

# Handboek voor productieiders en crew

# Handboek voor productieleiders en crew

Désirée te Nuijl

Derde druk

Boom Lemma uitgevers  
Amsterdam  
2015

# Voorwoord

## *Een woord van dank*

Voor je ligt de 3e druk van het *Handboek voor productieleiders*, nu met een nieuwe titel: *Handboek voor productieleiders en crew*. Het is natuurlijk geweldig dat het boek sinds de 1e uitgave in 2008 zoveel gelezen en gebruikt wordt dat het nu aan een 3e druk toe is. De positieve reacties van startende filmers, studenten, docenten en professionals uit het vak hebben mij ervan overtuigd dat het goed is dat ik alles wat ik in de afgelopen 25 jaar aan lesmaterialen heb ontwikkeld in dit boek heb opgenomen.

Het was dan ook een enorme eer om het stappenplan uit het boek en het schema van de communicatielijnen van de crew op de set uitgeprint aan de muur te zien hangen in het productiekantoor van een speelfilmproducent, direct inzichtelijk voor stagiairs, studenten en assistenten.

Ook in deze vernieuwde uitgave zijn de opmerkingen van professionals, studenten en docenten van de verschillende mediaopleidingen zo veel mogelijk verwerkt. Aanpassingen zijn gemaakt om passages te verduidelijken en om belangrijke veranderingen in de filmsector toe te voegen. Net als bij de vorige uitgaven kreeg ik toestemming van filmproducenten, regisseurs en crewleden om foto's en voorbeelden van hun laatste (speel)films in het boek op te nemen. Een aantal van hen heb ik vele jaren geleden nog lesgegeven en het is fantastisch om de voorbeelden van hun projecten nu in het boek terug te zien.

## *Waarom een boek over filmproductie*

Als Napoleon destijds een goede productie leider in dienst had genomen, dan werd er nu absoluut Frans gesproken in Moskou. Helaas klopte de planning niet helemaal, want het belang van de jaargetijden werd jammerlijk over het hoofd gezien. Ook het kledingdepartment was abominabel, het vervoer ver onder de maat en de catering was bar slecht.

Een goede 'productie' is de basis van een gestructureerde organisatie van een project, ieder project. De vaststaande, goed doordachte organisatiesystemen die hieraan ten grondslag liggen, gebruik je bij alle projectorganisaties, in het leger, bij het circus en ook bij de supersnelle hulpprojecten van Artsen zonder Grenzen in oorlogsgebieden. Steeds weer zijn de desbetreffende specialisten afhankelijk van de goed geoliede productieorganisatie die hen in staat stelt hun werk te doen. Bij een audiovisueel project is het niet anders.

In de afgelopen jaren is de wereld van de audiovisuele media uitgegroeid tot een letterlijke wereld van mogelijkheden en technieken om beeld en geluid te produceren. Hoe verschillend al die producties ook lijken te zijn, de *organisatie* van de voorbereidingen en de opnamen, berust in principe op één organisatorisch basispatroon. Het bevat verscheidene technieken waarmee je de organisatie

controleert en stuurt. Binnen dit organisatiepatroon kunnen deze aangeleerde vaardigheden op verschillende manieren worden toegepast, aangepast of worden overgeslagen. Toegespitst op de soort en de inhoud van de productie. Zo vergt de productie van een spelprogramma zoals *Lingo* minder organisatie dan de productie van een speelfilm, waarbij je met minimaal veertig man maandenlang in touw bent.

Wil je het productievak leren of als crewlid meewerken aan de totstandkoming van een film, dan is het zinvol om je te verdiepen in de meest uitgebreide productionele werkwijze, waarin alle vaardigheden en organisatiepatronen worden aangeboden. Dit is de productietechniek die je nodig hebt voor het begeleiden van een fictieproductie. Voor een dergelijke fictiefilm, die je ook wel speelfilm of dramaproductie noemt, creëer je een totale fictieve wereld waarbinnen het verhaal door acteurs wordt nagespeeld. Een fictiefilm/speelfilm bestaat uit een opeenvolging van scènes die door veel vakmensen, op verschillende locaties, met acteurs op beeld worden vastgelegd. De productionele werkwijze van een dergelijke fictiefilm vraagt om een specifieke vorm van organisatie, die vervolgens toepasbaar is op *alle* beelden die geënceneerd moeten worden, voor welke vertoning dan ook. De lengte van de film of productie is niet van invloed op de techniek van produceren. Hoe lang een film ook is, het zijn en blijven geënceneerde situaties die je in beeld brengt. Het filmen van een aantal beelden voor een show of een event, de opnamen van een commercial van dertig seconden, en een langere fictieproductie, zoals een soap, een dramaserie voor televisie of een avondvullende speelfilm voor de bioscoop, hebben dezelfde werkwijze. Het verschil zit hem voornamelijk in de productietijd.

*Omdat de route voor het maken van geënceneerde beelden de meest uitgebreide route is, en dergelijke beelden voor ieder platform (vertoningsgebied), in welke vorm dan ook, gebruikt worden, volgen we in dit boek de productieroute van een speelfilm.*

Het creëren en vervolgens in beeld brengen van een fictief verhaal vraagt om een goede samenwerking van heel veel vakspecialisten en het gebruik van kostbare apparatuur. De productie leider zorgt ervoor dat in de gehele organisatie de plannings op elkaar worden afgestemd, zodat iedereen snel en accuraat kan werken. Om met al die verschillende disciplines samen te werken en het productieproces te sturen, zijn organisatiesystemen en handgrepen ontwikkeld die al jaren bestaan en wereldwijd worden gehanteerd. Door je te richten op deze vorm van organiseren, kom je in aanraking met alle technieken, handgrepen en vaardigheden die je als productie leider moet beheersen om je taak goed uit te voeren.

Dit handboek geeft je inzicht in de vaardigheden, werksystemen en plannings, die de volledige crew en cast in staat stellen hun werk goed te doen. Dit boek vertelt je niet alleen *wat* je moet doen om filmopnamen goed voor te bereiden, maar bovenal *hoe* je als productie leider en als crewlid de handgrepen hanteert

en *wanneer* deze moeten worden ingezet. Om iedere productie goed te kunnen begeleiden en als crewlid goed te functioneren in jouw specialisme heb je bovendien inzicht nodig in de functies en taakomschrijvingen van de verschillende crewleden. Alle hoofdfuncties staan in dit boek omschreven.

#### *Patroon om op te variëren*

Het organisatiesysteem van een dramaproductie is de meest uitgebreide organisatievorm waarmee je als productie leider en crew te maken kunt krijgen. De producties van showprogramma's, van spel- of praatprogramma's of van multi-en crossmediale projecten vragen om een andere aanpak, maar zijn gebaseerd op dezelfde technieken. Bij deze producties kun je veel stappen overslaan, je kunt het systeem aanpassen, of je kunt een variant maken op dit bestaande patroon. *Het is de kunst om zo veel mogelijk te weten, zodat je kunt weglaten wat je niet nodig hebt.*

#### *Doelgroep*

Het boek is geschreven vanuit *het oogpunt* van de productie leider, maar om goed samen te werken en de planning te kunnen handhaven dient *eenieder* die zich wil bekwamen in het maken van films op de hoogte te zijn van het verloop van het productionele organisatiesysteem. Dit kunnen studenten zijn van de vele vakopleidingen op het gebied van film en televisie. Maar het boek kan ook dienen als naslagwerk voor diegenen die al binnen het vak werkzaam zijn en zich willen verdiepen in de productionele gang van zaken.

De mannelijke persoonsvorm die overal in het boek wordt gebruikt, is absoluut geen ontkenning van de belangrijke rol en de vele verschillende functies die vrouwen vervullen in het productieproces van een film. Het is slechts een keuze die bij het schrijven van een boek gemaakt moet worden.

#### *Nieuwe titel*

Beginnende crewleden willen nog wel eens denken dat zij niet op de hoogte hoeven te zijn van de productionele organisatiesystemen. Niets is minder waar! En omdat het zo belangrijk is dat *alle* leden van een filmcrew begrijpen dat hun werkzaamheden een belangrijke schakel zijn in de organisatiesystemen waarmee een (drama)productie wordt gerealiseerd, is de titel aangepast. Het is dus uiterst belangrijk dat iedereen die het spel wil meespelen de spelregels kent!

#### *De opzet van het boek*

Om het verloop van een dramaproductie inzichtelijk te maken, is het boek opgedeeld in de vier fases waarin het productieproces zich afspeelt. Daarom is het boek opgedeeld in vier delen die chronologisch met deze vier fases overeenstemmen. In de eerste hoofdstukken (de eerste fase) worden de werkzaamheden van de producent belicht. Het is belangrijk dat ieder crewlid op de hoogte is van wat zich in deze eerste fase afspeelt. Ook komt het bij studenten- en kleinere producties dikwijls voor dat de productie leider een aantal taken van de producent zelf uitvoert en financiering moet zien te vinden voor zijn lowbudgetfilm.

De productie leider, de cast en de meeste leden van de crew worden pas in de tweede fase van het proces bij de productie betrokken. In de tweede fase, de pre-productiefase, werkt de gehele crew aan de voorbereidingen voor de opnamen. De hoofdstukken in dit boek die over deze tweede fase uitleg geven, vertellen je niet alleen *welke* systemen gehanteerd worden voor de organisatie van de voorbereidingen, maar ook *hoe* zij worden opgesteld en *wanneer* ze gebruikt worden om de productie tot een goed einde te brengen.

In het stappenplan dat in het omslag van het boek staat, zijn de vier productionele fases in een praktische lijst uitgewerkt. Deze lijst van taken en verantwoordelijkheden kun je tijdens het produceren gebruiken als checklist. De foto's, plannings, sheets en contracten die in het boek staan, zijn beschikbaar gesteld door de verschillende producenten en hun crewleden. Het zijn voorbeelden uit de professionele praktijk die je kunt gebruiken als uitgangspunt voor je eigen systeem. En ter verduidelijking van de gebruikte termen en uitdrukkingen die in het filmvak gangbaar zijn, is achter in het boek een begrippenlijst opgenomen.

*Omdat we in het boek niet steeds opnieuw een opsomming kunnen maken van de verschillende vormen van de te realiseren projecten, gebruiken we zo veel mogelijk de allesomvattende termen 'de film' of 'de productie'. Hiermee bedoelen we dus alle vormen van beeld en geluid die opgenomen worden en vertoond gaan worden. Vanaf hoofdstuk 3 houden we de speelfilm of dramaproductie aan als basis voor de uitleg.*

### *De waargebeurde verhalen*

In de tekst, maar ook in de verhalen van vakgenoten, wijst het boek je op de valkuilen en problemen die je kunt tegenkomen tijdens het productieproces. De casussen die in veel hoofdstukken zijn opgenomen, zijn de ervaringen van producenten, regisseurs en productieleders die al vele jaren in het vak werkzaam zijn. Het zijn vooral deze onvoorziene, soms treurige en gelukkig vaak lachwekkende gebeurtenissen waarvan beginnende productieleders kunnen leren dat je bij het maken van een film de meest wonderlijke dingen kunt meemaken.

### *Duurzaam produceren – 'green film making'*



Iedereen die in film geïnteresseerd is, zal inmiddels gehoord hebben van het Green Film Making Project, waardoor wij als filmmakers de kans krijgen om onze werkwijze opnieuw te bezien met het woord 'duurzaamheid' in het achterhoofd. Dit initiatief van Strawberry Earth daagt Nederlandse filmprofessionals uit hun productieprocessen op alle niveaus te verduurzamen.

Duurzaam produceren is in Amerika, Groot-Brittannië en Frankrijk al sinds 2006 een hot item. Het is ook in Nederland onze plicht om deze duurzame, innovatieve ontwikkelingen te volgen en te onderzoeken. Duurzaam filmen betekent vooral *efficiënter* produceren. Minder energie en waterverbruik, slim plannen, papier recyclen en nadenken over de afvalstromen die wij bij events

en filmopnamen genereren. Het is een uitdaging die een beroep doet op je creativiteit, je innovatief vermogen en je inzet voor een duurzamere samenleving. Daarom zie je in dit boek, per fase, een lijst met opmerkingen en tips over hoe je een bepaalde werkwijze in het productieproces duurzamer kunt aanpakken. Zie voor voor meer informatie over duurzaamheid [www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl](http://www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl).



### *De website*

Op [www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl](http://www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl) vind je nog veel meer voorbeelden van plannings en schema's. De standaardformulieren van contracten en begrotingen die je er aantreft, kun je gebruiken als voorbeeld, of aanpassen. Een aantal voorbeelden is gedeeltelijk in het boek opgenomen, het volledige voorbeeld is dan op de site terug te vinden. Onder de button 'ervaringen' vind je materiaal van studenten of collega's uit het vak die de door hen opgedane ervaringen graag met de lezer willen delen. In de voorbeelden van plannings en formulieren zie je de varianten op het productiepatroon, aangepast aan de productie die zij onder handen hadden. Op de website vind je per fase en per hoofdstuk het aanvullend materiaal. In het boek wordt regelmatig verwezen naar de bijlagen en links die op de site te vinden zijn, maar dat geldt niet voor alle informatie. Kijk dus vooral op de site per hoofdstuk wat er allemaal te vinden is. Onder de button 'extra links' vind je informatie die niet direct gekoppeld is aan een bepaald hoofdstuk. Voor de docenten zijn voorbeelden van lesroosters en samenvattingen van verschillende onderwerpen toegevoegd, om het lesgeven te vergemakkelijken.



Aan de binnenzijde van het omslag vind je een persoonlijke inlogcode voor toegang tot de website.

Het lesboek heb ik ontwikkeld voor startende filmers en film- en mediastudenten, zodat zij kunnen leren wat productieleiding inhoudt, maar iedere letter en iedere zin is ingegeven door alles wat ik geleerd heb van alle geweldige mensen aan wie ik les mocht geven van 1992 tot nu.

Désirée te Nuijl  
(voorjaar 2015)

# Inhoud

Voorwoord	5
Inleiding	17
<b>Fase 1 De algemene fase</b>	<b>21</b>
<b>1 De capaciteiten en taken van de producent</b>	<b>23</b>
1.1 Wie is de producent?	23
1.2 Wat doet een producent?	24
1.2.1 Vrije producties	24
1.2.2 Delegeren en samenwerken	24
1.2.3 In opdracht produceren	25
<b>2 De productionele haalbaarheid van een idee, concept of verhaal</b>	<b>31</b>
2.1 Waar komt het idee vandaan?	31
2.2 De beoordeling op productionele haalbaarheid	32
2.3 De hoofdlijnen van de beoordeling	35
2.4 Factoren die de productionele haalbaarheid bepalen	37
<b>3 De eerste versie van het scenario, de scènelijsten en de timing</b>	<b>41</b>
3.1 De uitwerkingsopdracht aan de scenarist	42
3.2 Samenwerken met een researcher	42
3.3 De structurering van de ontwikkeling van een scenario	43
3.3.1 Stap 1: de juiste scèneverdeling in het scenario	44
3.3.2 Stap 2: de scènelijst als blauwdruk van het verhaal	46
3.3.3 Stap 3: het inschatten van de timing van een scène	51
<b>4 Het maken van de productieplanning</b>	<b>55</b>
4.1 Het belang van de juiste inschatting van tijd	55
4.2 Het maken van de productieplanning	57
4.3 Een overzicht van de verschillende controleplanningen per fase	64
<b>5 Van scenario tot produceable script</b>	<b>67</b>
5.1 De golden triangle	67
5.2 Het bespreken van de production value van een scène	69
5.3 Belangrijke besluiten voor de gehele productie	73



<b>6</b>	<b>Muziek en sound design</b>	<b>81</b>
6.1	Productie van de geluidstrack en de invloed daarvan op de preproductie en de opnamen	81
6.2	Het belang van overleg tussen de betrokken disciplines	82
6.3	Sound design	83
6.4	Muziek	84
<b>7</b>	<b>Financiering en begroting</b>	<b>87</b>
7.1	Produceren met of zonder beschikbaar budget	87
7.2	Het zoeken naar financiering	88
7.3	Creativiteit versus haalbaarheid, het doen van concessies	94
7.4	Een coproducent	94
7.5	De globale begroting	94
7.6	De verdeling van het budget in hoofdposten	95
7.7	De definitieve begroting	96
7.8	Budgetbewaking	101
7.9	Het opnemen van rechten en verzekeringen in de begroting	102
7.10	Contracten en betaling van de crew	102
7.11	De nacalculatie	104
<b>8</b>	<b>Verzekeringen en rechten</b>	<b>107</b>
8.1	Verzekeringen als onderdeel van de begroting	107
8.2	Een aantal verzekeringen die standaard worden afgesloten	108
8.3	Verzekeringen die aanvullend worden afgesloten	109
8.4	Verzekeringen afgestemd op de productie	110
8.5	Rechten bij audiovisuele producties	114
8.6	Rechten en overeenkomsten	117
	<b>Fase 2 De preproductie</b>	<b>119</b>
<b>9</b>	<b>De productie leider binnen de verschillende productieprocessen</b>	<b>121</b>
9.1	Wat doet de productie leider?	121
9.2	Wie is de productie leider, belangrijke capaciteiten	122
9.3	De werkwijze van de productie leider	124
9.4	Productie leiding bij een documentaire of documentaireachtige productie	125
<b>10</b>	<b>Het productiekantoor, administratie en organisatie van tijd</b>	<b>129</b>
10.1	De plaats van het productiekantoor	129

10.2	De organisatie van de productieadministratie	130
10.3	Het planbord met de kalender van de voorbereidingen – de preproductieplanning	134
10.4	Chaos versus creativiteit	137
<b>11</b>	<b>Crewfuncties, taken en verantwoordelijkheden</b>	<b>139</b>
11.1	Het productiedepartment	139
11.2	Het regiedepartment	143
11.3	Het art department – production design	147
11.4	Het cameradepartment	150
11.5	Het lichtdepartment	153
11.6	Het sound- of geluiddepartment – zie tevens hoofdstuk 6	155
11.7	De overige crewleden van de opnamecrew	156
11.8	De postproductiespecialisten die verbonden zijn met de preproductie en de opnamen	158
11.9	Het combineren van functies	159
<b>12</b>	<b>De breakdown als basis van de organisatie</b>	<b>161</b>
12.1	Breakdowncomputerprogramma's	161
12.2	Het maken van de breakdown	162
12.3	Het regelmatig aanpassen van de breakdown	167
12.4	De breakdown als basis van de organisatie van de preproductie	169
12.5	De breakdown als basis van de crewsamenstelling	169
<b>13</b>	<b>De breakdownlijsten, inventarisatie en offertes</b>	<b>173</b>
13.1	De breakdownlijsten als basis voor de offertes van de heads of department	173
13.2	De verschillende breakdownlijsten	174
<b>14</b>	<b>De breakdownvergaderingen: communicatie en voortgang</b>	<b>181</b>
14.1	De eerste vergadering	181
14.2	Het belang van de wekelijkse vergaderingen	183
14.3	De invloed van de vergaderingen op de preproductieplanning	185
14.4	De meest voorkomende blokkadepunten in de preproductie	186
<b>15</b>	<b>Studio en locatie: de plaats van opnamen</b>	<b>189</b>
15.1	De keuze tussen opnamen in de studio of op een bestaande locatie	189
15.2	Het zoeken en vinden van de juiste locatie	192
15.3	Een aantal tips, richtlijnen en aandachtspunten	194
15.4	De heads op locatiebezoek ( <i>recce</i> )	197
15.5	Het voorkomen van schade bij opnamen op locatie	198

<b>16</b>	<b>Cast en casting</b>	<b>201</b>
16.1	De casting	202
16.2	Lees- en spelrepetities	204
16.3	Kinderen in de cast	207
16.4	Figuranten	208
16.5	Overeenkomsten en quitclaims	208
<b>17</b>	<b>De opnameplanning</b>	<b>211</b>
17.1	Het doorbreken van de chronologische scènevolgorde	211
17.2	De scènelijst en de breakdown als basis voor de opnameplanning	212
17.3	Het afwegen van de planfactoren die de opnameplanning beïnvloeden	214
17.4	Regels en tips voor het maken van de opnameplanning	220
<b>18</b>	<b>De découpage tijdens de preproductie</b>	<b>223</b>
18.1	Découpage en regievisie ten opzichte van genre, stijl en doelgroep	223
18.2	De veranderingen van de découpage gedurende de voorbereidingen	224
18.3	De invloed van de découpage op de opnameplanning	226
18.4	Het weergeven van de découpage op papier	227
18.5	De toegevoegde waarde van het storyboard	227
<b>19</b>	<b>Het draaiboek en het draaischema</b>	<b>231</b>
19.1	Benodigde gegevens op de set	231
19.2	Inhoud – het shootingscript	232
19.3	Techniek – de definitieve découpage is uitgewerkt per department	233
19.4	Het maken van het draaiboek	236
19.5	Het belang van het chronologisch doornummeren van shots en instellingen	239
19.6	De draaiboekbespreking en de opnameleider (of 1st ad)	240
19.7	Het draaischema – inplannen van de scènes en shots binnen de draaidagen	241
19.8	De haalbaarheid van de hoeveelheid instellingen per dag	244
19.9	Schematische samenvatting	244
<b>20</b>	<b>De laatste voorbereidingen, de callsheet en het productieboekje</b>	<b>247</b>
20.1	De laatste check, check en dubbelcheck	247
20.2	De productieboxen	248
20.3	De callsheet en het productieboekje, productionele informatie tijdens de opnamen	250

20.4	Het maken van de callsheet	253
20.5	Het productieboekje	258
<b>21</b>	<b>De shots, de slates, de takes en de setrapportage</b>	<b>261</b>
21.1	Shot-, slate- en takenummering	261
21.2	De belangrijke taak van de scriptcontinuïteit tijdens de opnamen	263
21.3	Het clapperboard – de clap	269
21.4	De setrapportage	270
21.5	Het dagrapport – rapportage van draaidag	272
	<b>Fase 3 De opnamen</b>	<b>277</b>
<b>22</b>	<b>De opnamen</b>	<b>279</b>
22.1	De taak van de productie leider tijdens de opnamen	279
22.2	De start van een opnamedag	281
22.3	De opbouw van de set	283
22.4	De communicatielijnen binnen de crew tijdens de opnamen	283
22.5	Het belang van orde, rust en concentratie op de set	285
22.6	Draaiklaar	286
22.7	'Attentie voor opnamen!' De procedure voor de opnamen van een shot	287
22.8	Stills	289
22.9	De taak van de opnameleider of 1st ad tijdens de opnamen	290
22.10	Het einde van de opnamedag – nazorg	290
22.11	De traditionele momenten tijdens de opnamen	291
	<b>Fase 4 De postproductie</b>	<b>295</b>
<b>23</b>	<b>De postproductie</b>	<b>297</b>
23.1	De administratieve en productionele afhandeling	297
23.2	Het postproductietraject	302
23.3	De organisatie van de postproductie verdeeld in vier verschillende technische procedures	302
23.3.1	De voormontage of offline editing	303
23.3.2	De eindmontage of online editing	307
23.3.3	De audio-nabewerking	310
23.4	De montage van een documentaire	311
23.5	De montage van een muziekclip	312
23.6	Opleveren van een film voor een opdrachtgever	312

Begrippenlijst	315
Register	327
Dankwoord	333
Over de auteur	337

# Inleiding

Het realiseren van een dramaproductie kun je organisatorisch en logistiek onderverdelen in verschillende fases en stappen. Om een productieproces goed te kunnen begeleiden, heb je een duidelijk zicht nodig op de verschillende onderdelen van dit proces. Het organisatiepatroon van elke filmproductie is verdeeld in vier fases, zoals je in het schema hierna kunt zien.



Figuur I.1 Overzicht van de vier fases van het productieproces

Om inzicht te krijgen in de verschillende stappen die *per* fase ondernomen moeten worden om de productie tot een goed einde te brengen, vind je *op de binnenzijde van het omslag van het boek* een volledige checklist van taken en verantwoordelijkheden. (Een dramaproductie stap voor stap: checklist taken en verantwoordelijkheden.) Dit stappenplan is uitgewerkt op basis van de meest uitgebreide vorm van produceren.

Je moet je hierbij realiseren dat veel acties gelijktijdig kunnen plaatsvinden. De verdeling in vier fases en het gros van de acties die in het stappenplan staan vermeld, zijn echter van toepassing op de meeste vormen van produceren. Iedere productie vraagt om een eigen aanpak, daarom kun je stappen of acties overslaan die op dat moment voor jou niet van toepassing zijn. Het is wel belangrijk dat je je daarvan bewust bent, houd daarom de checklist aan de binnenkant van het omslag er altijd bij (de checklist kan ook gedownload worden vanaf [www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl](http://www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl)).



## De stappen binnen de vier fases

In figuur I.1 staat de verdeling in de vier fases van een productieproces door middel van kleuren aangegeven, die vervolgens in het hele boek worden doorgevoerd. De tijdspanne die een productiefase in beslag neemt, kan aanmerkelijk variëren. Alles is afhankelijk van de productionele belasting per fase en de hoeveelheid tijd en geld die de producent aan deze fase wil spenderen (zie hoofdstuk 4).

## ***Fase 1: de algemene fase, ontwikkeling en onderzoek naar haalbaarheid***

Dit is de fase waarin het idee voor een dramaproductie, spelprogramma, event of welk soort programma dan ook op tafel komt. In deze fase worden alle aspecten afgewogen om te beslissen of het idee is uit te werken tot een produceerbaar scenario voor het project of programma dat moet worden gerealiseerd. Er wordt research gedaan, er worden gesprekken gevoerd met een opdrachtgever of er wordt financiering gezocht voor de productie, en het scenario wordt ontwikkeld tot een goed produceerbaar script.

Als deze eerste fase naar tevredenheid is afgerond, dan kunnen de voorbereidingen worden opgestart en kan de productieleider worden ingehuurd. Fase 1 komt aan de orde in deel 1 (hoofdstuk 1 tot en met 8) en is herkenbaar aan de blauwe paginahoeken.



Veel ideeën komen niet verder dan de eerste fase, omdat na onderzoek kan blijken dat het in productie nemen van een film of programma niet haalbaar is. Een volledig uitgewerkt scenario of programmadraaiboek blijft dan op de plank liggen. Dit gebeurt vaker dan je denkt.

## ***Fase 2: de fase van de preproductie (voorbereiding)***

Bij een documentaire of reportage is deze fase de periode waarin de regisseur en de researcher of productieleider beiden bezig zijn met de research van het onderwerp en de mogelijke hoofdpersonen. De regisseur richt zich hierbij op de inhoud en de productieleider maakt de weg vrij voor de crew, in de breedste zin van het woord.

Bij producties waarvoor geësceneerde beelden nodig zijn, is dit de fase waarin alle crewleden bij de productie betrokken worden. De productieleider begeleidt deze crewleden bij het voorbereiden van de opnamen. Door gebruik te maken van planningen en organisatiesystemen geeft hij sturing aan de grote crew van specialisten die bij dergelijke producties wordt ingezet. De crewleden bereiden hun taken voor en richten zich naar de planningen. Fase 2 komt aan de orde in deel 2 (hoofdstuk 9 tot en met 21) en is herkenbaar aan de gele paginahoeken.

## ***Fase 3: de fase van de opnamen***

Bij de documentaire of reportage gaat de meestal kleine docucrew op pad en volgt het onderwerp in gebeurtenissen die het verhaal vertellen.

Voor een show of een event waar beelden geprojecteerd moeten worden, is dit de fase waarin al het beeldmateriaal wordt opgenomen dat in de tweede fase is voorbereid. Bij dramaproducties is de opnameperiode te vergelijken met een circus dat steeds de tent weer op moet zetten. De vaak grote fictiecrew verplaatst

zich van locatie naar locatie om binnen een vastgestelde periode alle opnamen te laten plaatsvinden. Bij alle producties, groot of klein, zal de productie leider blijven plannen, organiseren, anticiperen en bijsturen met alle vaardigheden die hij in huis heeft. Fase 3 komt aan de orde in deel 3 (hoofdstuk 22) en is herkenbaar aan de rode paginahoeken.

#### ***Fase 4: de fase van de postproductie***

In deze laatste fase wordt al het beeld en geluidsmateriaal door specialisten bewerkt en verwerkt tot een definitief eindproduct. De productie leider en de crew zullen in deze fase hun gedane werkzaamheden archiveren en afronden. Fase 4 komt aan de orde in deel 4 (hoofdstuk 23) en is herkenbaar aan de groene paginahoeken.

De volledige organisatie van een dramaproductie vraagt om veel praktijkervaring. In de praktijk maak je je inzicht en productietechnieken eigen. Deze handgrepen en technieken worden tot in detail uitgelegd in de hoofdstukken van dit handboek.



# Fase 1

## De algemene fase



## Fase 1: de algemene fase, ontwikkeling en onderzoek naar haalbaarheid

De productie leider is meestal nog niet betrokken bij de eerste fase van de totstandkoming van een productie. De werkzaamheden die in deze fase worden verricht, doen vooral een beroep op de vakkennis, vaardigheden en ervaring van de producent. Het productieproces start met het beoordelen van de productionele haalbaarheid van een idee en voor ieder project moet een scenario ontwikkeld worden. De producent stelt zich daarbij de volgende vragen: 'Is het realiseren van dit project, het maken van deze film of dit programma reëel?' en 'Hebben we voldoende tijd voor de productie, en wat gaat het kosten om de film of het project te realiseren?' De producent heeft inzicht in de planning van het project en alles wat erbij komt kijken. Hij heeft een netwerk van specialisten aan wie hij advies zal vragen om zijn oordeel te bevestigen. Hij verdiept zich in de kosten van rechten en verzekeringen, en maakt de begroting. Bovendien heeft hij een inbreng in de ontwikkeling van het scenario en een doorslaggevende stem in de belangrijke keuzes op inhoudelijk en organisatorisch gebied. Zijn inzicht en inbreng zorgen ervoor dat zijn vakkundigheid in deze fase onmisbaar is.

Je noemt deze eerste fase ook wel de algemene fase, omdat de werkzaamheden die binnen deze fase worden verricht nog volledig gericht zijn op de ontwikkeling van het scenario, terwijl tegelijkertijd een uitgebreid onderzoek plaatsvindt naar de haalbaarheid van het project.

Binnen dit onderzoek bevinden zich een aantal cruciale momenten, waarop de producent kan besluiten dat het hele plan onhaalbaar is, waardoor het wellicht een van de projecten kan worden die bij hem op de plank blijven liggen, wachtend op betere tijden. In deze ontwikkelingsfase is er geen zekerheid over het feit dat de productie van de film of het programma werkelijk kan gaan plaatsvinden. De producent zal daarom zijn personeelskosten zo laag mogelijk willen houden en de productie leider en overige crewleden pas inhuren als dit haalbaarheidsonderzoek op positieve wijze is afgerond en de voorbereidingen voor de opnamen werkelijk kunnen gaan beginnen. Dan start fase 2.

Deel 1 van dit boek beschrijft de werkzaamheden die de producent tijdens deze eerste fase uitvoert (hoofdstuk 1 t/m 8).

# De capaciteiten en taken van de producent

# 1

De producent is de ondernemer in de film- en televisiebusiness. In veel gevallen heeft hij een eigen bedrijf met een groot netwerk aan contacten op het gebied van financiering, distributie en vakspecialisten. Bij iedere productie wisselt het personeelsbestand, afhankelijk van de inhoud van de film of het programma en de uitwerking door de verschillende specialisten. Een producent is geen afwachter, maar een creatieve initiatiefnemer. Hij heeft inzicht in de planning, de marketing, de distributie en de mogelijkheden tot financiering van de projecten die hij voor ogen heeft. Daarom komt een producent vaak zelf met een idee voor een project, een film of tv-programma.

## 1.1 Wie is de producent?

*Wat is produceren? Produce: to bring into existence by intellectual or creative ability. In het Nederlands: produceren, producent, productie. Volgens het woordenboek is produceren 'voortbrengen'. Een producent is dus een 'voortbrenger'.*

Een *producent* is een manager, een ondernemer met een eigen bedrijf. Als *ondernemer en werkgever* heeft de producent als eerste de taak zijn bedrijf productief te maken en te houden. Financiering, fondsen, distributie, promotie en het maken van contracten zijn dus zaken waarmee de producent zich dikwijls zal bezighouden. Om *innovatief* bezig te kunnen zijn, moet de producent steeds op de hoogte blijven van de nieuwe technische ontwikkelingen en contact hebben met de vakspecialisten. Bij al deze zakelijke beslommeringen, die meestal door de inhoud worden bepaald, is *creativiteit* een zeer belangrijke eigenschap die de producent moet bezitten. Iedere producent heeft zo zijn *passie of voorkeur* voor een genre binnen het vakgebied. Sommige productiebedrijven richten zich volledig op spelprogramma's, events of shows, en andere maken alleen speelfilms of dramaproducties. Er wordt niet alleen voor verschillende doelgroepen en vertoningsplatforms gewerkt, ook de werkwijze geeft een ander netwerk van vakspecialisten aan.

Een producent is meestal iemand die het vak kent vanaf de basis en zelf als productie leider werkzaam is geweest. Daardoor heeft hij *inzicht in de arbeidsver-*

*houdingen, taakverdelingen, crewfuncties, verantwoordelijkheden, communicatielijnen en alle organisatiepatronen.* Met een flinke dosis *stressbestendigheid, zelfdiscipline en sociale vaardigheid* blijft de producent ook nog een leuk mens, ondanks alle lasten die op zijn schouders rusten.

## 1.2 Wat doet een producent?

Vanuit zijn ervaring heeft een producent inzicht in de markt waarvoor hij zijn eigen projecten ontwikkelt. Daarnaast kan hij zijn producentschap inzetten voor het tot stand brengen van producties ‘in opdracht’, voor opdrachtgevers van evenementen, televisiezenders, vertoningen voor internet, het bedrijfsleven enzovoort. Iedere plek of ieder medium waar beeld vertoond wordt voor een daaraan verbonden doelgroep, noemen we een platform.

### 1.2.1 *Vrije producties*

Naar welk genre de voorkeur van de producent ook uitgaat, binnen dat genre ontwikkelt hij graag zijn eigen project of film. Door zijn specialisme bouwt de producent in de loop van de jaren een specifiek netwerk op van regisseurs, crewleden, financiers en distributeurs. Zo heeft ieder genre een top van producenten die zich binnen dit specialisme succesvol hebben getoond.

Vaak heeft een producent zelf ideeën voor een programma of een dramaproductie, of hij is op zoek naar ideeën van anderen. Een producent doet er alles aan om de voorstellen die op zijn bureau liggen tot ontwikkeling te brengen. Van hem wordt verwacht dat hij inzicht heeft in het mogelijke succes van de te maken film. Alle ideeën en mooie voorstellen voor films of programma's die hij op tafel krijgt of zelf initieert, worden door hem onderzocht op mogelijke haalbaarheid. Hij kijkt of het idee haalbaar is binnen de gestelde tijd en budgettaire mogelijkheden. Deze eerste fase is voor de producent een periode van research, overleg, afwegen van factoren en het uiteindelijk nemen van besluiten. Hoofdstuk 2 gaat verder in op dit onderzoek naar de haalbaarheid.

### 1.2.2 *Delegeren en samenwerken*

Terwijl de producent meestal het ‘eenzame’ startpunt is van iedere productie, zal hij zodra hij een idee of opdracht binnenkrijgt zijn krachten bundelen met significante specialisten uit het vak.

#### *De sparringpartner van de scenarist en de regisseur*

Dikwijls is er sprake van langdurige samenwerkingsverbanden tussen scenaristen, regisseurs en producenten. Zodra ze eenmaal op elkaar zijn ingespeeld

en dezelfde inzichten hebben, kan het komen tot een jarenlang partnerschap. Als *creative producer* doorloopt de producent altijd samen met de scenarist en de regisseur het volledige traject van scenario tot eindproduct. Om als producent een goede creative producer en daarmee *sparringpartner* van de scenarist en regisseur te kunnen zijn, heeft hij inzicht in het schrijfproces nodig en is een beeldend vermogen een vereiste. Dit geeft hun de mogelijkheid om samen beslissingen te nemen over de inhoud en de daaruit voortvloeiende consequenties voor de productie. Maar hoe belangrijk de taken van de scenarist en de regisseur ook mogen zijn, de producent is als werkgever altijd in financiële en juridische zin eindverantwoordelijk.

### *Delegeren van uitvoerende taken*

Om al zijn aandacht te kunnen richten op verantwoordelijkheid en management delegeert de producent de uitvoerende taken aan een uitvoerend producent en productie leider. Zij richten zich meer op de organisatie van een productie zelf, zij realiseren in samenwerking met de verschillende specialisten de uiteindelijke productie.

### 1.2.3 *In opdracht produceren*

Naast het ontwikkelen van de vrije producties onderhoudt de producent contacten met opdrachtgevers. Opdrachten voor het maken van een productie kunnen overal vandaan komen. De televisiezenders benaderen producenten om hun programma's te realiseren. Maar ook bedrijven, overheden, musea, scholen of buurthuizen richten zich vaak naar de buitenwereld door middel van audiovisuele communicatie of willen hun eigen films kunnen vertonen. Bij producties die de producent in opdracht maakt, moet hij rekening houden met de wensen van de opdrachtgever. De belangrijkste kaders hebben betrekking op de lengte van de film of het programma, de inhoud, het platform waarop de film vertoond wordt en het budget.

### *Produceren voor het bedrijfsleven*

Een groot bedrijf of organisatie kan ervoor kiezen om een audiovisueel medium in te zetten voor de communicatie met zijn externe of interne doelgroep. In een dergelijk geval zal dit bedrijf een producent of regisseur benaderen met het verzoek of hij een film of event wil produceren. De bedrijfsfilm vereist een diepgaand onderzoek naar de organisatie van het bedrijf en het product dat het bedrijf vervaardigt. De opdracht is op verschillende manieren in beeld te brengen, afhankelijk van de boodschap en het doel van de film. Documentair of gedramatiseerd, waarbij je al of niet met *graphics* onderwerpen kunt verduidelijken. Het vraagt van de producent en de regisseur een nauwe samenwerking met de woordvoerders van het bedrijf. Deze woordvoerders zijn meestal afkomstig van de afdeling pr. Vaak zijn deze werknemers onbekend met het filmvak en is overleg essentieel.

De ervaring die de producent en de regisseur hebben in het communiceren met de doelgroep door middel van beeld en geluid, passend bij het vertoningsplatform, is een belangrijke factor voor het slagen van een bedrijfsfilm.

Na goed overleg worden alle overeenkomsten op het gebied van beeldvorming en inhoud in een *briefingchecklist* vastgelegd. Aan het eind van iedere productiefase zal een moment worden ingepland om de opdrachtgever op de hoogte te stellen van de voortgang van het proces door middel van een viewing. Daarmee wordt zeker gesteld dat het bedrijf de film krijgt die het beoogt. Dit zijn tevens de momenten waarop weer een deel van het budget aan de opdrachtgever gefactureerd kan worden. Ook tijdens de opnamen is het belangrijk de opdrachtgever voor te stellen aan de crewleden en steeds op de hoogte te houden van de gang van zaken. De ogenschijnlijke chaos van apparatuur en mensen, die op zijn kosten rondjes rennen, kan een erg verwarrende indruk wekken (zie kader 1.1). Een goede communicatie van de uitvoerders met de opdrachtgever kan de onzekerheid van de opdrachtgever tot het minimum beperken. Op [www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl](http://www.handboekvoorproductieleidersencrew.nl) vind je bij hoofdstuk 1 een briefingchecklist voor het produceren van bedrijfsfilms.



### *Producers van multimediateproducties*

Een filmproducent van events waarbij meerdere media en disciplines worden ingezet, heeft ook te maken met alle gebruikelijke productiestadia, alleen is het eindproduct vaak geen bioscoop- of tv-film maar een film waarvan het eindresultaat geïntegreerd moet worden in een show of evenement.

Vanuit het concept wordt een scenario of filmplan geschreven waarbij de film onderdeel is van een groter geheel, de multimediale show. De producent moet rekening houden met die toepassing. Met name de integratie, de resolutie van het bronmateriaal, de projectoren, het presentatieplatform en de hoeveelheid en maat van de vertoningsschermen zijn essentieel.

Een event kent vaak een korte opbouw- en testtijd, waardoor er op het laatste moment nog vaak correcties gewenst zijn. Bij projecties op schermen, muren of attributen (video mapping) is een langere opbouwfase gewenst dan bij vaste led-schermen. Bij led-schermen moet men wel goed de resoluties controleren. Daarnaast heeft een multimediateproducent meestal nog te maken met andere disciplines en casts: presentatoren, acteurs en actrices, dansers en danseressen, muzikanten, modellen enzovoort.

Tijdens de realisatie van de film(s) voor multimediale events en toepassingen werken er naast een reguliere crew bijna altijd motion (graphic) designers mee. Zij verzorgen de grafische vormgeving en integreren huisstijlen, logo's en speciale visuele effecten. Het bronmateriaal en de vormgeving worden ook cross-mediaal gebruikt, bijvoorbeeld voor virals en websites.

© 'Essential Looks by Schwarzkopf Professional'  
Regisseur Tjepke Zijlstra – Luim Film



Schwarzkopf presenteert regelmatig in een grote show nieuwe haartrends voor professionals uit de hele wereld. Je ziet op de foto een multimediashow in Barcelona, de inleiding van een trend 'Eccentric Heritage' met dansers en video (van modellen). Op het grote scherm zijn filmbeelden te zien van de verschillende modellen die vooraf zijn opgenomen. Op de poort waardoor de modellen de vloer betreden, worden ook bewegende beelden geprojecteerd.

### *Het produceren van een video mapping/visual event*

Bij mapping zien we een fysiek onderwerp waar een virtuele laag overheen geprojecteerd wordt.

Visueel mapping is een specialisme waarvoor een opdrachtgever of een producent de hulp inroept van een visueel artist. Zo werd in 2012 een visueel event georganiseerd voor het afscheid van de zogenoemde Paper Dome. De Paper Dome is een bijzonder gebouw, geheel uitgevoerd van papier en karton en ontworpen door de bekende Japanse architect Sigeru Ban. Na tal van jaren als festivallocatie te hebben gediend en als landmark in Leidsche Rijn (Utrecht) moest de Paper Dome plaatsmaken voor nieuwbouw.

Cultuur19, beheerder van het tijdelijke cultuurpodium van Leidsche Rijn, organiseerde het afscheidsevent: een video mapping op de Paper Dome, ontworpen en uitgevoerd door visueel artist Daan Kars. In samenwerking met kinderen uit Leidsche Rijn heeft Daan Kars een visuele mapping ontworpen die zes dagen aaneen, in de avonden, te zien was op de Paper Dome onder de naam 'Time Waves'.



© DNKRS visual artist

Daan Kars zegt over het productieproces: 'De productionele en technische uitdagingen lagen voornamelijk in het projecteren op een ronde vorm. Ik heb daarvoor een eigen software geschreven in quartz composer wat mij in staat stelde om op een simpele manier de uitlijning van de projectie op het object te doen.

Qua hardware setup hebben we twee projectoren gebruikt die in een zeecontainer stonden zodat deze veilig en droog stonden. Daarbij was een suppoost c.q. beveiliging elke avond aanwezig welke instructies had betreffende de opstart en het afsluiten van de installatie.

De uiteindelijke content die gebruikt is voor de installatie, is een mix van waar de kinderen en organisatie mee kwamen en naar het einde mijn abstracte vertaling in beeld van de ideeën van Sigeru Ban.'



Wil je de mapping show zien? Kijk dan op [www.handboekvoorproductieleiders-encrew.nl](http://www.handboekvoorproductieleiders-encrew.nl).

### *Producersen voor televisie*

De verschillende omroepen zijn grote afnemers van televisieprogramma's, documentaires en dramaseries. Een omroep die een documentaire of dramaserie in zijn programma wil opnemen, zal de ontwikkelings- en productieopdracht uitbesteden aan een producent. Maar deze producent kan ook zelfstandig programma's ontwikkelen en aanbieden aan een zender. Het scripted department van Endemol Nederland bijvoorbeeld produceert veelvuldig televisieprogramma's en dramaseries, in samenwerking met, in opdracht van of voor een zendgemachtigde. Zo is in de afgelopen jaren door Endemol in samenwerking met RTL de succesvolle politiserie *Moordvrouw* ontwikkeld, waarin het hoofdpersonage Fenna Kramer gespeeld wordt door Wendy van Dijk.

Omdat door meerdere scenaristen en regisseurs aan de serie gewerkt wordt, is een duidelijk format ontwikkeld met inhoudelijke en productionele richtlijnen.





© Endemol Nederland BV

De cast op de set tijdens de opnamen van de politiserie *Moordvrouw*. Op de foto zien we Thijs Römer in de rol van rechercheur Evert en Achmed Akkabi in de rol van rechercheur Bram. Fotograaf/uitvoerend producent: Gerd Jan van Dalen.

Bij het produceren van een dramaserie voor televisie is vaak een grote groep vakspecialisten betrokken. Het is essentieel dat de producent en de regisseur goed kunnen samenwerken met de schrijvers, de eindredactie en de dramaturg van de desbetreffende omroep.

De producent werkt als een aannemer die de opdracht ter productie aanneemt. Hij werkt voor een vastgesteld budget en maakt duidelijke afspraken over de inhoud en vorm. Deze strenge afspraken zijn in een *format* vastgelegd. Ze dienen om het vastgestelde budget niet te overschrijden en de verschillende afleveringen gelijksoortig te laten zijn in stijl en ritme. De hoeveelheid locaties, zowel interieur als exterieur, de hoofdrolspelers en figuranten, de schokkende ontwikkelingen in het verhaal en de uiteindelijke lengte van de aflevering (screentijd) zijn aan regels gebonden. Het format is de blauwdruk waarbinnen het scenario wordt geschreven en geregisseerd. Het productiebedrijf dat de opdracht heeft aangenomen, verbindt vaak een creative producer aan de crew om de inhoudelijke ontwikkeling nauwlettend in het oog te houden.

Bij documentaires is het contact tussen de regisseur, de producent en de eindredacteur van de omroep zeer frequent, omdat in dit geval bij de opnamen pas duidelijk wordt wat de beelden gaan opleveren.

#### *Producers voor een reclamebureau*

Bij het produceren van commercials wordt het volledige creatieve idee dat aan de commercial ten grondslag ligt, uitgedacht door de creatieven van het reclamebureau. Meestal maken de art directors van het reclamebureau een storyboard (getekende plaatjes van shots) waarop zij precies aangeven hoe de commercial in beeld moet worden gebracht. In veel gevallen zijn dit complexe producties waar veel visual effects (VFX) in voorkomen om een duidelijke herinnering aan het product achter te laten bij de kijker in de korte uitzendtijd. Omdat alle

beelden al zijn uitgewerkt naar de wens van de creatieven en de klant, is de regisseur een 'uitvoerder' en de producent de zakelijke organiserende factor van het geheel. Heeft een producent of regisseur eenmaal het vertrouwen van het reclamebureau gewonnen, dan kan er een inhoudelijke creatieve samenwerking ontstaan, waarbij beeldvorming en inhoud op elkaar worden afgestemd om tot een nog beter product te komen.

**Casus****De onwetende opdrachtgever**

Bij de opnamen van een commercial voor een bepaald merk jenever zat een acteur in een bootje te vissen. Volgens de verhaallijn zou hij een enorme vis vangen, vervolgens met bootje en al voortgetrokken worden door het woeste beest en uiteindelijk zou de lijn knappen. Later zou de visser in de vissershut, onder het genot van een jenevertje, opscheppen over zijn 'enorme' vangst.

*Locatie Vinkeveense Plassen*

De producer van het reclamebureau was op de set aanwezig met 'de cliënt', de heer Jenever zelf, die tot die tijd onzichtbaar was gebleven. De cliënt wilde hoogstpersoonlijk toezicht houden op de opnamen om de efficiëntie en voortgang van deze dure filmopnamen te controleren.

Het regende de hele morgen en uren gingen voorbij zonder dat er gedraaid kon worden. Dit maakte de cliënt al redelijk onrustig, want ieder oponthoud kostte hem veel geld! Toen de zon eindelijk doorkwam, konden regisseur Frans Weisz en zijn crew starten met het eerste shot, de stunt met het bootje. De stuntman die hiervoor was ingehuurd, had het plan geopperd een lange lijn (onder water) vast te maken aan het vissersbootje. Een speedboot zou het kleine vissersbootje vooruittrekken, waardoor het leek alsof de grote vis er met het bootje vandoor ging.

Maar, de speedboot bleek te hard te gaan en het vissersbootje bleek te klein te zijn. Daardoor werd de acteur met bootje en al onder water getrokken. Wederom ging veel tijd verloren met het afdrogen van de acteur en het opnieuw instellen van het shot.

De cliënt oogde inmiddels redelijk gestrest en vroeg toch vooral om nu op te schieten. '... En wie is dat kleine mannetje dat zich overal mee bemoeit, zonder hem zou het allemaal veel sneller gaan!' riep hij op een gegeven moment boos, terwijl hij met een trillende vinger wees naar regisseur Frans Weisz!

Nu de zon scheen, werkte de crew hard door en in de namiddag lagen de boten van de crew aan de steiger van een eilandje midden in de Vinkeveense Plassen. Om de cliënt wat tot rust te laten komen nam de producer van het reclamebureau hem mee voor een wandelingetje over het eiland.

De crew, inmiddels flink opgezweept door het boze humeur van de cliënt, werkte hard verder om alle shots te draaien voordat het daglicht zou verdwijnen. Vlak voor de zon onderging, waren alle shots gedraaid en de boot van de crew voer snel terug naar de haven om de apparatuur in te pakken. Op het moment dat de crew bij de auto's stond en de techniek bijna was ingepakt, kwam een onbekend plezierjachtje de haven binnenvaren. Aan boord, naast een aantal wildvreemde mensen, stond de cliënt; de crew bleek hem per ongeluk op het eilandje te hebben achtergelaten.