



## Spons

Trefpunt en LaComu intensief samenwerk mee maakt de sport wereld zich op voor inhaalslag.

De strategische sportmarketingbure... digitaal branding ag... aangaan, komt ni... verrassing. Beide... derde uit van... ken op een aan... (Unilever) al la... sis gebeurde... om de 'brand... ring naar een... Sportmark... van oudsher... van sponse... concepten... LaComu... gelijkheid

TEKST: PIM MILO | FOTOGRAFIE: ANNO PIETERSE

## ‘Mijn markt is klein’

Anno Pieterse (1961) is specialist in auto- en locatiefotografie. Niches die last hebben van beeldbanken. Toch maakt hij prijswinnend werk. **CREATIE**

**Het scheelt dat de beroepskosten minder hoog zijn als vroeger.**

Anno Pieterse: 'De vaste lasten zijn omlaag. Vroeger gaf je elke maand een vermogen uit aan film- en laboratoriumkosten. Nu heb je een laptop en een camera. Je hoeft geen voorraad films aan te leggen; er wordt niet meer verwacht dat je een eigen studio hebt; assistenten huur je per klus in en ik heb begrepen dat de jongste generatie fotografen zelfs geen eigen spullen meer heeft. Ik wil eigen spullen, die is m'n belangrijkste gereedschap.'

**Een beetje fotograaf had kleinbeeld-, middenformaat- en grootformaat camera's.**

'Die heb ik nog steeds: kleinbeeld, middenformaat, 4x5 inch en 8x10 inch. Die analoge camera's gaan een leven lang mee.'

**Wanneer ben je digitaal gegaan?**

'Echt helemaal topkwaliteit? Anderhalf jaar geleden. Daarvoor deed ik al veel met een digitale Canon. Soms voelde het onaf en pakte ik toch weer de 4x5. Maar er is geen klant meer die wil wachten tot de films ontwikkeld zijn. En omdat het beeld altijd wordt bewerkt, moet je het digitaal aantevoren. Dus ja, dat analoge werd te tijdrovend. Voor vrij werk pak ik de 4x5 nog wel. Het is een existentiële vraag, bijna. Je fotografeert. Het licht wordt door het onderwerp weerkaast en op film gevangen. Dat beeld zit latent in je film en komt bij het ontwikkelen tevoorschijn. In die film zit 170 jaar fotografische technologie. Dat zie je als de film op de lichtbak ligt. Bij digitale fotografie wordt het beeld op een chip gevangen en vijf seconden later in enen en nullen omgezet.'

**Wat is er overgebleven van de vibes die je bij het maken had?**

**Digitale camera's zijn duur.**

'Het frustrerende is, dat de instapmodellen niks meer kosten en een heel hoge kwaliteit leveren. Voor nog geen duizend euro heb je een leuke camera. Maar als je echt topkwaliteit wilt, een middenformaat met digitale achterwand, ben je zo dertig, veertigduizend euro verder. En dat ding schrijf je in drie jaar af. Maar de kwaliteit van zo'n Fase-One, het lijkt wel of je op 8x10 schiet. Geweldig. En het is fantastisch om digitaal te werken. Klanten zien het resultaat direct. Maar toch, als je heel precies wilt werken... je kan de technische camera nauwkeurig stellen, het perspectief mooi corrigeren. Dat is digitaal bijna niet te doen.'



**Je werkt op locatie, auto's en landschappen. Dat is een marginaal segment binnen de commerciële fotografie.**

'Mijn markt is klein. In de tijd dat ik bij Aernout Overbeeke assisteerde, zaten we meer in het buitenland dan in Nederland. Voor een landschapje gingen we naar Frankrijk of Italië. Nu is het: Mont Saint-Michel? Even googlen en je kunt uit duizenden beelden kiezen. En toch zitten er krenten in de pap. Zoals die campagne voor Martinair.'

**Wat is dat dan: een artdirector met een hoge moraal? Een klant met kwaliteitsbesef? Tijd? Geld?**

'Een combinatie van factoren. De artdirector moet iets speciaals willen, de klant moet daarin meegaan en er moet voldoende tijd en geld zijn. Je ziet vaak dat de signatuur ontbreekt. Een advertentiecampagne waarvan de beelden als los zand aan elkaar hangen. Multinationals letten daar beter op dan lokale adverteerders die sneller tevreden zijn. Vorig jaar mocht ik voor artdirector Lukas van de Ven (McCann-Erickson) naar Cuba, Curaçao en Miami om een campagne voor Martinair te fotograferen. Foto's van 100 MB, die ook voor de volle 100 MB goed zijn - dus geen geïnterpoleerde beelden - die vind je niet in stock. Nog niet. De campagnebeelden moesten tot op billboardformaat bruikbaar zijn en een uniform signaal afgeven, een eenduidige beeldtaal spreken. De artdirector kon niet mee, dat liet het budget niet toe. Ik heb daarom veel geschoten. 's Avonds mailde ik de oogst van de dag naar McCann. Dat is de zegen van het digitale tijd-

perk. Het was een klus met veel vrijheid. Ik hoefde er alleen rekening mee te houden dat een stoel in de foto's gemonteerd zou worden. Ik kwam thuis met een enorme serie foto's. Deels voor de campagne, deels vrij werk: foto's van mooie locaties en prachtige straatjes. Toen ik dat restmateriaal zag, dacht ik: hier moet ik iets mee doen. Wieger Poutsma, van Fisk Imaging, heeft de beelden bewerkt. Samen hebben we een weekend tot in de late uurtes gewerkt om het patina precies zo te krijgen als ik het me herinnerde. Bij mijn wandelingen door Havana kreeg ik een bepaald gevoel en dat heeft Wieger in de beelden teruggebracht. De foto's die ik op Cuba maakte - niet de beelden voor de campagne, maar de foto's van de locaties - heb ik ingestuurd naar de Lucie Awards. De Oscars van de fotoworld. Uit 120 landen werden 23 duizend beelden ingestuurd. Vijf van mijn Cuba-foto's werden genomineerd. Wandelend door Havana zag ik het Olympisch Stadion. Dat lag er fantastisch bij. Jaren vijftig Oostblok-architectuur. Standbeelden, ervoer en alles fris in de verf. En een fontein dat het niet deed. De foto's die ik daarvan heb gemaakt, staan in oktober in de fotograafspecial van Creative Review.'

**Je bent pletlutlig grootgebracht, hé? Na de MTS voor Fotografie en Fotonica heb je vijf jaar geassisteerd. Eerst bij Aernout Overbeeke, daarna bij Hans Kroeskamp.**

'Twee ongelooftijke fijnslijpers die met even perfectionistische artdirectors werkten. Als Bèta Stamenkovits met Hans Kroeskamp gingen werken, kon je je sociale afspraken voor

de avonden en het weekeinde wel afzeggen. Als er na verloop van enkele dagen een mooie dia op de lichtbak lag, en Hans en Béla stonden daar te kijken, kon je ze horen zeggen: "Het is mooi, maar het kan nóg mooier." En dan gingen ze het weekeinde door. Er is een jonge generatie die andere opvattingen heeft. Niet zolang geleden moest ik een locatie bij ondergaande zon fotograferen. We waren er tijds. Liever een uur te vroeg dan een minuut te laat. De camera heel precies neergezet en alles klopte. de plek, de gezichtshoek en het licht. Alles was top. Alleen moest de zon nog ondergaan. Zegt de artdirector: "Ja, daar ga ik niet op wachten. Die zon monteren we er thuis wel in." Ik heb me in 1991, op mijn dertigste, zelfstandig gevestigd. Daarvoor heb ik vijf jaar geassisteerd. Ik ben geen beginneling. Dat is ten dele jammer, omdat ik van tevoren de problemen zie. Dat is oplossen, want je moet klanten niet afschrikken. Voor je het weet ben je azijnpijsser. Maar ja, je wilt een klus goed voor elkaar krijgen. Een opdracht is een uitdaging, dus leuk. Ik heb het idee dat ik nog maar net begonnen ben. Hoe beter ik het begrijp, hoe gretiger ik word.'

**Foto met stoel (linkerpa):**

RECLAMEBUREAU: McCann-Erickson  
 CREATIVE DIRECTOR: Jeff de Wolf  
 ARTDIRECTORS: Lukas van de Ven, Coen Zuidervliet  
 KLANT: Martinair  
**Andere foto's:**  
 BEELDBEWERKING: Wieger Poutsma, Fisk Imaging  
 www.annofoto.com