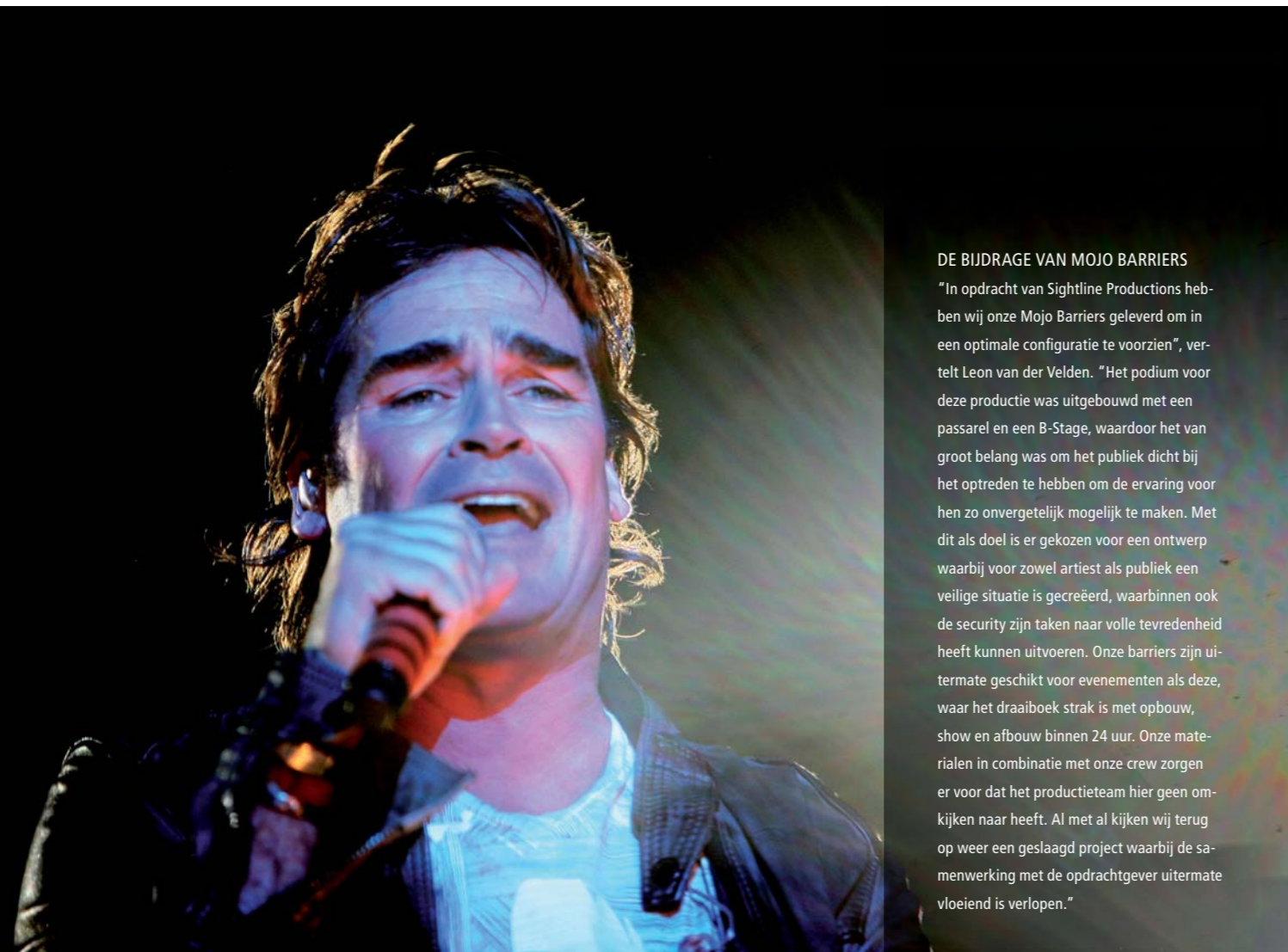


De Beren eetcafés vierde het 25-jarige bestaan van de restaurantketen meer dan uitbundig. Wat begon als een bedrijfsfeest, werd gaandeweg een volwaardige artiestenparade in Ahoy', met een dikke 8000 mensen als publiek en onder andere René Froger, Lee Towers en Nick en Simon als grote namen op de bühne. Ook productietechnisch gezien loog het er niet om, zo blijkt uit een gesprek met Paul Wolf (directeur Rocket Events) en Ivonne Frans (projectmanager Rocket Events) en Gert-Jan Schreuder (Sightline). "Zeker in deze tijden getuigt het van veel lef wanneer je als onderneming zo'n concert durft te geven", aldus Paul Wolf.

Fotografie: Picabello

DE BEREN EETCAFÉS LIVE IN AHOY'



DE BIJDRAGE VAN MOJO BARRIERS

"In opdracht van Sightline Productions hebben wij onze Mojo Barriers geleverd om in een optimale configuratie te voorzien", vertelt Leon van der Velden. "Het podium voor deze productie was uitgebouwd met een passarel en een B-Stage, waardoor het van groot belang was om het publiek dicht bij het optreden te hebben om de ervaring voor hen zo onvergetelijk mogelijk te maken. Met dit als doel is er gekozen voor een ontwerp waarbij voor zowel artiest als publiek een veilige situatie is gecreëerd, waarbinnen ook de security zijn taken naar volle tevredenheid heeft kunnen uitvoeren. Onze barriërs zijn uitermate geschikt voor evenementen als deze, waar het draaiboek strak is met opbouw, show en afbouw binnen 24 uur. Onze materialen in combinatie met onze crew zorgen er voor dat het productieteam hier geen omkijken naar heeft. Al met al kijken wij terug op weer een geslaagd project waarbij de samenwerking met de opdrachtgever uitermate vloeierend is verlopen."

Rocket is een bedrijf dat inmiddels bijna 28 jaar bestaat. Ooit begonnen met Peter Koelewijn, Ludo Voeten en John de Mol, waarvan een paar jaar later alleen Ludo Voeten overbleef. Hij heeft het bedrijf verder opgestart en het laten groeien tot wat het nu is: een groot bedrijf waaronder een aantal afdelingen hangt, met meerdere aandeelhouders. Zo is er een tak die zich bezighoudt met het management en de boekingen van artiesten als Frans Bauer, René Froger, Lee Towers, Hans Klok en Jeroen van der Boom. Andere tak van het bedrijf is Rocket Productions. "Daarmee doen we grote producties, zoals de Toppers in de Arena", legt Paul Wolf uit. "Ook hebben we bijvoorbeeld nog de tak Rocket Events, dat alle bedrijfsevenementen organiseert." Bij die tak kwam de aanvraag voor 'De Beren eetcafés Live in Ahoy' binnen. Er was enige overlap, omdat het feitelijk begon als een bedrijfsevenement, maar de plannen uiteindelijk zo groots werden dan het tot een volwaardig (publieks) concert uitgroeide. Wolf: "We hebben toen intern afgesproken dat Rocket Events de show inderdaad zou gaan produceren. Daar was de aanvraag bin-



nengekomen en die tak beschikt natuurlijk ook over alle knowhow waarover Rocket Productions ook beschikt."

Het is meteen één van de voordelen waarmee je te maken hebt wanneer je aanklopt bij een bedrijf als Rocket, dat van alle markten thuis is. In principe zijn de afdelingen namelijk wel gescheiden, maar ze zijn wel allemaal in één pand ondergebracht. "Intern is er een goede samenwerking", legt Ivonne Frans uit. "Stel dat wij een vraag zouden hebben over Ahoy', waar Rocket Productions ook al jarenlang actief is, dan kunnen we uiteraard gewoon bij hen terecht. Andersom geldt hetzelfde. Het gebeurt steeds vaker dat je bij concerten ook een hospitalityprogramma hebt. Dan komen zij juist bij ons terecht voor een stukje knowhow."

Rotterdamse locatie

Het traject voor de Beren eetcafés Live in Ahoy' begon zo'n beetje in oktober 2008. Rocket werd

benaderd met de mededeling dat het 25-jarig jubileum gevierd ging worden en dat het bij voorkeur in Ahoy' of zelfs stadion De Kuip moest gaan gebeuren. "Doe maar Ahoy', heb ik toen meteen gezegd. Dat leek me namelijk iets realistischer", vertelt Paul Wolf lachend. De volgende keuze die gemaakt moest worden was die tussen het sportpaleis Ahoy', of de naastgelegen grote hal. Er werd een werkbezoek gebracht en de mensen achter De Beren wilden dan toch echt voor het sportpaleis gaan. "Dat is gedurfd", benadrukt Wolf. "De hal is productietechnisch gezien goedkoper en bovendien is het daar met minder mensen (mocht de belangstelling tegenvallen) iets makkelijker tóch gezellig te maken. Het werd uiteindelijk het sportpaleis, een échte Rotterdamse locatie, die prima bij de Beren past." Vanaf dat moment was het alleen nog zoeken naar een datum.

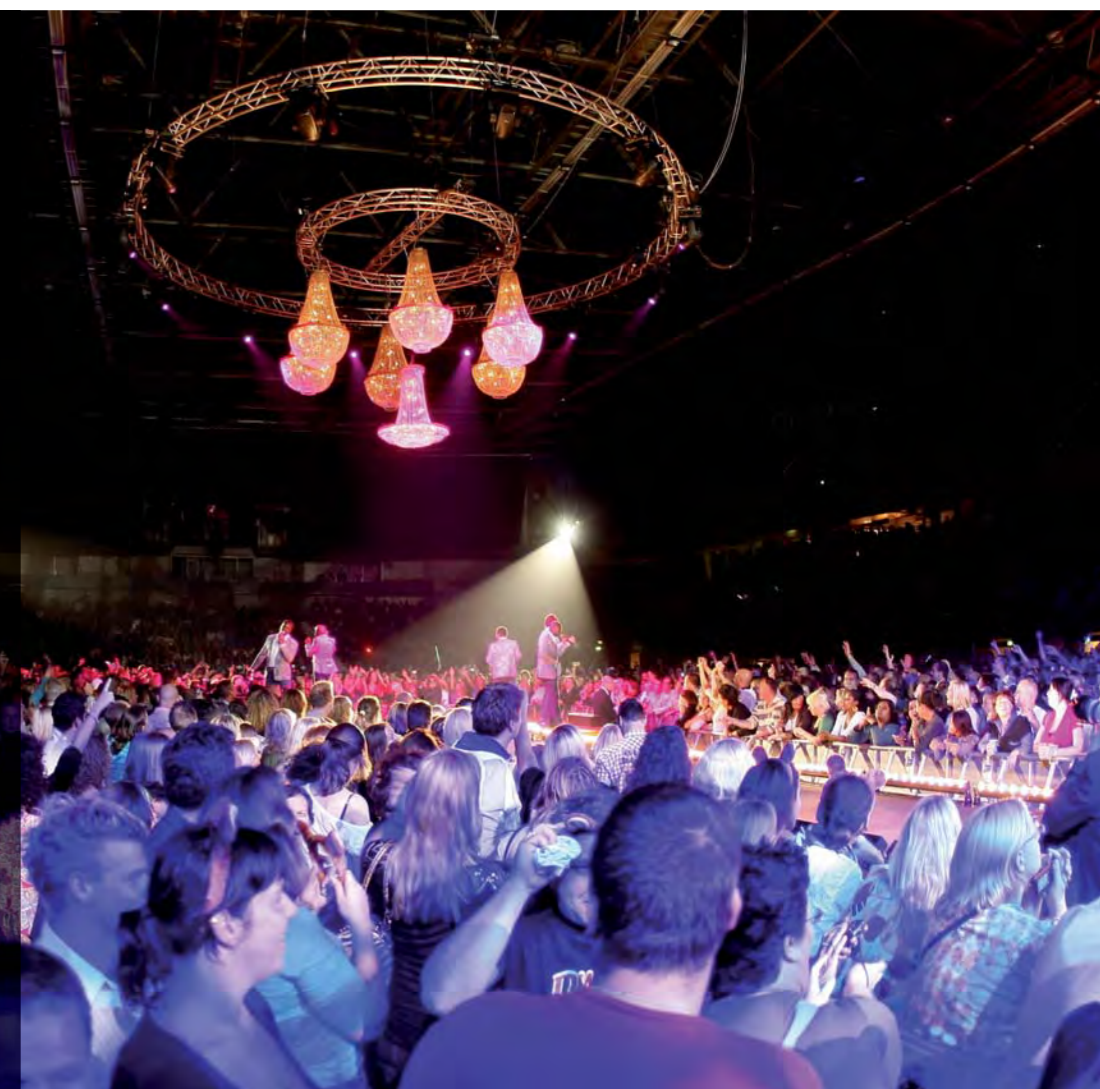
Durf

Zeker voor de huidige tijd getuigt het van veel

durf wanneer een onderneming een concert van dit formaat wil gaan organiseren. Paul Wolf: "Je praat toch over een behoorlijk bedrag dat geïnvesteerd moet worden en wat je er niet helemaal uit zal krijgen. Je weet dat het uiteindelijk geld zal gaan kosten, hoewel het natuurlijk ook heel veel goede exposure oplevert." Hoewel we praten over 'de huidige tijd' en daarmee uiteraard de recessie bedoelen, heeft het project wat dat betreft eigenlijk twee gezichten. Ivonne Frans: "De hele crisis begon eigenlijk pas gaandeweg het hele traject. Toen we begonnen was er op dat gebied nog niks aan de hand, maar toen alles definitief werd gemaakt – in januari/februari – toen zaten we er middenin. Het heeft daardoor wat langer geduurd om het hele verhaal rond te krijgen, maar voor het uiteindelijke plaatje heeft het allemaal geen consequenties gehad." Paul Wolf beaamt dat: "We hebben niet bezuinigd op decor en licht en geluid en dergelijke. We hebben de basis genomen waarmee je in Ahoy' een mooie volwaardige show neer

DE BIJDRAGE VAN KROONLUCHTERVERHUUR.NL

"Sightline Productions benaderde ons om voor De Beren eetcafés in Ahoy' echt kristallen kroonluchters te leveren", legt Michel van Dolderen uit. "Als grootste verhuurder van kroonluchters in Europa zijn wij de aangewezen partij om ook in dit soort producties kroonluchters te monteren. Samen met Gert-Jan Schreuder van Sightline hebben we gekeken naar het budget en technische mogelijkheden. Op basis van deze gegevens hebben zij gekozen voor zeven kristallen blikvangers om deze in een 'trosje' op te hangen. Uiteindelijk heeft onze crew deze samen met Sightline en Frontline in Ahoy' boven de catwalk gemonteerd. Het resultaat was verbluffend en verassend. Door de kroonluchters aan het uiteinde van de catwalk – en dicht op elkaar te monteren ontstond een fantastisch sferbeeld dat een ware toevoeging was aan het totaalbeeld van de productie en aan de sfeerbeleving van de bezoekers."





kan zetten. Natuurlijk kun je het allemaal verder uitbreiden. Je kan de ringen van Ahoy' gaan uitlichten en weet ik wat nog meer, maar dat hebben we uit budgettair oogpunt niet gedaan. Maar we wilden wel een mooi sfeerplaatje creëren in de stijl van de Beren eetcafés. Dat is uiteindelijk uitstekend gelukt, met een mooi decor als meest in het oog springende middel." De mensen van Rocket, de Beren eetcafés en het ingeschakelde Sightline zaten al snel op één lijn wat betreft het plaatje dat moest gaan ontstaan in het Rotterdamse sportpaleis. "Eigenlijk hadden ze niet eens zo zeer een plaatje voor ogen, maar wilden ze vooral dat het in de stijl van de eetcafés zou zijn", legt Paul Wolf uit. "Het moest informeel en gemoedelijk en de kleuren rood, geel en bruin moesten er vooral in naar voren komen. Wij zijn toen om de tafel gaan zitten met Sightline, waar we al heel lang klussen mee doen – ook de Toppers in de Arena bijvoorbeeld. Met hen hebben we toen een basisplan gemaakt dat door de mensen van de Beren al snel werd goedgekeurd."

Aanpassingen

Het basisplan werd uiteindelijk nog iets gewijzigd. Gert-Jan Schreuder (Sightline) voerde kleine aanpassingen door, die het geheel nog wat chiquer en toch gezelliger en gemoedelijker maakten. "Dat hebben we eigenlijk pas gedaan nadat het allerleerste basisplan al was goedgekeurd", legt hij

uit. "Omdat het plaatje er echt mooier van werd hebben we het uiteindelijk inderdaad doorgevoerd." De basisopzet was dus al naar ieders zin, maar toch werd besloten het nog net wat intiemer te maken, in de stijl van de Beren eetcafés. Schreuder: "De eerste opzet was wat strakker en moderner, met rechte doeken achter het podium en in het midden een groot geprint logo van de Beren. We hebben het wat klassieker gemaakt, door met geplooido doeken te gaan werken, waar de schermen links en rechts in kwamen te hangen. In het midden maakten we een mooie opening voor de opkomst van de artiesten. Dat kwam het plaatje echt ten goede." Opvallend was ook de grote catwalk die naar het midden van de zaal liep en die daar eindigde in een podiumpje (zeg maar de B-stage) aldaar. De catwalk was laag, zodat het publiek dichtbij de artiesten stond en boven de B-stage hingen midden in de zaal grote kroonluchters, die het intieme plaatje compleet maakten.

Efficiënt

De show vond plaats op maandag en op die dag werd ook begonnen met de opbouw, al werd op zondag alvast de pre-rigging gedaan, omdat Ahoy' toen toch leeg stond. De bouw op maandag verliep soepel, vertelt Schreuder: "Het was wel spannend natuurlijk. Het geluid kwam op maandagochtend binnen en maandagavond was het al showtime. Dat is krap, hoe je het ook wendt of keert. Maar

we hadden 16.00 uur als repetitietijd staan en dat hebben we gehaald. Dat kon ook omdat iedereen wist waar 'ie mee bezig was en wat er moest gebeuren. Als je één opbouw dag hebt, dan moet het niet ergens misgaan waardoor je een uur vertraging oploopt, want dan heb je dus een probleem, maar dat is dus ook niet gebeurd." Na afloop van de show was het voor de mensen van Sightline meteen breken geblazen. "En dan is het natuurlijk de sport om het zo te plannen dat het op de snelst mogelijke manier gebeurt", vertelt Schreuder. "Dat vinden we mooi, als juist die dingen goed gaan en het vooraf dus allemaal goed is bedacht. Als het inderdaad allemaal klopt dan is breken überhaupt nooit een straf." Schreuder vindt die planmatigheid sowieso een mooi element: "In Nederland zijn de budgetten bijvoorbeeld klein en daar moet je dan efficiënt mee omgaan. Dat hebben we in Nederland inmiddels wel geleerd. Een belangrijk onderdeel van ons werk is dat je voortdurend iedereen op de hoogte houdt van wat er speelt en waar je mee bezig bent. Communicatie is het toverwoord en daar zijn we in Nederland heel ver mee." Een routineklus wil Schreuder het niet noemen: "Dat bestaat alleen als je ergens meerdere keren exact hetzelfde neerzet. Je moet toch elke productie opnieuw gaan bekijken. Ik kan ook niet zeggen of dit nou makkelijker is dan bijvoorbeeld de Toppers in de Arena. Daar is het allemaal meer en groter natuurlijk, maar of je nou een telefoontje



pleegt voor tien of voor honderd stoelen, dat telefoontje blijft hetzelfde natuurlijk. Het is hoofdzakelijk een kwestie van schaalvergroting.”

Werk uit handen

Ook in het traject vóór het evenement daadwerkelijk plaatsvindt is een goede communicatie essentieel. Al helemaal wanneer je een evenement organiseert voor een partij die zich daar zelf doorgaans niet mee bezighoudt. “Het voordeel is dat zij productietechnisch gezien weinig werk hebben gehad aan de productie zelf”, vertelt Paul Wolf. “We hebben gezegd wat wij gingen doen en dat we ze veel werk uit handen gingen nemen. Werk waar zij zich dus geen zorgen meer over hoefden te maken. Vervolgens is het dan vooral een kwestie van elkaar op de hoogte houden. Zij hebben zelf vooral veel werk gehad aan het hospitalitygedeelte. Er waren veel VIP-arrangementen verkocht aan mensen die vooraf nog allemaal kwamen eten en drinken in Ahoy’. Dat is echt hun terrein natuurlijk, maar om met hen over technische zaken te gaan praten heeft natuurlijk minder zin.”

Overzicht

Zoals Gert-Jan Schreuder ook al aangaf, verliep de opbouw in Ahoy’ uiterst soepel. “Voordeel is natuurlijk ook dat zowel wij als Sightline heel bekend zijn met het werken in Ahoy’”, legt Ivonne Frans uit. “Je weet waar je normaal gesproken tegenaan

zou kunnen lopen in Ahoy’ en die dingen tackle je daarom vooraf al. Het belangrijkste is gewoon dat er een heel goed draaiboek aan ten grondslag ligt. Als het draaiboek klopt dan heb je 95% van de mogelijke problemen al onderuitgehaald. Zelf heb je dan op de dag zelf je handen vrij om in te kunnen grijpen als het nodig is.” Paul Wolf beaamt dat: “Als jij Ivonne of mij op zo’n dag ziet rennen, dan is het niet goed. We plannen het zo dat wij die dag de ruimte hebben om in te springen als er iets is. We gaan ook niet zelf podiummanager spelen en gaan niet zelf artiesten uit de kleedkamer trekken om ze op het podium te zetten. Dat besteden we allemaal uit aan onze medewerkers, zodat we zelf het overzicht kunnen bewaren.” Ivonne Frans vult aan: “Het is echt mooi om te zien dat iedereen inderdaad doet wat ‘ie moet doen. Als je vooraf bij een bespreking zit, dan zit je met héél veel verschillende partijen aan tafel. Ze hebben allemaal wel hun draaiboek, maar je hebt ze allemaal afzonderlijk gesproken in het voortraject. Toch weet iedereen op locatie wat er moet gebeuren. Het zijn allemaal losse partijen, maar uiteindelijk werkt het toch als één team. Je hebt te maken met mensen die aan een half woord genoeg hebben, dat vind ik mooi om te zien.”

Informeel

Rocket werkt informeel en de medewerkers zijn flexibel. Het is typerend voor het bedrijf. Paul

Wolf: “We verplaatsen ons in de opdrachtgever en denken mee. Niet alleen tot de opdracht er ligt, maar ook in het hele traject daarna. Je begeleidt ze, communiceert en adviseert en met zijn allen werk je naar een mooi eindproduct toe. Ons bedrijf straalt uit dat we het leuk vinden om te doen en dat het niet alleen werk is, maar ook een uit de hand gelopen hobby. Daar selecteren we ook onze medewerkers op.” Met name de flexibiliteit staat hoog in het vaandel bij Rocket: “Tot op het laatste moment moet je bereid zijn om eventueel dingen aan te passen. Soms komt de opdrachtgever op het eind nog ergens mee op de proppen. Dan kun je wel zeggen dat het niet meer kan, maar je kunt beter kijken hoe het wél kan door met ze mee te denken over een goede oplossing. Dat is onze kracht, samen met het op een leuke, informele manier met de klanten omgaan. In de eerste gesprekken zit je tegenover elkaar aan tafel, maar ik schuif er zelf het liefst naast, om steeds echt samen naar het project te kunnen kijken.”

Trots

Het gevoel dat overheerst wanneer Paul Wolf en Ivonne Frans terugblikken op het project is trots. Ivonne Frans: “Trots omdat je in deze tijd, samen met een bedrijf als de Beren, zo’n productie weet neer te zetten. Dat het allemaal slaagt en soepel loopt geeft een lekker gevoel. We mogen gerust zeggen dat we het met zijn allen goed hebben gedaan.”