

Nationale Viering Amsterdam 750 jaar van OOTRR en Gravity Media

ODE AAN DE HOOFDSTAD, HUZARENSTUK VAN DE MAKERS

Over sommige samenwerkingen hoef je niet na te denken, die gebeuren. Zoals die tussen productiehuis OOTRR (Out Of The Rat Race) en Gravity Media (EMG) voor de officiële viering van 750 jaar Amsterdam. Op 27 oktober vormde het Museumplein het kloppend hart van een muzikale liveshow waarin stad, muziek en televisie – live én in de huiskamers – in elkaar overvloeiden. Een complex project dat de lat van live televisie hoger heeft gelegd.

Een jaar vol festiviteiten bereikte op 27 oktober – de officiële verjaardag van Amsterdam – zijn hoogtepunt. In aanwezigheid van koning Willem-Alexander, koningin Máxima en prinses Amalia sloot een weergaloze muzikale liveshow het jubileumjaar af. Wat aanvankelijk was bedoeld als een grootse productie in de Johan Cruijff ArenA groeide noodgedwongen uit tot een nóg ambitieuzer plan. “Door de Champions League en de Amsterdam Marathon bleken zowel de ArenA als het Olympisch Stadion niet beschikbaar”, vertelt Jessica Stam, producent en managing partner van OOTRR. Ze verhuisden daarop naar het hart van de stad. “We bouwden op het Museumplein letterlijk *from scratch* een ‘Ziggo Dome van tentdoek’.

Samen met alle andere opnames was het een enorme logistieke en technische operatie in een omgeving en onder omstandigheden die daar allesbehalve op ingericht waren. Dat maakte het ingewikkeld, maar ook bijzonder.”

Is dit live?

Voor wie het gemist heeft (terugkijken is alleen vakmatig al een tip): in die tent op het Museumplein vond een muzikaal eerbetoon aan Amsterdam plaats. De live optredens in de tent werden op ingenieuze wijze verweven met vooraf opgenomen acts op iconische locaties verspreid door de stad, zoals de A'DAM Toren, de Nieuwe Kerk, de Sloterplas en het Olympisch Stadion. Daarnaast vertelden bekende Nederlanders uit alle windstreken – van de Friese Foppe

de Haan tot de Limburgse Chantal Janzen – in speciale postcards over hun band met de hoofdstad. Daarmee werd niet alleen duidelijk dat dit geen Amsterdams feestje was, maar een nationaal eerbetoon, maar ook dat de producent niet over één nacht ijs ging. De beelden werden in post op Amsterdamse gebouwen geprojecteerd. “Net als bij *The Passion* wilden we de suggestie wekken alsof alles live gebeurde”, legt Stam uit. “De kijker moest zich afvragen: is dit nú, of eerder opgenomen? Daarom hebben we alle opnames ‘s avonds in het donker gedraaid. Dronebeelden boven de stad lieten zien dat heel Amsterdam ‘aan’ stond, met het Museumplein als stralend middelpunt van de festiviteiten.”



Het resultaat: een visueel rijk programma dat, zoals Stam trots zegt, “de Eurovisie-standaard heeft gehaald – misschien zelfs overstegen. Dit hebben we nog nooit eerder gedaan, we hebben echt een stap gemaakt in wat voor moois je kunt maken.”

Kan niet bestaat niet

Stam vond het belangrijk dat de show niet alleen voor televisie werd gemaakt. “We hadden 2.500 mensen in de tent en die moesten het gevoel hebben dat ze bij een liveshow stonden, niet bij een tv-registratie. Dus we hebben daar een grote band neergezet met strijkers, blazers en dansers. Het moest in de zaal net zo magisch zijn als op televisie.”

Die dubbele ambitie – live én televisie op topniveau – maakte de productie extra uitdagend. Alles moest kloppen: de timing, belichting, audio, het ritme. Dat lukt alleen met de juiste mensen op de juiste plek. “En dan bel je Gijs”, zegt Stam stellig. Aan de facilitaire kant stond Gravity Media aan het roer, onder leiding van Gijs Vos, manager operations. “De kunst was om het creatieve plan van OOTRR technisch mogelijk te maken, zonder in te leveren op kwaliteit”, vertelt Vos. Stam: “Ik werk al bijna twintig jaar met Gijs. Ons eerste gezamenlijke project was *Serious Request* in Den Haag. Sindsdien hebben we samen tientallen producties gedaan: Noorderslag, Sail, ❶



de opening van het Rijksmuseum, het Eurovisie Songfestival. Eigenlijk doen we alles wat we voor televisie maken samen met Gravity Media. Omdat het werkt. Omdat Gijs gewoon ongelooflijk goed is. We zijn op elkaar ingespeeld. Hij weet wat ik bedoel, ik weet wat ik aan hem heb. Als hij zegt dat iets niet kan, dan weet ik dat het inderdaad onmogelijk is. Die duidelijkheid is goud waard.” Vos vult aan: “We hebben hetzelfde doel: het hoogst haalbare neerzetten. Als iets niet lukt, dan pas omdat we alles hebben uitgeprobeerd.” Hij is sinds tweeënhalf jaar als manager operations verantwoordelijk voor de operatie bij Gravity Media, maar vindt het belangrijk zelf ook af en toe nog steeds op de vloer te staan. “Ik doe bijvoorbeeld projecten als we iemand te kort komen of stap in als er zo’n

groot project als dit voor OOTRR langskomt. Want op locatie met niks beginnen en na twee dagen met een hele ploeg iets moois te hebben neergezet, dat blijft het leukst om te doen.”

Teamwork

Voor Vos is de sleutel tot succes eenvoudig: de juiste mensen. “We hebben veel vaste krachten, maar we kijken per project wie waar het best tot zijn recht komt.” Stam: “De club mensen van Gravity Media waarmee ik de afgelopen maanden heb gewerkt, was heerlijk. Een deel van hen heb ik zien opgroeien, die heb ik bij wijze van spreken kables zien sjouwen, en die zag ik nu echt heel toffe dingen doen. Het mooie was ook: ik heb geen gemopper gehoord. Zelfs toen we tot drie uur ’s nachts in de metro bij het Centraal Station draaiden,

stond iedereen er met een glimlach.” Vos zag hetzelfde enthousiasme toen hij bij opnames in het Rijksmuseum was. “Iedereen liep met een grote *smile* rond. Bij een groot traject met veel draaidagen is het een uitdaging om er één ploeg op te krijgen, terwijl het van toegevoegde waarde is als de mensen een band met de regisseur opbouwen. Dat was met dit project geen probleem. Het team dat het nu heeft gedaan, vond het fantastisch om te doen. Als ik iemand wilde ontzien omdat ze die ochtend al een ander project hadden, dan kreeg ik te horen: ik doe het erbij, dit pak je me niet af. De ploeg was een mix van ervaren rotten en jonge talenten die de kans kregen zich te bewijzen. Die combinatie werkt.”

Alles vanuit de wagen

“De grootste technische uitdaging

was dat we het anders aanpakten dan gebruikelijk”, geeft Vos aan. “Normaal gesproken loopt ‘live’ en ‘opgenomen’ gescheiden van elkaar. In dit geval niet. Alles werd vanuit de regiewagen centraal aangestuurd, ook wat er in de zaal gebeurde. Dat is niet per se nieuw, maar dat tijdcodes voor licht, geluid, schermen – alles! – uit de regiewagen komen zodat de liveshow en de instarts tot op de milliseconde synchroon liepen, was anders dan wat mensen gewend waren.”

Daarnaast zette Gravity Media ook de Ronin 4D in, terwijl je die in principe niet live kan shaden en hij dus voor een liveshow eigenlijk niet altijd het meest geschikt is. Vos: “We kunnen die nu wel gelijk krijgen met de andere camera’s door een beeldtechnicus ter plekke verantwoordelijk te maken voor de colorgrading van die enkele camera. Dat vereist specialisme, dus daar stond een van onze ervaren mensen op. Dit zijn dingen die wij doen die Jessica niet eens weet. Of wil weten.” Stam: “Als het werkt en mooi is, is het goed.” Maar de grootste uitdagingen waren niet de apparatuur, innovatieve oplossingen of het team, dat waren de locaties en het weer. Opnames vonden plaats op plekken die niet op een televisieopname waren ingericht. “We hebben op daken gestaan waar alles via een trapgat een voor een omhoog moest worden getild”, vertelt Stam. “We draaiden op de Nieuwe Kerk tijdens code oranje. Terwijl de wind knoerthard loeide, stonden cameramensen met krukjes bij het hoofd van Edsilia Rombly om het geluid te dempen. Bizar, maar het zag er fantastisch uit.”

5 JAAR OOTRR & GRAVITY MEDIA

- **Concert van Hoop: 2020-2021**
- **Jochem in de wolken 2022-2023**
- **Concert for Change: 2022**
- **Concert op de Amstel: 2022-2023**
- **10 jaar Koningsdag Rotterdam: 2023**
- **Grand Opening Paleis 't Loo: 2023**
- **Koningsdag Emmen: 2024**
- **De Nationale Kerstboom: 2024**
- **Kerstduetten, 1x Dordrecht, 2x Loenen ad Vecht**

Ook de opname op de Sloterplas was een avontuur. “We hadden een ponton midden op het water, in de volle wind en camera’s op boten eromheen. Het was spannend, maar bloedmooi.” Het weer werkte gelukkig ook mee op cruciale momenten. “In het Olympisch Stadion stond een vleugel van tonnen voor Wibi Soerjadi midden op de stip. Het móést droog blijven. Dat lukte precies. Soms heb je dat geluk.”

Twee jubilarissen

Toevalligerwijs viel de Nationale Viering precies samen met het vijfjarig bestaan van OOTRR. “Op 27 oktober 2020 deden we ons allereerste project: het *Concert van Hoop*”, vertelt Stam. “Mijn collega Henkjan (Oosterink, red.) had bedacht dat we in coronatijd, toen heel evenementenland stillag, wel met vijftig man in een leeg Ahoy konden staan. We waren toen in gesprek met de EO en zij vroegen: met welk bedrijf zitten we eigenlijk om tafel? We hadden nog geen bedrijf, er waren alleen een paar oriënterende gesprekken geweest over een eventuele samenwerking. Ik zat op dat moment nog midden in het Songfestival en toen moesten we opeens

een bedrijf oprichten. Ik kende Henkjan, maar Maarten (Hogenhuis, red.) was meer een contact van Henkjan.” Het bracht hun ‘oriënterende gesprekken’ in een stroomversnelling: ze richtten met z’n drieën Out Of The Rat Race op. “En toen hadden we ineens een uitzending met 1,3 miljoen kijkers. Daarna mochten we – ook met EMG – *Jochem in de wolken* doen en *Kerstduetten*. Dat is zo’n project waar eigenlijk nooit geld voor is, maar waarvan we elke keer weer denken: wel tof om te doen. Dan gaan we toch weer samen nadenken hoe we met zo min mogelijk geld toch iets moois kunnen maken.” Gijs: “Bij deze projecten moet je soms met creatieve oplossingen te komen om binnen de beschikbare budgetten te blijven. Dat je af en toe toch zulke dingen kunt doen met elkaar maakt ons werk juist leuk.” Dat een productiehuis dat ‘pas’ vijf jaar bestaat nu zo’n prestigeproject in handen heeft gekregen, is bewonderenswaardig. Stam: “Het is natuurlijk niet zo dat we hiervoor niets hebben gedaan, maar ik ben er wel echt heel trots op dat we in vijf jaar tijd dit soort projecten mogen doen. Dit is een monument voor iedereen die eraan heeft gewerkt. Ik zeg ook tegen mijn kinderen: luister, als er over vijftig jaar weer een jubileum is, dan ben ik er niet meer, maar dan is het wel heel tof dat wij deze editie hebben gedaan.” Alhoewel... Stam: “Wij hebben nu de productie van vijftig jaar geleden in de Beurs van Berlage gekeken en dachten: Jezus, wat waren ze daar aan het doen? Waarschijnlijk denken ze dat over vijftig jaar ook over ons, maar dat is dan. Nu, op dit moment, hebben wij er samen iets geweldigs van gemaakt.” ●