



DUTCH MEDIA WEEK OVER INNOVATIE

HOE REMOTE WERKEN DE INDUSTRIE VERANDERT

Begin oktober vond Dutch Media Week plaats, hét mediafestival van Nederland.

Op maandag 3 oktober was 'Innovatie' het overkoepelende thema en werd tijdens een talkshow o.a. gesproken over hoe remote werken de media-industrie verandert. Wij legden onze oren graag te luisteren tijdens een gesprek tussen Alexander Draaijer (Splashtop), René Delwel (EMG) en Dennis Kleyn (Planet X).

Foto's Feike Faase Fotografie

Op de eerste dag van Dutch Media Week draaide het allemaal om innovatie. Er waren de hele dag lezingen en workshops die konden worden bijgewoond en op het Media Expoplein toonden bedrijven welke nieuwigheden zij te bieden hebben. Wijzelf volgden de talkshow die plaatsvond op de Orange Stage in Beeld & Geluid in Hilversum. Onder leiding van Monique van Dusseldorp ging het aan tafel over hoe de mogelijkheid tot 'remote' werken de media-industrie aan het veranderen is. En al veranderd heeft, natuurlijk. Dussel-

dorp kreeg aan tafel gezelschap van drie heren die op dat gebied van watten weten: Alexander Draaijer van Splashtop, René Delwel van EMG en Dennis Kleyn van visual effects studio Planet X.

ALLES OP AFSTAND

Op zich is 'working remotely' niet eens zo nieuw. Je hebt in de wereld van contentcreatie altijd al te maken gehad met distributie en met het feit dat verschillende teams op verschillende plekken aan verschillende fases van een project werken. "In essentie

wordt dat dus al lang gedaan en is het feitelijk zelfs het hart van de industrie”, zo luidde Monique Dusseldorp het gesprek in. “Samenwerken op verschillende momenten en verschillende plekken. Maar sinds een paar jaar kan echt alles op afstand. De complete keten is digitaal, dus we kunnen mensen en hun expertises combineren, waar ze dan ook zijn.”

DIGITALE NOMADS

Het Amerikaanse bedrijf Splashtop, waarvan de aangeschoven Alexander Draaijer General Manager EMEA is, maakt eenvoudig gezegd software waarmee creatives op afstand toegang hebben tot hun krachtige devices. Bijvoorbeeld voor video-editing, game development of video/audio sync, vanaf welke locatie dan ook. Extra populair geworden tijdens de pandemie, maar ook daarvoor al wereldwijd in gebruik. Grote partijen als Nintendo, CBS, Sony Pictures, NBC en FOX zijn overtuigd en maken graag gebruik van de oplossingen van Splashtop. “Mede door de pandemie is het heel hard gegaan”, vertelde Draaijer zelf. “Satya Nadella, CEO van Microsoft, zei al dat zij in de eerste twee maanden van de pandemie een digitale transitie hebben doorgemaakt waar ze anders twee jaar over hadden gedaan. Mensen nemen op basis daarvan ook andere beslissingen en zijn bijvoorbeeld meer naar zaken als cost of living gaan kijken. Je hebt digital nomads die vanaf zowat elke plek op de wereld kunnen werken. Ik zie mezelf ook wel vanuit een zonnig Portugal werken met onze oplossingen.”

INGEBURGERD

Ook bij visual effects studio Planet X bracht de pandemie verandering. Het bedrijf is gevestigd in Amsterdam en maakt visual effects voor films en series. Onder de naam ReadySet Studio's zijn de effectenmakers tegenwoordig ook bezig met in-camera visual effects. “De pandemie veranderde alles”, vertelde creative director Dennis Kleyn. “Bij het maken van visual effects werk je intensief samen en zit je veel met meerdere mensen achter een scherm. Je overlegt, wijst dingen aan. Door de pandemie veranderde dat. Het samenwerken ging vanuit huis en dat proces

moest dus opnieuw ingericht worden. Dat vroeg heel wat meer management. Het was een enorme switch, ook qua mindset, maar het ging wel. Toch vinden we het nog steeds veel fijner als mensen echt samen zijn op de vloer. We merken ook dat de mensen zelf graag naar de studio komen. Er is menselijk contact en je kan soms aan een opgetrokken wenkbrauw al zien wat een ander ergens van vindt. Maar het werken op afstand is wel veel makkelijker geworden. Technisch natuurlijk, maar ook omdat het ingeburgerd is geraakt. Mensen kijken niet meer raar op als je voorstelt een meeting per video te doen en bedrijven zijn er in de afgelopen jaren ook op ingericht dat het allemaal kan.”

VERSCHIL

Bij EMG, facilitaire partij die middels crew en materialen zorgdraagt voor alle techniek op het gebied van recording en distributie van audio en video, wordt op verschillende manieren gewerkt. “We doen veel remote, maar zitten ook in de allergrootste live events, waarbij het toch net even anders werkt”, zei René Delwel (directeur EMG Nederland). “Voor de mensen die in de grote events zitten, is het eigenlijk een way of living. Ze gaan allemaal naar locatie, rollen daar de kabels uit en gaan met zijn allen aan de slag. Het is wel heel wat anders of je zo bijvoorbeeld de Rolling Stones op Cuba registreert, of vanuit een studio het Journaal doet. Maar je kan niet altijd overal maar naar toe. Neem bijvoorbeeld de studio van de Postcode Loterij in Amsterdam. Die moet zo groen mogelijk zijn. Er zijn daar in basis drie bemande camera's, de overige tien camera's worden vanuit Hilversum bediend. De regisseur en technische crew zitten ook in Hilversum.” Het maakt soms ook wel degelijk een verschil of je wel of niet op locatie aanwezig bent, gaf Delwel aan. “Ga je bijvoorbeeld naar een voetbalstadion, dan haalt de regisseur vooraf iedereen bij elkaar. De crew wordt toegesproken op het loading platform, de lucht van het gras wordt opgesnoven en iedereen wordt zo op scherp gezet. Dat maakt echt een verschil. Maar of het écht nodig is? Nee, die regisseur kan in principe overal zijn.”

VERGEMAKKELIJKEN

Splashtop ontwikkelt zoals gezegd software om anderen te helpen remote te kunnen werken, maar ook Planet X en EMG hebben zelf oplossingen bedacht om het werk te vergemakkelijken. In het geval van Planet X gaat het om Settelite, een ‘on set visual effect data wrangling tool’. “Niet zozeer voor remote werken, maar wel internationaal veelgebruikt”, verduidelijkt Dennis Kleyn. “Tijdens een shoot is er veel data die moet worden vastgelegd, waar een visual effect studio naderhand mee moet kunnen werken. Er was niet echt een oplossing waarmee dat goed te managen was, dus zijn we dat tien jaar geleden zelf gaan ontwikkelen. Eerst voor onszelf, maar nu is het zo'n beetje een standaard geworden. We merkten pas hoe groot het werd toen we werden gebeld door partijen als Paramount en Apple, die vroegen hoe veilig het allemaal is. Dat was wel even een wake up call.”

BUTLERS

EMG heeft in oktober de nieuwe tool ‘Butlers’ gelanceerd, volgens Delwel ook mede voortgekomen uit de pandemie. “Mensen zaten ineens niet meer fysiek samen achter de editset. Toch moet je op een of andere manier ook dan het overzicht kunnen houden. Waar zitten we in het proces? Waar zijn alle gegevens? Zitten we niet onnodig op elkaar te wachten? Daar hebben we een tool voor ontwikkeld, waar onze klanten nu efficiënter mee kunnen werken op ons netwerk. Het is echt een samenwerkingstool, voor ons en onze klanten.” Het platform past bij de visie van EMG, waarbij altijd wordt gestreefd naar een efficiënte workflow en alle partijen optimaal verbonden, geïnformeerd en in control zijn. Daarmee biedt EMG klanten een oplossing om de beste mediaproducties te realiseren, binnen budget en deadlines.

COMMUNITY

De ontwikkelingen in de branche gaan sowieso snel, beaamde het drietal aan tafel. “In ons vakgebied is op dit moment virtual production heel erg in opkomst”, gaf Dennis Kleyn aan. “Een interessante manier om niet je mensen ergens naartoe te brengen, maar meer om de scenery naar je >

WELCOME THE WORLD



THE AG SERIES.

Live streaming has become an indispensable form of entertainment for people, and its content and streaming style are becoming increasingly diverse. Our 2nd generation of the AG Series offers a wide range of products that will appeal to any of these needs.

Simple and intuitive operation. Flexible connectivity and loopback function. High quality sound and zero latency DSP Effects. Bundled with powerful software. **Your audience awaits.**

studio te halen met behulp van ledscreens. Je kan dan bijvoorbeeld zelfs complete settings bouwen in Amsterdam, maar uiteindelijk in een studio aan de andere kant van de wereld opnemen. Ook de ontwikkelingen van artificial intelligence zijn voor ons interessant. Op dat vlak zie je letterlijk elke week nieuwe dingen gebeuren." Alexander Draaijer gaf aan dat ook daar een verandering heeft plaatsgevonden: "Zodra er maar iets nieuws verschijnt zijn er mensen over de hele wereld die het compleet gaan testen en ervaringen met elkaar uitwisselen. De wereld is in dat opzicht ontzettend klein geworden, het is eigenlijk één grote community."

AUGMENTED REMOTE SUPPORT

Bij Splashtop gaat het ook qua ontwikkelingen om twee productielijnen, gaf Alexander Draaijer nog aan. Naast de high performance remote access, is er namelijk ook de support. "Het gaat daarbij niet alleen om IT-support. Als iets niet werkt op locatie, dan is het soms fijn als een tweede paar ogen even meekijkt. Daarvoor hebben we augmented remote support gerealiseerd", vertelde hij. "De persoon op de vloer kan bijvoorbeeld via zijn mobiele telefoon eenvoudig iemand op afstand laten meekijken. Bijvoorbeeld of kabels goed zijn aangesloten. Dat kan in 3D, met object tracking en camera." Problemen worden zo volgens Splashtop vijftig procent sneller opgelost. Technici kunnen vanaf hun eigen plek meerdere locaties ondersteunen en met hun hulp kan niet-technisch personeel eventuele problemen zelf oplossen.

KLEINE WERELD

De conclusie aan tafel luidde al met al dat de wereld door alle technologische ontwikkelingen nog kleiner is geworden dan 'ie al was. Remote werken is makkelijker geworden en brengt nieuwe mogelijkheden met zich mee, maar is niet altijd de heilige graal. "Voor studio-programma's en qua postproductie kan het allemaal al redelijk eenvoudig, maar grote live events zijn nog wel andere koek", besloot René Delwel. "Kijk alleen al naar de hoeveelheid data die daarmee gemoeid is. En dat in een live situatie, waarbij elke fout eigenlijk fataal is. Daar zit echt nog wel een verschil." <



Mediasector presenteert innovatieagenda

Tijdens Dutch Media Week heeft de gezamenlijke Nederlandse mediasector een gezamenlijke innovatieagenda gepresenteerd. Arno Otto van Talpa Network is een van de drijvende krachten achter de innovatieagenda. Hij gaf een overzicht van de belangrijke ontwikkelingen in de media die de mediabedrijven dwingen tot samenwerking. De kern van zijn verhaal: het internet is stuk. "We moeten van een centraal naar een decentraal web, waarbij gebruikers weer de controle hebben over hun eigen data."

Minister Micky Adriaansens van Economische Zaken is blij met de innovatieagenda die door de mediasector is opgesteld. "Wat goed dat er door zoveel partijen aan is gewerkt. Het is een unieke samenwerking tussen publieke en private partijen. Samen werken ze aan een mediasector die klaar is voor de toekomst. Adriaansens gaf via een videoboodschap een reactie op het aanbieden van de innovatieagenda tijdens een bijeenkomst van media-CEO's in Beeld & Geluid.

Een van de belangrijkste punten in de agenda is een plan voor decentrale data-opslag. Iedere Nederlander zou een persoonlijke datakluis moeten krijgen waarin gegevens over onder meer mediagebruik zijn opgeslagen. Alleen de gebruiker heeft de 'sleutel' van die kluis. De mediabedrijven willen samen kennis ontwikkelen om oplossingen te vinden voor de grote uitdagingen voor de mediasector. Data en privacy is er daar een van. Het opzetten van een decentrale data-infrastructuur met datakluisen vraagt schaal en massa en daarmee deelname van alle mediabedrijven. De decentrale data-aanpak kan ook versnellend werken voor andere sectoren, zoals de zorg. Daarvoor is slagkracht nodig in onderzoek en ontwikkeling. Om te komen tot een persoonlijke datakluis moet ontwikkeling plaatsvinden van infrastructuur, governance, services en datatools, waaronder gedecentraliseerde AI. Dit is allemaal onontgonnen terrein en vraagt onderzoek, ontwikkeling en experiment.

Pijlers

De innovatieagenda kent drie pijlers: naast 'decentrale data' zijn dat 'nieuws en informatie' en 'content en productie'. De pijler 'nieuws en informatie' concentreert zich onder meer op mogelijkheden om desinformatie te bestrijden. Daarnaast zijn het behoud van het vertrouwen in de journalistiek en aansluiting bij doelgroepen als jongeren belangrijke onderwerpen. Bij content en productie gaat het vooral om technologie. Zo is volgens de innovatieagenda het niveau van Nederlandse taalherkenning te laag. Dat kan omhoog door het gebruik van AI en daar zou dus in moeten worden geïnvesteerd. Ook wil de mediasector inzetten op het creëren van virtuele en immersive content onder meer voor de Metaverse.