

Echte mensen in de film

Het Nederlands Film Festival is er voor iedereen. Woedend! en Wefilm maakten om dit te bewijzen passanten hoofdrolspelers in een echte film.

Wie aan het Nederlands Film Festival (NFF) denkt, denkt aan Gouden Kalveren, rode lopers en Nederlandse sterren. Dat is niet de bedoeling. Het is namelijk een volwaardig festival in Utrecht met uiteenlopende activiteiten op het gebied van film. Woedend! werd daarom gevraagd – na een pitch – een campagne te bedenken waarmee NFF het incrowdimago van zich af kan schudden. Creatieven **Lennart Driessen** en **Pieter Dingemans** bedachten de regel: 'Het Nederlands Film Festival. Voor je het weet zit je er middenin.' Driessen: 'Daaruit kwam het idee voort om gewone mensen letterlijk in een film terecht te laten komen en dat te filmen. Je denkt dan al snel aan een Bananasplit-actie. Dat is het ook in eerste instantie, maar een moment later zitten de mensen in een op film gedraaide commercial met alleen maar topacteurs als Tygo Gernandt, Cees Geel en Anneke Blok. De filmacteurs spelen eigenlijk bijrollen en de passant de hoofdrol.' Hoewel het aanlokkelijk was zekerheden in te bouwen en geen echte passanten te gebruiken, werd in overleg met Wefilm besloten toch voor het meest onzekere plan te gaan. Regisseur **Roel Welling**: 'Het idee dat een echt mens in de film terecht zou komen, sprak mij het meeste aan, ondanks dat het moeilijker te realiseren was. Ik wil graag dingen maken die nog niet eerder gedaan zijn. Er was een kans dat het zou mislukken, maar dat was geen reden het niet te doen. Juist omdat het op de set spannend is, hoop ik dat het in de film uiteindelijk ook te voelen is. Het is een groter verhaal dan alleen een filmpje. Uiteindelijk blijft de boodschap daardoor beter hangen denk ik. Het feit dat het echte mensen zijn, maakt het spraakmakend.'

Gijzeling

Het script gaat als volgt: de passant wordt door hoofdofficier Cees Geel binnengehaald. Hij zegt: 'Goed dat je er bent, er is een gijzeling gaande. Zware jongens.' Door de portofoon klinkt: 'De onderhandelaar is er.' Daarnaast staan de ouders die volledig in paniek zijn, Anneke Blok en Marcel Musters, want hun dochter wordt gegijzeld door Tygo Gernandt. De passant krijgt vervolgens de megafoon in de handen gedrukt. Dingemans: 'Er is een aantal scripts de revue gepasseerd, omdat NFF echt een idee heeft wat het wil uitstralen en waar het voor staat. Daarom redde een middeleeuwse setting met een brandstapel, het niet. Daar herkenden zij zich niet in. Uiteindelijk zijn we uitgekomen bij een gijzeling, omdat dit het beste werkte als setting voor de hoofdpersoon.' Driessen:

'De spanning was natuurlijk enorm. We zaten daar achter de monitor en je moet je voorstellen dat de eerste mensen kwamen aanlopen. In een split second moet je dan beslissen welke van de twee je neemt. De productie was zo strak, maar wel met een enorm onzeker component. Voor de lunch hadden we nog niks, echt zenuwslopend.'

Afkappen

Uiteindelijk deden er dertien passanten mee in de commercials. Dingemans: 'De eerste was een wat oudere man en je zag de paniek in zijn ogen. Hij schrok echt. Precies op het moment dat wij dachten dat we het moesten afkappen, kwam er een lachje op zijn gezicht, dat was het teken dat hij het snapte.'

Welling is tevreden over het resultaat, zeker gezien de complexe productie die overigens voor geringe vergoeding – NFF is een non-profit-organisatie – werd gedaan. 'Normaal doe je verschillende instellingen na elkaar, maar dat kon nu niet. Daarom hadden we zes camera's heel zorgvuldig uitgeplott. Het was een ballet van camera's. Dat was een uitdaging. Dan is het gaaf om te zien dat iedereen ook zo makkelijk en enthousiast meewerkt en dat het uiteindelijk lukt.'

Creatie Pieter Dingemans, Lennart Driessen, Piet Benthem, Roel Welling

Strategie Geert-Jan Baltus

Account Pascale van der Kroef, Evelien Kums

Productiemaatschappij Wefilm

Regie Roel Welling

Producer Bas Welling, Dania Lopies

D.o.p. Gabor Deak

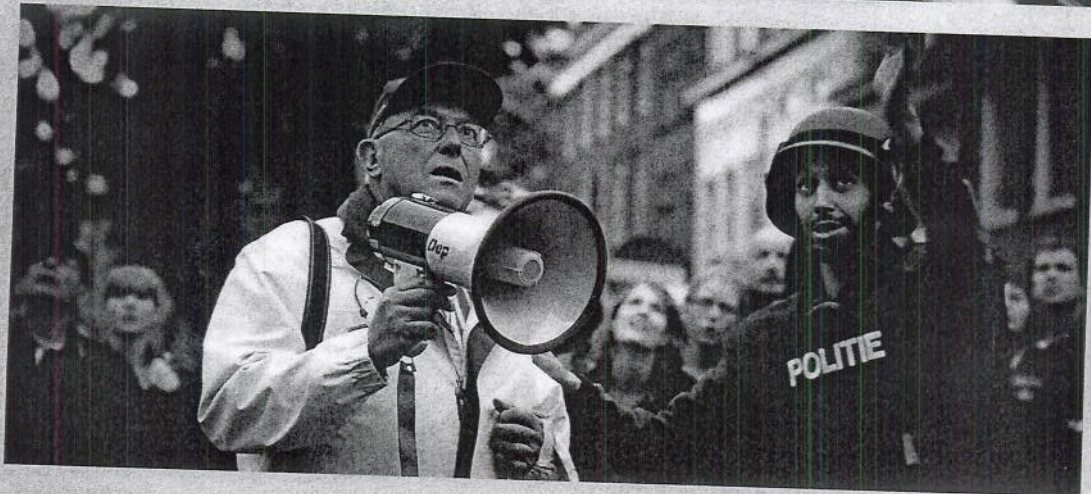
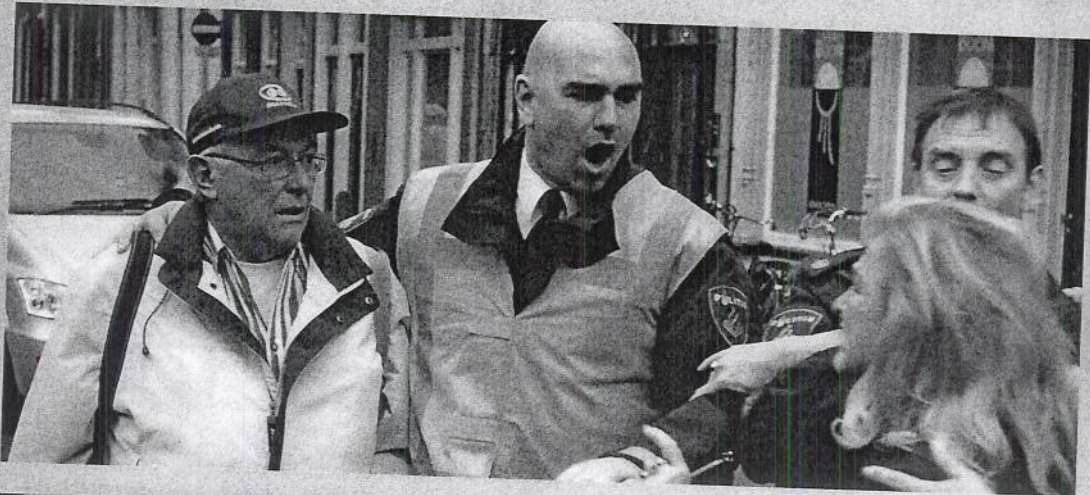
Editor Nils Rensen

Geluid REC Sound

Compositie Ward Henselmans (Joosten & Kuitenbrouwer)

Postproductie AVP

Op www.creatie.nl/ambitie staat nog een (extra) interview met de Belgische d.o.p. Glynn Speeckaert over de nieuwste commercial voor Orange in Frankrijk. Gasthoofdredacteur Jonathan Herman maakte samen met Speeckaert de Bavaria-commercial, waarin Hugh Hefner schittert.



VOOR JE HET WEET ZIT JE ER MIDDENIN

NEDERLANDS
FILM FESTIVAL



21-30 SEP
UTRECHT

FILMFESTIVAL.NL