensstreken horen daarbij. Zoals zeker deze tour....



PROHIBIDO LIMPIAR TU POLLA EN LAS MANTAS



DAF Tour 1993 SPANJE. Introductie van de nieuwe 95-500-serie truck. Bij de voorbesprekingen kreeg ik al meteen alle vrijheid. Vrijheid in locatiekeuze binnen Europa en samenstellen van mijn crew maar mocht ook de kleur van de nieuwe combinatie de **DAF 95-500** op dat moment bepalen.

Al snel kwam een zogenaamde RAL (kleur) staal op tafel en besloot naar de kanariegele kleur. In eerste instantie vond men deze keuze wat merkwaardig maar ik legde mijn beslissing als volgt uit: “Er zijn op dit moment (1993!) vele kleuren vrachtauto’s op de weg maar geen paarse/lila uitvoering en ook geen kanariegele. Als ‘we” een bijzondere uitvoering zouden willen dan heeft geel mijn voorkeur”. Daarbij verwachtte ik dat die kleur het juist heel mooi zou doen in het gebied zuid Spanje. Het bleek een terechte keuze. Niet alleen was het een geweldige uitvoering maar men besloot dat “mijn” kleur geel vanaf dat moment de basiskleur zou worden voor **DAF TRUCKS**.

De 500-Tour was mede door de carte blanche die ik kreeg ook meteen een grote verantwoordelijkheid. In voorgaande jaren maakte ik voor **DAF TRUCKS** vele tours zoals de Italie-Tour in 1991, de NML-tour in 1991 en de uitgebreide sessie in Barcelona en Madrid. Zo ook in 1991 verschillende opdrachten voor Leyland-DAF in UK. Deze tours waren veelal op basis van het maken van een ‘aantrekkelijke’ foto van een op dat moment beschikbare truck en veelal vooraf vastgestelde locatie.

Een uitzondering daargelaten. Deze ‘nieuwe’ 500 tour was van planning tot uitvoering 100% op basis van mijn verantwoordelijkheid en de beslissingen die ik daar in wilde nemen. Er lag ook geen vooropgesteld budget vast hetgeen ook wel een grote vrijheid gaf. De crew bestond uit twee assistenten van mijn studio die met ‘onze DAF-bus’ geladen met alle apparatuur naar het zuiden van Spanje reden, terwijl ikzelf en Marcel de Vries van DAF met het vliegtuig naar Marbella vlogen. Het transport, twee DAF transporten gingen volgens eigen schema. Peter Kars was als location scout al een kleine week eerder vertrokken om zoveel mogelijk locaties te verkennen.

Dus ja ‘de kanariegele DAF 95-500’ was zelfs voor mij bijna een verrassing als ik deze voor het eerst helemaal compleet zag. Groter dan groot. Een oversided kanariegele truck met aanhanger. Aangezien de introductie van deze nieuwe DAF-95-500 onder embargo was, was het niet anders mogelijk dan de truck volledig afgedekt tijdens transport naar Spanje te vervoeren. De 95-500 truck was met blauwe doek afgeschermd, de gele aanhanger werd separaat vervoerd met een andere truck. De eerste keer dat truck en oplegger werden samengevoegd was op een zondagmorgen in een klein dorpje. Voor zover mogelijk was het hele dorp uitgelopen. De trip was gepland van 5 tot en met 14 oktober en benodigde hotelovernachtingen had ik op voorhand al geboekt. Tien dagen beschikbaar voor het uitvoeren van een serie ‘vrije opnamen’ zonder enige restrictie.



PROHIBIDO LIMPIAR TU POLLA EN LAS MANTAS



In de loop der jaren heb ik meer dan 40 buitenlandse opdrachten voorbereid en uitgevoerd. Binnen de studio steeds benoemd als “tour” en op een uitzondering na altijd gebaseerd op een team van eigen medewerkers. In veel gevallen gaat iemand van de klant mee onder het motto: “dat wil ik niet missen, even weg van mijn bureaustoel”. Met die opgedane kennis van vele tours is het belangrijk als het team zich volledig professioneel kan inzetten. De onderliggende verhoudingen binnen het team geeft soms ook wel mogelijkheden voor ‘practical jokes’. Uiteraard zonder de opdracht uit het oog te verliezen. Met een team van 7 mensen maar wel in achtnemende dat ook de klant aanwezig is, is veel mogelijk om op tijd even te ontspannen. Ook de lichtomstandigheden zijn een factor die wachttijden soms noodzakelijk maakt. Soort van kwajongensstreken komen dan spontaan naar boven. Capriolen zoals hangend aan een draaiend groot reclamebord. Niet specifiek gevaarlijk maar toch onze grootste ladder om er te komen. Tien meter is dan ‘niks’. Zeker na de shoot en terug in het hotel elke dag wel plezier van en met Peter Kars, de ‘ambassadeur’ van DAF die wel een makkelijk slachtoffer was als deze zich 7 dagen achtereen op ons aanraden “dat vond je gister ook lekker toch’ gazpacho als voorgerecht bij het diner besteld. En dát terwijl de eerste avond dit al niet iets was om nog eens te bestellen.... *“Fuck... die koude spaanse soep weer”*. Om Peter helemaal goed te bedienen lieten we de laatste avond nog eens gazpacho als roomservice op zijn kamer brengen... op het moment dat we zeker wisten dat hij of al in bad zat of, beter nog, in slaap was. Kwajongensstreken. Slaat nergens op maar toch ook belangrijk om op een gezellige wijze tien toch zware dagen door te komen. En dan Joep. Elke tour wel een moment voor zijn fakirkunsten. Vooral vuurspugen iets wat bij een dergelijke tour niet kon ontbreken. Maar er is elke tour wel een kwajongensstreek die op het rand van het mes is. Ook wel belangrijk voorzichtig wie het slachtoffer mocht worden.

In het geval van *‘briefje op bed’* was dat een van mijn assistenten. Wetende dat als de hele crew voor een nieuwe dag op stap ging dat in de loop van de dag de kamers ‘gedaan’ werden. Alles weer fris en schoon voor de komende nacht. Aangezien beide assistenten ruime tijd nodig hadden voor uitladen van de foto apparatuur had ik voldoende tijd om een handgeschreven brief *‘als boodschap van het kamermeisje’* op het kussen van een van de assistenten te leggen.
De volgende ochtend bij het ontbijt komt ons slachtoffer met het briefje wat hij gevonden had op zijn hoofdkussen, van overtuigd dat het een boodschap was van het kamermeisje met de vraag of wij wisten wat er op stond. Een tekst in het spaans. Aangezien niemand van het team voldoende kennis had van de spaane taal stelde ik voor dit ‘gewoon’ even bij de receptie te vragen of deze wellicht kun uitleggen wat het betekende.... **Prohibido limpiar tu polla en las mantas.**





FIELD NOTES

Zondag 8 maart, dag #8
Na ontbijt besloten via het lakedistrict langs de kust nog enkele opnamen te maken op de weg naar Fleetwood. Verschillende trackingshots gemaakt om in St.Maryland in de haven een still te maken. Weersomstandigheden waren bijna 's-zomers. Ondanks snelle 'operatie' toch te laat op locatie in Fleetwood. Vlak voor Fleetwood telefoontje ontvangen van Tom Collier dat door de Engelse crew nog geen begin was gemaakt met de lichtopbouw. Reden was een beetje duister. Op locatie was de chaos groot. Iedereen deed alles en niets. Vreemd genoeg was men volop bezig met de opbouw van het licht zonder overleg met ons, hetgeen mij bevreemde omdat wij tenslotte de foto moesten maken en er dus ook verantwoordelijk voor waren. Phil van MPC bleek de meest irritante van alle aanwezigen te zijn. Ik had de indruk dat hij 'pissig' was dat dit 'simpele' shot door een buitenlandse crew gemaakt ging worden. Veel verwarring over de tijden dat er nu wel en niet gefotografeerd mocht worden. Na moeizaam overleg hoe licht geplaatst moest worden heb ik ingegrepen en duidelijk gesteld dat ik bepaalde 'hoe en wat'. De uitdrukking **"don't fuck with me"** resulteerde in het feit dat nagenoeg iedereen zich terugtrok en een drietal mensen bleven om een en ander uit te voeren op onze aanwijzigingen
Om 03:00 was de shooting voltooid.
Na shoot naar Manchester. God beloont onmiddellijk. Prima hotel.

CAS: ONE FLASH SIXTEEN...

ME: YEAH YEAH NOT.... DON'T FUCK WITH ME!



1992 LEYLAND-DAF UK SHOOT FLEETWOOD SCHOTLAND

VOORBIJ DE VERWACHTING

Tijdens mijn introductiegesprek dat ik had met Marcel de Vries, binnen de afdeling marketing bij DAF Trucks verantwoordelijk voor het budget fotografie, vroeg hij me of ik wel affiniteit had met zijn product, DAF Trucks. Ik vertelde hem dat ik al een jarenlange ervaring had met automotive, het fotograferen van auto's zowel in een studio omgeving als op locatie. Het feit dat ik toen al jaren fotografeerde voor VOLVO was voldoende voor hem. Wel hadden we regelmatig evaluatiegesprekken zeker na een uitgebreide shoot. Aangezien voor de meeste opdrachtgevers een foto het liefst moet voldoen aan bijna perfecte weergave van het product maar heb hem ook gaandeweg kunnen overtuigen dat er ook een andere visie is. Een visie vanuit het *gebruik* van het product.

Een alternatief als optie voor de 'gelikte' studioopnamen en juist een foto waar juist de gebruiker, in dit geval de chauffeur, trots is op wat 'zijn gereedschap' kan doen. Stoer.
Deze foto is daar voor mij een typisch voorbeeld van. En niet alleen het standpunt maar zeker ook een gewaagde uitsnede van de foto. Deze foto is gemaakt tijdens de 1994 tour "Alive & Kicking" op locatie bij de zandafgraving ENCI Zuid Limburg. DAF durfde publicatie toch niet aan...





Sneloverzicht Productiegegevens Voortgang 04-07-1993, 17:58:21

DAF 45 “First” TRIP ‘93

1 Maa, 28 jun 1993

Geplande fotografie in/om

AMSTERDAM

• Drukke verkeersopnamen (“pan’shots”) op Munt
•De Munt verkeersplein vanuit Indisch restaurant

•Houthandel

•Avondopname op ZuidOost kantoorgebouw DataSciences

Eventuele overnachting
SPIJKENISSE
Carlton Oasis
Curieweg 1
01880-25222
01880-11094

2 Din, 29 jun 1993

Geplande fotografie in/om

ROTTERDAM
ZOETERMEER

•Trackingshots vanuit Chrysler rondweg Rotterdam met skyline
Brandweer auto
•Zoetermeer

Eventuele overnachting

3 Woe, 30 jun 1993

Geplande fotografie in/om

BRUGGE (België)
GENT (België)

Brugge: auto niet aanwezig

Gent: Bierauto niet aanwezig in plaats hiervan kolenauto op brug

4 Do, 01 jul 1993

Geplande fotografie in/om

KEULEN (Duitsland)

Voormiddaag
Kollner Flitzer

Namiddag
geen auto beschikbaar

Eventuele overnachting



De eerste opdracht van DAF TRUCKS was in 1990. Een soort testopname langs de snelweg Luik-Roche. Ik begreep op voorhand al de belangrijkheid van deze eerste test en vergelijkbaar met de eerste testopname die ik jaren daarvoor maakte voor VOLVO. Continuiteit.
Ook de eerste opname voor DAF resulteerde in een jarenlange samenwerking en werd eigenlijk in 1993 abrupt onderbroken door het faillessement van DAF. Met een verlies van 102.000 gulden voor mij.
Maar de jaren 1990, ‘91 ‘92 waren voor beide partijen succesvol geweest.

De DAF 45 “first” trip in 1993 gaf even hoop dat de voortgang, ondanks het eerdere grote verlies, toch weer zou continueren zeker gezien de opdracht die ik kreeg voor het fotografren van de DAF 95-500 later dat jaar.
Maar dan blijkt dat na de uitgebreidde opdracht in 1994 (Never Change A Winning Team) dat als de afdeling reclame en publiciteit onder een andere directie komt en dat de samenwerking plots verbroken wordt.
Met name het toenmalige nieuwe afdelingshoofd, die verantwoordelijk werd voor reclame en publiciteit, Ron den Engelsen, bleek zo corrupt te zijn dat de samenwerking accuut verbroken werd. Zijn opmerking dat fotografen blij moesten zijn dat ze voor DAF móchten werken al voldoende beloning moest zijn Daar hoefde niet voor betaald te worden. En dan blijkt uiteindelijk Peter Kars, ons directe contact tussen directe en het PDA team, een echte ‘DAF’rat te zijn. Tijdens een vergadering ‘bekende’ hij dat hij het was die al die jaren de fotograaf was van alle uitgevoerde foto opdrachten en PDA (mijn team) slechts overbetaalde assistenten waren geweest.
Ondanks de opdrachten in 1993 en ‘94 heeft dit het verlies van 102.000 gulden nooit kunnen compenseren.

Waar de toenmalige reclame afdeling heel erg goed, (lees slecht!) in was, was het inplannen en reserveren van de benodigde auto’s (trucks) die op een locatie aanwezig moesten zijn. Dit was door de jaren heen altijd zo geweest. Zo ook bij de eerste opdracht van de nieuwe uitvoering van de 45 serie. Dit onvermogen leidde met vaste regelmaat tot vertraging, wachttijden van het team en zelfs regelmatig afblazen. Dit geeft dan wel weer wat andere aardige foto’s.



ALIVE AND KICKIN’

DAF EUROPEAN TOUR 1994

17-08 > 22-08 **Nederland** (Amsterdam, Rotterdam, Maastricht) **Belgie** (Antwerpen, Langemark)
04-09 > 07-09 **Frankrijk** (Bretagne Vannes)
11-09 > 16-09 **Engeland** (Plymouth, Bath, Street)
20-09 > 23-09 **Spanje** (Valencia)
27-09 > 30-10 **Duitsland** (Osnabruck) **Belgie** (Kinrooy, Antwerpen) **NL**(Valkenswaard)
03-10 > 07-10 **Engeland** (Plymouth, Taunton, Somerton, Bath)
11-10 > 13-10 **Duitsland** (Strassbourg, Pfalzbourg)

Het geluid van een rinkelde telefoon. 06:30 uur. Wake up call. De eerste associatie is de hit van Timi Yuro: “It Hurts”. Om 05:00 beneden in de lobby. Ikzelf als eerste. Chocolade Chaud en sandwiches stonden gereed. Inpakken en wegwezen. Naar de locatie in Vannes centrum. De opname van de 45 “dranken”auto in een typisch frans steegje. Terplaatse had de chauffeur moeite de auto op zijn plaats te krijgen. Na vele pogingen was het zover. De buren kunnen dit nooit op prijs hebben gesteld. Ondanks alle geluidsnormen maar een DAF45 betekent veel herrie in een stad welke diep in slaap is. De sfeer is frans. Echt frans. Drie lantarenlichten verlichten de straat. Het idee van France Seveille is duidelijk het idee.. Zodra de 45 op stand stond reed Reinout, de DAF medewerker, terug naar het hotel om onze ‘patron’ die als model zou staan, te overtuigen mee te gaan.

Helaas kwam hij zonder resultaat terug. Dus zonder onze locale held. De in allerijl gemaakte polaroids waren bevredigend. Hogie, de nickname die Reinout voor zichelf had bedacht, ontdekte in de buurt een straatveger welke bereid was te poseren. Het toeval was dat hij al gekleed was in een Tricot Pour. Ook de snor ontbrak niet. Wel het postuur. Niet bepaald de gezellige oude franse kroegbaas maar alles was beter dan niets.

Allereerst werden enkele opnamen gemaakt zonder modellen op het moment dat er nog geen daglicht aanwezig was, Inmiddels was het licht gaan regenen hetgeen de straatklinkers nog beter tot hun recht lieten komen. Tegen half acht was de verhouding van daglicht en de straatverlichting in (fotografisch) evenwicht. Jammer dat zoiets altijd van korte duur is. Na enkele opnamen gingen de straatlantarens uit en was de sessie eigenlijk tot een eind. Altijd te kort. Omdat het inmiddels steeds harder regende werd er snel ingepakt en tot slot werd nog snel even een opname gemaakt op middenkleinformaat voor eventuele presentatie voor de franse dealer.

Terug naar het hotel werd er ontbeten, met gitaarmuziek van Ed mijn assistent, en werd gezamenlijk besloten enkele uren te rusten om wat nieuwe energie op de doen voor de volgende shooting. Om 12:00 uur was de hele crew weer in de hal aanwezig. Net op tijd voor een snelle lunch.

The European Calendar Tour begon op 17 augustus 1991 en duurde tot 12 oktober van dat jaar.
De opname in Vannes Frankrijk op 6 september is altijd mijn favourite opname geweest van die uitgebreidde tour.





MARIEUX

MASTER GLASS MAKERS

In 1999 maakte ik kennis met Marieu van den Broek, in die tijd mede directeur van GlassDeco, een bedrijf in gespecialiseerde be- en verwerking van glas en natuursteen, specifiek voor de “Rich & Famous”.
Al snel ging Marieu met eigen ontwerpen verder onder de naam MARIEUX.
Betrof de samenwerking in eerste instantie fotografie in de studio al snel breidde zich dit uit tot fotografie op locatie.

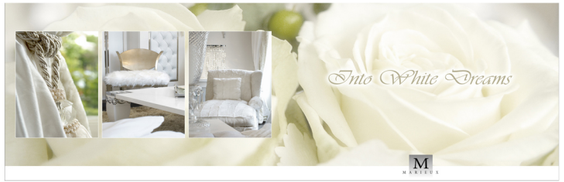
België, Marbella Spanje, Londen Engeland, Italië, Tjechië en Frankrijk/Monaco.



Zoals met de meeste opdrachtgevers/klanten vormde zich als snel een band van vertrouwen en vriendschap.
Marieu van den Broek, Tjieu, was een creatieve ontwerper maar begreep beter dan wie ook wie zijn doelgroep was. Hij omschreef dit zelf als “Mensen met veel geld en weinig smaak”.
In praktijk was dat ook zo getuige de fotografie die we op locatie deden. Het project in Monaco, Pretty You, was daarin een soort visitekaartje. Overigens zou het Monaco project uiteindelijk in 2008 leiden tot het faillissement van MARIEUX als bedrijf. Ook alwas Tjieu daar zelf ook wel debet aan door het aangaan van relaties met mensen van bedenkelijk niveau.
Wat blijft voor mij als fotograaf, dus voor de studio, dat Tjieu en dus MARIEUX een van de kleurrijkste relaties was in de bijna tien jaar intensieve samenwerking.
In 2002, als Marieu als bedrijf in Marbella een poging deed om zijn bekendheid verder te versterken breidde ook de fotografie uit naar Spanje. Specifiek Marbella en omstreken.

Uitgebreid fotografeerde ik, in die jaren met Joep als assistent, zowel zijn showroom alsook enkele projecten in Marbella van zijn klantrelaties. Ook zijn prive woonsituatie was semie ingericht als showroom als Tjieu met gezin naar Marbella was verhuisd van Helmond (Arendonk) naar een veilig en luxe onderkomen op een compound nabij Marbella.
Ook al was dat maar voor korte duur.
De samenwerking was er tot ik in 2007 mijn werkzaamheden als fotograaf beeindigde.





DE STILTE VERBROKEN

CONCEPT EN FOTOGRAFE
VOOR EPSILON/SCHELLEVIS

De ontwerper waar ik eerder productmatige opnamen voor had gemaakt voor zijn relatie Schellevis Beton vroeg me of ik een concept kon bedenken om zodoende enkele sfeeropnamen te maken voor de betonproducten van zijn klant. Eigenlijk vreemd want zoiets zou eerder van de zijde van een ontwerper moeten komen maar omdat ik eerder hem conceptmatig had geholpen met zijn project “vrijwilligers” voor de provincie Noord Brabant kreeg ik ook nu dat verzoek. Nu is of zijn betonproducten nou niet meteen iets romantisch tot ik me bedacht dat ik ooit eerder een klavertje vier tegen alle logica in zijn weg had gevonden tussen de marginale ruimte tussen betontegels. Dát was voor mij het uitgangspunt voor een serie van vier ‘sfeer’-opnamen gebaseerd op de beleving van beton vanuit het product beton.

Een sfeerfoto als het ware ondersteund met woorden. ***“Gekroond door Geluk”*** was de eerste tekst die bij me opkwam voor de foto waarbij een klavertje bijna helfhatig voor zijn bestaan vecht.

Vanuit die gedachtengang was het slechts doordenken...

“De Stilte Verbroken” voor een glas wijn welke op een betontegel valt.

“Het Geluid Gevangen” van een vallend veertje en tenslotte ***“De Avond Gevallen”*** voor een soort stilleven met een gebroken bril.

Elke opname nam drie dagen in beslag.

Totale budget was €. 30.000,--

Het concept heb ik niet doorberekend.



GRAVITY FALLS



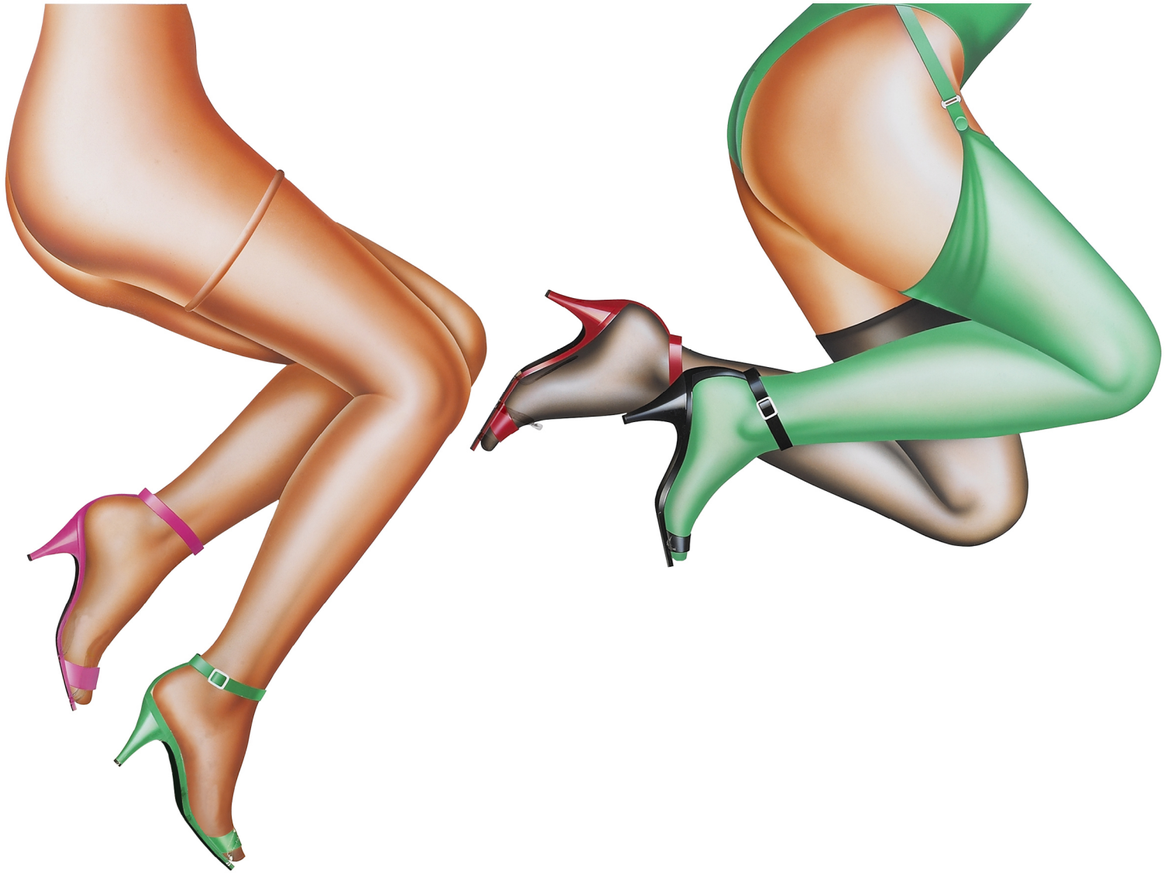
Gravity was een sessie die gebaseerd was op een uitdaging. In ieder geval soort van ... Het idee om een model hangend aan haar schoenen een vrije val te laten maken vanaf grote hoogte. Die hoogte was er in mijn autostudio in Best. Acht meter! Gezien de grote risico's (toch) was een klein team onder leiding van Niels van Hulten verantwoordelijk voor voorbereiding en veiligheid. Het model was Angelique Dijkhuizen. Een model dat door de redactie van **PLAYBOY** was aanbevolen.

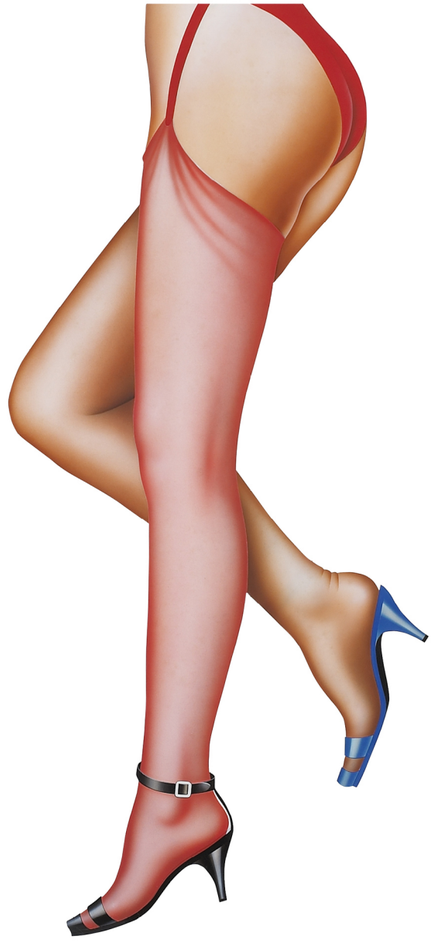
En dan, op het moment dat ik Angelique van het NS-station ophaalde kreeg ik een bericht van het team dat de voorbereiding deed, dat het, eenmaal hangend op grote hoogte, voor het model niet mogelijk zou zijn om zich op te trekken en zich in soort van foetushouding neer te laten 'vallen'. Een assistent had dit inmiddels getracht te doen met als resultaat dat hij als een gerookte paling aan het plafond hing en niet in staat was zich op enige wijze te bewegen.

Gelukkig was dit voor Angelique wel mogelijk. Sterker nog, zonder moeite en keer op keer ...











1984. Op de studio een professioneel model via een Agency uit Amsterdam voor een vrije shoot om later te gebruiken voor mijn stationaire relatie LUTKIE. Voorheen al vele covers gemaakt voor zogenaamde schoolartikelen waarvoor ik ook deze op een of andere wijze wilden gebruiken. Echter, als de opnamen eenmaal terug uit het laboratorium waren leek het me gezien de doelgroep, te weten schoolgaande kinderen, toch te realistisch. Reden om een bevriende kennis, een bijzonder begaafde airbrusher om de foto te bewerken zodat deze minder ‘echt’ zouden zijn en meer grafisch.

Het was Colin Ball die samen met mij tot dit eindproduct kwam. Oorspronkelijk vier verschillende poses maar later ook gebruikt als samenstelling.
Eigenlijk, tot de dag van vandaag niet meer kunnen achterhalen wie destijds het model was. Zeker omdat ik denk dat ook zij graag het eindresultaat gezien zou willen hebben.
Helaas is me het niet meer gelukt omdat ik de juiste boekingsdatum niet genoteerd had.
Wat blijft, voor mij in ieder geval toch, een pagina die ik niet wilde laten ontbreken in wat ik dan noem “Flarden”.

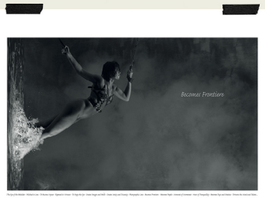
THE UNFINISHED EYE

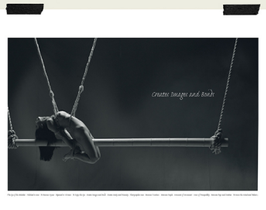


The Eye of the Beholder - Polished to Lens - To Become Voyeur - Ripened to Virtuoso - To Enjoy the Eye - Creates Images and Bonds - Creates Unity and Disunity - Photographic Lens - Becomes Frontiere - Between People - Moments of Movement - Hours of Tranquillity - Between Days and Entities - Tortures the Mind and Talent...

En dan na al die jaren blijft die frustratie van de niet compleet kunnen maken van mijn concept The Eye of the Beholder. Wellicht mijn enige echte teleurstelling om die serie die zo 'in mijn hoofd zat' compleet uit te voeren. Het is midden jaren '90 als een fotomagazin me vraagt om met woorden te omschrijven wat mijn relatie met fotografie betekende Ik deed dat in het engels omdat ik de tekst als onderliggend concept wilde gebruiken om die woorden weer terug in beeld te vormen.

The Eye of the Beholder
Polished to Lens
To Become Voyeur
Ripened to Virtuoso
To Enjoy the Eye
Creates Images and bonds
Creates Unity and Disunity
Photographic Lens
Becomes Frontiere
Between People
Moments of Movement
Hours of Tranquility
Between Days and Entities
Tortures the Mind and Talent







Een 'catch 22' in woord en beeld.
Terugverwijzend naar elkaar. Veertien regels tekst die mijn werkelijkheid waren, mijn visie maar ook mijn fantasie.
En dat na al die jaren nog steeds zijn.
De eerste opname die ik maakte hiervoor was in 2001, een visual van art director Hans Zegelaar die zo treffend aansloot op mijn tekst. Een visual die me bijna de opdracht gaf ook alle andere 'titels' terug in beeld om te vertalen.

Uiteindelijk heb ik vier opnamen kunnen uitwerken. De combinatie van kosten verbonden aan de opnamen, zowel aan voorbereiding, shooting en nabewerking van de foto waren de voornaamste belemmering na 2002 om de serie compleet uit te voeren.
Door verandering van de markt namen de werkzaamheden binnen de studio een andere richting in. **DAF Trucks** was door verandering van de management overgegaan naar een minimaal budget voor reclame en fotografie.

VOLVO Car Zweden nam de Nederlandse afdeling ASP en Marketing Department over. En dan was het **PHILIPS** die het grootste deel van alle reclame uitingen al eerder naar Parijs had 'verhuisd'.

Als er één serie foto's, als er één concept is waar ik me zo meer verbonden had, én heb, dan is het The Eye of The Beholder.

THE BEAUTY IN POVERTY

KABAN I BAKA • CURAÇAO 1994

Tijdens elke, zeker uitgebreide tour, is er altijd iemand die, zelfs jaren later, in mijn gedachte opkomt. Tijdens de Tropical Heat tour in 1994 voor het project The Blue Book is dat zeker Joseph Zink, gedurende zijn hele leven werknemer bij de bruinkoolmijnen op Curaçao.
Inmiddels gepensioneerd met een onderscheiding voor het harde werk dat hij deed. Duidelijk was dat Joseph een arm leven had geleid. Hij woonde in een klein sober huisje zonder enige luxe, geen sanitaire voorzieningen, een bed wat alleen bestond uit een metalen frame met spiraal. Geen matras. Armoede.

Maar ook op een onverwachtte manier schoonheid door eenvoud in combinatie van leegheid en brandschoon. Want dat was het ook. Brandschoon. Zijn huisje was voor mij een van de twee mooiste locaties tijdens de elfdaagse shoot op Curaçao. Het model was Marielle Cornelissen.



CARIBBEAN BLUE

VENDOME • WEST INDIES 1995

Na de sessie voor The Blue Book op Curaçao in 1994 werd, omdat er duidelijk nog een tekort aan fotomateriaal was om The Blue Book verantwoord uit te kunnen geven was het belangrijk een soort van herhaling te doen.
Andere modellen, ander eiland. Nu Grenada, een eiland in de West Indies.

Ondanks dat deze tour prima was voorbereid ging er veel fout. Om te beginnen werden we geconfronteerd met een model wat oorspronkelijk niet geboekt was maar aangezien deze confrontatie pas op Schiphol was konden we niet anders dan de tour door te zetten. Ook een nieuw team vanuit mijn studio. Helaas bleek al snel dat slechts één model professioneel was voor een tour zoals deze.

De opname is gemaakt in Vendome in een plaatselijk cafe. Het model was Mariska Duits.





AUTOMOTIVE

De eerste opnamen voor **VOLVO** betroffen opnamen op diverse locaties in 1978. Een jaar later wat meer uitgebreidde sessie waarbij ik ook de styling mocht bepalen zoals deze ‘marktopname’ en ‘camping’ op een open terrein.



In 1980 de eerste twee uitgebreide opnamen in Zuid Frankrijk zoals elders in dit boek beschreven. De samenwerking met **VOLVO** was vanaf het eerste moment in opdracht en begeleiding van Theo Vervoort die oorpsronkelijk de interne fotograaf bij **VOLVO CAR** was. **VOLVO** was van oudsher een vaste huurder van de Hilvaria Studio’s.

In 1982 begon ik met Jacq Tooten, in die jaren de studiomanager van de Hilvaria Studio’s, om samen opnamen binnen de studio te maken. Om hierin wat expertise te krijgen vele testopnamen gemaakt zoals deze opname in 1982 van mijn eigen auto op een waterspiegel.

Die eerste oefeningen zouden vooral later een enorme winst zijn bij uitgebreide sessies in mijn speciale autostudio in Best in de jaren ‘90.
In de loop van de jaren ‘80 veel opnamen van diverse



automerken vooral ook door de beschikking over de speciale studio bij Hilvaria Studio’s: ‘het ei’.
Uitgebreide fotosessies voor merken als **NISSAN, MAZDA, AUDI, BMW** maar ook vele sessies voor **VOLVO**.

Mede door de enthousiaste samenwerking met Jacq veelal een ‘excuus’ gezocht (en gevonden) voor het verder uitwerken van techniek en creativiteit om zodoende steeds meer ervaring en affiniteit te krijgen met automotive, het fotograferen van auto’s. Ook wel omdat er maar twee fotografen in die periode in Nederland de mogelijkheid hadden om sowieso auto’s professioneel te fotograferen.



Een van de exclusieve auto’s is dan toch wel “de Ferrari 328 GTS” uit 1986. Deze foto werd door Verkerke Posters als groot formaat penant uitgebracht.
Achteraf gezien waren het de opdrachten voor **VOLVO Car** en de samenwerking met Jacq Tooten van de Hilvaria Studio’s die mijn studio het predicaat gaf als dé ‘autofotograaf’ in Nederland. Het was 1989 als ik de mogelijkheid kreeg het studiocomplex Hilvaria Studio’s over te nemen van de oorspronkelijke eigenaar Otto Verschoof.

Het was pas in 1999 als ook **DAF Trucks** me benaderd of ik ook voor hun devisie trucks wilde fotograferen.
Naast de vele opnamen op diverse locaties in Europa was het 1993 als de studio in Hilvarenbeek te klein bleek om de enorma **DAF trucks** in een studio omgeving te fotograferen.
De studio in Best loste dit op.





“THE MIAMI SHOOT”

De opdracht.

Dat was de opdracht die wij, het studioteam stelden vooraf aan de opname van de auto.



Het was een van de eerste opnamen om ‘bekend te raken’ met de mogelijkheden onze nieuwe studio in Best, nabij Eindhoven. Basis bij het ontwerpen en indelen van de studioruimte was dat deze perfect geschikt moest zijn voor het fotograferen van alle uitvoeringen van DAF trucks. Hiervoor was een studio’vloer’ van 50 x 25 meter beschikbaar en een hoogte van meer dan 8 meter. De lichtconstructies, enorme reflectieschermen waren ontworpen en gemaakt door Niels, vaste medewerker van de studio.

Deze specifieke opdracht, uiteraard analoog, het is 1993 en digitale hoge resolutie camera’s zijn nog niet beschikbaar.

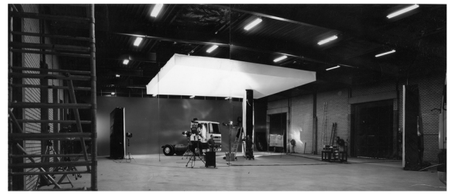
De techniek.

De opname is gemaakt op 8x10” (20x25cm) met een Schneider 480mm. De opname kwam tot stand door middel van meervoudige (separate) belichtingen omdat het een handicap was dat de auto donkerblauw was en we de sfeer bijna monotone wilden houden. Dit om het effect van een schijnbare zonsondergang te versterken.

De voorbereiding

Voorbereiding en opname namen vijf dagen in beslag met een team van vier man.

Er was uiteraard geen snelweg beschikbaar en bestaat simpelweg uit een stuk karton recht onder de camera.

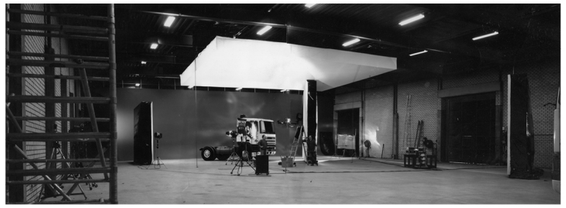


De wegmarkering is een meter toiletpapier.

SIZE MATTERS

En dan.. dan is de studio in Hilvarenbeek te klein. De ‘grote’ studio in Hilvarenbeek was zo geschikt voor uitgebreide sets zoals decors, terwijl ‘het ei’ de tweede studio in het complex, specifiek gebouwd was voor autofotografie. Door die specificaties en door het ontbreken van een grote hoogte zeker niet bedoeld voor extreem grote onderwerpen. Sowieso is de autostudio ‘het ei’ een studio waar het “licht rondzingt’. Net als de binnenkant van een ei reflecteerd het licht alle kanten op. Prima uitgangspunt voor personenauto’s zeker met ronde vormen maar zeker niet voor algemeen bruikbaar. En dan is er toch behoefte aan meer ruimte. **DAF Trucks** wil graag de mogelijkheid om trucks in een studio omgeving te fotograferen en vraagt of ik (wij) de mogelijkheden hiervoor wil onderzoeken. En dan wordt al snel één ding heel duidelijk.

Die studio om een of meerdere trucks te fotograferen moet groot zijn. En dan bedoel ik héél groot. Uiteindelijk wordt een leegstaande hal in Best nabij Eindhoven gevonden.
Niels, mijn rechterhand binnen de studio, neemt de taak opzich om de studio in te richten. Belangrijk is om de nieuwe studio in Best, in tegenstelling tot de autostudio ‘het ei’ in Hilvarenbeek, een ‘zwarte’ studio te maken.



Alles ‘lichtdicht’ maken en vervolgens een aantal enorme reflectieschermen te ontwerpen die, bij gebruik met gereflecteerd licht zelf de lichtbronnen zijn. Eerste eis hierbij is wel dat de reflectie wanden, zo ook de ‘hemel’ naadloos gemaakt moesten worden.
Het zijn deze kunstmatige schermen en hemel die zorgen in hoeverre het onderwerp, een truck of auto, perfect uitgelicht kan worden.
De studio is groot, 50 meter bij 25 meter. Met de mogelijkheid ook nu om de vloer onder water te zetten voor een ‘spiegelshot’.



Twee enorme reflectieschermen van 5 meter bij 4 meter en een van 4 meter bij 3 meter.
En, uiteraard een ‘hemel’. Deze had een afmeting van 7 bij 5 meter.
Als standaardcamera een Cambo 13x18cm / 4x5”.
Voor het verlichten van de schermen een batterij aan kunstlicht te weten: 8x5kW spots en evenzoveel 2kW spots.
10 1kW spots en heel speciale minispots zogenaamde “inky-dinky”.

Het is 1993 als de studio klaar is voor gebruik.





Me and DAF on location


1992 Sheffield-Leeds UK
1991 Vliegveld Zuid Limburg
1991 Zeelandbrug
1991 DSM Geleen
1993 Andalusie Spanje
1993 Rioja Spanje
1991 Barcelona
1994 Plymouth UK


1991 Italie tour
1991 Italie tour


1993 Sierra Nevada Spanje
1992 St.Mary's Loch Schotland UK
1994 Bath UK
1994 Antwerpen Belgie
1994 Vannes Frankrijk


1991 Cardiff Wales


1993 Isjamar Spanje
1992 Spa Belgie
1993 Antequera Spanje


1991 Schiphol UK tour
1991 Incheckbalie UK tour

Artdirection en styling...

De eerste kennismaking met een artdirector was in 1978. Mark de Kock van reclamebureau RAL in Tilburg. Artdirector, een titel die hij zichzelf had toegekend en die hij zeker niet verdiende. Mark was dé ontwerper binnen het bureau. Het betrof een opdracht. Een opdracht voor het maken van enkele opnamen van diepvriesproducten zoals tomatensoep, groenten- en champignonsoep en soort van puddinggerecht.

Geen briefing met informatie met betrekking tot de sfeer, geen informatie wat betreft technische eisen en zeker geen schets welke enige duidelijkheid had kunnen geven. Sfeervol was de enige aanwijzing die ik kreeg. Gewoon de vraag of ik dit kon en wilde fotograferen.

Willen zeker en het zou de eerste opdracht zijn waar ik wel aan toe was. Food photography is sowieso een dankbaar onderwerp. Wel had ik tijdens het gesprek aangegeven dat ik wilde werken met een foodstylist om zodoende niet in de valkuil te vallen “dat kan ikzelf wel”.



1978 RAL foodsessie met Martin



1978 Oranjeboom met Ton Bust



1989 vd Valk Cosmetica met Ton Bust



Weliswaar (nog) geen artdirector ‘op de set’ maar wel een stylist welke de meerwaarde, die zo belangrijk is bij professionele fotografie, het verschil zou maken.

De kwaliteit van het eindproduct wordt dan bepaald door de sámenwerking van fotograaf en in dit geval foodstylist. Al tijdens deze eerste shoot veel geleerd van de kennis van de stylist, Martin Pfeifer. Vele jaren later nog regelmatig met hem samengewerkt wetende dat hij die toegevoegde waarde had.

B.T.W.
BUST TOEGEVOEGDE WAARDE

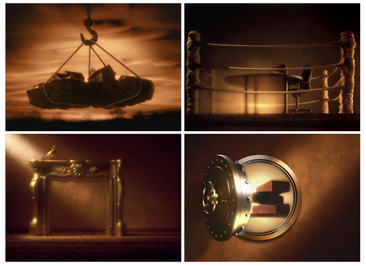
De eerste ontwerper waar ik direct ook actief mee te maken kreeg was Ton Bust, een conceptueel ontwerper die niet alleen een opdracht gaf maar als artdirector ‘op de set’ mede bepalend was voor het eindresultaat. En ja, dan moet ik bekennen dat de samenwerking die ik in de loop der jaren had met Ton bepalend zijn geweest en het verschil maakte in mijn vak als fotograaf. Ton was ‘veeleisend’. Altijd grensverleggend. Ton wilde altijd die uitdagende stap verder… Maar Ton was ook reëel en begreep dat die extra tijd die nodig was om een opname helemaal naar wens te maken en begreep ook dat daar kosten aan verbonden waren.

Toch, als ik eerlijk ben, heb ik weinig goede ervaringen met ontwerpers binnen zogenaamde internationale reclamebureaus. Sterker nog, achteraf gezien kom ik niet verder dan de samenwerking met twee conceptuele ontwerpers die wel die drijfveer hadden ‘alles te eisen’ en dit ook konden onderbouwen waaróm. Ontwerpers met geweldige concepten.

Enkele ontwerpers binnen Amsterdamse bureaus bleken helemaal onder de maat te zijn. Slechte concepten, slechte briefings. Met name herinner ik me voorstellen voor advertentie opdrachten voor de automotive. Zowel voor VOLVO (Saatch & Saatchi Amsterdam) als NISSAN via een reclamebureau ook in Amsterdam.

Een enkele keer heb ik deelgenomen aan een zogenaamde brainstormsessie zoals met reclamebureau Saatchi & Saatchi. Een groep Amsterdamse ‘professionals’ ieder met eigen discipline, ontwerper, tekstschrijver, accountmanager, traffic-manager, filmproducent en ik zelf. Dit voor het maken van een concept voor een potentiele nieuwe klant: John Player Specials. Het sigaretten account. Twee dagen samen met een tiental ‘professionals’ opgesloten in een vergaderkamer, veel koffie, sigarenrook en veel heen en weer geschreeuw. Weggegooide tijd afgezien van twee dagen ‘dik betaald’ meedenken. Achteraf helemaal weggegooide tijd omdat later bleek dat het een conflicting account was binnen het eigen bureau.

Begin jaren ‘90.
Dan volgen 5 jaren DAF. Vijf jaren waar in ieder geval mijn agenda grotendeels mee gevuld werd. Zowel binnen de studio als door de vele buitelandse opdrachten.
De jaren ‘80 sowieso drukke jaren.



2001 Meeus met Hans Zegelaar



2002 Hommerson met Hans Zegelaar



Veel ‘prachtige’ opdrachten van **PLAYBOY** tot **PHILIPS New Media** voor The Blue Book project.
Gouden jaren en nog geen idee dat de jaren ‘90 dit succes zou overtreffen.
En zoals in de periode daarvoor het Ton Bust was die met de meest interessante opdrachten kwam na vijf jaar DAF is daar opeens Hans Zegelaar.

het Zegelaar effect

Hans Zegelaar, conceptmaker pus sang. Naast de dagelijkse fotografie voor zoveel uiteenlopende klanten is daar Hans Zegelaar met een nieuwe visie op fotografie binnen de reclamewereld.
Hans! Vele jaren waanzinnige concepten van Hans mogen en kunnen uitwerken. Trots op alles wat we samen deden. Terecht ook ja. Waren de vele opdrachten met Ton Bust veeal ‘livestyle’ en met modellen poserend als ‘echte mensen’, de opdrachten die ik maakte met Hans waren van een erg uiteenlopend karakter en steeds met een verfrissende kijk. Twee conceptuele ontwerpers, Ton Bust en Hans Zegelaar die als artdirector tijdens de opnamen op de set me door de jaren heen steeds gepushed hebben naar betere prestaties als fotograaf.
Zij waren het die het verschil maakten.



1999 Rottink met Hans Zegelaar

de camera

In de beginjaren ‘70 werden de meeste opnamen door mij gemaakt met een kleinbeeldcamera. Vanaf 1977, en inmiddels in het bezit van in ieder geval één Hasselblad met twee objectieven is het gebruik van de Nikon daarna eigenlijk slechts twee keer specifiek ingezet om een bepaald resultaat te bereiken.



Zoals in 1985. Opdracht voor **CANON**: ‘de invalide man in een rolstoel’. Gefotografeerd op **KODAK** infrared materiaal om deze sfeer zo te treffen.
Een andere sessie was voor **PLAYBOY**, voor een artikel mannenmode maar dan met **POLAROID** instant diamateriaal.
Op de academie begon ik mijn studie met mijn Hasselblad met een 50mm distagon en 150 mm sonnar. Wellicht is het om die reden dat Hasselblad altijd wel mijn favourite camera is geweest. Op een of andere manier ingezet voor alle mogelijke fotografie.
Nadeel was wel de traagheid omdat alles gebaseerd was op handmatige instellingen. Voor het middenformaat schafte ik in de jaren ‘90 een **MAMIYA** 645 camera aan specifiek voor het maken van zogenaamde ‘rijders’, opnamen van auto of truck volgend op een snelweg. Door die snelheid, met een extreem slim en



handig filmcassette wisselsysteem deze ook gebruikt voor de twee sessies in de caribbean in 1994 en ‘95. Uiteindelijk was de Mamiya ook de enige waarbij



ik een extreem lang brandpunt had: een 1000mm en vooral gebruikt voor de **DAF** ‘rijders’ zoals deze gemaakt in de Belgische Ardennen

Pas later toen ik ook een productie unit binnen de studio opzette door het aanbod om veel retailfotografie goed te kunnen handelen werden in hoog tempo



de nodige extra camera’s aangeschaft. Uiteindelijk beschikte ik over zeven Hasselblads met een ‘batterij’ objectieven. In de loop der jaren zijn, ook door (een) medewerker(s) een Hasselblad ontvreemd en tenslotte een viertal verkocht toen de situatie daar reden voor was. Uiteindelijk uit een soort nostalgie één speciale uitvoering Hasselblad bewaard. Met nota bene een 60mm objectief uit de erfenis van DAF Trucks.
Toch werden de meeste opnamen, zeker door de productie unit en minder interesante opdrachten door twee teams uitgevoerd op basis van een technische camera. Sinar P2 voor voor opnamen op 4x5” terwijl ik zelf voorkeur gaf aan twee nog grotere opname formaten. Zowel op locatie als in de studio prefereerde ik het formaat 8x10” (20x25cm) of 13x18cm.
Hiervoor twee technische camera’s van het Nederlandse merk Cambo eenvoudig omdat met name de achterpanelen beter vast te zetten waren terwijl bij een Sinar 8x10” dit duidelijk problemen gaf. De Cambo set 8x10’ en 13x18cm heb ik werkelijk ‘overal en nergens’ mee naartoe ‘toegesjauwd’ samen met



een groot aantal objectieven. Op elke locatie, met name autofotografie, voor **VOLVO** en **DAF Trucks**. Maar ook de opnamen in New York en Monument Valley gaven ze mij de zekerheid dat ik wist dat ik met de juiste opname ‘thuis’ zou komen.
Toch bepaalt in eerste instantie de eis van de opdrachtgever welke camera hiervoor het meest geschikt is. Onderwerp is uiteraard een zeker gelijkwaardige eis op zichzelf. Een bewegend onderwerp zoals bijvoorbeeld een model is eigenlijk niet met een starre grootformaat camera vast te leggen. Maar ook hier is de uitzondering de regel... Immers de playmates die ik maakte voor **PLAYBOY** maakte ik op 8x10” maar belangrijk is dan wel dat de opname strak geregiseerd is en het voor iedereen duidelijk wat er verwacht is. Voor de Playmates opname gebruikt ik wel een simultane video verbinding exact gelijk aan het beeld op de camera zodat er toch een redelijke controle was. Dit was met name erg bruikbaar bij de shoot van de zusjes Mirjam en Karen van Breeschoten in 1988 voor de playmate. Twee zusjes die het licht in de ogen niet gunden en niettemin als liefdevolle zusjes samen poseerden voor de playmate van juni van dat jaar.
De meeste opnamen voor **DAF Trucks** en **VOLVO CAR** maakte ik bij voorkeur met de Cambo 8x10”, of 13x18 cm (5x7”). Zowel in de studio als op locatie zoals hier in Barcelona Spanje op 13x18cm in 1991.Het fotograferen op groot formaat, van 4x5” tot 8x10” betekent wel veel apparatuur en zware flightcases en kostbaar bij transport.





het licht

Veel belangrijker dan de keuze van de camera, veel belangrijker dan locatie en/of dekor is ‘het licht’.



De vorm van het licht, de structuur en de richting. Voor mij is juist het licht bepalend voor de boodschap en is sfeerbepalend. Het gebruikte licht in een foto kan ‘klein’ zijn of juist heel ‘groot’...
Terugkijkend op mijn jaren fotografie zie ik duidelijk hoe mijn visie hieromtrent verandert.

Ik ben analoog geschoold. Alles moet eenvoudig kloppen. Er is geen mogelijkheid om na een opname nog wijzigen en/of verbeteringen aan te brengen. Iets wat in het analoge tijdperk niet mogelijk was. Einde jaren ‘90 en de tijd hierna bleek Photoshop de redding te zijn voor veel fotografen. Zag dat ook binnen de studio gebeuren vanaf het moment dat digitale mogelijkheden werkelijkheid werden.
Photoshop heeft in die zin voor mij meer ‘stuk gemaakt’ dan dat het een toevoeging was voor mij als fotograaf.

De zoektocht naar die speciale trukendoos die ik soms nodig had om iets fotografisch te bereiken maakte het analoge tijdperk tot een continue uitdaging. Ook vanaf het moment dat de digitale fotografie de analoge manier had verdrongen ben ik die ‘analoge jongen’ gebleven. Het moet al bij het maken van de foto ‘kloppen’. Photoshop een prima handig middel en een toevoeging maar is geen reddingsboei.

Ik ben niet van try and error. Heb de foto al in mijn hoofd gemaakt en dat maakt keuze van set, camera maar ook gebruik van verlichting snel duidelijk. Duidelijk wat voor mij de structuur en ‘soort’ licht er moet zijn. Dit geldt bovenal bij opnamen in de studio.

Op locatie en met bestaand daglicht is het eerder zoeken en aanpassen van de mogelijkheden ter plaatse. Maar dan is veelal een beetje hulp met “wat kunst-



licht aanslepen’ al snel de oplossing om tot het gewenste resultaat te komen.
De ‘foto in mijn hoofd’ is altijd de leidraad. Bij het fotograferen in een daglichtsituatie is het belangrijk te realiseren dat de natuur *twee* lichtbronnen heeft. De zon als eerste maar de hemel is een evenzo belangrijk.
Dit is van wezenlijk belang omdat het verschil maakt bij het ‘meten’ van het bestaande licht en is van invloed op welke type fotomateriaal gebruikt wordt.
Dia of negatief maakt echt het verschil.

In een studio omgeving had ik de beschikking over twee verschillende soorten lichtbronnen. Op de Academie maakte ik kennis met flitsaggregaten. Kleine krachtige studioflitsers. Op de Academie van het merk **BALCAR**. Toen ik deze ter beschikking had tijdens mijn AV periode bleek hoe krachtig deze waren als deze met enige regelmaat van de grond loskwamen.
Later in mijn studio enkele jaren gewerkt met **BEAM** studioflitsers maar ook die hadden kuren ‘om bang van te worden’. Vanaf het moment dat ik switchte naar **BRONCOLOR** waren die problemen voorbij.





Naast de luxe van een enorme batterij studioflitsers had ik alle mogelijke hulpstukken, reflectoren en anders. Techniek werd gelukkig niet tekort gedaan door het ontbreken van apparatuur. Naast de enorme hoeveelheid studioflitsers met een totaal vermogen van 36.000 wattsec een volledig uitgerust ‘park’ kunstlicht. Een tig-aantal 5kW, nog meer 2 en 1 kilowatt spots. Inky-Dinky’s en zogenaamd colortran licht. Dit alles specifiek bedoeld voor automotive. Het fotograferen van auto’s, vrachtwagen en bussen.



het decor

Net zoals het juiste model het verschil kan maken, zo is dat zeker ook het decor of achtergrond om een foto reëel te laten zijn.

1978

Herinner me een situatie in mijn krappe studio aan de Willem-II straat. Ik wilde met weinig mogelijkheden toch iets van diepte creëren voor een opname.



Het was mijn eerste zelfbouw decor in een studioruimte van minder dan 20m². Ruimte is belangrijk om een dekor realistisch op te zetten.

Vanaf het moment dat mijn studio een onderkomen had in een bijgebouw van de Hilvaria Studio's kreeg ik naar verhouding met de studio in het oude herenhuis veel meer gelegenheid aandacht te besteden aan het decor.

1986

De eerste dekorset die ik destijds in 1986 bouwde was voor een **PHILIPS** advertentie voor de introductie Laserdiscs.

Het decor vormt dan niet alleen de functie áls decor maar wordt door de vormgeving bepalend voor de foto.



1987

Met het ingebruiknemen van de Hilvaria Studio na de aankoop/overname in dat jaar werden de mogelijkheden nagenoeg eindeloos. Omdat het decor van de Philips foto bepalend voor de boodschap werd kwam er al snel een verzoek voor een follow-up.

De fotograaf met de beschikking van een grote studio ruimte is voor veel opdrachtgevers, zoals in de meubelindustrie, heel dikwijls ook de reden om voor die fotograaf, c.q. studio te kiezen.



Ondanks de mogelijkheden die de verschillende studioruimtes boden heb ik in 1988 toch moeten beslissen om mijn idee op locatie buiten de studio vorm te geven. Een complete bouwval nabootsen op de studio was toch een stap te ver...

Het decor voor een **PHILIPS** advertentie werd opgebouwd binnen een leegstaand gebouw in Roermond. Een team van vier (studio)mensen die ook de 'set' moesten bewaken omdat het een niet afgelsoten locatie betrof.



Door de jaren heen ontelbare decorsets gebouwd. Bijvoorbeeld de **PHILIPS** sets maar bovenal de decors die we maakten voor **Tulip Computers**. Decorsets mooier dan een werkelijke kantoor-werksituatie. In 1991 op die manier meer dan zes decors geheel ontworpen en uitgevoerd door mij en mijn studioteam. Niels van Hulten, toch mijn rechterhand voor vele belangrijke zaken had hierbij steeds de supervisie.



Voor elke set werd steeds een week ingepland voor een team van vijf medewerkers en bijgestaan door stagiaires. Met name de set met een rond interieur blijft voor mij het beste bewijs dat alles mogelijk was binnen mijn studio.



En toch, ondanks deze geweldige decorsets kon ik me ook helemaal uitleven bij een intieme, veelal kleine, set zoals ik samen met en voor Ton Bust, vriend en opdrachtgever maakte.

Drie Hoefijzer bier voor de gezamelijke bierbrouwerijen met de sfeer van een oud-bruin-cafe,





het model

Vanaf het eerste moment dat ik een camera had, een Asahi Pentax, was het fotograferen van mensen wel iets wat mij meer boeide dan natuur of gebouwen.
Terug naar dat eerste moment, of eigenlijk nog daarvoor... het was mijn broer Rien die als een soort project tijdens zijn studie aan het St. Odulphus lyceum zich begon te interesseren in fotografie. Niet alleen het maken van de foto maar de spannende uren in een donkere kamer om dat magische scheikundige proces van een negatief naar een 'echte' foto te zelf te laten gebeuren.

Het is 1967 als ik voor het eerst actief begin te fotograferen. In ieder geval herinner ik me de 'meiden'groep die ik kende al tijdens mijn muziekperiode. En uiteraard de vele bandjes die Tilburg toen rijk was. Henny Vrienten was daarin de eerste waar ik een hele reportage mee maakte.
Na mijn periode als muziekant begon ik mijn studie aan de Academie Beeldende Kunsten St. Joost in Breda.

Het was al in het tweede jaar van mijn studie dat ik de controversiele serie maakte van twee lesbische meisjes: Les Biches.

Omdat mijn studie aan de Academie al snel parallel liep met opdrachten uit het bedrijfsleven werden de vrije opnamen met modellen naar de achtergrond geschoven. Het is pas weer in 1978 als ik zelfstandig begin als reclamefotograaf in Tilburg.

Het was voor een plaatselijke onderneming ***"LEER-25"*** dat ik de eerste professionele modellen boekte bij een van de bekende Amsterdamse modelagencies.
Vanaf dat moment een bijna eindeloze reeks opdrachten waarbij modellen een belangrijk 'onderdeel' zijn van de opdracht.

Het juiste model kan het verschil maken en is daardoor bepalend binnen de opdracht.
De keuze van het model is ook een risicofactor om diverse redenen.
Sowieso vormt het werken met een of meerdere modellen een niet te onderschatten financieel risico.
Dat realiseerde ik me voor het eerst als ik in 1980 een shoot had voor de ***RABOBANK*** waarin een gezin model stond: vader, moeder, opa en oma en twee kinderen.

Zes modellen elk met een gemiddelde dagprijs van zeker *f*. 900,00
Meer dan 5000 gulden risico.



Een risico dat ligt bij de fotograaf maar toch...
Hoe goed alles wordt voorbereid, hoe nauwkeurig licht en belichting worden vastgesteld maar als zelfs het tijdens het ontwikkelproces iets fout gaat zijn de gemaakte kosten voor de fotograaf.
De opdrachtgever kan moeilijk kosten vergoeden zonder 'product' en geen enkel ontwikkellabboratorium neemt meer verantwoordelijkheid dat verder gaat dan het vergoeden van het gebruikte materiaal. Overigens geldt dat niet alleen bij modelkosten. Ook alle andere vooraf gemaakte kosten, reis- en hotelkosten op locatie worden niet vergoed als er, om welke reden dan ook, geen eindresultaat geleverd wordt.

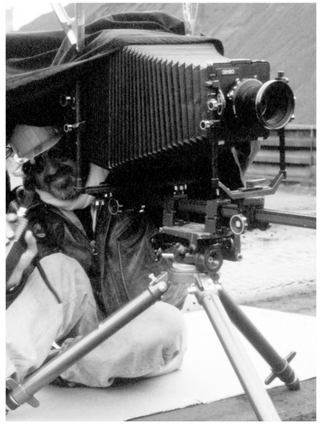
Het werk van een fotograaf is eigenlijk altijd een No Cure No Pay opdracht.
De vergoedingen voor modellen voor **PLAYBOY** waren uiteraard een heel ander verhaal. Afhankelijk van de bekendheid van het model werd deze gage door **PLAYBOY** betaald.

De glamourmodellen voor The Blue Book, het interactieve erotische boek wat ik in opdracht van **PHILIPS NEW MEDIA** maakte, is een heel andere wereld. Vreemd genoeg zijn de modelkosten van modellen, waarvoor steeds minder kleding nodig is, de modelkosten aangepast aan de hoeveelheid kleding.
Hier is exhibitionisme duidelijk de onderliggende motivatie van het model.

het 'duurste' model was een 17 jarig Frans meisje, speciaal uit Parijs over laten komen voor de PHILIPS campagne in 1987 LADYSHAVE 16.

De opname werd bij daglicht gemaakt op het terrein van de studio en nam slechts twee uur in beslag.
De modelkosten waren *f*. 28.500







de exhibitionist versus de voyeur

Ook een glas bier wil graag goed op de foto en heeft daar een fotograaf voor nodig die dat kan realiseren. Nu lijkt dat een omgekeerde wereld maar er zit toch een waarheid in. Zoals mijn mentor indertijd op de Academie St. Joost al voorspelde dat het ooit tot me door zou dringen.. “Je moet bamboo worden om het te kunnen fotograferen”.

Voor zowel **PLAYBOY** als **PHILIPS NEW MEDIA** heb ik veel samengewerkt met modellen. Mannelijk én vrouwelijk. Het is niet mijn indruk maar mijn erváring dat modellen dat virtuele exhibionistisme nodig hebben als een brandstof. Dat geldt niet alleen voor zogenaamde glamourmodellen maar is ook de basisvoorwaarde voor elk model om haar rol te spelen. Het ís een spel. En met de juiste partners spannend.

Het model uitdagend in haar rol, zeker als zij hier ook volledig in haar rol gaat, bewust van haar uiterlijk. Bovenal trots.
De fotograaf, veilig achter zijn camera, op afstand met een grote telelens. Of beter, klassiek verscholen onder een zwarte doek die over de camera hangt. Onzichtbaar: de voyeur die toekijkt.
Nog meer overtuigend zijn de sessies voor het project **The Blue Book,** het interactieve erotisch boek dat ik maakte voor **PHILIPS New Media**. Als het model haar exhibionistische kant ten volle tot uiting kan laten komen. Zich vrij kan bewegen, zonder gene, uitdagend. De rol van de fotograaf, in eerste instantie afwachtend tot het model weet wat de strekking of bedoeling is van de opname. Maar het is ook zijn rol hierin sturing te geven door het aangeven van zijn wensen maar ook om te voorkomen dat er een grens overschreden wordt.



2003 EPILADY SHOOT

Het is TRISTAR NEDERLAND, die me in vertrouwen verteld dat hij het A-merk EPILADY© heeft overgenomen en hij grote plannen heeft dit merk opnieuw groot ‘in de markt te zetten’.
De vraag aan mij om een compleet nieuwe verpakkingslijn voor het hele assortiment te ontwerpen ondersteund met fotografie van een model.
Aansluitend aan de presentatie zou ook een TV-commercial door mij/ons geproduceeerd moeten worden.
Nou is het maken van een nieuwe verpakkingslijn het minste probleem. In de afgelopen jaren inmiddels honderden verpakkingen ontworpen maar met de ervaring van een betaalbaar model baarde me meer zorgen.
Immers, de foto’s zouden niet alleen gebruikt moeten worden voor de verpakkingslijn maar ook te gebruiken in advertenties en zelfs TV-commercial.
En belangrijkste voorwaarde was dat het model alle rechten wereldwijd vrij zou moeten geven. Op het moment dat ik de eerste offerte aanvroeg bij een van de drie belangrijkste model agencies hoorde ik aan de andere kant van de telefoonlijn al de kassa rinkelen. Nou was me geen restrictie met betrekking tot een budget aangegeven maar begreep ook dat het niet de bedoeling zou zijn dat het model alsmede haar agency hierna konden gaan rentenieren. Die gedachte speelde kennelijk wel bij alle drie agencies die ik benaderd had.

X-RATED CZECH REPUBLIC MODEL NEVER KNEW WHAT HIT HER

Ik had inmiddels de ervaring dat sinds vele jaren de belangrijkste model agencies een soort van kartel vormden om te te voorkomen dat er teveel concurrentie zou zijn.
Mijn ervaring werd bevestigd als alle drie agencies nagenoeg dezelfde offerte presenteren.
Vier dagen shoot, alle rechten wereldwijd vrij.... €. 140.000

Op dat moment wist ik ook dat mijn relatie, EPILADY, hier nooit met akkoord zou gaan.
Nog voor ik deze eventuele kosten voor het model wilde doorgeven zocht ik naarstig naar een alternatief. En dat was er. Met mijn ervaring met ‘nudemodels’ voor The Blue Book legde ik dit voor aan het modellenbureau die vooral ervaring en connecties had met modellen in Oost Europa. The Czech Republic.
Ik stelde wel de voorwaarde dat het model, gezien zij ‘het gezicht’ van de EPILADY campagne zou worden zij ‘passende uitstraling moest hebben’.
Al binnen enkele dagen ontving ik een alternatieve offerte. De offerte verbaasde me toch... inclusief reis- en verblijfkosten vanuit Czech Republic...
Vier dagen shoot, alle rechten wereldwijd vrij.... €. 1400



Een week later maakte ik op het station Tilburg kennis met haar. Kleine handicap als blijkt dat ze geen drie woorden engels spreekt. Dat zou de sessie niet vergemakkelijken. En dat blijkt al snel.
Tot op het moment van de eerste opname had ze werkelijk geen idee wat er van haar verwacht werd anders dan scenes voor een X-rated movie. Die munt viel ook pas de tweede shootingday als we haar een foto lieten zien wat het eindresultaat zou worden. En zelfs dan begreep ze het niet helemaal. Denk zelfs dat ze, eenmaal terug in Czech Republic, begreep wat er in die vier dagen fotografie gebeurd was.Wat blijft was een heel professioneel model. Voor haar gevoel zeker niet onderbetaald terwijl volgens onze berekening haar modelfee minder dan 1% van een Nederlands model was. In vier dagen maakten we alle opname voor zover die nodig waren voor de verschillende producten zoals diverse ladyshave apparaten maar ook voetbaden, gezichtstomer, nagelverzorging etc.
Met een enorme hoeveelheid fotomateriaal was het maken van de TV-commercial op basis van zogenaamde still foto’s slechts een kwestie van enkele dagen.

2001 THE NEWTON’21 VS MEEUS JOB

Samenwerken met een ‘echte’ ontwerper.
De samenwerking met Newton’21, voorheen EFCOM reclamebureau in Breda dateert al sinds 1988. Specifiek de samenwerking met Hans Zegelaar die ik voorheen al had leren kennen als een van de weinige ‘artdirectors’ die deze titel dan ook terecht verdiend hebben.

‘Fatsoenlijke budgetten’.
Dus voor en met Hans vele opdrachten samen uitgevoerd. Zo ook deze vier opnamen (visuals) voor de firma MEEUS ten behoeve van een zogenaamde printcampagne.
Werken met Hans had het voordeel dat deze zich bewust was dat “goed werk tijd kost”. Dus realistische budgetten en nooit water bij de wijn.

2001 en inmiddels veel fotografie digitaal
De opnamen zijn binnen de studio gemaakt ook ‘het kleine dorp’ wat gehesen wordt. Het ‘dorp’ is eigen grond... een hap uit de grond bij de studio met hierop miniatuurhuisjes.
De opnamen zijn digitaal gemaakt met een zogenaamde hoge resolutie scanback op 4x5”.
Ook al is beeldbewerking bijna onontbeerlijk bij wat complexe fotografie, toch is voor mij de stelregel 90% fotografie en 10% beeldbewerking. En zeker niet andersom. Ik ben fotograaf met een analoge rugzak...

Nieuwe technieken.
De opname van de kluis is gemaakt en bewerkt op basis van een 3D uitwerking van Gijs de Zwart die gespecialiseerd was in ontwerpen en realistisch renderen van, in dit geval, een ronde kluisdeur. Schoorsteenmantel en boxring zijn ‘eenvoudig’ op de studio gemaakte of bewerkte items. Soms is iets wat het simpel weg ook is.









“

RECLAMEBUREAU VERSUS BEDRIJFSLEVEN

-

OFFERTE VERSUS BUDGET

”

Het is 1978 als ik volledig zelfstandig mijn studio begin aan de Willem-II straat in Tilburg. Vóór die periode werkte ik exclusief voor Ron van Eldik. In eerste instantie als Ron mededirecteur is bij Marbo Audiovisuals, later als hij eigenaar is van Sonel Productions. Een luxe periode. De onderliggende klant waren alleen afdelingen binnen **PHILIPS** organisatie. Nooit geen offerte gemaakt. Nooit hoeven maken omdat Ron mij achteraf altijd een bedrag doorgaf wat ik kon factureren voor de uitgewerkte werkzaamheden. Fotografie maar zeker ook de uren ‘meedenken aan het concept’. Aangezien dat bedrag altijd boven mijn verwachtingen was, was dat een luxe positie. Ik maakte met die samenwerking, zeker in de Sonel periode kennis met de werkwijze en uurtarieven zoals die gebruikelijk werden gehanteerd in het bedrijfsleven en met name binnen grote bedrijven: multinationals zoals **PHILIPS**.
Eigenlijk zelden of nooit een offerte vooraf. Bedrijven zoals **PHILIPS**, **DAF** en **VOLVO** hebben geen geld als het ware. Multinationals hebben budgetten. Die kennis had ik op moment dat ik in 1978 mijn studio begon. Niet voor consumenten werken met een onderliggende toon “wat kost dat” maar de weg zoeken naar opdrachtgevers die grotere budgetten hadden. Niet zozeer om daar ‘rijker’ van te worden maar grotere budgetten geven immers veel interessantere opdrachten in vergelijk met opdrachten uit bijvoorbeeld de consumentenmarkt.

De eerste jaren kwamen de opdrachten via reclamebureaus. Plaatselijk in die jaren zoals RAL advertising in Tilburg, later ook vergelijkbare bureaus in Eindhoven. Reclamebureaus werkten nog wel met het calculeren en maken van een offerte maar wel tegen de tarieven zoals die in de reclamewereld usance waren. Een uurtarief van in die tijd 250 gulden per uur was niet ongewoon. Hoewel bureaus nog wel de neiging hadden akkoord te gaan met een offerte als deze ‘iets minder” zou zijn.
Het is altijd mijn menig geweest dat reclamebureaus weliswaar de indruk wekken alle oplossingen voor een klant te hebben maar het is niet mijn indruk, nee mijn ervaring dat dat niet zo is. Om te beginnen is de opzet, werkwijze van een bureau volgens mij gewoon al foutief van opzet. Sterker nog, te dom voor woorden veelal. En ja, ik stel dit op basis van mijn ervaringen. Niet alleen bij en met plaatselijke bureaus maar zeker ook bij en met internationale reclamebureaus.

Twee voorbeelden. Saatchi & Saatchi, een internationaal reclamebureau vraagt of ik, op basis van een briefing en onderliggend schetsvoorstel, een opname voor **PHILIPS** wil maken. Het concept betreft een visual voor een eenvoudige opname. Nu maak ik niet snel een offerte ‘ter plaatse’ dus terug naar de studio om in alle rust even te bekijken waar eventuele problemen zich zouden kunnen voordoen die een voorgestelde prijsopgave sterk zouden kunnen beinvloeden.

Al snel kwam ik uit op een eenvoudige offerte, op basis van 2500 euro dagprijs zou de opname binnen drie dagen te maken zijn. Toch, ook dan met de ervaring van een eventuele adder onder het gras, (ik had eerder problemen in die zin ondervonden met een reclameburau) vroeg ik mijn toenmalige productieman (Paul vV.) die ook de planning binnen de studio verzorgde, de offerte mondeling bij het bureau af te geven en een voorstel te doen van 10.000 gulden voor de opname. Wel met in zijn achterhoofd de kennis dat ik de betreffende opname ook voor 7500 gulden zou kunnen maken. Aangezien ik op dat moment geen dringende afspraak had die dag stelde ik voor om mee te gaan maar niettemin Paul het woord te laten doen. Eenmaal op het reclamebureau zaten er vier mensen van het bureau klaar in de te grote vergaderzaal. Vier mensen voor een toch redelijk eenvoudige opname. Op een dergelijke situatie ben ik altijd op mijn hoede. Tijdens de kennismaking begreep ik waarom juist ik gevraagd werd om de foto te maken. De opname was een opdracht van **PHILIPS CONSUMER PRODUCTS** en was de ondersteunende visual van een printcampagne voor intructie Laserdisc.
Wat ik niet verwachtte van Paul dat hij, en wat dus niet de gangbare manier is bij het voorstellen van een prijsopgave bij een reclamebureau, om de rollen om te draaien. Een reclamebureau wil gewoon weten wat het kost. Toch hoorde ik P vragen wat het budget was voor de opname in plaats van het vertellen wat mijn offerte was.
Er viel een stilte.
Het bureau had dit kennelijk ook niet verwacht en excuseerden zich even om te overleggen. Dat duurde niet lang. Enigszins schromelijk kwam de reactie...
“er is helaas maar een budget van 28.500 gulden beschikbaar”
P reageerde snel en nuchter.
“Ok. Geen heel groot budget maar we doen het ervoor...”

Reclamebureaus! Na zoveel jaar nog steeds ‘makelaars van creatieve oplossingen’. Niet de makers. Een rolodex met gevens van de meest uiteenlopende disciplines zoals fotografie.

Het bedrijfsleven: geen geld maar budgettering gaf uiteraard een grote vrijheid van werken maar zeker ook een grote verantwoordelijkheid. Eerlijkheid met het doorberekenen van de werkzaamheden waren op basis van vertrouwen. Eerlijkheid dus. Heb zelf altijd naar eer en geweten op die manier gewerkt.
De samenwerking met een internationale bedrijven zoals **PHILIPS** heeft ook een wisselwerk. Kreeg van **VBBR**, de samenwerkende organisatie van Oranjeboom Bierbrouwerijen een budget toegewezen niet zozeer om hier actuele werkzaamheden voor te verrichten maar als een soort van bonus zodat ik me ook het volgende jaar zou conformeren aan de samenwerking het volgende jaar.

Budgetten moeten voor het eind van een volgend bookingsjaar gebruikt zijn. Liefst meer dan 100%. Conformeren is een manier om het budget ‘legaal’ tot de laatste cent optimaal te gebruiken.

PERSONEEL, MEDEWERKERS OF VRIENDEN?

Het is mei 1978 als ik me vestig als zelfstandig fotograaf aan een mooi herenpand aan de Willem-II straat in Tilburg. De samenwerking met **SONEL**, Ron van Eldik, kwam tot een onverwacht einde als deze besloot een andere keuze in zijn leven te nemen. Zijn audiovisueel bedrijf was hem boven het hoofd gegroeid tot een kleine organisatie met een groot aantal medewerkers. Niet meer zijn **SONEL**. Niet meer samen met mij en een enkele tijdelijke assistent gewoon doen waar we goed in waren naar een bedrijf met alle verplichtingen en problemen die een meer volwassen bedrijf met zich meebracht. Iets wat ook mij later zal overkomen. Ondanks dat Ron van Eldik een zo totaal andere wending aan zijn leven gaf heb ik wel al die jaren intensief contact gehad. Tot op de dag van vandaag.

Terug naar 1978. Gestart in een pand wat mijn inziens paste bij wat mijn toekomstige opdrachtgevers verwachtten van een gespecialiseerd reclamefotograaf. Een uurprijs fotografie welke bijna tien keer boven de gangbare norm lag. Een voor mij onbetaalbare huur en oja, geen werk.
Geen opdrachtgevers.

Vijf jaar lang huurde ik conform het contract het statige pand aan de Willem-II straat.
In die vijf jaar langzaam aan een kleine klantenkring opgebouwd, voornamelijk bestaande uit reclamebureaus. De eerste serieuze opdrachten kwamen van reclamebureau **RAL** in Tilburg.Voornamelijk fotografie voor verpakkingen. Food! Slim genoeg om niet in de valkuil te vallen van ‘dat doe ik wel even’ maar ook de belangrijkheid van een dergelijke opdracht serieus te nemen. Uiteraard voor de klant, maar zeker ook voor mezelf. Een ingehuurde foodstylist om tot een perfect uitgewerkte opdracht te komen.

Gaandeweg ook opdrachten voor enkele bureaus in Eindhoven en de eerste opdrachten uitgevoerd voor bijvoorbeeld **VOLVO car**. Samen met Ton Bust, een grafisch ontwerper uit Eindhoven, ook de eerste business to business klant zonder tussenkomst van een reclamebureau: Oranjeboom bierbrouwerij Breda-Rotterdam
Die groei aan klanten en opdrachten wel heel bewust opgebouwd door eigen reclameactiviteiten. Uitgebreide mailingen naar reclamebureaux en industrie. Eindeloze presentaties.
Inmiddels ook wel toe aan een grotere studioruimte die ik gevonden had in een van de bijgebouwen bij de Hilvaria Studio’s en die ik regelmatig gebruikte voor de eerste opnamen van en voor **VOLVO Car**.
Het was ook dat jaar, 1982, als de noodzaak van een ‘vaste’ assistent duidelijk werd. Eerste werknemer. René W.
De broer van mijn toenmalige vrouw. Van je familie moet je het hebben is een uitdrukking die enkele jaren nadien helaas bewaarheid werd.

Het is vijf jaar later als ik in september 1987 de mogelijkheid krijg om de Hilvaria Studio’s over te nemen. Een geweldige stap voorwaards en zeker passend bij het toenmalige klantenbestand. Grote internationale reclamebureaus zijn de opdrachtgevers voor de meest uiteenlopende opdrachten. Maar ook **Playboy**. Steeds meer business 2 business relaties.
Een continue stroom van opdrachten.
Het is ook 1989 als op het zelfde moment de toenmalige werknemers mij voor 140.000 gulden oplichten.

Harry W. Rene W. Moniek D en Sander E hadden een plan gesmeed om als het ware een coup te plegen. Tijdens een boekhoudcontrole kwam deze oplichting aan het licht. Samen met nog enkele freelance medewerkers een onmiddellijk ontslag en in notime een nieuw team samengesteld. Paul v Vugt, een voormalige opdrachtgever van Panasonic, Niels van Hulten, Joep van Hoof en om de continue stroom van langlopende eenvoudige studiofotografie ook als fotogaaf Loet van Eijndhoven, Ed van Gennip, Pieter van der Spank en en later aangevuld door Angele de Win en Josine Willems als ondersteunende productiemedewerkers.



Nog meer medewerkers volgen als rond begin 1990 het vaste team bestaat uit 15 fulltime medewerkers. Het is dan ook in dat jaar als de eerste opdrachten voor **DAF Trucks** worden uitgevoerd. In 1991 begint een golf aan opdrachten in Europa en Amerika. Voor DAF uitgebreide tours door Nederland, Luxemburg, Italie, Spanje, Engeland/Schotland, voor **VOLVO** Portugal en **Tulip Computers** de shoot in New York en Monument Valley. Ook de jaren daarop, 1992 tot en met 1994 zijn de jaren waarop veel opdrachten in het buitenland worden gemaakt terwijl de studio in Hilvarenbeek de dagelijkse fotografie van retail klanten verzorgden. De in 1992/93 in gebruik genomen fotostudio in Best gaf ons de mogelijkheid alle mogelijke en onmogelijke foto’s van en voor **DAF Trucks** te maken. Uniek in Europa.

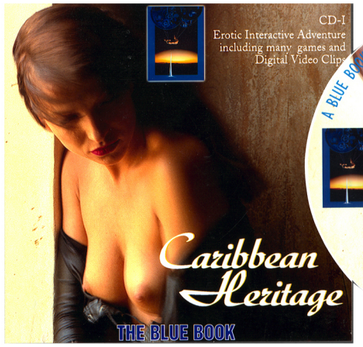
Terugkijkend naar veertig jaar te hebben gewerkt met een team van fulltime medewerkers moet ik helaas vaststellen dat de 20/80 regel ook hier van toepassing was. Slechts een gedeelte van de medewerkers blijken achteraf met de juiste instelling en betrouwbaarheid naar verwachting te hebben gewerkt.

Met name Niels van Hulten en Jean Pierre Truyens blijken door de jaren heen de enige twee medewerkers te zijn geweest waarvan ik 105% betrouwbaarheid en inzet heb kunnen vaststellen.

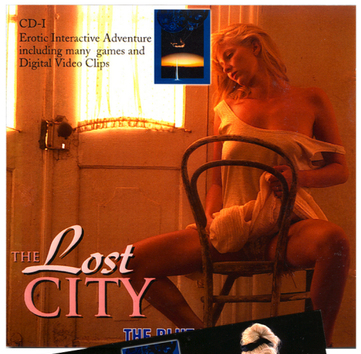
Wat niet wil zeggen dat vooral na de coup in januari 1989 we als team een geweldige tijd hebben gehad. De vele buitenlandse tours hebben hier uiteraard wel een extra steentje aan bijgedragen.

Nu zoveel jaar later...?!
Het waren medewerkers, sommige naar behoren, sommige duidelijk mindere prestaties. Maar vrienden?
Twee dus.

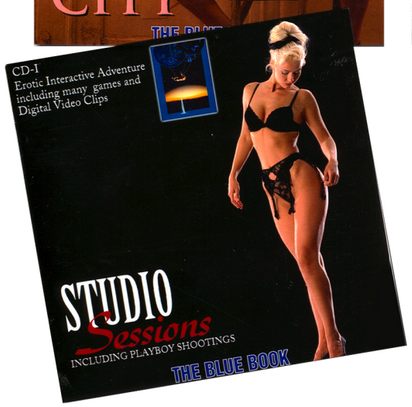












THE BLUE BOOK

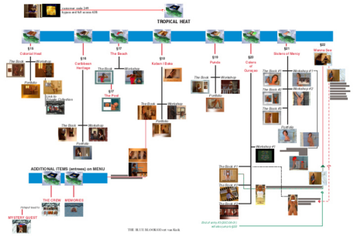


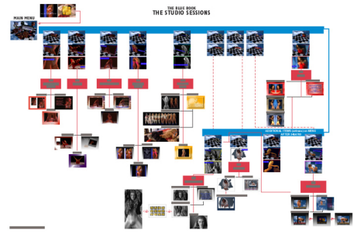
The Blue Book is een interactief erotisch fotoboek gebaseerd op de techniek van **PHILIPS CD-i** op basis van het zogenaamde 'Green Book'.

De achtergrondliggende reden voor **PHILIPS** om zich te verbinden aan een erotisch 'artikel' had zijn oorsprong in het feit dat enkele jaren eerder hun video platform VIDEO-2000 (VCC) mislukt was omdat daar geen erotische en/of adultmateriaal op vastgelegd mocht worden. Die fout wilde **PHILIPS New Media** niet opnieuw maken en via een derde partij kreeg ik budget om een aantal CD-i's te produceren wat betreft beeldmateriaal maar ook voor het maken van een onderliggend interactieve besturing.

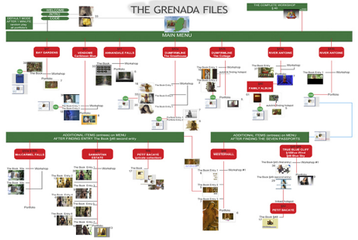
Om bekend te worden met de techniek zoals deze vastligt in The Green Book kreeg ik een cursus van 5 dagen in Reading UK bij **PHILIPS New Media** ter plaatse.

Afgezien van de fotografie, zowel in de studio als op de beide locaties in de caribbean heeft de productie van de CD-i bijna vijf jaar geduurd als dan bij **PHILIPS** wordt vastgesteld dat de techniek van CD-i inmiddels achterhaalt was.



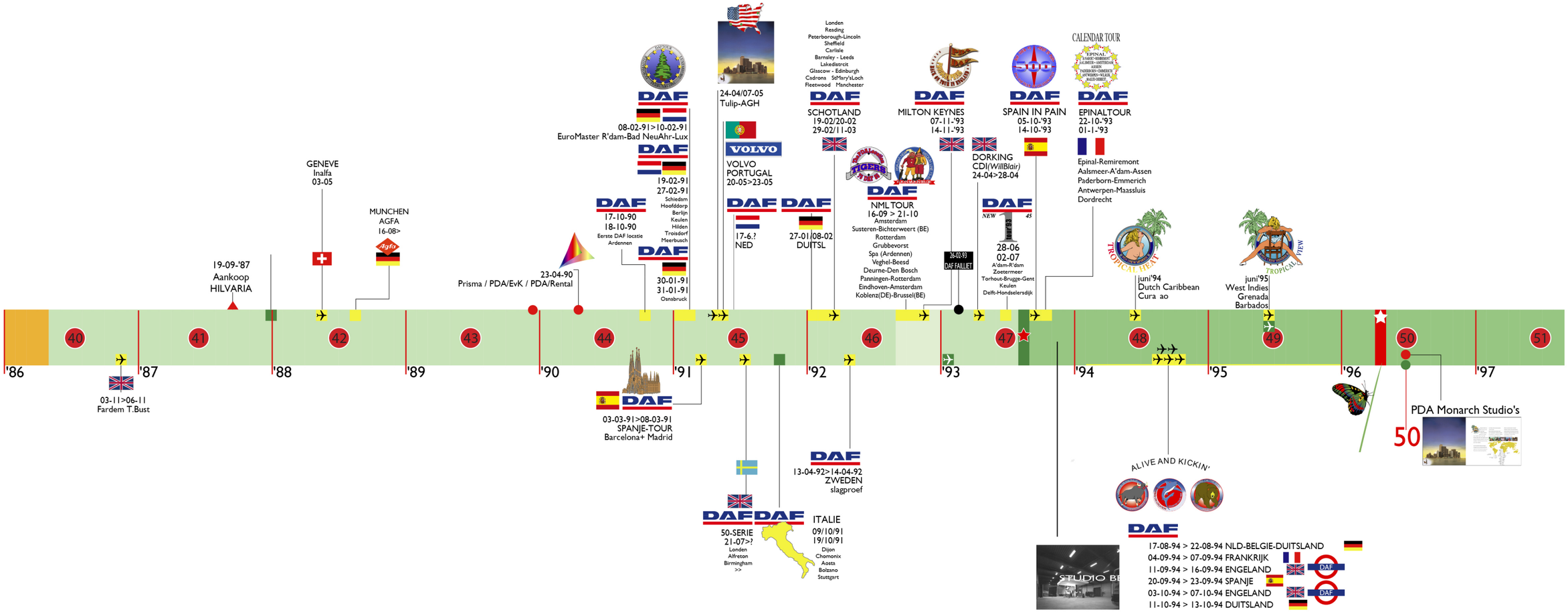


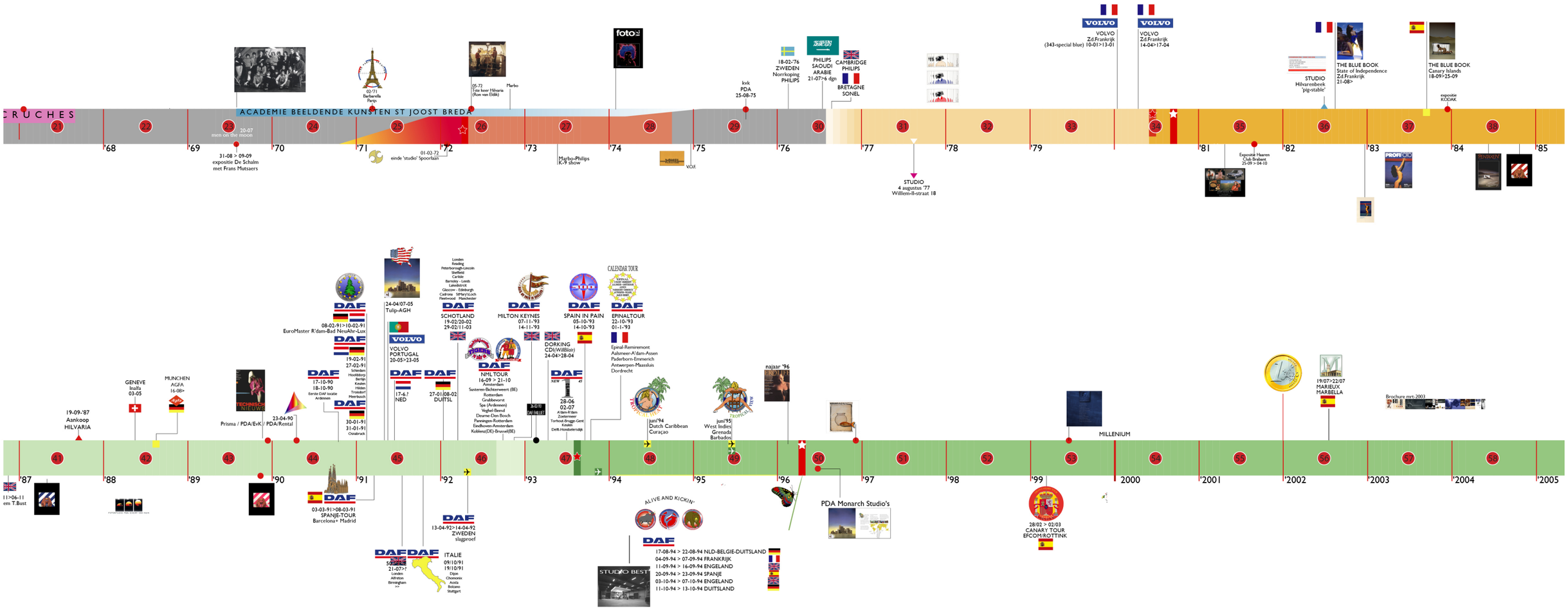
Wat blijft is dat ik de enige ben die een compleet werkende versie van de eerste disc in mijn bezit heb. De waarde is vermoedelijk 'nul' maar de 'kostprijs' enkele 'tonnen'.
Toch was het een enorme ervaring. Niet zozeer wat betreft fotografie van de vele hoofdstukken (hoewel twee keer een trip naar de caribbean waren een leuke afwisseling) maar de kennismaking met het zelfstandig ontwerpen en vormgeven was voor mij een nieuwe uitdaging. De verschillende hoofdstukken en niveaus konden bereikt worden door het oplossen van puzzels of met een handige strategie om bepaalde hoofdstukken in eerste instantie over te slaan en deze pas in een later stadium te bekijken. Soort van 'teasing'.



In alle alle facetten, fotografie én ontwerpen van de vier verschillende discs had ik volledig carte blanche gekregen. Zowel wat betreft content als programmering. Met de gaandeweg opgedane ervaring van de spelelementen werd ook de interactiviteit steeds complexer...

DE TOURS


40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
'86
'87
'88
'89
'90
'91
'92
'93
'94
'95
'96
'97
19-09-'87
Aankoop
HILVARIA
03-11>06-11
Fardem T.Bust
GENEVE
Inalfa
03-05
MUNCHEN
AGFA
16-08>
23-04-90
Prisma / PDA/EvK / PDA/Rental
08-02-91>10-02-91
EuroMaster R'dam-Bad NeuAhr-Lux
19-02-91
27-02-91
Schiedam
Hoofddorp
Berlijn
Keulen
Hilden
Troisdorf
Meerbusch
30-01-91
31-01-91
Osnabruck
17-10-90
18-10-90
Eerste DAF locatie
Ardennen
03-03-91>08-03-91
SPANJE-TOUR
Barcelona+ Madrid
24-04/07-05
Tulip-AGH
VOLVO
PORTUGAL
20-05>23-05
17-6.?
NED
27-01/08-02
DUITSL
50-SERIE
21-07>?
Londen
Alfreton
Birmingham
>>
13-04-92>14-04-92
ZWEDEN
slagproef
ITALIE
09/10/91
19/10/91
Dijon
Chamonix
Aosta
Bolzano
Stuttgart
Londen
Reading
Peterborough-Lincoln
Sheffield
Carlisle
Barnsley - Leeds
Lakedistrcit
Glascow - Edinburgh
Cadrona StMary'sLoch
Fleetwood Manchester
SCHOTLAND
19-02/20-02
29-02/11-03
NML TOUR
16-09 > 21-10
Amsterdam
Susteren-Bichterweert (BE)
Rotterdam
Grubbevorst
Spa (Ardennen)
Veghel-Beesd
Deurne-Den Bosch
Panningen-Rotterdam
Eindhoven-Amsterdam
Koblenz(DE)-Brussel(BE)
26-02-93
DAF FAILLIET
MILTON KEYNES
07-11-'93
14-11-'93
DORKING
CDI(WillBlair)
24-04>28-04
28-06
02-07
A'dam-R'dam
Zoetermeer
Torhout-Brugge-Gent
Keulen
Delft-Hondselersdijk
SPAIN IN PAIN
05-10-'93
14-10-'93
CALENDAR TOUR
EPINALTOUR
22-10-'93
01-1-'93
Epinal-Remiremont
Aalsmeer-A'dam-Assen
Paderborn-Emmerich
Antwerpen-Maassluis
Dordrecht
juni'94
Dutch Caribbean
Cura ao
juni'95
West Indies
Grenada
Barbados
ALIVE AND KICKIN'
17-08-94 > 22-08-94 NLD-BELGIE-DUITSLAND
04-09-94 > 07-09-94 FRANKRIJK
11-09-94 > 16-09-94 ENGELAND
20-09-94 > 23-09-94 SPANJE
03-10-94 > 07-10-94 ENGELAND
11-10-94 > 13-10-94 DUITSLAND
PDA Monarch Studio's
50



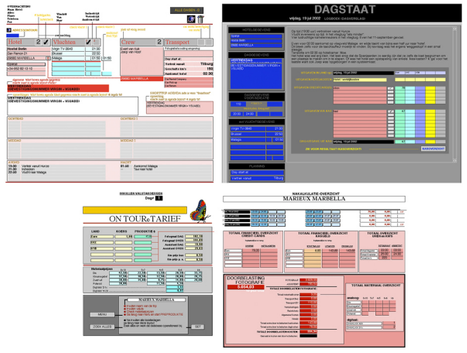
CRUCHES
ACADEMIE BEELDENDE KUNSTEN ST JOOST BREDA
20-07 men on the moon
31-08 > 09-09 expositie De Schalm met Frans Mutsaers
02-71 Barbarella Parijs
05-72 Tote keer Hilvaria (Ron van Eldik)
Marbo
01-02-72 einde 'studio' Spoorlaan
Marbo-Philips K-9 show
V.O.F.
kvk PDA 25-08-75
18-02-76 ZWEDEN Norrkoping PHILIPS
PHILIPS SAOUDI ARABIE 21-07>6 dgn
CAMBRIDGE PHILIPS
BRETAGNE SONEL
STUDIO 4 augustus '77 Willem-II-straat 18
VOLVO Zd.Frankrijk (343-special blue) 10-01>13-01
VOLVO Zd.Frankrijk 14-04>17-04
STUDIO Hilvarenbeek 'pig-stable'
THE BLUE BOOK State of Independence Zd.Frankrijk 21-08>
THE BLUE BOOK Canary Islands 18-09>25-09
expositie KODAK
Expositie Haaren Club Brabant 25-09 > 04-10
19-09-'87 Aankoop HILVARIA
GENEVE Inalfa 03-05
MUNCHEN AGFA 16-08>
Prisma / PDA/EvK / PDA/Rental
23-04-90 PDA/Rental
08-02-91>10-02-91 EuroMaster R'dam-Bad NeuAhr-Lux
19-02-91 27-02-91 Schiedam Hoofddorp Berlijn Keulen Hilden Troisdorf Meerbusch
17-10-90 18-10-90 Eerste DAF locatie Ardennen
30-01-91 31-01-91 Osnabruck
24-04/07-05 Tulip-AGH
VOLVO PORTUGAL 20-05>23-05
17-6.? NED
27-01/08-02 DUITSL
Londen Reading Peterborough-Lincoln Sheffield Carlisle Barnsley - Leeds Lakedistrict Glascow - Edinburgh Cadrona Sirfary/Loch Fleetwood Manchester
SCHOTLAND 19-02/20-02 29-02/11-03
NML TOUR 16-09 > 21-10 Amsterdam Susteren-Bichterweert (BE) Rotterdam Grubbevorst Spa (Ardennen) Veghel-Beesd Deurne-Den Bosch Panningen-Rotterdam Eindhoven-Amsterdam Koblenz(DE)-Brussel(BE)
MILTON KEYNES 07-11-'93 14-11-'93
DORKING CDI(Willbair) 24-04>28-04
28-06 02-07 Alden-R'dam Zoetermeer Torhout-Brugge-Gent Keulen Delft-Hondsteinsdijk
SPAIN IN PAIN 05-10-'93 14-10-'93
CALENDAR TOUR
EPINALTOUR 22-10-'93 01-1-'93
Epinal-Remiremont Aalsmeer-A'dam-Assen Paderborn-Emmerich Antwerpen-Maassluis Dordrecht
juni'94 Dutch Caribbean Curaçao
juni'95 West Indies Grenada Barbados
najaar '96
MILLENIUM
19/07>22/07 MARIEUX MARBELLA
Brochure mrt-2003
11>06-11 em T.Bust
03-03-91>08-03-91 SPANJE-TOUR Barcelona+ Madrid
13-04-92>14-04-92 ZWEDEN slagproef
ITALIE 09/10/91 19/10/91 Dijon Chomonix Aosta Bolzano Stuttgart
21-07>? Londen Alfreton Birmingham >>
ALIVE AND KICKIN'
17-08-94 > 22-08-94 NLD-BELGIE-DUITSLAND
04-09-94 > 07-09-94 FRANKRIJK
11-09-94 > 16-09-94 ENGELAND
20-09-94 > 23-09-94 SPANJE
03-10-94 > 07-10-94 ENGELAND
11-10-94 > 13-10-94 DUITSLAND
PDA Monarch Studio's
28/02 > 02/03 CANARY TOUR EFCOM/ROTTINK
'68 '69 '70 '71 '72 '73 '74 '75 '76 '77 '78 '79 '80 '81 '82 '83 '84 '85
'87 '88 '89 '90 '91 '92 '93 '94 '95 '96 '97 '98 '99 2000 '2001 '2002 '2003 '2004 '2005

ON TOUR ‘SECRET WEAPON’

Om een tour goed te laten slagen is een uitgebreide voorbereiding nodig. In eerste instantie ging dat, zoals bij de meeste mensen, door zoveel mogelijk te noteren, te printen en hopen dat je de verlangde gegevens ook op het juiste moment kunt terugvinden. Reden waarom Niels, medewerker op de studio met de meeste digitale ervaring al in de 1991, zeker wat programmeren betrof, met mij samen tot een oplossing kwamen voor het ontwerpen van een database waarin per dag alle relevante gegevens werden genoteerd en op elk moment verzameld konden worden weergeven in een vorm die nodig was.



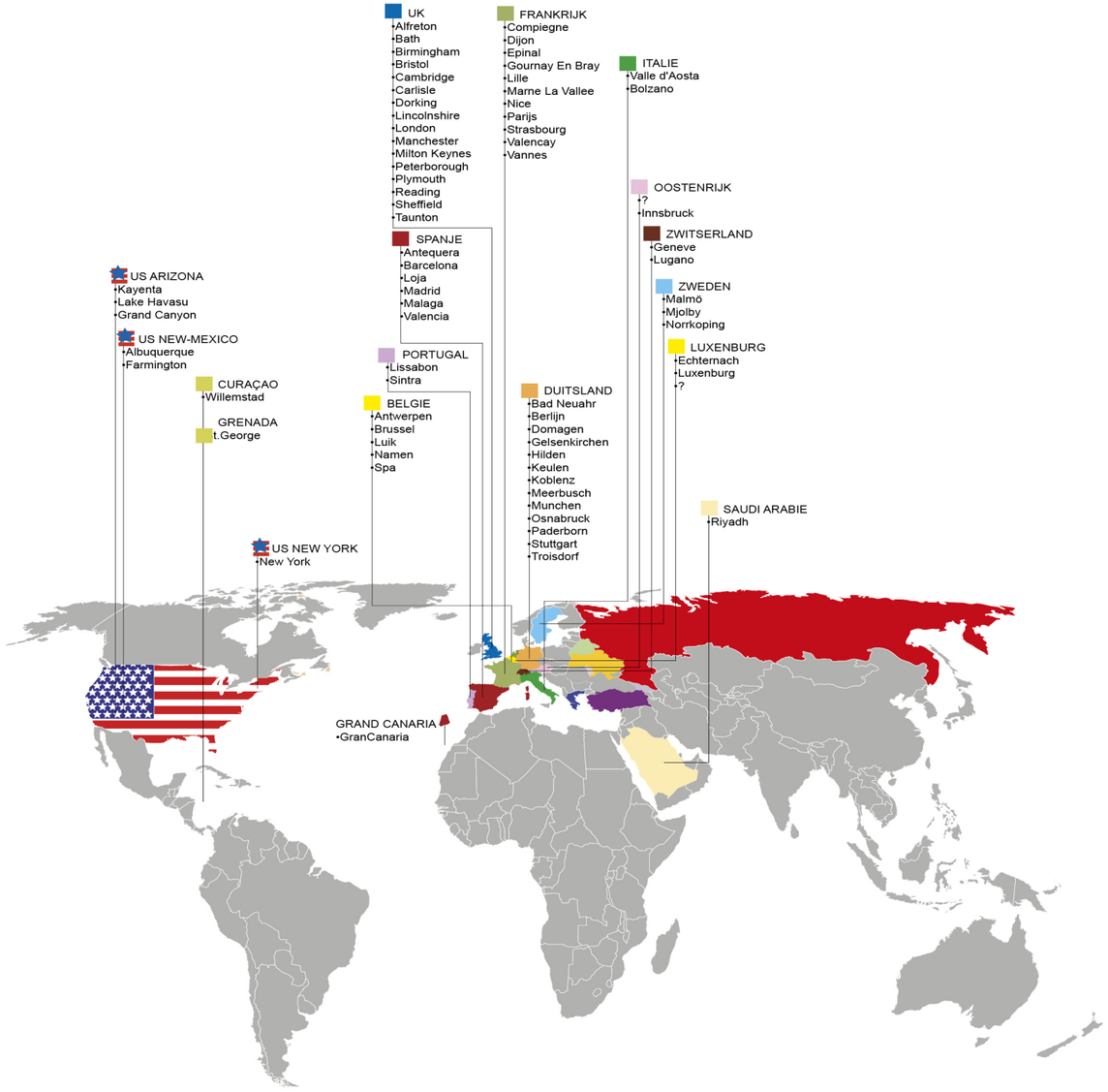
Dagelijkse planning gekoppeld aan uitgaven en noteren van gebruikte materialen, uren verantwoording alsmede duidelijk overzichten van eventuele vluchten en transporten. Hotelbevestigingen maar ook carnet met alle gegevens van de apparatuur die mee was. Kortom het ei van columbus. Omdat in eerste instantie voorbereidingen zoals vluchten en hotelbookingen gedaan werden door DAF Trucks via het Philips reisbureau ging dat bij de eerste tour al verkeerd. Nog afgezien dat veel gegevens waar wij juist dringend behoefte aan hadden niet beschikbaar waren.
Mijn voorstel om dat intern door de studio voor te bereiden inclusief boeken van vluchten, transporten en hotelovernachtingen werd van harte geaccepteerd ondanks dat de kosten hiervoor, twee maal een dagtarief in rekening werd gebracht.



In de loop der jaren is de database steeds verder ontwikkeld en aangepast aan speciefieke wensen.
De database, On Tour inmiddels versie 6.1, verzekerde mij dat elke tour, elke complexe trip alle informatie gaf op het moment dat deze nodig was.
Tijdens een tour werden additionele gegevens alsmede verloop van de werkzaamheden vanaf dag tot dag op locatie op een laptop bijgewerkt.

Eenmaal terug op de studio kon snel een accurate uitdraai van alle gegevens worden uitgeprint. Samen met een urenverantwoording gekoppeld aan vooraf ingevoerde uurprijzen voor fotografie en assistent, overzicht van gemaakte kosten voor dagverblijf en hotelkosten. Alsmede transportkosten. Ook omdat aangepaste draaiboeken ook op locatie konden worden geprint had elke teamlid duidelijke informatie van dag tot dag.

Ik denk zelfs dat anno 2021 weinig fotografen of productiemensen een vergelijkbaar systeem in bedrijf heeft.
Het heeft mij, lees ons, altijd een soort van betrouwbare ruggesteun gegeven én een verantwoording naar de klant toe hoe een opdracht, tour, verlopen is.



1991 VOLVO PORTUGAL SHOOT

Veertig tours in veertig jaar fotografie. Niet mooi verdeeld door de jaren heen want de meeste buitenlandse opdrachten met mijn team vielen in de eerste vijf jaar van 1990 tot en met 1995. Gedomineerd door **DAF** Trucks maar ook afgewisseld met **VOLVO CAR**, Tulip Computors shoot in Amerika en tweemaal een tour in de caribbean voor The Blue Book. En dan valt wat mij betreft echt één tour boven alle andere uit.

De shoot in Portugal in 1991 voor **VOLVO CAR**. De reden is de samenstelling van het team alsmede de ongedwongen manier waarop we de opnamen konden maken. Ok... de luxe van ons hotel, Tivoli Palácio de Seteais is daar ook wel debet aan.
Het team, Ruud van Moorsel als verantwoordelijke voor **VOLVO CAR** met Niels en Joep als ondersteuning van de studio was de beste combinatie denkbaar.... De onderliggende verhouding, opdrachtgever en medewerkers kan wel eens tot frictie leiden bij een buitenlandse tour maar juist in deze tour was daar niet het minste merkbaar van.

Zowel tijdens de shooting dagen als nu, zoveel jaar later als ik dit schrijf, leek het ondanks de verantwoordelijkheid om met een geweldig resultaat 'thuis te komen' als een soort vakantie met vrienden. Beter kan ik het niet omschrijven. Het was en is naar mijn mening, maar ook volgens die van Ruud én Niels die ik hier onlangs over sprak, een geweldige ervaring voor allen.
Tijden zoals deze tour zullen, mede door de verandering in de tijd maar ook door de enorme verandering van nieuwe fotografische technieken nooit meer terugkeren zoals weleer.
Deze shoot was in al zijn facetten uniek.







Flarden. Nu het boek klaar is wat mij betreft ook precies wat het woord inhoudt.

Achtenvijftig (spread) pagina's met flarden uit mijn verleden als fotograaf en enkel beperkt in aantal door de mogelijkheid deze ook praktisch nog te kunnen printen.

Met de vele herinneringen, foto's en gedachten zijn deze flarden slechts een bescheiden hoeveelheid.
Immers veertig jaar fotografie op een professioneel niveau met de klanten die daar bij horen staan garant voor nog vele, vele extra 'verhalen'.

De uitdrukking is dan ook: "iedereen krijgt de klanten die hij of zij verdient" en dat wederkerig. Immers mijn klanten, mijn opdrachtgevers hebben ook bewust gekozen aan wie deze een opdracht wilde toevertrouwen. Wederkerig dus.
Kennelijk hebben we elkaar verdiend.

Een beperkt aantal flarden dus maar toch een goede doorsnede van mijn jaren als fotograaf.
Een fotostudio in eerste instantie kleinschalig begonnen na de academie en in de topjaren jaren '90 een kleine organisatie met op enig moment 15 medewerkers om alles perfect uit te kunnen voeren.

Fotograaf ja, maar misschien toch anders....

DAF INTERNATIONAL • VOLVO CARS • BMW • FERRARI • MAZDA • GENERAL MOTORS • OPEL • PORSCHE • SKODA • VOLVO CARS SWEDEN • AUDI • VOLKSWAGEN • FIAT • NEDCAR • MAZDA • NISSAN • AMERICAN MOTORS • TOYOTA • UNITED BUS • ADVERTISING AGENCIES • NEWTON 21 • EPSILON • AGH ADVERTSING • MULTICOM TWBA • KELDERMANS • STRATMORE • PUBLI-7 • VAN JAARSVELD FONTEIN • INTERMARCO FARNER • NO TOMATO • NADWORKS • BUST KREATIEVE DIENSTEN • TWO'S COMPANY • STRATICS • HVR • SAATCHI & SAATCHI • PUBLICIS (FCB PRAD) • BENTON & BOWLES • STRATING • PMSvW • LENTING & VAN ETTEN • OGILVY & MATHER • HOOGSTEDER COMMUNICATIE • BDO • MILLER & MELLAART • KSM • SIYW BELGIUM • INTERNATIONAL POSTER DESIGN • VERMEER THEATERMAKERS • AVANT ART • SCANDECOR • RETAIL • MARS • JANSEN GIETVLOER • TOP • ATLANTIA • TUPPERWARE • REDEKER • KEURKOOP • EDAH • BP • PHILIPS INTERNATIONAL • BEAMIX • MUTSY • AGFA • KODAK • FUJI • TRISTAR • MARFAX • AXON • VERBUNT • DMV CAMPINA • GOOSSENS • ALLIED SPIRITS & WINES • HAAGTECHNO • RABO BANK • AVA COOLING • ORANJEBOOM • DE STER • PON • NAFFA • HYSTER • VAN BESOUW • DSM • BOSCH SECURITY SYSTEMS • LANDE DESIGN • INTERBREW • HAANS • AUSTRALIAN HOMEMADE • PLAYBOY • • FLUKE • BONGRAIN • VICTORIA BRONWATER • LOOZA • VERENIGDE BIERBROUWERIJEN BREDA ROTTERDAM • SKOL BIER • DRIE HOEFIJZERS • RIDDER BIER • LUTKIE CRANENBURG • HETZEL INTERNATIONAL • SHELL • RELATED CLIENTS • LEGO • TOMADO • PATISSE • MIELE • SODACLUB • KUB • MINOLTA • MATTEL • HOLLANDIA • INTRATUIN • INTERPOLIS • BRAUN • TOYS-R-US • CANON • TEFAL • BOLITH • POLAROID • ROTTINK • STILTON • LABEL TRAVEL • BODIN • DAUB • BATA • SCHELLEVIS • OPTIFLOOR • MUTSY • READSHOP • HINE • TREFFINA • MEEUS • PROVINCIE NOORD- BRABANT • KOSTER KEUNEN • KONINKLIJKE OLLAND • RUFUS • HOMMERSON • DE DRIE MOLLEN • BOLITH • ULTRAVIT • CIBAVISION • VAN MELLE • HEINEKEN • GUINNESS • CARLSBERG • MOSA • FARDEM • STELTON • UNOX • STILO • VD VALK HORECA • PANASONIC • TECHNICS • B&O AUDIO • MASCOTTE • COCA COLA • PATURAIN • ST MORET • KAHLUA • VICTORIA BRONWATER • LOOZA • VERENIGDE BIERBROUWERIJEN BREDA ROTTERDAM • SKOL BIER • DRIE HOEFIJZERS • RIDDER BIER • LUTKIE CRANENBURG • HETZEL INTERNATIONAL • SHELL • PANASONIC • BAVARIA BIER • VAN DE VALK HORECA • OTTO • TOY'S R US • HYSTER EUROPE • PATURAIN • EURETCO • MOSA • en vele anderen





Iedereen heeft een boek in zich... dit is mijn verhaal.

‘Flarden’. Van een ‘echt verhaal’ is geen sprake.
Dat dekt de lading van mijn boek immers niet.

Flarden is wat het is... een boek met herinneringen. Herinneringen aan mijn tijd als professioneel fotograaf. Van mijn eerste herinneringen, waar mijn drang naar creatie op gebaseerd is en mijn visie hoe ik deze door middel van een camera vorm heb kunnen geven.

Het is wat het is. Niet meer maar ook niets minder. Zoals ook mijn leven op moment dat ik dit schrijf ...
Veertig jaar actief als conceptueel reclamefotograaf. Flarden is voor mij een afscheid van die hectische periode in mijn leven als fotograaf en geeft wellicht een inzicht hoe ik die keuzes maakte. Bewust niet aan de verleiding van consument gerichte opdrachten toe te geven. Steeds doelgericht in mijn keuzes met betrekking tot opdrachtgever en de mate waarin ik mijn visie in een opdracht kon vertalen.

Steeds getracht mezelf in elk opzicht te verbeteren, steeds getracht met een nieuwe aanpak of inzicht mijzelf te verbazen als blijkt dat de gekozen weg de juiste was. Altijd met de opname ‘in mijn hoofd’ als leidraad.

Flarden is in die zin geen ‘echt’ boek. Het is een verzameling van uitgewerkte post-it stickers met typische anekdotes van herinneringen. Niets meer. Niets minder.

Evert van Kuik
© 2021

flarden

flard•en

flard (de; v(m); meervoud flarden)
willekeurig gedeelte, bv. van een gesprek