

Een verhaal apart:

Stereoscopie

Pixel is Nederlands enige servicebureau dat zich fulltime bezig houdt met de productie van stereoscopische presentaties. Bedrijven die een promotionele actie willen opzetten kiezen steeds vaker voor het driedimensionale effect van deze techniek. Een positieve reactie van het publiek is dan ook bijna altijd het resultaat. En je komt stereoscopie eigenlijk vaker tegen dan je denkt: in supermarkten, als posters, billboards, ansichtkaarten en als gimmicks in de reclame. Ook deze keer in 'Een verhaal apart' weer eens een heel ander product dan wat in Den Haag of Zeist van de persen rolt. De InDruk-redactie reisde af naar Rotterdam en sprak met Pixel-directeur Ir. Coen Holten.

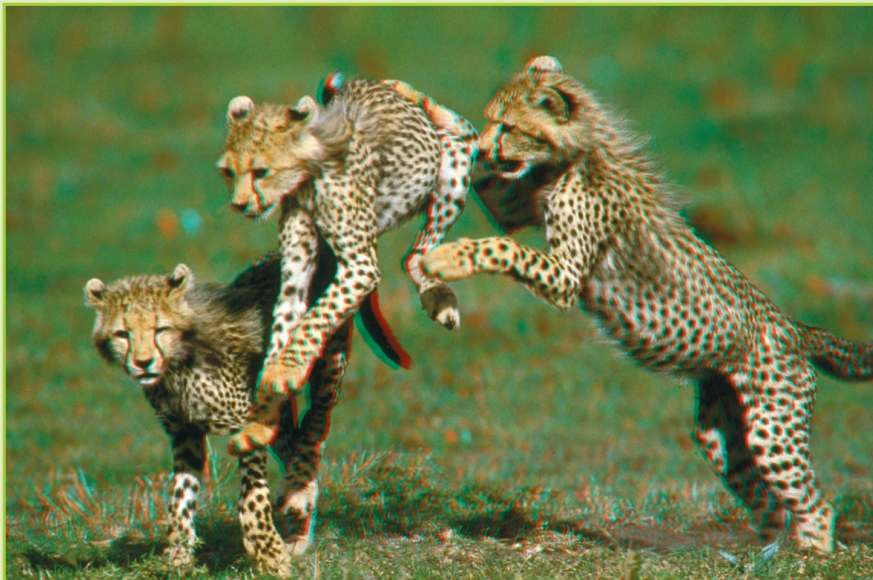
Dag Coen, bijzonder aardig om even tijd voor ons vrij te maken. Hoe is het allemaal zo ontstaan?

Ik ben hier al mee bezig sinds 1993. Ik heb industrieel ontwerpen gestudeerd en ben tijdens mijn studie betrokken geraakt bij de stereofotografie. In het begin maakte ik gewone visualisaties voor architecten en design-bureaus. Maar het visualiseren in stereobeelden kreeg steeds meer de overhand.

beginnen het autostereogram, beetje lang woord, wij noemen het gewoon sirds...

Hoe zeg je?

...sirds, een vakterm voor 'single image random dot stereogram', je hebt ze vast wel eens gezien. Er zijn zelfs boeken over gemaakt, maar ook in etalages kwam je ze tegen. Het is een afbeelding die verticaal uit ogenschijnlijk dezelfde stroken bestaat. Maar wij hebben die stroken onderling



Het 3D-effect wordt goed zichtbaar met het bijgeleverde brilletje.

Dus je bent je eigenlijk gaan specialiseren in het ruimtelijk effect. Aan wat voor producten moet ik dan denken?

Kijk, er zijn best veel toepassingen, om te

voorzien van kleine verschillen. Uit die verschillen halen de hersenen de zogenoemde diepte-informatie. Je moet maar eens zo'n afbeelding in de InDruk plaatsen, de



lezers moeten het dan recht voor zich houden en door een beetje scheel te kijken

proberen om, als het ware, door het plaatje heen te kijken. Het lukt misschien niet de eerste keer, maar dat geeft niet. En in eens zie je het: een driedimensionaal effect, iets dat je eerst helemaal niet zag in het plaatje. Het leuke is ook wel een beetje de rivaliteit. Degene die 'het' gezien heeft zegt tegen de ander waarbij het niet lukt: "Dat je dat niet ziet, kijk dan nog eens goed..."

"Verder is er 'The Amazing Card' die we vaak als ansichtkaart leveren. Het is een uitvouwbaar soort kijkdoosje met aan de ene kant twee lensjes en aan de binnenzijde twee afbeeldingen. Ook ogenschijnlijk weer gelijk, maar door ons via de computer weer voorzien van kleine verschillen. Als je dan door de twee lensjes kijkt naar de binnenzijde van het doosje, zie je de afbeelding in 3D. Dit product maken we bijvoorbeeld ook voor musea. De toeristen kunnen hun Vermeer of Hals dan in een opvouwbaar kijkertje meenemen naar huis. Wist je dat ik binnenkort de Nachtwacht van Rembrandt in 3D ga omzetten? Vind ik wel spannend!

En dan hebben we nog de lenticulair, een wat moeilijke naam voor die afbeeldingen die als je ze beweegt van vorm veranderen.... Ken je die?

Ik herinner me van vroeger die sleutelhangers van de kermis met zo'n klein plastic tv'tje eraan. Als je dat beeld dan bewoog, versprong dat plaatje ook steeds, bedoel je dat?

Helemaal goed, maar wij passen die techniek nu toe voor bijvoorbeeld posters, an-

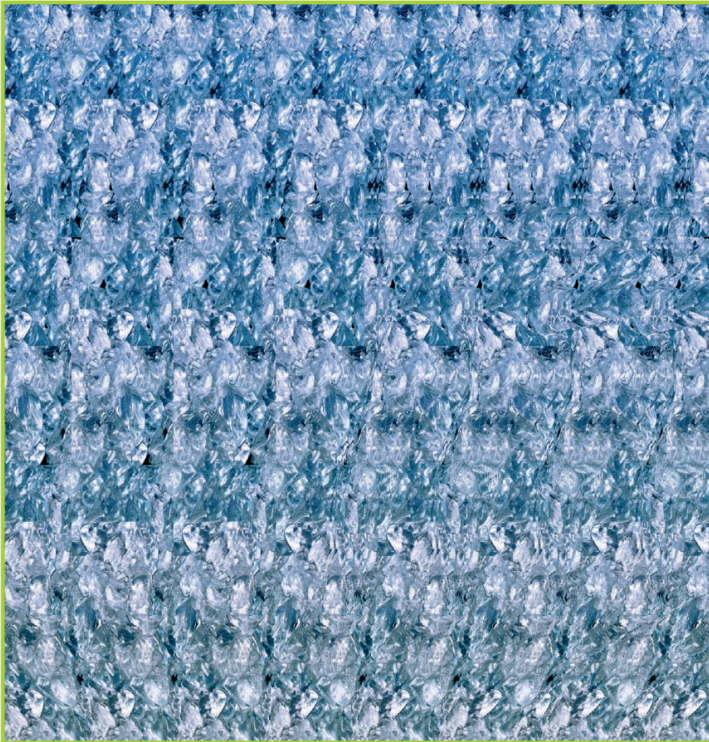
sichtkaarten enzovoort. We maken ze met alleen diepte, maar ook met dat verspringende effect, alsof er twee afbeeldingen in één plaat zitten.

Je bewerkt zo'n afbeelding eerst op de computer, maar hoe wordt zo'n lenticulair daarna gedrukt Coen?

Dat gaat door middel van UV-inkt op een specifieke kunststof, je kent het wel, met die fijne ribbeltjes. Vaak zetten we er aan de achterzijde nog een witte zeefdruk tegenaan. Jullie moeten in Zeist en Den Haag sluitend drukken, hè, nou, bij deze techniek luistert dat ook héél nauw, misschien nog wel meer dan bij jullie. Ik moet ook heel veel testen voordat ik kan beginnen met de productie.

En zo'n productie kan wel eens uit één enkel exemplaar bestaan, niet?

Ja, dat komt voor. Die maak ik dan zelf hier in Rotterdam.



Voorbeeld van een SIRD, zie je de schaatsers?

En bij grotere oplagen, want ik zie hier bijvoorbeeld een jaarverslag met een lenticulair omslag?

Daar heb ik een paar vaste partners voor, bijvoorbeeld Holland Ridderkerk, The Amazing Card en Grafisch Bedrijf Mouthaan.

Voor wie werken jullie zoal?

Toch best wel vaak voor grote namen: Shell, Heineken, Pepsi, Rabo Bank, Dell, ING Bank. Misschien wel leuk om te vertellen, we hebben voor het Historisch Museum Rotterdam een 3D-voorstelling gemaakt. Hun tentoonstelling heette 'Rotterdam in 3D, de wondere wereld van de stereofotografie' en de voorstelling werd met twee beamers op een scherm van maar liefst 4,5 bij 1,5 meter geprojecteerd. Die expositie heeft gelopen van november 2004 tot maart dit jaar en de bezoekers kregen allemaal zo'n tweekleuren brilletje op (die brillettjes produceren we ook zelf) en keken dus naar hun eigen stad in 3D. Doordat het geheel in 120 graden werd geprojecteerd, kon je dus echt helemaal 'rondkijken'. Het effect was geweldig en het geheel was dan ook een groot succes.



Deze afbeelding is via de computer in de hiernaast afgebeelde SIRD opgenomen.

Vraagje Coen, als ik zo'n 3D-afbeelding in de InDruk zou afdrukken, dan zou ik toch eigenlijk ook 300 van die brillettjes nodig hebben om onze lezers een impressie te geven hoe zo iets visueel werkt.

Ja, ja, ik voel 'm al, die wil je zeker voor niets hebben?

Als dat kan! Dan heb jij zomaar gratis reclame voor Pixel!

Ok dan, 300 brillettjes voor de InDruk.

**VOOR MEER INFORMATIE GA JE NAAR
WWW.PIXEL.NL**