

Opening van de Armin Only - Intense show

Sander Reneman (250k):

## "PODIUM IS CANVAS WAAROP JE EEN VERHAAL KAN VERTELLEN"

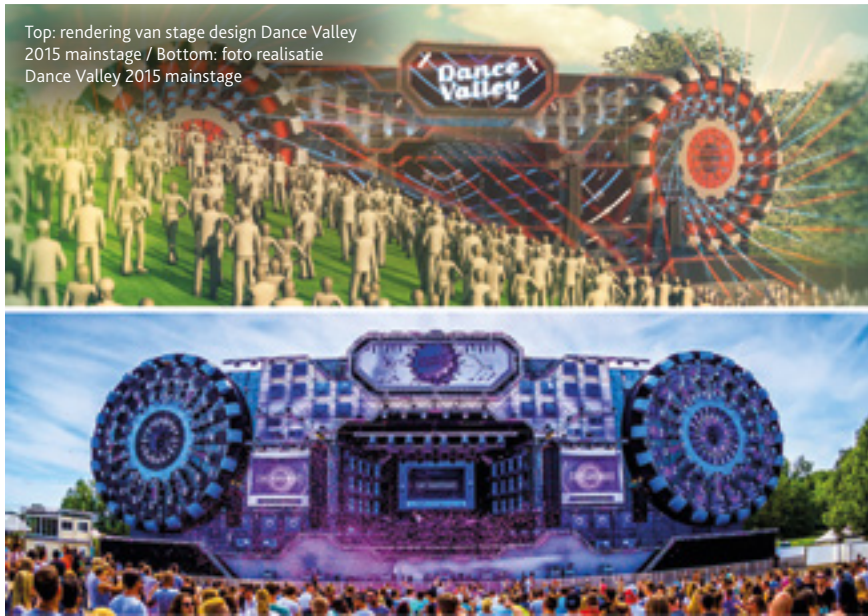
250K heeft zich de afgelopen jaren gespecialiseerd in conceptontwikkeling en stage- en show design. Het gevarieerde team – bestaande uit conceptontwikkelaars, stage designers, licht designers, interactieve technology developers en showregisseurs – vindt elkaar binnen de projecten die worden opgepakt. Al die samenwerkingspartners hebben één grote verbindende kracht: de gezamenlijke passie voor muziek en creativiteit en hun onuitputtelijke verlangen om de best mogelijke show neer te zetten.

In de vorige uitgave van AV & Entertainment Magazine viel te lezen over Eyesupply en het feit dat het overkoepelende bedrijf 250K daar uiteindelijk uit is voortgekomen. Dat bedrijf houdt zich in de breedste zin bezig met design en (creatieve) productie van grote evenementen en bijvoorbeeld het tourmanagement van een artiest als Armin van Buuren. De gezichten achter 250K zijn Carlo Ruijgers, Kevin Walenciak en Sander Reneman.

Reneman vertelt over de visie die 250K hanteert bij alles wat het bedrijf doet en bij stage design in het bijzonder: "Stage design bestaat voor 250K niet alleen uit een mooie combinatie van materialen, maar het vormt echt de basisomgeving voor de show. Het is voor ons een canvas waarop je een verhaal kan vertellen."

### ONTWERPEN

Met de nodige (internationale) ervaring ontwerpt het team nu multi-gedisciplineerde stage designs die niet alleen op visueel vlak en qua beleving kloppen, maar die ook technisch goed in elkaar steken. Reneman: "We werken hiervoor samen met gespecialiseerde partijen op elk vlak, om zo altijd een kloppend geheel te krijgen. Neem bijvoorbeeld licht, dat is een essentieel onderdeel van een podium. We werken daarom vaak nauw samen met de ervaren en gepassioneerde lichtontwerpers van The Art of Light om te zorgen dat alles zo goed mogelijk uit de verf komt." Er zijn nogal wat recente voorbeelden waarbij nadrukkelijk op deze manier gewerkt werd. Spring Awakenings Music Festival in Chicago bijvoorbeeld, waar de mainstage en de tweede area ontworpen werden. Bij Dance Valley werd inmiddels al drie jaar op rij de mainstage ontworpen en voor The Flying Dutch liet 250K op elke locatie een design uit de grond rijzen met een verbinding naar de betreffende stad. Op het Oostenrijkse festival Electric Love werd de mainstage door het team gedragen en als klap op de vuurpijl werd het stage design bij het Amsterdam Music Festival een moderne en innovatieve ode aan het alom bekende 'Amsterdammertje'. Reneman: "Het laatste jaar merken we met name ook dat we steeds meer projecten in Zuid-Amerika en Azië doen. Die markt



is echt flink aan het aantrekken. Zo hebben we laatst de mainstage mogen ontwikkelen voor een festival in Bangkok en zijn we op dit moment bezig met festivals in Guatemala en Chili.”

#### TOURS

Juist vanwege dit soort ontwikkelingen wordt de aandacht van 250K meer en meer verlegd naar het internationale werk. Niet

#### CONCEPTING

Het werk van 250K houdt daar echter nog lang niet op. “We hebben gemerkt dat de boodschap en beleving en een evenement ‘an sich’ veel sterker is wanneer alles mooi op elkaar aansluit”, vertelt Reneman. “Wij proberen daarom eerder met een klant mee te denken over het concept en de totale invulling. Kijk, als wij met een tekening van een podium komen, dan zit daar eigenlijk

meteen al een moodboard bij. Een podium is leuk, maar als je er qua visuals dan een bepaald plaatje op laat zien, dan zie je dit en krijg je die dieptes en die gelaagdheid. Het is een groot voordeel als je dat allemaal al vooraf kunt laten zien. Wij kunnen dat, omdat we al die verschillende disciplines hier in huis hebben. We kunnen laten zien wat het uiteindelijk allemaal doet.” Een voorbeeld van een project waar 250K van begin af aan betrokken was, is het concept The Flying Dutch. “Daarbij waren we nauw betrokken bij de creatieve invulling van het festival; van samenwerkingspartners in fashion, art en design tot grafische stijl en merchandise.” Maar ook de nieuwe brand style ontwikkeling van Armin van Buuren staat op het portfolio van 250K. Hoe laadt men een nieuwe merkstijl voor Armin van Buuren? En wat dient bijvoorbeeld de uitstraling van het artwork van zijn nieuwe album ‘Embrace’ te worden? Het zijn vragen waar 250K graag antwoord op geeft en actief aan meewerkt.

#### SHOW

Aan elke show gaan uiteraard maanden aan voorbereiding vooraf en al die voorbereidingen moeten dan samenkomen in die

**“Het laatste jaar merken we met name ook dat we steeds meer projecten in Zuid-Amerika en Azië doen.”**

alleen voor eenmalige festivals, maar bijvoorbeeld ook in de vorm van tours. De laatste tijd is 250K dan ook steeds meer bedreven geraakt in het ontwikkelen van tourbare set designs; tour sets die internationaal haalbaar zijn en iedere keer weer voor een kwalitatief hoogwaardig resultaat zorgen. “Met behulp van de opgedane kennis en een uitgebreid internationaal netwerk van samenwerkingspartners werken we vanuit Eindhoven aan veel nieuwe wereldtours”, vertelt Reneman. “Feitelijk begon dat ruim vier jaar geleden met de Fusion Cube World Tour en doen we dat nu bijvoorbeeld voor Armin Only in de vorm van een compacte integratie van heel veel verschillende disciplines, en met de set van I Am Hardwell, in samenwerking met MotionFX.”

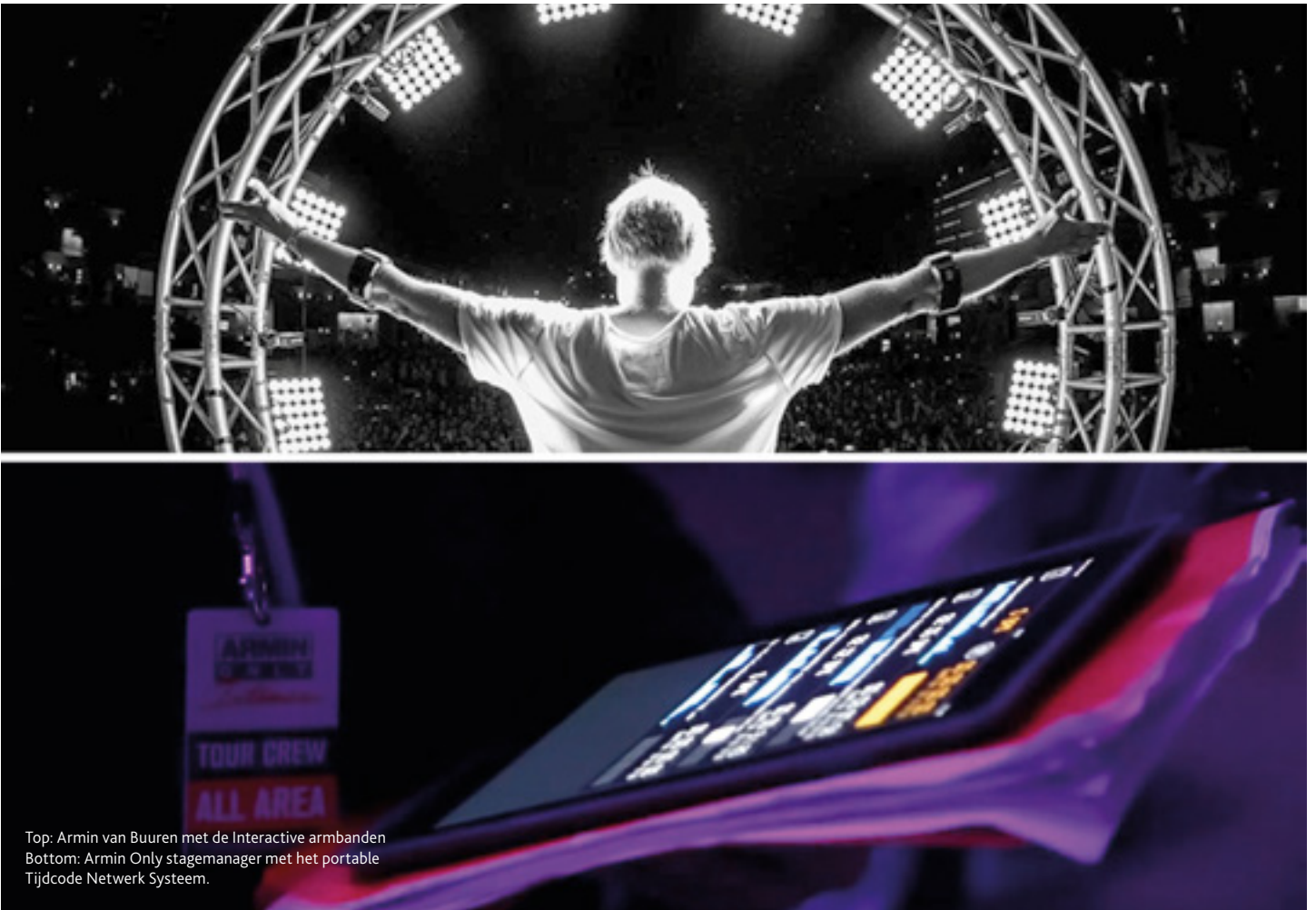




**WE TURN** *dreams* **INTO** *reality.*



[www.wicreations.com](http://www.wicreations.com)  
info@wicreations.com | +32(0)16 85.21.60



Top: Armin van Buuren met de Interactive armbanden  
 Bottom: Armin Only stagemanager met het portable  
 Tijdcode Netwerk Systeem.

drie tot twaalf uurtjes. De eerste ideeën, alle plannen van de tekenafel, alle overleggen, al het werk op locatie.... De one-stop-shop van 250K heeft inmiddels een heel aantal disciplines onder haar dak, maar blijft altijd onafhankelijk: "Als wij vinden dat bij een bepaalde klus beter gekozen kan worden voor een externe partij, dan zullen we dat niet laten", benadrukt Reneman. "We werken samen met veel verschillende partijen in binnen- en buitenland en gaan daarbij altijd voor het best passende resultaat. Maanden van tevoren gaan we met diverse partijen in gesprek – soms aangedragen door de klant, soms op eigen initiatief. Zo bouwen we de show stap voor stap op. Van licht en video tot laser, pyro en performance." De combinatie van alle disciplines komt tot stand tijdens de show, onder strakke begeleiding van 250K. Soms eenmalig, zoals tijdens Amsterdam Music Festival en soms 33 keer, zoals met Armin Only. Voor deze laatste show werd nauw samengewerkt met regisseur Jos Thie, om meer theatergevoel in de show te krijgen. "Het ging van kleine

momenten naar heel groot en bombastisch, waarbij zelfs trampolinespringers om de hoek kwamen kijken. We hebben de wereld daarmee echt 33 keer mogen verrassen."

#### INTERACTIVE TECHNOLOGY

Een hoogstandje van 250K is het feit dat voor de Armin Only show met Haute Technique een custom systeem werd ontwikkeld. "Dat Timecode Network System hebben we ontwikkeld om disciplines echt goed strak te kunnen synchroniseren, zonder dat de artiest inlevert in zijn creatieve vrijheden", vertelt Reneman. "Het systeem is inmiddels in gebruik door meerdere artiesten, zoals Hardwell en Olivier Heldens, maar wordt ook ingezet op festivals, grote indoor events en clubs om artiesten diezelfde freestyle mogelijkheid te bieden, maar tegelijkertijd licht, video en pyro volledig synchroon te laten meelopen. We blijven dit doorontwikkelen op basis van onze eigen wensen, maar natuurlijk ook naar de behoeften uit de markt. Zo kunnen we live zangers zonder extra handelingen

een countdown en metronoom laten horen op hun in-ears."

Eén van de andere recente ontwikkelingen zijn de interactieve armbanden die zijn ontwikkeld voor Armin van Buuren. Die armbanden meten spierspanning en positie, waardoor Armin zelf lampen, video en zelfs special effects aan kan sturen. "We wilden de interactie tussen artiest en publiek vergroten", legt Reneman uit. "Tijdens de show kan Armin door de beweging van zijn armen en handen bijvoorbeeld de mensen in het publiek letterlijk in de spotlight zetten. Dat zorgt voor een extra dimensie in de show en vergroot de publieksbeleving. Eigenlijk zijn we gewoon op alle vlakken altijd bezig om nieuwe stappen te zetten. Wat ons betreft is het einde daarvan nog lang niet in zicht!"