

Inhoudsopgave

Inleiding

Beschrijving van bedrijfs- structuur, cultuur en de processen + mijn rol hierin

- Over BrandMedia Productions
- Medewerkers
- Bedrijfsinformatie
- Bedrijfsstructuur
- Bedrijfscultuur
- Mijn rol bij BrandMedia Productions

Mijn leerdoelen

Gerealiseerde projecten

- Club-TV
- GAMMA
 - GAMMA Professional videoshoot
 - Folderanimaties
- C1000 Folder (periodiek)
- Albron ijscommercial
- Portretfoto's Novus
- Voedsel fotografie
- Procter & Gamble (Sebastian)
- LCDMenu/HelloTV Templates
 - Veldhoen & Romeijn
 - Snack Choice
 - Tuinland
 - Club-TV
- SellView Package, bootanimation & manual
- Sasol
- Color Grading onderzoek

Overige werkzaamheden

- Uitgaande mailserver instellen
- 1Gbits netwerk voor Linda en Rik
- Schermkalibratie
- CSS animaties in het HelloTV CMS

Terugblik op mijn stage bij Brand Media Productions

Bijlagen

- QR Codes voor video's

Inleiding

Het is nu 5 maanden geleden dat ik mijn stage bij BrandMedia Productions begonnen ben. In deze tijd heb ik veel geleerd. Van software, research en communicatie tot ontwerpen, animeren, colorgrading en sociale vaardigheden. Ik heb de stagetijd als erg prettig ondervonden, ik kreeg ondersteuning wanneer ik er om vroeg en goede feedback op mijn gemaakte werk.

BrandMedia is een klein bedrijf met 2 werknemers maar door de partnership met Novus Solutions voelde het toch aan als een middel groot bedrijf. Omdat we op de etage met 14 mensen werken is er veel interactie met andere personen en afdelingen. Dit heb ik al erg prettig ervaren vooral omdat het ook andere disciplines zijn zoals sales, research & development, support en wij als design.

Bedrijfs- structuur, cultuur en de processen + mijn rol hierin

Over BrandMedia Productions

BrandMedia Productions (hierna BrandMedia genoemd) is een bedrijf dat zich specialiseert in narrowcasting content. Dit zijn bijvoorbeeld digitale menu's in snackbars, instore commercials voor supermarkten of videos voor de GAMMA videowall. BMP werkt nauw samen met partnerbedrijf Novus Solutions (hierna Novus genoemd). Novus ontwikkelt hard- en software voor narrowcasting systemen, BrandMedia speelt hierin de rol van contentprovider.

Content die voor Novus ontwikkeld wordt kan opgesplits worden in twee merken van het bedrijf, HelloTV en LCDMenu. LCDMenu is het low-end gedeelte van Novus en heeft als doelgroep cafetariahouders. HelloTV is meer gericht op high-end klanten zoals tuincentra, autodealers en bijvoorbeeld de Nederlandse Spoorwegen. Naast de partnership met Novus Solutions heeft BrandMedia ook eigen klanten zoals o.a. GAMMA, C1000, MaxiMarkt (Oostenrijk), Vroom & Dreesman en Sasol.

Medewerkers

Bij BMP zijn momenteel vier personen werkzaam, waarvan twee stagiaires. Rik van Beek is de eigenaar die een goed half jaar geleden BrandMedia opgericht heeft vanuit het bedrijf waar hij voorheen werkzaam was (NarComm). Linda Scheffers is als stagiaire bij Narcomm gekomen maar heeft zichzelf onmisbaar gemaakt en werkt nu als voltijd medewerker bij BrandMedia. Daarnaast lopen er meestal één of twee stagiaires rond om werk uit te voeren. In dit geval zijn dit Michiel Bos, hij doet een Grafische MBO opleiding, en ikzelf natuurlijk.

Bedrijfsinformatie

Naam : BrandMedia Productions

Sector: Multimedia

Aantal werknemers : 2

Adres : De Smalle Zijde 7a

Postcode + plaats : 3903 LL Veenendaal Telefoonnummer : 0616764885

Website : www.brandmediaproductions.com Bedrijfsbegeleider : Rik van Beek

Functie van de bedrijfsbegeleider : Creative Director

E-mailadres begeleider : vanbeek@brandmediaproductions.com

Bedrijfsstructuur

Rik van Beek is als Art Director verantwoordelijk voor conceptcreatie, klantwerving en communicatie met bestaande klanten. Linda Scheffers is vooral verantwoordelijk voor het vormgeven en uitwerken van concepten.

Bedrijfscultuur

Binnen het bedrijf bestaat een relatieve ontspannen en informele sfeer. Desondanks wordt er wel verwacht dat werk verricht wordt maar af en toe wordt dat onderbroken voor wat gezein. Bij BrandMedia zitten we met vier mensen in het kantoor maar omdat we samen met Novus gehuisvest zijn voelt het als een middelgroot bedrijf. In totaal zitten we met twaalf mensen op de bovenste verdieping van het bedrijfspand waar ook met elkaar omgegaan wordt als directe collega's.

Mijn rol bij BrandMedia

In eerste instantie vervul ik een ondersteunende rol waarbij ik periodieke werkzaamheden verricht zoals het voorbereiden van, door de klant aangeleverd, materiaal voor animaties door Linda. Daarnaast heb ik mij vooral bezig gehouden met onderzoek naar colorgrading. Het resultaat hiervan is een handleiding met de technische basis van colorgrading voor video en de psychologische en emotionele effecten van kleuren.

Buiten mijn vaste werkzaamheden probeer ik me ook zo nuttig mogelijk te maken op andere gebieden. Zo was één van de werkpc's bijvoorbeeld erg traag in bepaalde taken. Ik kwam erachter dat de bottleneck van de computer in de netwerkverbinding met de NAS zat. Hierop heb ik een advies gegeven voor aanschaf van nieuwe hardware voor het optimaliseren van het systeem. Na de aanschaf heb ik ook de installatie van de hardware verzorgd.

Leerdoelen

Aan het begin van de stage heb ik voor mijzelf een aantal leerdoelen opgesteld om mijn stage sturing te geven. De meeste doelen heb ik kunnen behalen maar niet alles. Naast onderzoek naar colorgrading wilde ik nog een tweede onderzoek uitvoeren naar belichting voor product foto/videografie. Dit onderzoek heb ik niet meer uitgevoerd door het gebrek aan tijd. Halverwege mijn stage kwam ik erachter dat het gradingonderzoek meer tijd in beslag zou nemen dan van tevoren verwacht. In overleg, heb ik besloten om het belichtingsonderzoek te laten vallen. Ik wilde liever één onderzoek goed doen dan twee onderzoeken onvolledig gehaast af te ronden.

Naast dit onderzoek blijven er nog wel genoeg behaalde doelen over waarmee ik mijn kennis en vaardigheden tijdens mijn stage heb kunnen verbeteren. Hieronder heb ik mijn originele leerdoelen opgesomd en een korte beschrijving gegeven hoe ik het doel bereikt heb tijdens mijn stage. In het hoofdstuk *Gerealiseerde project* worden de behaalde leerdoelen per project nog verder uitgelicht.

Welke basis heb je nodig om een concept te kunnen ontwikkelen voor een klant?

Er zijn in mijn stagetijd een handje vol projecten langs gekomen waarbij een concept van de grond af aan opgebouwd moest worden.

Een bestaand concept omzetten naar een eindproduct

Binnen BrandMedia worden de concepten voornamelijk door art director Rik van Beek bedacht. Aan mij was het dan om het concept te realiseren. Voor mij is dit een belangrijk leerdoel omdat ik veel zelfstandig bezig ben waarbij ik van begin tot eind betrokken ben bij een project. Ik wilde graag ook eens in de situatie zitten waarin ik het creatieve idee van iemand anders realiseer. Dat mijn werk voor non-fictieve klanten gebruikt werd gaf me extra motivatie om het beste uit mezelf te halen.

In teamverband aan een project werken waarin iedereen zijn specifieke eigen taak heeft

Vanuit mijn eigen werkervaring als freelancer heb ik veel projecten gehad waarbij ik alles van begin tot eind bedacht en uitgevoerd heb. Hierdoor was er bij mij de behoefte om de samenwerking aan te gaan. Bij BrandMedia worden veel van de grotere opdrachten onderverdeeld in individuele taken. Hierdoor heb ik bij veel projecten een eigen taak toegespeeld gekregen. Ik heb dit als erg prettig ervaren omdat ik dat de verantwoordelijkheid over een deel van de producties draag maar niet over het hele project wat vaak toch een redelijke belasting is. Op deze manier kon ik mijn aandacht specifiek richten op mijn taak waarbij ik alle energie kon stoppen in het perfectioneren hiervan.

Met 2D afbeeldingen een 3D omgeving creëren in After Effects

Ik had al redelijk ervaring met After Effects toen ik bij BrandMedia kwam werken maar dit was vooral op het gebied van 2D animaties. Ik had voor mijzelf dus als doel gesteld om meer kennis op te doen in het animeren van een 3D opgebouwde omgeving binnen After Effects. Tijdens mijn stage heb ik twee projecten gerealiseerd waarbij ik cameraanimaties in 3D omgevingen heb gemaakt. De twee projecten zijn de promotievideo voor Club-TV en productvideo voor Albron Centerparks. Gedetailleerde informatie over de projecten staat beschreven in het hoofdstuk *Gerealiseerde projecten*.

Het verwerken van stopmotion/timelapse in een project

Tijdens de GAMMA Professional videoshoot heb ik de behind-the-scenes video gerealiseerd. Deze bestond afwisselend uit videobeelden en timelapseshots. Voor het realiseren van de timelapses heb ik voor de opnames een aantal tests uitgevoerd om tot de beste instellingen te komen. Voor de timelapses is gekozen om deze de gehele set in beeld te laten brengen om een overzicht over de shoot te geven. Hierbij was het belangrijk dat alles goed zichtbaar en scherp was. Om de dynamiek van de set in de timelapse terug te laten komen heb ik gekozen voor een relatief lange sluitertijd waarbij bewegingen onscherp zouden worden. Bij het snel achter elkaar afspelen van de foto's zorgde dit voor een bewegingsonscherpte die vergelijkbaar is met de 180° sluitelhoek bij film. De uiteindelijke settings die ik gebruikt heb zijn door het veelvuldig testen uit gekomen op een sluitertijd van 1/6 seconde, f22 diafragma voor grote scherpte en één foto per 5 seconden wat uiteindelijk neer komt op een tijdversnelling van 125x. Dit betekent dus dat een timelapseshoot van ongeveer 21 minuten een resultaat van 10 seconden video weergeeft.

Leren hoe je moet communiceren binnen een project zodat je werk zo goed mogelijk aansluit op dat van een ander.

Mijn gehele stage bij BrandMedia bestond uit communicatie. Omdat we niet zelden met meerdere mensen aan dezelfde projecten werkten was het belangrijk dat we duidelijk communiceerden naar elkaar. In het begin van de

stage was het vooral communicatie vanuit Rik en Linda naar mij toe, mij werd verteld wat ik moest doen waarna ik aan de slag ging. Naarmate ik meer bekend werd met de gang van zaken binnen het bedrijf ging ik meer een aanvullende dan ondersteunde rol spelen. Dit zorgde ervoor dat ook de communicatie onderling veranderde. Iedereen had zijn eigen taak die goed uitgevoerd moest. Afhankelijk van het project werd het individuele werk samengevoegd of werkte iemand anders door op wat iemand anders gemaakt heeft. In beide gevallen was het belangrijk om met elkaar van tevoren af te stemmen hoe het project eruit kwam te zien zodat we op dezelfde lijn zaten waar het project naartoe zou gaan. Ik heb niet specifiek geleerd waar ik op moet letten maar door de vele projecten ik samen met BrandMedia heb uitgevoerd heb ik veel ervaring op gedaan op het vlak van de interne communicatie.

Het visueel aantrekkelijk maken van voedsel voor voedsel- en videografie

Aan dit leerdoel heb ik tijdens mijn stage minder aandacht besteed dan ik van tevoren op gerekend had. De reden hiervoor is dat ik onderschat heb hoeveel tijd andere projecten zouden kosten. Ik heb in eerste instantie teveel voor mezelf ingepland. Uiteindelijk heb ik wel een aantal uur besteed aan dit leerdoel, voornamelijk door het bestuderen van bestaande foto's van producten die we van klanten aangeleverd kregen. Vaak waren dit geen professioneel uitgelichte foto's waardoor er nog wat nabewerking nodig was door mij. In erge gevallen waren de foto's belicht met twee verschillende lichtbronnen zoals bijvoorbeeld daglicht en binnenlicht. Hierdoor waren de producten van de ene kant klant en de andere kant oranje. Dit zorgde ervoor dat het gefotografeerde voedsel er onsmakelijk uit kwam te zien. Dit heeft me het belang geleerd van het gebruik van dezelfde kleurtemperatuur voor alle lichtbronnen.

Verskillende visuele colorgrading stijlen creëren

In veel gradingsoftware zijn er presets aanwezig die een bepaalde sfeer aan een video toevoegen. Mijn idee was het om zelf zo'n preset-set samen te stellen zodat ik voor toekomstige video's snel een grading kan toevoegen. Tijdens mijn onderzoek naar colorgading heb ik een hoofdstuk gewijd aan populaire gradingstijlen die momenteel veel gebruikt worden in films, commercials en videoclips. Deze stijlen waren de basis voor mijn preset-set. Aan hand van beelden met de populaire gradingstijlen heb ik deze gereproduceerd in Speedgrade voor zelfgeschoten beelden. Deze instellingen heb ik daarna als presets opgeslagen zodat ik deze in een latere productie als basis kan gebruiken. Waar ik in eerste instantie niet bij stil had gestaan toen ik dit leerdoel opstelde is de hoeveelheid die ik hiervan geleerd heb. Doordat ik in eerste instantie bestaande stijlen uitgebreid geanalyseerd heb ben ik meer te weten gekomen over wat voor emotionele en psychologische effecten bepaalde aanpassingen hebben.

Feedback van een klant kunnen omzetten naar concrete aanpassingen aan het product

Ik heb te maken gekregen met verschillende opdrachtgevers die allemaal anders feedback gaven. Voor de sellview producten had de klant een heel duidelijk beeld van wat hij gerealiseerd wilde hebben. Dit zorgde ervoor dat ik ik voornamelijk een uitvoerende had waarbij ik een schets van de klant uitwerkte. Bij Club-TV was de opdrachtgever iets minder besluitvast en vroeg veelal om onze mening. Dit zorgde ervoor dat ik meer sturing aan het project kon geven.

Elke klant geeft op een andere manier feedback, ik heb tijdens mijn stage geleerd dat het van de klant af hangt hoe ik op de feedback moet reageren. Sommigen zijn erg direct in de communicatie als er iets veranderd worden moet, ze geven dan de opdracht om iets aan te passen zoals zij dat willen. Hierbij is meestal geen speelruimte voor discussie, het moet gebeuren zoals de klant het voor ogen heeft. Andere klanten geven alleen maar feedback dat ze het niet mooi/goed of slecht vinden werken. Hierbij heb ik geleerd dat ik dan het gesprek met de klant aan moet gaan om erachter te komen wat de klant niet goed vindt door gericht vragen te stellen. Tot nu toe zijn we er samen altijd uit gekomen. Het is belangrijk om een goede communicatie te onderhouden zodat de klant en ik op dezelfde lijn zitten.

Niet behaalde leerdoelen

Niet alle doelen ik die voor mijzelf gesteld heb aan het begin van mijn stage heb ik gehaald. De grootste oorzaken hiervan zijn het onderschatten hoeveel tijd sommige projecten kosten en anderszijds ook teveel willen doen. Ik had me graag willen verdiepen in belichting voor videoproducties en productfotografie maar door de tijd die ik in andere projecten gestoken heb ben ik er niet meer aan toe gekomen. Achteraf zie ik geen manier waarop ik deze project alsnog had kunnen doen. Minder tijd aan andere projecten besteden was geen optie omdat dit afbreuk zou doen aan de kwaliteit. Uiteindelijk ben ik compleet tevreden over de manier waarop ik mijn tijd benut heb tijdens mijn stage en de leerdoelen die ik wel behaald heb. Wat de niet behaalde leerdoelen betreft, dan blijft er nog wat over om te leren.

Gerealiseerde projecten

Tijdens mijn stage heb ik aan veel project meegewerkt. Bij sommige projecten had ik een hele grote rol zoals bij Club-TV waar ik de gehele live-score app ontworpen en gebouwd heb. Bij andere projecten had ik maar kleinere taken zoals bijvoorbeeld het invoeren van een productlijst in een template. Al met al heb ik het gevoel dat ik een ontzettend diverse takenlijst in verschillende disciplines vervuld heb. Het heeft me de mogelijkheid gegeven om te onderzoeken waar mijn kwaliteiten en ambities liggen.

De projecten die hierna uitgebreid beschreven worden zijn lang niet alle projecten waar ik aan mee gewerkt heb. Wel zijn het de projecten waarvan ik het belangrijk vind om ze te vermelden, dit zijn kan omdat ik veel geleerd hebt, veel bijgedragen heb of omdat het een project is waar ik veel tijd aan besteed heb. Per project probeer ik een beeld te schetsen van het gehele projecten en mijn taak binnen het project. Op het eind koppel ik het project aan de competentiematrix en specifieke leerdoelen.

Club-TV

Aan het begin van mijn stage was er een lopend project Club-TV. Club-TV is narrowcasting voor sportclubs waarbij onder andere sportnieuws, Eredivisiestanden en clubstanden getoond worden. Mijn taak was het de, in Photoshop ontworpen, templates om te zetten naar invulbare templates binnen het HelloTV CMS. Bij de ontwerpen was ook een template voor het weergeven van livescore aanwezig. Hiervoor was echter nog geen technische uitvoering bedacht. Mijn toevoeging aan dit project was het bedenken en uitwerken van een front- en backend om de livescore in praktijk inzetbaar te maken.

Randvoorwaarden

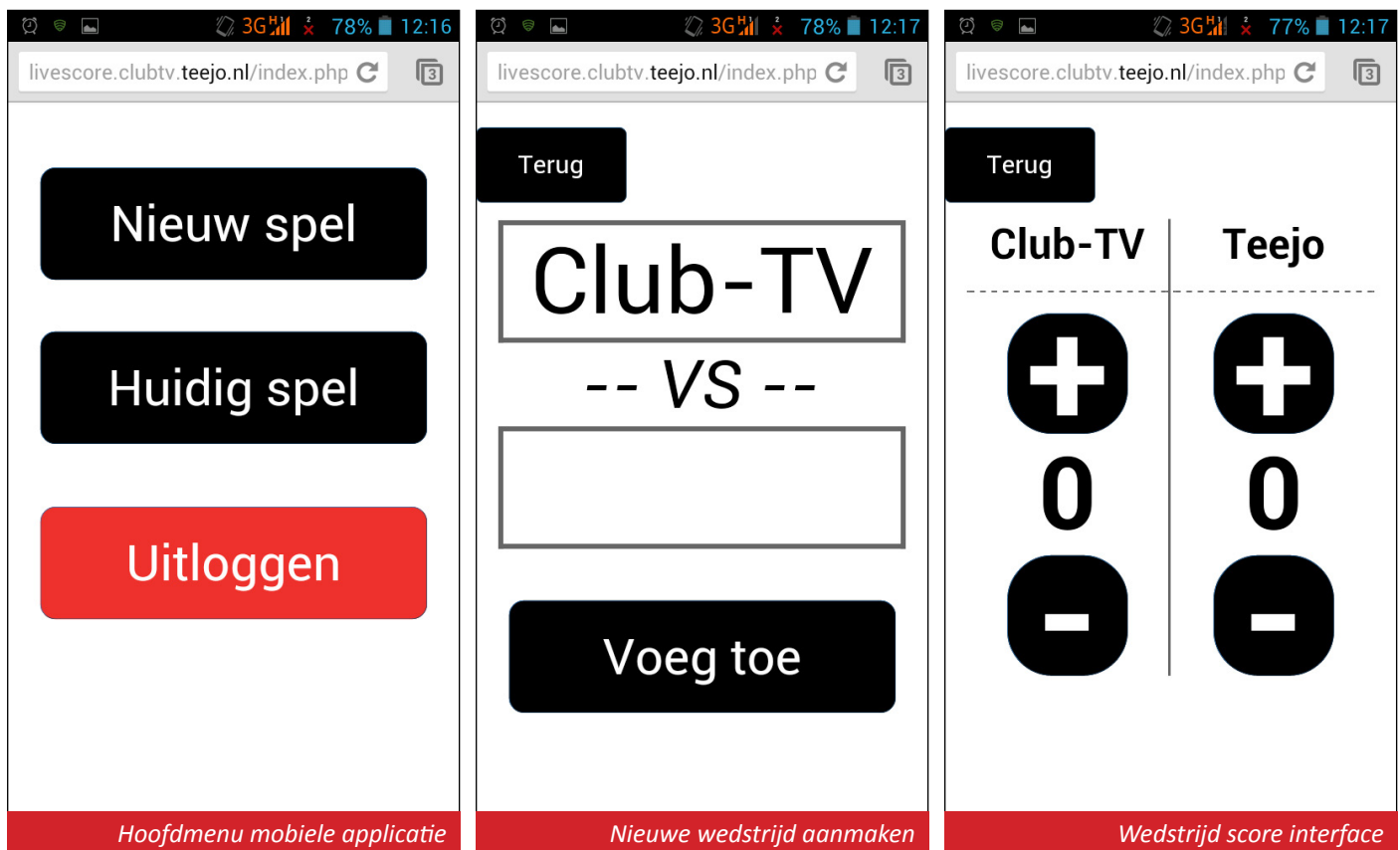
De randvoorwaarden waren dat er vanaf een mobiel device de score aangepast kon worden en dat deze live op de schermen aangepast werd. De applicatie moest voor een breed publiek toegankelijk zijn wat inhield dat het op veel verschillende platformen moest draaien en gebruiksgemakt voorop stond.

Limitaties

Door de aard van het HelloTV platform was het niet mogelijk om een 1:1 live weergave van de score te maken, het systeem ondersteund namelijk geen pushevents, alleen periodieke pull-events. Concreet betekend dit dat het systeem alle x-aantal seconden bij de server moet opvragen of de score aangepast is, als dat het geval is moest de score op het scherm geupdate worden. Maar het nadeel van dit systeem is dus dat als de score via de mobiele interface aangepast wordt het nog een aantal seconden kan duren voordat de score op de schermen bijgewerkt wordt.

Technische uitwerking

Voor het realiseren van het livescore systeem besloot ik om het systeem te programmeren in HTML, CSS en PHP. Dit om drie redenen, ten eerste omdat het HelloTV CMS en narrowcasting systeem ook op HTML en CSS draaien waardoor implementatie ontzettend makkelijk zou zijn. De tweede reden is dat door het gebruik van webtechnieken het systeem toegankelijk zou zijn voor alle smartphones, tablet en computers met een browser. Mobiele applicaties hebben namelijk het nadeel dat ze maar voor een specifiek platform geschikt zijn. De derde reden is dat ik reeds over de nodig kennis beschikte om het systeem te bouwen.



Tijdens de ontwikkeling

Doordat het livescore project niet uitvoerig van tevoren doordacht was kwamen er nog een aantal eisen waaraan het



moest voldoen tijdens het programmeren bij. Zo moest het systeem ook geschikt zijn voor meerdere gebruikers, het was namelijk de bedoeling dat verschillende clubs een account hadden en hun eigen score konden beheren. Zodoende kon het livescore systeem in drie delen opgesplitst worden.

1. De frontend waar de score uit een database gehaald werd en op de schermen vertoond werd.
2. De backend voor de clubs om de livescore van hun club bij te houden.
3. De backend om gebruikers (clubs) te beheren, toe te voegen en te verwijderen.

Andere dynamische implementaties

Toen ik met mijn stage begon bij BrandMedia was er geen mogelijkheid voor het dynamisch inladen van content in het HelloTV CMS. Een belangrijke bijdrage die ik naar mijn idee tijdens mijn stage geleverd heb is dat ik de mogelijkheden van het CMS verkend heb en tot de grenzen gegaan ben wat betreft dynamische content en animaties. Naast het livescore systeem heb ik ook scripts geschreven voor het inladen van nieuwsfeeds via RSS van nu.nl en het online ophalen van Eredivisiestanden omzetten voor het HelloTV systeem.

Veilig versleutelde opslag

Omdat het systeem voor een grote groep gebruikers bestemd was met een login systeem was het belangrijk om een veilige manier te vinden om wachtwoorden op te slaan. Na wat research te hebben gedaan op het gebied van het versleuteld opslaan van wachtwoorden heb ik voor de volgende oplossing gekozen; Wachtwoorden bestaand uit 8 willekeurig gekozen karakters bestaande uit letters en cijfers, bijvoorbeeld: 3SkoW98d

Middels een 512bits hash worden de gegenereerde wachtwoorden omgezet naar een 64 lange karakterreeks. De uitkomst van deze hash kan niet terug berekend worden naar de originele waarde waardoor het wachtwoord veilig opgeslagen worden kan. Wel zijn er databases waar miljoenen woorden omgezet zijn naar de hash, dit zijn zogenoemde look-up-tables waarbij gekraakte database wachtwoorden vergeleken kunnen worden met de reeds berekende hashes. Dit zorgt ervoor dat wachtwoorden alsnog snel gekraakt kunnen worden. Om dit te voorkomen versleutel je het wachtwoord nogmaals met een salt. Een salt is een willekeurig gegenereerde karakterreeks die samen met het wachtwoord nogmaals versleuteld wordt. Hierdoor kunnen kwaadwilligen geen look-up-tables gebruiken omdat elk versteuteld wachtwoord ook nog eens een reeks van (in dit geval) 32 willekeurige karakters heeft. Door dit systeem zijn wachtwoorden veilig versleuteld opgeslagen in de database en zelfs al zou de database gekraakt worden zou het nog oneindig lang duren om alle mogelijkheden voor een wachtwoord te berekenen. Dit level van versleuteling is voor het livescore systeem meer dan nodig is omdat er naast een e-mailadres geen persoonlijke gegevens opgeslagen worden in de database. De beveiliging die ik gebruik heb is meer dan eigenlijk nodig is maar het was een goede oefening om dit systeem op te zetten.

Usability

Omdat het livescore systeem makkelijk te gebruiken moest zijn zonder dat men eerst een handleiding door moet lezen is er gekozen voor eenvoud. Na het inloggen krijgt een gebruiker maar drie knoppen te zien, *nieuw spel*, *huidig spel* en *log uit*. Bij *nieuw spel* kan de gebruiker twee teamnamen invoeren die tegen elkaar strijden, voor het gemak is de teamnaam van de gebruiker zelf al vooringevuld. Na het aanmaken van een *nieuw spel* of bij het kiezen van *huidig spel* krijgt de gebruiker een scherm te zien met links zijn eigen team en rechts het bezoekende team. De actuele score wordt middels cijfers weergegeven en met twee knoppen kan per team een punt toegevoegd worden of afgetrokken voor een eventuele correctie. De gehele beheeromgeving voor gebruikers bestaat na de inlog dus uit maar drie pagina's. Het menu, nieuw spel en de scoreinterface (huidig spel).

Wat ik geleerd heb

Tijdens het uitvoeren van dit project ben ik een aantal dingen tegen gekomen



waar ik nog geen ervaring mee had. Zo moest de mobiele website zo ontworpen worden dat de pagina's op alle mobiele apparaten goed weer werden gegeven. Hiervoor heb ik een stukje vooronderzoek gedaan naar ontwerpen voor mobiele apparaten. Hierbij heb ik geleerd om extra aandacht te schenken aan de grootte van interactieve elementen zoals knoppen. Knoppen moet groot genoeg zijn zodat je er makkelijk op kunt drukken met je vingers en tekst moet ook op kleine schermen nog goed leesbaar zijn. Omdat er veel apparaten met verschillende resoluties op de markt zijn was het van belang dat de websites zich aanpasten aan het apparaat waarbij het ontwerp in stand blijft. Hierbij heb ik geleerd om specifieke HTML/CSS code te gebruiken die voor mobiele apparaten bestemd zijn en afmetingen in relatieve units te formuleren zoals percentages.

Om het livescore systeem zo eenvoudig maar ook veilig mogelijk te maken is er gekozen voor een login systeem waarbij het e-mailadres de gebruikersnaam is, hierbij is het ook niet mogelijk om dubbele gebruikersnamen te hebben. De procedure voor het toevoegen van nieuwe gebruikers gaat als volgt; De systeembeheerders van Club-TV voegen een nieuwe gebruiker toe. De gebruiker krijgt dan automatisch een e-mail toegestuurd met gebruikersnaam en automatisch gegenereerd wachtwoord. Als de gebruiker zijn wachtwoord kwijt is kan hij bij het inloggen een nieuw wachtwoord opvragen, dit is ook weer automatisch gegenereerd voor de hoogst mogelijke veiligheid. De systeembeheerders van Club-TV hebben de mogelijkheid om een zelf gedefinieerd wachtwoord bij een account in te stellen. Bij elke wachtwoordwijziging krijgt de accounthouder automatisch bericht via de mail met het nieuwe wachtwoord.

Competenties & leerdoelen

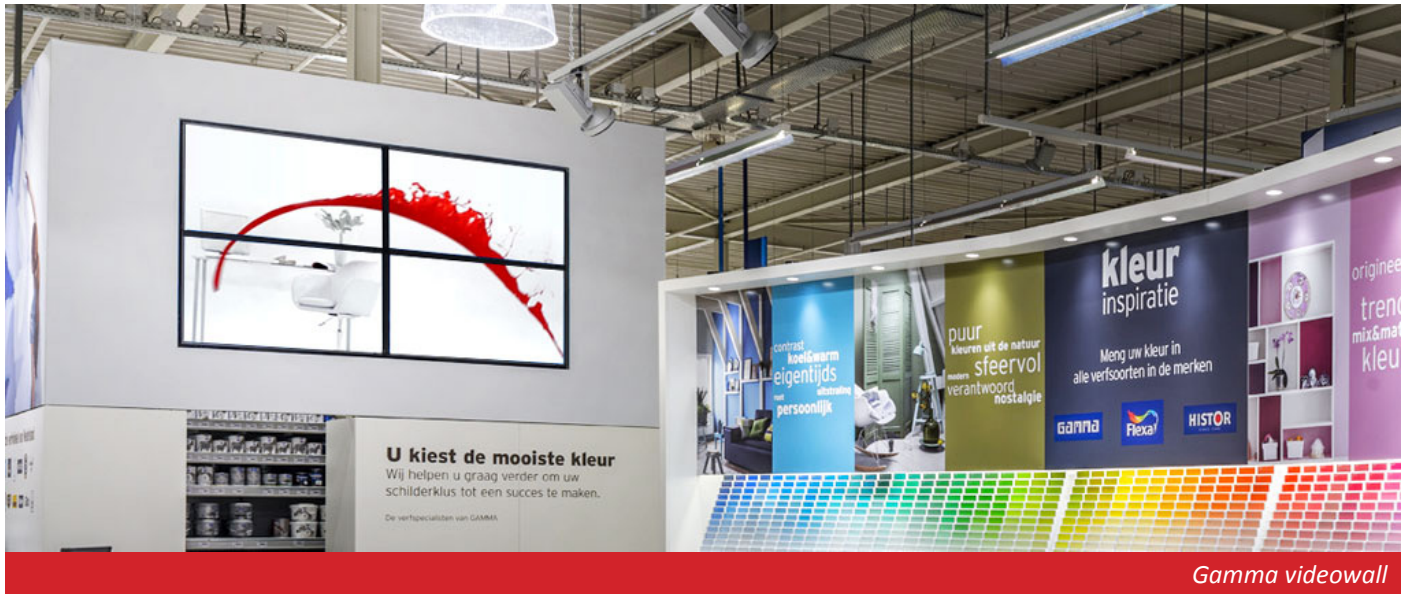
Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

GAMMA

Bouwmarkt GAMMA is één van de grotere klanten van BrandMedia Productions. Voor GAMMA heb ik aan een tweetal projecten gewerkt en mee gebraindstormed over een concept voor een nieuwe commercial.

De GAMMA Videowall

De meeste van de 166 GAMMA bouwmarkten in Nederland hebben op de verfafdeling een videowall, deze bestaat uit vier 42 inch schermen gecombineerd tot één groot scherm. Op deze videowall wordt verfgelateerde content vertoond. Dit kunnen video's zijn zoals bijvoorbeeld actuele aanbiedingen, sfeerbeelden, imagooversterkers en kleuradviezen.



GAMMA Professional videoshoot

Toen ik mijn stage bij BMP begon was de conceptfase van de commercial zo goed als afgerond en stond de videoshoot al geplanned. Ter promotie van een nieuwe lijn aan huismerk verfproducten wilde GAMMA een korte commercial hebben die de robuustheid van het product zou uitlichten. De doelgroep was de serieuze thuisklusser die voor kwaliteit gaat. De commercial verteld het verhaal van een thuisklusser die na inkopen bij de GAMMA aan de slag gaat met het schilderen van zijn deur. Na het voltooien van de klus worden de vier seizoenen los gelaten op de verf om de robuustheid ervan te accentueren.

Mijn rol in deze productie

Vanaf het eerste gesprek met mijn stagebegeleider Rik was al duidelijk dat ik mij gedurende de stage zou gaan specialiseren in colorgrading, enerzijds omdat dit mijn interesse erg wekt en anderzijds omdat BrandMedia dit tot nu toe telken uitbestedt heeft en ze zelf graag iets meer kennis hierover zelf in huis wilde hebben. De GAMMA videoshoot was hier het ideale project voor.

Voor het begin van mijn stage heb ik me lichtelijk bezig gehouden met het graden van videobeelden, hiervoor maakte ik gebruik van een Adobe Premiere Pro plugin met veel presets. Omdat BrandMedia deze plugin niet in zijn collectie had was de vraag om de kleurgrading te doen met de beschikbare tools. Tot mijn gelukt werkt BrandMedia met de Adobe Creative Suite waar sinds de nieuwste versie ook een programma voor colorgrading inbegrepen zit, Adobe Speedgrade.

Om Speedgrade beter te leren kennen heb ik vóór de GAMMA shoot een aantal testvideo's gemaakt waarmee ik aan de slag gegaan ben. De GAMMA Professional lijn heeft als accentkleur oranje die er extra uit moest springen, als test heb ik een oranje paraplu gefilmt en deze in Speedgrade geïsoleerd en de overige omgeving een kouder en contrastrijkere grading gegeven.



Originele test footage



Gegrade test footage

De GAMMA Grading

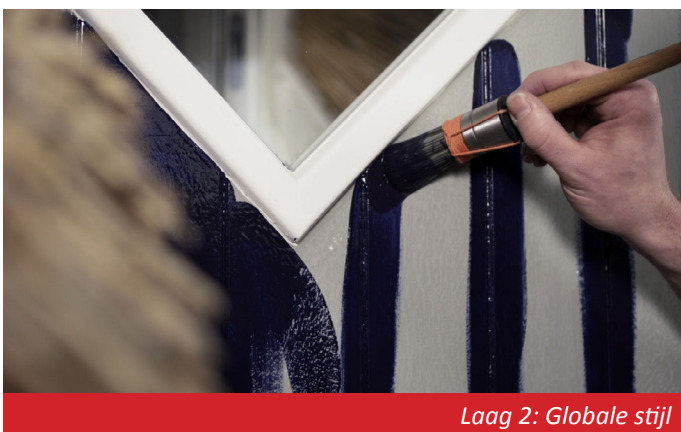
Terwijl mijn collega bezig was met het monteren van de beelden tot de uiteindelijke commercial was ik al begonnen met het opzetten van een gradingstijl voor de video. De grading is opgebouwd uit verschillende lagen, allereerst moesten alle shots aan elkaar gelijk zijn qua kleurtonen. Hiervoor heb ik elke clip individueel aangepast zodat ze gelijk waren. De volgende stap was de globale grading toevoegen, deze zorgde voor een contrastrijke look met shaduwen richting een blauwtoon geduwd. De derde laag was een secundaire¹ grading om het oranje er extra uit te laten springen. De vierde en laatste laag zorgde ervoor dat de verf in elk shot dezelfde blauwtint had, dit is ook gedaan middels een secundaire grading.



Originele footage



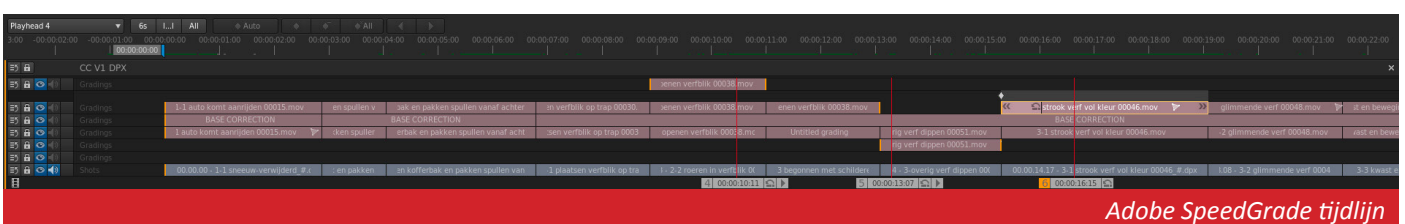
Laag 1: Shotmatching



Laag 2: Globale stijl



Laag 3 & 4: Secondaire grading voor blauw en oranje



Adobe SpeedGrade tijdlijn

1 Een grading die alleen op een specifieke kleur van toepassing is.

Vier seizoenen

Tijdens de opnames hebben we al rekening gehouden met de vier seizoenen, zo is het licht aangepast en is er regen en sneeuw aan de respectievelijke shots toegevoegd. Maar pas bij de grading werden de verschillen in seizoen zichtbaar naar voren gehaald. De zomer (bovenlinks) is warmer gemaakt en een glow om de lichte stukken toegevoegd. De winter is koeler gemaakt. De herfst en lente hebben meer contrast gekregen en de shaduwen van de herfst zijn roder gemaakt.



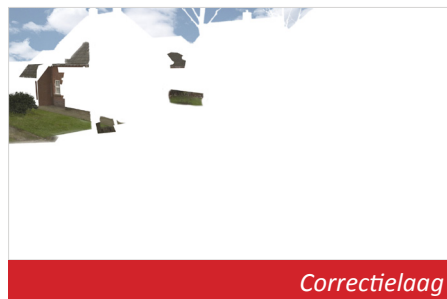
Het gebruik van maskers

Omdat in een enkel shot het t-shirt van de acteur en de deur bijna dezelfde kleur hadden moest ik dit shot opdelen in twee aparte lagen. Hiervoor heb ik After Effects gebruikt om de acteur uit het beeld te knippen. De achtergrond (deur) en voorgrond (acteur) heb ik daarna los van elkaar gegrade en later weer samengevoegd tot één beeld.

Special Effects

De commercial moest de uitstraling hebben alsof het lente was. Het probleem was echter dat we de video in de winter hebben opgenomen. In het eerste shot waarbij de auto aan komt rijden zijn er huizen en tuinen op de achtergrond zichtbaar met sneeuw op de daken en kale bosjes in de tuin. Omdat ik zo iets nog nooit eerder gedaan had ben ik wat gaan experimenteren in After Effects. In eerste instantie probeerde ik de sneeuw eruit te key'en net zoals men normaal met greenscreen zou doen. Voor een stilstaand beeld werkte dit enigszins maar zodra de video afgespeeld werd vielen de gekeyde stukken gelijk op door ruis. Uiteindelijk kwam ik met het idee om de camerabeweging te tracken en een nieuwe laag aan deze beweging te koppelen.

De praktische uitvoering van dit idee zag er als volgt uit. In Photoshop heb ik de eerste frame van de video geopend. Ik heb een nieuwe laag over de video heen gezet waarop ik alle aanpassingen gemaakt heb. Dit zijn aanpassingen zoals sneeuw van de daken af halen, een aardetuin vervangen voor een grasmat en kale bosjes vervangen door volle, groene struiken. Toen het frame helemaal naar wens aangepast was moest het nog geanimeerd worden. In After Effects heb ik de camerabeweging laten tracken middels de voorgeïnstalleerde tracker. Deze beweging heb ik dan gekoppeld aan de, in Photoshop, geretoucheerde laag. Na een aantal kleine bewegingscorrecties bewoog de laag perfect met het beeld mee.



GAMMA Folderanimaties

Een opdracht die ik vanaf het begin van mijn stage deed is de papieren folder van GAMMA digitaliseren voor de videowall. Dit houdt in dat de folder digitaal aangeleverd wordt waarna ik de verfaanbiedingen eruit selecteer. Elke aanbieding bestaat uit een productafbeelding, beschrijving, prijs en in sommige gevallen een 'actiesticker'. Deze elementen sla ik individueel op en laadt ze in een After Effects compositie. In After Effects animeer ik dan alle

elementen individueel zodat de video zich opbouwt. Alle foldervideo's hebben een vaste lengte van 6 seconden, ik zorg ervoor dat zich de animatie binnen vier seconden opgebouwd heeft zodat de bezoeker nog twee seconden heeft om de beschrijving en prijs te lezen. Bij het animeren moet ik rekening houden met beperkingen van de videowall. Dit houdt concreet in dat er geen logo's, merknamen of andere belangrijke elementen achter het kruis (zie onderstaande afbeelding) mogen staan omdat deze anders wegvallen.

De hoeveelheid en complexiteit van de animaties wisselde enorm. In sommige gevallen was het noodzakelijk dat ik in Photoshop een aantal aanpassingen aan de afbeeldingen deed. In de meest simpele gevallen hoefde er maar één element geanimeerd te worden.

Histor Monodek
77.95 50.00 met 30% keuzekorting
actie 35.00
3.50/liter

Flexa Powerdek
77.95 46.43 met 30% keuzekorting
actie 32.50
3.25/liter

GAMMA 1x dekkend
39.95 28.50 met 30% keuzekorting
actie 19.95
2.00/liter

GAMMA 1x dekkend
39.95 28.50 met 30% keuzekorting
actie 19.95
2.00/liter

de laagste literprijzen van Nederland

Simulatie van de videowall binnen After Effects

• Wit, RAL 9010 of RAL 9001.
• Dekkt in 1 keer.
• Geschikt voor ca. 100m².

69.95
actie 34.98
3.50/liter

50% korting

op alle GAMMA mengverf
20% korting

Histor Perfect Finish lakverf
• Hoog-, zijdeglaans of mat.
• Extra dekkend en krasvast.

750ml
25.50
actie 17.85

30% korting

GAMMA Folder spot #1 **GAMMA Folder spot #2** **GAMMA Folder spot #3**

Wat ik geleerd heb

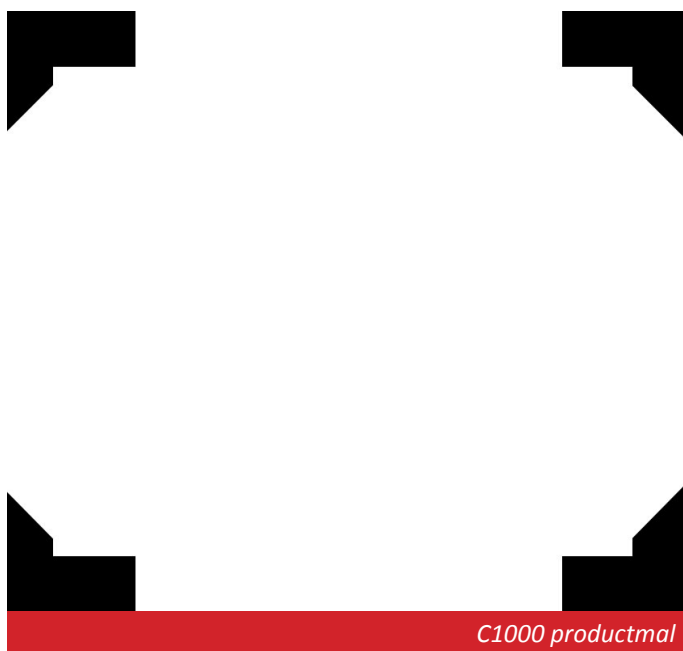
Middels de periodieke folderanimaties heb ik geleerd om gestroomlijnder met After Effects te werken, het recyclen van oude composities en het nesten van animaties om het project overzichtelijk te houden. Echte leermomenten heb ik tijdens de grading en special effects van de GAMMA Professional video gehad. Zo had ik bijvoorbeeld nog nooit eerder een gehele video gegrade. Ook het wegretoucheren van sneeuw in video was iets dat ik nog nooit gedaan had. Ik heb geleerd om zelf over creatieve oplossingen voor problemen na te denken omdat internet niet altijd het beste antwoord voor de situatie heeft. De grading van de GAMMA spot was een instap in de wereld van colorgrading. Deze grading heb ik gedaan voordat ik met mijn gradingonderzoek aan de slag gegaan ben, nu zou ik anders te werk gaan, misschien andere soort grading gebruiken. Wel heb ik gelijk aan het begin van mijn stage hierdoor een uitdaging gehad waardoor ik erg gemotiveerd werd om er het beste uit te halen. Op het vlak van colorgrading heb ik ontzettend veel geleerd tijdens mijn stage en deze video was daar het begin van.

Competenties & leerdoelen

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

C1000 Folder

Voor twee C1000 filialen (Almere Buiten en Hoogerheide) worden wekelijks de papieren folders omgezet in geanimeerde templates. Deze komende dan op de schermen in de C1000 filialen te draaien. Vanuit C1000 krijgen we de digitale variant van de printfolder als PDF aangeleverd.



Mijn taak

Als we de folder binnen kregen laadde ik de PDF in photoshop. Hier moesten alle producten met beschrijving en prijs uitgeknipt worden. De losse actieproducten plaatste ik dan in een mal in een ander Photoshopdocument. Deze mal zorgt ervoor dat de afbeelding op de juiste resolutie opgeslagen werden en dat er geen delen van het product van de pagina afvielen bij het animeren. Als alle producten uit de folder uitgesneden en in de mal geplaatst waren exporteerde ik alle lagen als individuele afbeeldingen. De individuele producten heb ik daarna nog gesorteerd in de groepen, AGF (aardappelen, groente & fruit), houdbaar, slijterij, vlees, brood en acties.

Daarna pakte mijn collega Linda het op en animeerde mijn vooruitgesneden afbeeldingen in het Scala Narrowcasting systeem wat het volgende resultaat opleverde:



Wat ik geleerd heb

De uitdaging in deze opdrachten lag voor mijn voornamelijk in het optimaliseren van de workflow. Een aantal weken lang had C1000 de euroweken waarbij alle producten op een magenta achtergrond geplaatst waren, voor de videoanimatie moesten deze alsnog vrijstaand gemaakt worden. Naast dat het lastiger was om de producten vrijstaand te maken waren het ook 100 aanbiedingen, veel meer dan normaal. Het was een kwestie van de meest optimale werkwijze zien te vinden zonder daar heel veel tijd aan te besteden, want het werk moest op tijd af zijn. Ik ben dus eigenlijk aan de slag gegaan met een idee, en naarmate ik meer producten vrijstaand gemaakt had kwam ik op steeds handigere manieren om dit proces te versnellen of kwalitatief beter te maken. Hierdoor heb ik geleerd om sneller te werken met Photoshop door onder andere voorgeprogrammeerde acties te gebruiken. Ook heb ik geleerd dat er voor hetzelfde resultaat meerdere werkwijzen zijn waarbij elke manier zijn voor- en nadelen heeft.

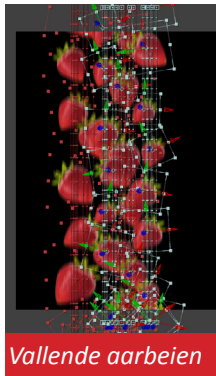
Competenties & leerdoelen

Het animeren van de C1000 folders is een opdracht die ik samen met Linda doe. Ik bereid de afbeelding voor zodat zij deze makkelijk kan animeren. Dit vervult voor een deel het leerdoel dat ik mijzelf gesteld had om in een team aan een opdracht te werken. Vanuit Linda heb ik randvoorwaarden gekregen voor het aanleveren van de afbeeldingen zodat zij deze snel en gemakkelijk verder kan verwerken. Ik zeg dat de opdracht het leerdoel voor een deel vervult omdat het een workflow is die al bestond voordat ik bij BrandMedia kwam. Voorgaande stagiaires hebben hetzelfde werk gedaan als ik. De randvoorwaarden waren er al, een photoshopmal waar afbeeldingen in geplaatst moesten worden was al aanwezig, alles wat ik hoefde te doen was mij hieraan houden. Waar ik naar op zoek was in het leerdoel was meer het opstellen van zulke randvoorwaardes en dan specifiek de onderlinge communicatie die daarbij komt kijken. Dit deel heb ik gelukkig wel bij andere projecten kunnen vinden waardoor ik mijn leerdoel wel behaald heb.

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

Albron Centerparks Sundae animatie

Voor Albron Center Parks moest er een spotje gemaakt worden voor een nieuw type ijsje. Tijdens een brainstorm kregen we het idee om achter de ijsjes een stroom van aardbeien, chocolade en caramel (de drie smaken) te laten vallen. Het plan was om fruit en chocolade te kopen en dit te laten vallen voor een witte achtergrond terwijl we het met een highspeed camera opnamen. Dit was kort voor het weekend.



Conceptpreview

Na het weekend ben ik aan de slag gegaan met dit idee. Van internet heb ik een mooie aarbei geplukt, deze vrijstaand gemaakt en in After Effects geïmporteerd. Daar heb ik de aarbei gedupliceerd, geroteerd en gescaled zodat het een stroom van verschillende aardbeien leek. Deze methode was puur als schets bedoeld om te kijken hoe het eindproduct eruit zou komen te zien en of het de look gaf die wij in gedachten hadden. Nadat ik deze test aan mijn collega's heb laten zien waren ze laaiend enthousiast en hebben we besloten om de hele spot in After Effects te maken in plaats van de vallende smaken te filmen. Dit zou ons namelijk veel tijd, moeite en geld besparen. De eerste van de drie smaken was er al, nu waren caramel en chocolade aan de beurt. Voor caramel heb ik blokken van caramel gebruikt.



De volheid van smaak gevisualiseerd



Nootjes en discodip komt uit de lucht vallen

Voedselfotografie

In mijn zoektocht naar gebroken chocoladestukken kwam ik niets tegen wat aan mijn eisen voldeed. Daarop besloot ik om zelf de chocolade te fotograferen. De volgende ochtend ben ik op weg naar Veenendaal langs de AH to Go op het station gegaan en heb een reep pure chocolade gekocht. Deze heb ik vervolgens in stukken gebroken en op een wit A4tje verspreid neergelegd. Op het kantoor hebben we twee lampen staan waar ik dankbaar gebruik gemaakt heb om de chocolade uit te lichten.



Chocolade foto voor en na bewerkingen in Lightroom

De foto heb ik in Lightroom nog aangepast zodat de ondergrond wit was voor het makkelijk vrijstaand maken van de chocolade. In Photoshop heb ik de drie mooiste stukken chocolade vrijstaand gemaakt en los van elkaar opgeslagen.

In After effects heb ik deze dan gedupliceerd, gedraaid en in de diepte van elkaar verzet zodat ze verschillend snel van elkaar vallen om diepte te suggereren.

Naast een regen van smaken moest er ook een regen van nootjes en discodip uit de lucht vallen op de ijsjes. Hiervoor heb ik in Photoshop gekleurde puntjes gemaakt en nootvormige vlakken. Verder heb ik dezelfde techniek als bij de smaken toegepast. De lagen dupliceren en in de diepte verzetten zodat ze op verschillende snelheden vallen.



Omdat het draaien, scalen en in de diepte verzetten van 48x3 lagen erg veel werk is heb ik een expression in After Effects gebruikt om de rotatie en grootte van een aardbei, chocolade en caramel te automatiseren. Hiervoor pakt AE een willekeurige waarde tussen een door mij vastgelegde minimale en maximale waarde en past die toe op de desbetreffende eigenschap.

Nadat de Sundae ijsjes klaar waren moesten er ook nog twee slashes getoond worden. Hiervoor heb ik in Photoshop vuur en ijs (de thema's van de ijsjes) titels gemaakt en in de video toegevoegd.



Eindresultaat sundae animatie

Wat ik geleerd heb

Tijdens het produceren van deze video heb ik vooral geleerd om met 2D afbeeldingen de illusie te wekken van een driedimensionale omgeving. Een idee wat ik ook uitgevoerd heb is dat de ijsjes doordraaien waardoor elke smaak een keer vooraan staat, dit heeft alleen de uiteindelijke video niet gehaald omdat het niet in de video paste. Ik heb gemerkt dat mijn eigen initiatief erg gewaardeerd wordt, tijdens het produceren van de video waren mijn collega's een aantal keer aangenaam verrast. Hun positieve reactie op mijn werk gaf mij weer extra motivatie om het nog beter te maken, nog een stap verder te gaan om het allerbeste uit mijzelf te halen.

Competenties & leerdoelen

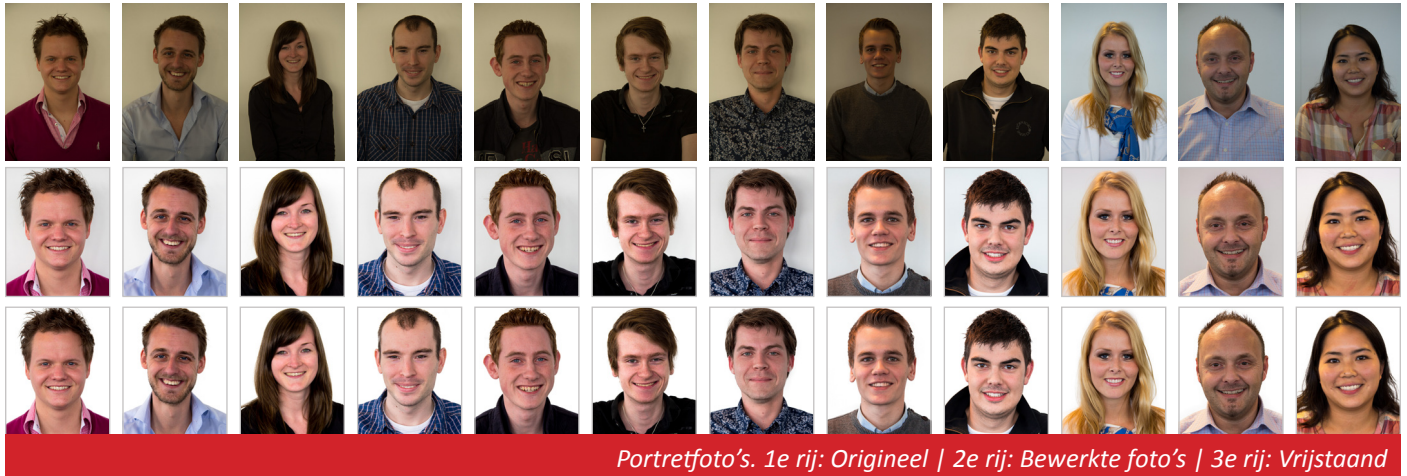
Het animeren van 2D elementen in een 3D omgeving was vanaf het begin een concreet leerdoel voor mij. Tijdens mijn stage heb ik regelmatig met After Effects gewerkt maar totdat ik deze opdracht kreeg had ik niet het gevoel dat ik aan mijn leerdoel voldeed. Na het maken van deze opdracht kan ik eindelijk zeggen dat ik aan mijn leerdoel voldaan heb. Ik heb een product afgeleverd waar ik achter sta en trost op ben.

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

Portret fotografie

Het partnerbedrijf Novus Solutions heeft op de website hello-platform.com foto's van zijn werknemers staan. Sinds mijn stageperiode zijn er een aantal werknemers bij gekomen en andere gestopt. Omdat ik mijn digitale spiegelreflex meestal bij had voor het colorgradingonderzoek werd mij gevraagd om nieuwe foto's te maken voor de website. Zonder te twijfelen zei ik hier uiteraard ja op. Na een korte blik op de bestaande foto's op de website zocht ik een geschikte locatie in het kantoor met goede belichting en een stoel. Stuk voor stuk legde ik de werknemers die nog geen foto hadden of een nieuwe wilden vast op de gevoelige plaat.

Nadat alle foto's gemaakt waren ben ik in Lightroom gedoken om ze de juiste kleur, belichting en uitsnede te geven evenals iets meer contrast. De derde stap was het importeren van de gecorrigeerde foto in Photoshop en de achtergrond wit maken. Hierdoor zouden de gezichten helemaal vrijstaand overkomen op de website met witte achtergrond.



Wat ik geleerd heb

De meeste mensen voelen zich niet op hun gemak als ze gefotografeerd worden. Om dit te verhelpen probeer ik een klein gesprekje aan te knopen met de te fotograferen persoon. Tijdens het gesprek maak ik foto's zonder dat ze zich erop voor kunnen bereiden, ik probeer een natuurlijk lachend gezicht te fotograferen. Ik maak grapjes en probeer op het juiste moment een foto te maken. Ik ben vanuit mijzelf erg introvert, het kost mij dan ook extra moeite om zoals in dit geval een gesprek met iemand aan te knopen zonder enige houvast. Maar ik doe het wel omdat ik weet dat ik er een beter eindresultaat door zal krijgen. Ik ben er nog niet heel erg behendig mee maar elke keer als ik het doe word ik weer een stuk beter.

Een leerpunt voor de volgende keer is dat ik in plaats van het natuurlijk aanwezige licht lampen moet gebruiken. Bovenstaande foto's zijn op drie of vier verschillende dagen genomen waarbij het licht telkens anders was. De eerste reeks is hierbij nog het beste omdat de lampen uit stonden en er een overvloed aan zonlicht aanwezig was waardoor het gezicht gelijkmatig belicht werd zonder harde schaduwen. In latere foto's is er veel geel licht van boven (TL lampen) aanwezig wat de foto's gelijk een stuk minder maakt. Voor de volgende keer is het dus raadzaam om volledig kunstlicht te gebruiken als ik over meerdere dagen verspreid foto's ga maken zodat de belichting gelijk blijft.

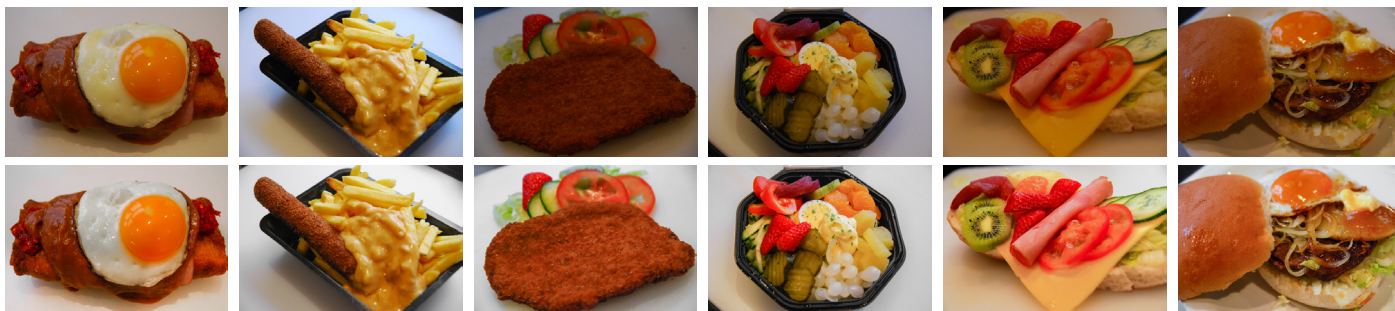
Competenties & leerdoelen

Portretfotografie was geen specifieke taak die ik tijdens mijn stage uit wilde voeren desondanks nam ik de gelegenheid met beide handen vast en probeerde ik het beste resultaat te behalen.

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

Voedselfotografie

Voedselfotografie is een onderwerp waar ik mij tijdens mijn stage mee wilde gaan bezig houden. Door tijdgebrek is dit er niet meer van gekomen. Wel hebben we een aantal keer foto's van eten aangeleverd gekregen van klanten, deze waren niet zelden onsmakelijk door verkeerde kleuren. Om het eten aantrekkelijker te maken heb ik de foto's bewerkt zodat het geheel er appetijtelijker uit kwam te zien.



Wat ik geleerd heb

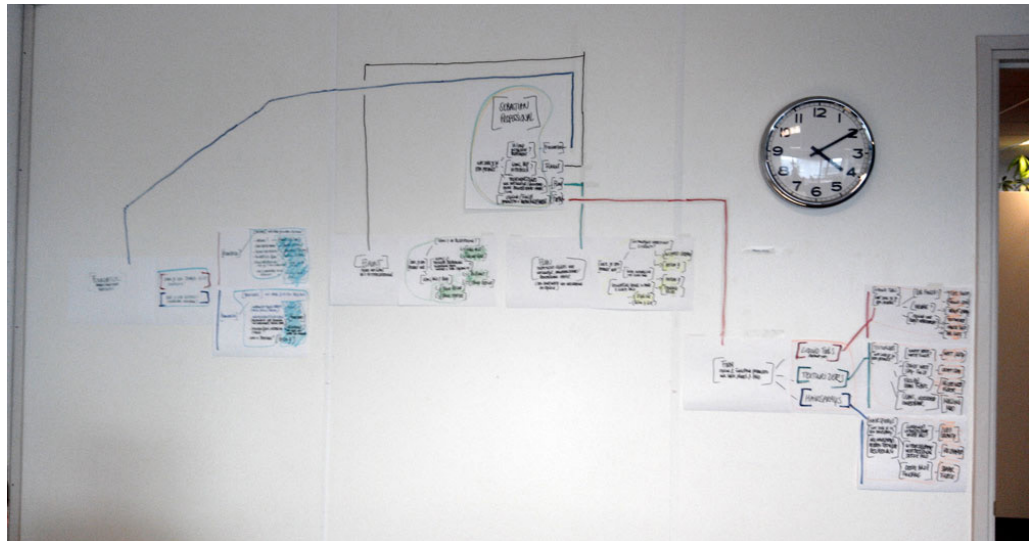
Toen we de foto's aangeleverd kregen was mijn eerste indruk dat de afbeeldingen er niet appetitewekkend uit zagen. Ze waren erg donker en

Competenties & leerdoelen

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

Procter & Gamble

Voor P&G hebben we een interactieve productwijzer gemaakt. Dit is een applicatie op een tablet via welke je tot het ideale product voor een bepaalde klus komt. Vanuit de opdrachtgever hebben we als basis de opzet van de applicatie gekregen, dit waren handgeschreven A4tjes allemaal achter elkaar in een PDF document gezet. Mijn taak was het om structuur in die chaos te brengen. Ik ben begonnen door alle 15 pagina's uit te printen en voor me op tafel neer te leggen. Nadat ik door had hoe het schema in elkaar zat heb ik de pagina's geordent op de muur geplakt en lijnen tussen verschillende onderdelen getrokken. De eerste stap was gereed, de opzet van de applicatie was duidelijk.



Gestructureerde flowchart op de muur

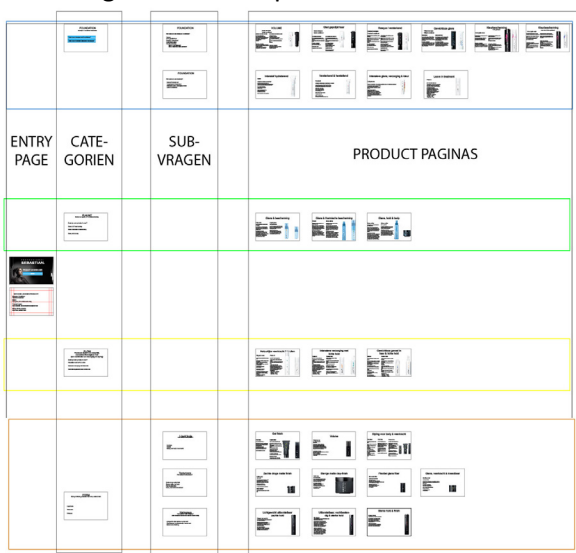
Project aansturing

In totaal zouden er drie mensen aan dit project werken en ik moest voor een duidelijke basis zorgen zodat iedereen op dezelfde lijn zat. In totaal zouden er 37 pagina's in de interactieve applicatie komen. Deze moesten ontworpen, ingevuld en uiteindelijk aan elkaar gekoppeld worden in de applicatie. Om een duidelijk overzicht te verzorgen heb ik een flowchart opgezet van de pagina's en hoe ze aan elkaar gelinkt zijn. Dit was voor de programmeur de basis zodat hij, nog voordat er enige content was, alvast het framework voor de applicatie kon programmeren.

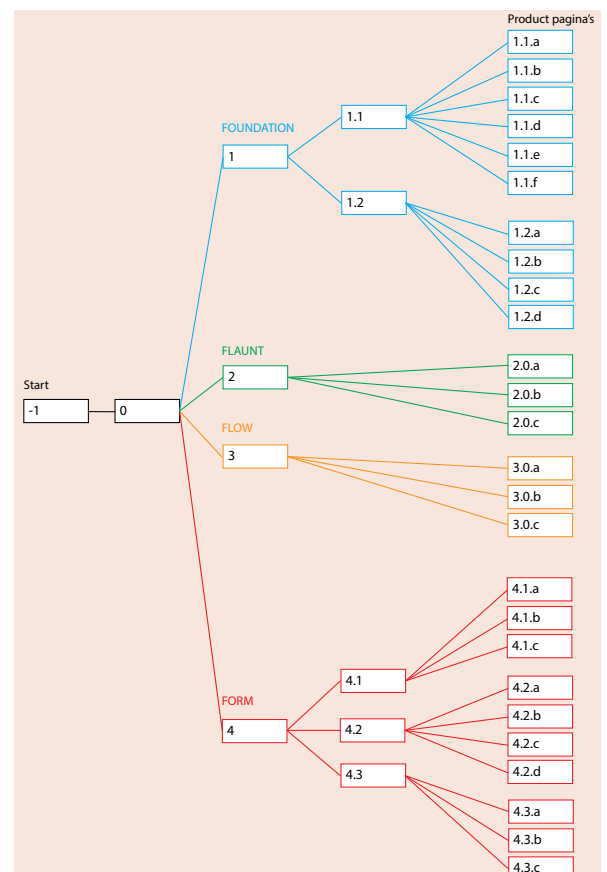
Daarnaast heb ik voor de designer in Illustrator alvast een document aan gemaakt met alle 37 pagina's op de juiste resolutie in één document. Daarna heb ik de content van elke pagina als onopgemaakte tekst en eventueel afbeelding op de pagina's gezet. Dit was de basis voor de designer om het ontwerp om de content heen te bouwen.

Design

Zelf heb ik ook het startscherm, achtergronden en buttons voor de vier subrichtingen in de applicatie ontworpen. Hierbij was het zaak dat ik de huisstijl van SEBASTIAN Professional aanhield. Vanuit de opdrachtgever kregen we een aantal beelden aangeleverd die we konden gebruiken. De producten en modellen moesten vrijstaand gemaakt worden.



Uitgewerkte content en structuur voor designer



Uitgewerkte structuur voor de programmeur

Wat ik geleerd heb

Gedurende dit project realiseerde ik me het belang van een goede structuur als je met meerdere mensen aan één product werkt. Zonder goede structuur zou het project minder snel verlopen zijn en zouden er mogelijk meer fouten gemaakt zijn in de indeling. In mijn voorwerk heb ik de wens van de klant verduidelijkt voor de designer en programmeur. Hierdoor konden de designer en programmeur tegelijk beginnen met hun deel van het product.

Ook heb ik geleerd om binnen een huisstijl te ontwerpen, bij andere projecten was dit ook al wel het geval maar de huisstijl van Sebastian Professional is dermate onderscheidend in beeld- en tekstgebruik dat ik er goed op elk detail moest letten om de look&feel van Sebastian terug te laten komen.

Competenties & leerdoelen

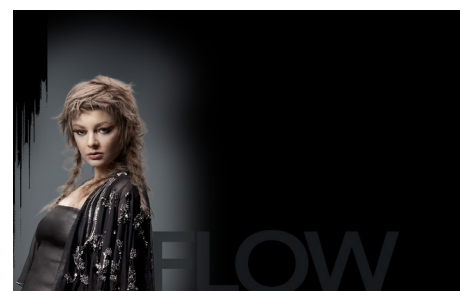
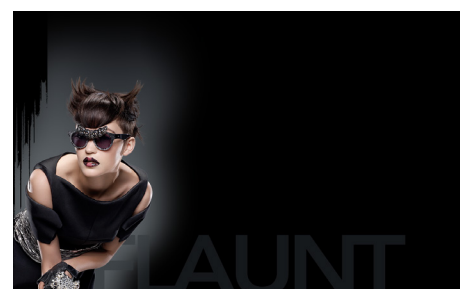
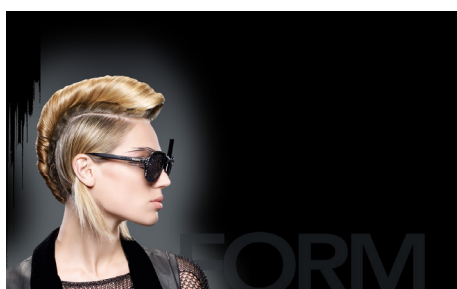
Voor mijn leerdoel om in een professioneel team samen te werken waar iedereen zijn eigen taak heeft was dit het juiste project. Ik was er



vanaf het begin bij betrokken en speelde een belangrijke rol tijdens het project. Aan het begin van het project was duidelijk wie welke rol zou vertegenwoordigen, Linda ging de vormgeving doen, Mike de programmering en ik zou wens van de klant gestructureerd



Buttons voor de applicatie



Zes verschillende achtergronden voor de vier hoofdgroepen

aanleveren zodat Linda en Mike een duidelijk beeld hadden van hoe het product eruit moest gaan zien. Om erachter te komen wat er als basis nodig was hebben we in eerste instantie samen overlegd wat iedereen nodig had om zijn taak uit te kunnen voeren. Voor Mike was dit een flowchart met de verschillende pagina's en hoe die pagina's onderling aan elkaar gekoppeld moesten worden. Linda wilde een overzicht van alle pagina's met afbeelding en tekst reeds ingevoegd zodat ze deze naar haar design om kon zetten.

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

HelloTV Templates

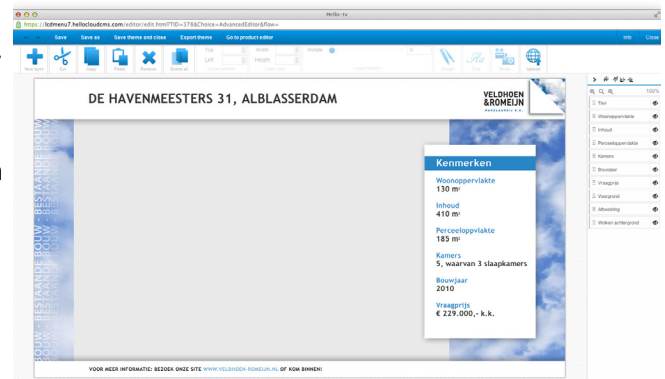
BrandMedia maakt custom designs voor opdrachtgevers maar soms is het ook het geval dat de opdrachtgever zelf al een design aanlevert. In beide gevallen moet het design, dat meestal in Illustrator of Photoshop gemaakt is, omgezet worden naar een template voor het HelloTV CMS. Omdat de templates vaak door klanten zelf aangepast moeten worden is het belangrijk om een template zo eenvoudig mogelijk op te bouwen. Hierbij moet ik kijken welke lagen statisch zijn, dus niet veranderen, en welke lagen er aanpasbaar moeten zijn.

HelloTV CMS

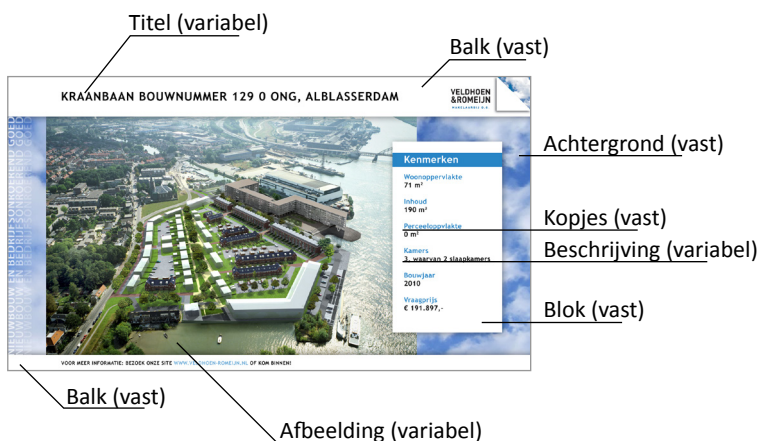
Het CMS voor is bedoel voor klanten van LCDMenu of HelloTV die gebruik maken van een UPP!². Het is een online tool ontwikkeld door Novus Solutions. Het CMS is gemakkelijk door eindgebruikers in te zetten om content op hun schermen te wijzigen. Dit kunnen prijzen in een digitaal cafetariamenu zijn maar ook acties, openingstijden of video's, compleet afhankelijk van de content van de klant.

Design omzetten naar HelloTV CMS template

Als voorbeeld gebruik ik het ontwerp van Veldhoen & Romeijn makelaars. De eerste stap is het achterhalen welke informatie in het design vast is (niet veranderd) en welke informatie aanpasbaar moet zijn. In eerste instantie doe ik dat door zelf naar het design te kijken en met logisch nadenken. Daarna controleer ik mijn bevindingen bij de opdrachtgever (of in dit geval bij het partner bedrijf die tussen de opdrachtgever en ons in staan).



HelloTV Content management systeem



De tweede stap is het samenvoegen van beeld elementen zodat je zo weinig mogelijk lagen overhoudt die op elkaar gestapeld moeten worden. In dit voorbeeld bestaat het template uit vier verschillende lagen waarvan twee vast en twee dynamisch. De achtergrond is de eerst (onderste) laag en is vast. Daarboven op komt de afbeelding van het aangeboden gebouw, deze wordt dynamisch ingeladen. De derde laag bestaat uit de balken, logo, kenmerkblok en andere overige vaste elementen. De laatste laag is de variable tekstlaag. De tekst wordt, net als de afbeelding, dynamisch ingeladen.

Als laatste plaats ik alle losse lagen via het HelloTV CMS samen in een template. Het design is nu omgezet naar een template en kan door de klant zelf gemakkelijk aangepast worden. Of, zoals in dit geval, gaat het template naar een programmeur die de dynamische lagen aan een database koppelt waarna de templates automatisch nieuwe content inladen.



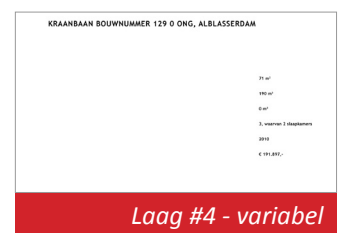
Laag #1 - vast



Laag #2 - variabel



Laag #3 - vast



Laag #4 - variabel

2 De UPP! is de mediaspeler gebaseerd op Android die door Novus Solutions gebruikt wordt.

Voorjaar!



Welkom bij
Tuinland

Plezier

Onze medewerkers zijn deskundig, eerlijk en vriendelijk. Wij zijn een familiebedrijf en willen graag dat u dat merkt.



Aanbiedingen deze week

Kalkkorrel Florentus
10 liter,
van 5.79

NU
3.99



Activiteiten

Voorjaarsmarkt
Zaterdag 16 maart van 10.00 tot 16.00 uur in de heerlijke voorjaarsmarkt bij Tuinland!



Openingstijden

Maandag	09:00 - 18:00 uur
Dinsdag	09:00 - 18:00 uur
Woensdag	09:00 - 18:00 uur
Donderdag	09:00 - 21:00 uur
Vrijdag	09:00 - 21:00 uur
Zaterdag	09:00 - 17:00 uur
Zondag	Gesloten



Aanbiedingen deze week

Sleutelbloem
Primula acutilla,
pot ø 10,5 cm,
verschillende kleuren,
per stuk, van 5.99

**3 voor
1.99**



20% korting

op al het gereedschap met houten steel, bij aflevering van uw oude gereedschap
(Buiting geldt niet voor Wolf en Gardena)



Snack Choice

[illegible]

Club-TV

CLUB AGENDA Club_TV

Activiteiten komende periode

Dinsdag 12 maart	09:00	Supporterendag
Zaterdag 16 maart	15:00	Sponsor toernooi
Zaterdag 26 maart	19:30	Businessclub avond
Zaterdag 5 april	11:00	Vaetballclinic met ex/individueel SC Telstar
Vrijdag 26 april	21:00	Dropping d en E pupillen
Zaterdag 27 april	15:30	Playbackshow
Maandag 13 mei	10:00	Vak U 1 dag
Zaterdag 20 mei	11:00	UNITAFCP-dag
Dinsdag 11 juni	20:30	Vrijwilligersavond
Maandag 17 juni	19:00	Algemene ledenvergadering

CLUB SPONSOREN


Club	Wed 19	Club	Wed 19
1. FCV	23 83	11. Heerendaal Almere	23 28
2. Ajax	25 51	12. NAC Breda	25 27
3. Feyenoord	26 50	13. FCV Waasland	25 26
4. Vitesse	23 45	14. FCV Dordrecht	25 28
5. FC Twente	24 44	15. AZ	25 25
6. FC Utrecht	26 42	16. Roda JC	25 25
7. NEC	23 36	17. FCV Volendam	25 22
8.ADO Den Haag	23 35	18. Willem II	25 14
9. SC Heerenveen	25 29		
10. FC Groningen	25 29		

LIVE SCORE Club_TV

Team 1

3 - 1

Team 2

CLUB SPONSOREN Club_TV












Sponsor worden? Ga naar www.websta.nl voor de mogelijkheden.

Veldhoen & Romeijn

DE HAVENMEESTERS 31, ALBLASSTERDAM

Karakteristiek	
Oppervlakte:	140 m²
Woningtype:	400 m²
Bouwopgave	
Aanpak:	3. met 3.1 en 3.2
Bouwjaar:	2015
Woningprijs:	€ 225.000,- v.a.

MOLENDIJK 22, KLAASWAAL

Karakteristiek	
Aanpak:	3. met 3.1 en 3.2
Woningtype:	400 m²
Woningprijs:	€ 205.000,- v.a.

KRAANBAAN BOUWNUMMER 129 0 ONG, ALBLASSTERDAM

Karakteristiek	
Aanpak:	3. met 3.1 en 3.2
Woningtype:	400 m²
Woningprijs:	€ 205.000,- v.a.

Wat ik geleerd heb

Bij het omzetten van de designes was het belangrijk dat ik me verplaatste in de gedachten van de gebruiker. Ik moest een template zo structureren dat het duidelijk was waar een aanpassing gemaakt moest worden. Dit betekende gestructureerd werken, concreet gezien hield dit in dat lagen een toepasselijke naam kregen zoals titel, beschrijving of achtergrond afbeelding. Vorm gegeven elementen moeten zo simpel mogelijk opgebouwd worden zodat gebruikers het niet kapot kunnen maken. Bij het omzetten van de designes voor Tuinland heb ik de prijscirkel in code omgezet (in plaats van de gebruikelijke manier, een afbeelding gebruiken). In de weken erop heb ik een aantal keer een telefoontje van een Tuinland medewerker gekregen dat er bij het aanpassen van de templates iets fout gegaan was. Het probleem was dat ik de prijscirkel te strict gemaakt had waardoor er alleen de prijs aangepast kon worden. Op een gegeven moment heeft de klant geprobeert om de tekst aan te passen naar '1+1 gratis' waardoor de prijscirkel 'kapot' ging. Dit leverde een negatieve ervaring voor de klant op. Wat ik geleerd heb is dus alles zo fool-proof mogelijk maken om negatieve ervaringen bij de klant te voorkomen want de meeste gebruikers zijn geen programmeurs.

Competenties & leerdoelen

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A3,2	B3,2	C3,2	

SellView

Voor een reseller van de UPP! was er een restyling van o.a. de verpakking nodig.

Mij werd gevraagd om een nieuw verpakking, bootscherm, bootanimatie, wallpaper en handleiding te ontwerpen.

Van de opdrachtgever kreeg ik alleen een logo aangeleverd. Na een blik op de website van de opdrachtgever kwam ik er al snel achter dat het een heel clean ontwerp zou moeten worden. Witte achtergrond, logo en verder geen lijnen, vlakken of andere elementen. Hierdoor was het geen erg uitdagende opdracht maar wel een leuke omdat mijn ontwerpen ook echt gebruikt zouden gaan worden, dit gaf toch een goed gevoel.



Alle ontwerp uitingen spraken qua afleverformaat voor zich, de verpakking en handleiding als PDF om te printen. Het bootscreen en wallpaper als FullHD afbeeldingen, alleen de bootanimatie was complexer. Onder normale omstandigheden zou ik de animatie als MP4 video geëxporteerd hebben vanuit After Effects. In dit specifiek geval moest de video als losse frames geëxporteerd worden. Omdat de animatie tijdens het opstarten van de hardware zou afspelen waren de mogelijkheden beperkt. Er is voor de optie gekozen om elk frame apart in te laden zodat het leek op een animatie. In eerste instantie heb ik ook deze frames als FullHD, 1920*1080 geëxporteerd maar dat bleek nog te zwaar voor de hardware. Na een aantal pogingen kwam ik uit op 853*480 pixels. Dit kon het systeem zonder problemen afspelen.



Verpakking



Handleiding

Wat ik geleerd heb

Tijdens dit project heb ik in totaal wel tien keer wijzigingen door gekregen van de opdrachtgever, elke keer waren het kleine dingetjes. Ik heb toen op een gegeven moment aangegeven dat ik dat geen prettige manier van werken vind omdat het op die manier veel meer tijd koste dan wanneer alle aanpassingen in één keer doorgeven zouden zijn. Naar mijn idee heeft de opdrachtgever er weinig tijd aan besteed van tevoren. Telkens als ik een nieuwe versie opstuurde kreeg ik weer één of twee kleine aanpassingswensen terug zoals productnummer, website of adresgegevens. Omdat ik niet direct met de opdrachtgever in contact stond maar via een tussenpersoon bij partnerbedrijf Novus was het voor mij een lagere drempel om aan te geven dat ik het vervelend vond om telkens

kleine aanpassingen te doen. Gelukkig werd dit met begrip ontvangen en doorgegeven aan de opdrachtgever. Daarop kreeg ik nog twee maal aanpassingen waarna de klant tevreden was met het ontwerp. Ik heb geleerd om bij ontevredenheid dit te uitten in plaats van alles te accepteren, en tot mijn vreugde werd dit goed opgepikt.

Competenties & leerdoelen

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

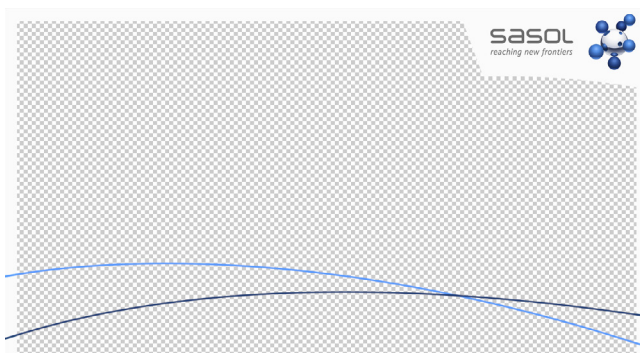
Sasol

De multinational Sasol wilde voor in de ontvangstruimte een scherm hebben met promotiemateriaal. De opdracht was om binnen de huisstijl van Sasol een aantal templates te ontwerpen met onder andere een 'welkomsscherm', bedrijfsvideo's en een 'x-aantal dagen zonder incident' template.

Aantal dagen zonder incident

De doel van dit template was het tonen aan bezoekers hoeveel dagen er voorbij gegaan waren zonder een ongeluk of ander noemenswaardig incident. Rik gaf mij de opdracht om hier een script voor bedenken die dit automatisch bij hield. De eis was dat het getal makkelijk resetbaar moest zijn in het geval van een incident. Ik heb dit op eenzelfde manier als de livescore voor Club-TV aangepakt. Op een webserver draait een script. Vanuit het template wordt het script opgeroepen waarbij het datum van het vorige incident meegestuurd wordt. De server berekend dan hoeveel dagen er voorbij gegaan zijn zonder incident en stuurt dit getal terug naar het template. Het script werd binnen het template in een iframe ingeladen. Dit had echter wel een nadeel, zodra er geen verbinding met het internet gemaakt kon worden werd er een foutmelding op het template getoond.

De oplossing hiervoor lag in een functie binnen het CMS die eigenlijk nog in ontwikkeling is. RSS data kan ingeladen worden waarbij die data lokaal opgeslagen wordt op de UPP! en als het internet weg valt wordt nog steeds de content getoond. In dit geval was het niet noodzakelijk dat de data meerdere keren per dag geupdate zou worden dus was dit de ideale oplossing.



Terugkerende stijlelementen voor Sasol templates

Designen binnen de huisstijl

Wij wilden een visuele eenheid binnen de verschillende templates creëren, hiervoor heb ik in eerste instantie rapporten, huisstijldocumenten, presentaties en video's van Sasol bekeken. Uit al deze inspiratie heb ik uiteindelijk een frame met lijnen en het Sasol logo gedestilleerd.

Bedrijfswaarden video's

Sasol heeft zes bedrijfswaarden die centraal staan. Voor elk van deze waarden moest er een video gemaakt worden uit bestaand videomateriaal. Ik ben begonnen met alle video's op het youtubekanaal van Sasol te downloaden en deze door te kijken op bruikbaar materiaal. Na een selectie gemaakt te hebben heb ik de beelden opgedeeld in de zes bedrijfswaarden. Voor de concrete waarden 'people' en 'safety' was het niet moeilijk om beelden te vinden, de iets abstractere waarden 'stockholder focus', 'integrity' en 'accountability' was dit een lastigere taak. Uiteindelijk heb ik toch voor elke video tien seconden aan footage kunnen kiezen die bij de waarde past.



Videotemplate



Dagen zonder incident



Afwezige collega's (door Linda)

Daarnaast moest de waarde ook tekstueel in beeld gebracht worden, na wat overleg hebben we besloten dat daarvoor een lower third de meest geschikte optie zou zijn. Hiervoor heb ik een aantal ontwerpen in After Effects geanimeerd maar alles was net te druk, uiteindelijk hebben we voor een simpele beweging gekozen. De lower third komt aan het begin van de video van onder inschuiven en gaat voor het eind ook weer naar beneden uit beeld.

Wat ik geleerd heb

Voor dit project van Sasol heb ik geprogrammeerd, ontworpen en video gemonteerd. Ik heb geleerd om binnen een huisstijl variatie aan te brengen om een nieuwe vormgeving te realiseren. Ik heb gemerkt dat het hebben van een huisstijl als randvoorwaarden in dit geval me juist geholpen heeft om sneller tot een goed resultaat te komen. Vormgeving is niet mijn sterkste punt maar het samenvoegen van bestaande stijlelementen om tot een nieuw geheel te komen maakt het me wel makkelijker.



Core value video: People

Competenties & leerdoelen

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

Colorgrading onderzoek

Voor een heel groot gedeelte van mijn tijd bij BrandMedia heb ik mij bezig gehouden met een onderzoek naar colorgrading. Wat je hiervoor nodig hebt, waar je op moet letten voor, tijdens en na de productie en de psychologische werking van kleuren op mensen.

Wat ik geleerd heb

Tijdens het schrijven van het document heb ik veel dingen over Indesign geleerd. Sommigen waren kleine dingetjes zoals sneltoetsen voor bepaalde functies of het gebruik van interactiviteit in een Indesign PDF. Maar ik ben ook efficiënter geworden in het opstellen van gestijlde documenten.

Uiteraard heb ik ook ontzettend veel geleerd over de hard- en software achter colorgrading, gradingalgoritmes, kleurpsychologie en kleurharmonieën. Maar omdat ik al een 40+ pagina's hierover vol geschreven heb ik het onderzoek zal ik daar niet verder op in gaan in dit document.

Ik merkte dat ik inconsistent was in mijn taalgebruik tijdens het onderzoek, hier wees Rik mij op een gegeven moment op. De ene keer schreef ik in duidelijke, formele taal en een ander keer gebruikte ik in bijna elke zin het woord 'je' of 'jij'. Ook heb ik gemerkt dat ondanks dat ik het een heel boeiend onderwerp vind ik van tijd tot tijd toch genoeg kreeg van alle kleurbetekeningen en andere gradinggerelateerde onderwerpen. Soms hielp het om dan even verder te gaan met een ander hoofdstuk van het onderzoek maar soms moest ik ook even totaal wat anders gaan doen omdat mijn motivatie gewoon compleet weg gezakt was.

Daarnaast heb ik ook geleerd dat ondanks dat ik het razendinteressant vind om me vol te spotten met nieuwe informatie over een thema dat me aanspreekt ik op een gegeven moment een punt bereik dat ik niet meer achter de computer wil zitten. Ik heb gemerkt dat ik het meeste uit mezelf kan halen als ik afwisselende activiteit doe. Nou wist ik dit eigenlijk al maar tijdens mijn onderzoek werd het nogmaals bevestigd. Om mezelf toch zoveel mogelijk actief te houden heb ik er ook voor gekozen om bijna alle voorbeelden in het onderzoek zelf te schieten. Vaak had ik mijn camera bij of liet ik deze overnacht op het kantoor liggen, elke keer als ik dan een stuk tegenkwam in het onderzoek waar ik van mening was dat het nodig was om het visueel weer te geven ging ik eventjes op pad. Enerzijds gaf mij dit een beetje afwisseling zodat ik niet constant stil zat op mijn stoel maar creëerde het ook de mogelijkheid om de geleerde theorie gelijk in de praktijk uit te proberen. Door dit te doen heb ik de theorie beter begrepen en heb ik geleerd om betere color grades te maken. Voor mij is het erg belangrijk om te doen, ik kan wel een theoretische basis hebben maar het allermeeeste leer ik uiteindelijk toch door zelf aan de knoppen te draaien en te kijken naar het resultaat.

Competenties & leerdoelen

Onderzoeken & Begrijpen	Conceptualiseren	Verbeelden & Realiseren	Evalueren
A1,2	B1,2	C1,2	D1,2
A2,2	B2,2	C2,2	D2,2
A3,2	B3,2	C3,2	

Overige werkzaamheden

Naast de werkzaamheden die ik binnen het CMD werkgebied uitgevoerd heb heb ik me ook anders nuttig gemaakt.

Uitgaande mailserver

Voor het grootste gedeelte van mijn stageperiode hadden we internet via ADSL. Opzich niets mis mee, tenzij je die verbinding deelt met ongeveer 20 mensen. Vooral het uploaden van grote files, wat we regelmatig doen, kon wel eens enkele uren duren. Gelukkig hebben we op een gegeven moment de switch gemaakt naar glasvezel waardoor alles razendsnel ging. Dit had alleen wel één nadeel voor BrandMedia, er was namelijk geen uitgaande mail server meer beschikbaar. De server die we altijd gebruikten zat in het abonnement van de ADSL aanbieder inbegrepen. Hierdoor hebben we op een gegeven moment zelfs e-mails via hotmail moeten versturen. Omdat er geen snelle oplossing bleek te zijn heb ik na een paar dagen maar al het uitgaande e-mail verkeer via mijn hoster laten lopen. Dit was een goede, tijdelijke, oplossing waardoor het e-mail verkeer weer normaal verliep.

1Gbits netwerk

Voor de toegankelijkheid van projectbestanden hebben we een NAS (Network Attached Storage) voor BrandMedia. Dit is de centrale opslag voor alle bestanden, iedereen binnen BrandMedia heeft hier toegang toe. Op die manier kunnen we snel en makkelijk gezamenlijk aan projecten werken. Op een gegeven moment merkte ik dat mijn laptop sneller was dan de computer van Linda. Dit was vreemd omdat Linda's computer 8 cores had en 24GB werkgeheugen waar mijn laptop maar 2 cores heeft en 8GB werkgeheugen. Ik ging toen op zoek naar de bottleneck en kwam erachter dat dit in het netwerk lag. In het hele bedrijf ligt gigabit netwerk alleen waar de netwerkkabel voor Linda en Rik binnen komen werd deze opgesplitst door een 100Mbit switch. Concreet betekend dit dat Linda en Rik met maar maximaal 10MB/s van en naar de NAS konden communiceren. Op mijn advies werd een 1000Mbit switch aangeschaft. Na het vervangen van de oude switch en een aantal extra handelingen was de verbinding van Linda en Rik met de NAS 10x zo snel geworden wat de workflow erg bevorderde.

Schermkalibratie

Voor mijn colorgrading onderzoek heb ik me ook moeten verdiepen in schermen en specifiek schermkalibratie. Ik merkte al snel dat het scherm waar ik op werkte een afwijkende kleurtint had. Na een eerste poging om het scherm te kalibreren met een verouderde kalibratiesensor niet helemaal gelukt was heb ik besloten om zelf een Spyder-4Elite aan te schaffen om mijn schermen te kalibreren. Toen heb ik gelijk ook de schermen van Linda en mijn eigen vaste computer gekalibreerd, een wereld van verschil.

CSS Animaties in het HelloTV CMS

Aan het begin van mijn stage waren de animatiemogelijkheden met het HelloTV CMS beperkt, je kon afbeeldingen in- en uitfaden en daar bleef het bij. Vanuit een klant kwam de vraag of er mogelijkheden waren om content dynamischer te maken. Voorheen werden animaties als video gerenderd en in het CMS gezet maar hier zat een nadeel aan, de content was namelijk niet meer aanpasbaar. De oplossing hiervoor was CSS animaties, dit zijn animaties die middel code gescript kunnen worden direct in het CMS. Dit had als voordeel dat content zoals prijzen, websites en productnamen nog zelf door de klant aangepast konden worden terwijl de dynamiek van animatie behouden bleef. Wel kwam ik er snel achter dat de de UPP!'s de meeste animaties hardwarematig niet aan konden en content schokkerig afgespeeld werd. Hierin lag weer een nieuwe uitdaging om te kijken wat wel en niet mogelijk was. Uiteindelijk zijn we tot een compromis gekomen waarbij video en CSS animaties gecombineerd worden voor ultieme dynamiek met het behoud van de flexibiliteit van de aan te passen content.

Terugblik op mijn stage

De mensen

Aan het begin van mijn stageperiode was ik een beetje onzeker over het feit dat BrandMedia maar twee medewerkers had. Enerzijds vond ik de kans op een persoonlijkere begeleiding en aandacht fijn. Aan de andere kant was het bedrijf misschien te klein om voor een uitdaging te zorgen. Dit waren zorgen die ik voor het intakegesprek had. Toen ik eenmaal met Rik van Beek gesproken had was ik ervan overtuigd dat er genoeg uitdaging zou zijn. Daarnaast voelt het niet als een klein bedrijf doordat we samen met Novus in hetzelfde gebouw zitten. We hebben ons eigen kantoor maar de deur staat altijd open en de medewerkers van Novus zijn net zo goed collega's als Rik, Linda of Michiel.

De sfeer

De algemene sfeer bij BrandMedia was altijd goed, er waren wel eens mindere momenten door frustratie en vermoeidheid maar dat was maar in uitzonderlijke gevallen. Er was altijd wel ruimte voor gesprekken over andere thema's dan werk. Deze afleiding was voor mij soms meer dan welkom en zelfs bijna noodzakelijk. In andere gevallen gingen we even een potje darten om ons hoofd tot rust te brengen. Aan het begin moest ik wel wennen aan de humor tussen Rik en Linda maar na 3 weken ging ik er helemaal mee, nu ken ik niet anders meer. Ik ben nooit met tegenzin naar mijn werk gegaan, ik keek wel eens op tegen werk dat ik moest doen maar dat verdween ook snel weer. BrandMedia heeft een goede balans wat werk en andere zaken zoals socializen, games etc. betreft.

Volwaardig medewerker

Ik ben al heel snel in het team als volwaardig medewerker opgenomen en heb me daar ook naar gedragen. Ik heb mijn meningen gegeven waar ik vond dat dat nodig was en deze werden ook als vol aangezien. De samenwerking met Rik en Linda heb ik als erg prettig ervaren. Rik heeft zijn hele eigen manier van omgang, hij kan redelijk dominant zijn maar dat zag ik als een uitdaging om met hem te levelen en mijn communicatie aan te passen op het resultaat dat ik wilde behalen.

Wat ik over mezelf geleerd heb

Gedurende de vijf maanden die ik voor BrandMedia gewerkt heb zat ik 95% van de tijd achter mijn computer. Ik heb gemerkt dat ik dit op een gegeven moment als een belasting ga zien. In mijn eigen tijd ben ook al veel achter de computer te vinden waardoor het me soms teveel wordt. Ik heb afwisseling nodig waarbij ik ook fysiek wat actiever ben, de draaidag voor de GAMMA shoot was hier een goed voorbeeld van. Hele weken achter de computer doorbrengen ervaar ik als erg vermoeiend.

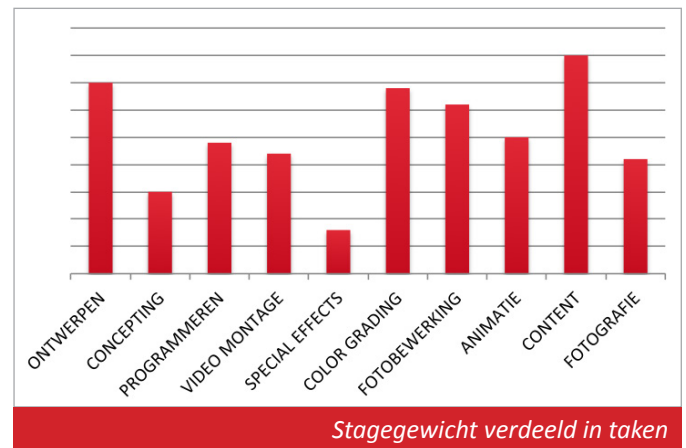
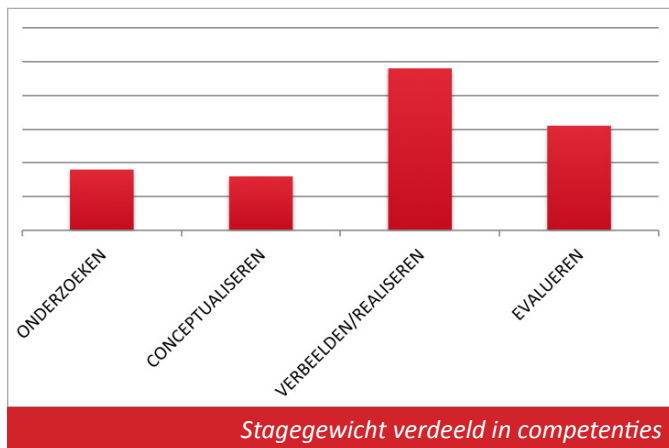
40 urige werkweek

De omschakeling van school naar stage was, qua tijd, erg extreem. Voor de stage heb ik een minor gedaan waarbij ik maar 2 dagen in de week school had van totaal misschien 6 lesuur. Toch heb ik geen moeite gehad met de omschakeling, ik heb de structurering van mijn tijd zelfs als prettig ervaren. Doordat alles op stage aan het begin nieuw was lag mijn motivatie en leergierigheid erg hoog, later is dit een beetje afgevlakt maar gelukkig niet naar het negatieve. Wat ik door de 40-urige werkweek wel heb leren te waarderen zijn de weekeinden. Voorheen was elke dag hetzelfde, soms een beetje school en wat werk voor mijn eigen bedrijf verrichten, alles smolt in elkaar over. Nu dat ik 8 uur per dag voor BrandMedia bezig ben en 2 uur reis heb ik geleerd om mijn vrije tijd meer te waarderen, weekeinden zijn nu rustmomenten geworden.

Competenties en taken

Om een overzicht te krijgen waar ik tijdens mijn stage mee bezig geweest heb ik de projecten waar ik aan meegewerkt heb in een grafiek³ gezet. Eenmaal voor de generieke competenties die in de CMD stagehandleiding beschreven waren, de tweede grafiek verdeeld de projecten in specifieke taken die ik uitgevoerd heb. Aan de competentiegrafiek is te zien dat ik mijn tijd vooral besteed heb aan het realiseren van projecten, dit is ook waar ik naar streefde. Ik ben iemand die ervan houdt om bezig te zijn, dingen te realiseren en uitwerken.

Bij de onderverdeling van de projecten in taken is te zien dat ik de meeste tijd aan content besteed heb. Hierbij speelt het colorgrading onderzoek een grote rol. Het is een document waar ik veel tijd en aandacht aan besteed heb om voor anderen een duidelijk naslagwerk op te stellen.



Gebruikte software

- Speedgrade
- Lightroom
- Photoshop
- After Effects
- Indesign
- Illustrator
- Media Encoder
- Dreamweaver
- HelloTV CMS
- Outlook

³ In de grafiek weegt elk project even zwaar, dit komt niet helemaal overeen met de werkelijkheid, er zijn projecten waar ik meer tijd aan besteed heb dan andere.