

Blick hinter die Kulissen: Produktion des gigantischen «PEN Giant» Viral für die Olympus E-PL1

«Keiner hat zuvor so was gemacht»

1350 Fotos, 355 grossformatige Werbetafeln bzw. 3140 Quadratmeter Prints, 23000 Nägel und zwei PEN-Kameras – die Fakten und Zahlen rund um den «PEN Giant» Stop Motion Viral sind beeindruckend. Es brauchte ein 25-köpfiges Team und enorme Anstrengungen, um den neuen Olympus PEN Video-Spot zu produzieren, welcher seit Mitte Mai die Zuschauer in Scharen anzieht. Das Video generierte bereits etwa 385000 Klicks auf Youtube, allein in den ersten zwei Wochen.

■ Es begann alles mit einem vertrauten Thema: «Giant bzw. gigantisch». Olympus wollte ein neues Video für die neueste PEN-Kamera, die E-PL1, und es musste riesig sein. Was folgte, war für alle Beteiligten wegweisend. Jörn Fandrey, Abteilungsleiter Online Communication & Services bei Olympus Europe, erinnert sich: «Anfangs haben wir gedacht, wir wären nicht in der Lage den Spot wie geplant durchzuziehen, weil der Arbeitsumfang und die technischen Herausforderungen riesig waren. Keiner von uns hatte so etwas jemals zuvor gemacht. Aber als wir merkten, dass es tatsächlich funktionieren könnte, fingen wir an uns zu begeistern, wir mussten es einfach schaffen!»

Monumentale Produktion

■ PEN Giant erzählt eine klassische Liebesgeschichte, aber mit zwei deutlichen Unterschieden. Erstens bringt die Story zwei Plakatwände zum Leben. Die Hauptfigur verliebt sich in eine sterbende Meerjungfrau, springt aus seinem Plakat heraus und läuft quer durch die Stadt, auf der Suche nach seiner Traumfrau. Als er sie schliesslich findet, springt er in ihr Plakat hinein. Der zweite Unterschied besteht in der Produktionstechnik – es wurde alles in Stop-Motion-Technik gefilmt. Das bedingte zwei getrennte Shootings. Zunächst filmte das Team die Schauspieler, so wie sie auf den einzelnen Billboards erscheinen würden. Zwei Wochen später kam die Crew zurück nach Bukarest und stellte die Plakatwände in die gleichen Strassen, wo sie zuvor die Schauspieler gefilmt hatte. Sie schossen



8887 Einzelbilder und montierten diese zusammen und übereinander, um einen Film zu machen. Der fertige Spot umfasst rund 1350 Fotos und 355 Plakate, die jeweils 3,56 Meter hoch und 2,52 Meter breit waren. Die Reklametafeln waren also höher als ein durchschnittlicher Bus. Die 355 Billboards wurden mittels UV basierender Flex Tinte, auf einer 8-Farben NUR EXPEDIO gedruckt. Wenn man alle Banner in einer Linie aneinander reihen würde, ergäbe das die Länge von 74 Bussen. Die Gesamtfläche aller in der Werbung verwendeten Plakatwände beträgt 3140 Quadratmeter. «Das zweite Shooting war die grösste Herausforderung», sagt Alexandra Lier, Creative Director bei DSG. «Es war windig und die Paneelen waren so gross wie Segel. Wir hatten alles akribisch vorbereitet, mussten aber dennoch viel improvisieren.» Sollte der Wind zu stark wehen, blies er die Werbetafeln einfach auf den Boden.

Ein Wettlauf gegen die Zeit

■ Zwei Regisseure waren verantwortlich für PEN Giant. Der japanische Künstler Taijin Takeuchi wurde für sein Stop-Motion-Erfahrung gewählt – er weiss genau, wie viele Einzelbilder benötigt werden, um eine noch flüssige Bewegung zu erzeugen. Der zweite Regisseur, Peter Göltenboth, war verantwortlich für den ersten PEN Viral Spot und verfügt über langjährige Erfahrungen in der Arbeit mit grossen Produktions-Teams. Allein auf dem zweiten Shooting, hatte er rund 50 Personen am Set, die in einem extrem engen Zeitplan arbeiteten. «Zeit war ein grosses Problem», sagt er. «Wir mussten je nach dem Stand der Sonne fotografieren, so waren wir in der Regel vor der Morgendämmerung da, um mit dem Bau des Sets zu beginnen und konnten erst nach Einbruch der Dunkelheit stoppen. Die letzten paar Szenen waren besonders eng, weil wir sie in einem Tag fertig haben mussten. Wenn Sie sich den Film ansehen, können Sie sehen, wie sich die Position der Sonne in jeder Szene verändert.»

Grossartige Aufnahmen

■ Anfängliche Zweifel am PEN Giant Projekt waren nicht beschränkt auf Logistik und das Ausmass der erforderlichen Planung. «Ich muss zugeben, Anfangs habe ich nicht geglaubt, dass wir in der Lage sein würden ein solch grosses Projekt nur mit Hilfe der PEN zu schiessen», sagt Lier. Aber diese Bedenken haben sich als unbegründet erwiesen. Das Team verwendete eine PEN, um jede einzelne Plakatwand am ers-

kreativ-Glossar «Viral»
Ein Viral ist ein Werbespot, der eigens für das Internet produziert wird. Sein Name leitet sich ab von der Werbeform, innerhalb derer er konzipiert und eingesetzt wird, dem viralen Marketing.

Aus 1350 Fotos und 355 grossformatige Prints entsteht das PEN Giant Viral



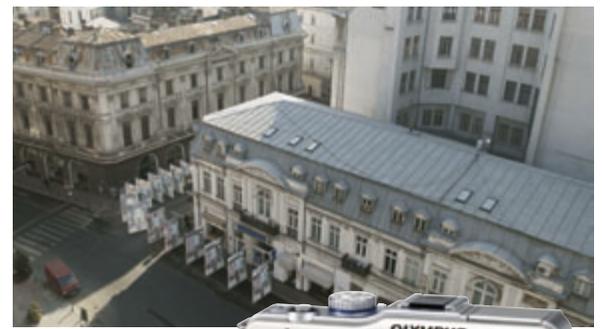


ten Shooting abzulichten und knipste alle bis auf eine einzige Aufnahme der zweiten Session. Dieses spezielle Foto musste von einer zehn Meter hohen Plattform geschossen werden und dazu wurde die drahtlose Remote-Funktion der Olympus E-30 verwendet. Für Jörn Fandrey, unterstreicht der Viral-Film den Wahrheitsgehalt und die Aussage der neuen Werbekampagne: «Tolle Bilder schiessen war noch nie so einfach.»

«Während die Kernaussage der Kampagne zeigt, dass absolut jedermann grossartige Fotos mit der PEN aufnehmen kann, demonstriert dieses Video auch, wie gut die Bilder wirklich sind. Die Qualität der PEN Fotos ist so hoch, dass Sie sie bis zur Grösse einer Plakatwand aufblasen können.»

Infos: www.olympus.ch

Free Download: www.olympus.eu/PENgiant



[Interview mit Taijin Takeuchi]



Taijin Takeuchi spricht in Kreativ über 'PEN Giant', Stop Motion-Filme und seine Zukunftspläne. Übersetzung von Patrick Rutschmann

«Hier hat jemand zu viel Zeit!»

Taijin Takeuchi studierte Design in Kyushu und Kunst in Tokio und arbeitet jetzt als Stop-Motion-Künstler in der japanischen Hauptstadt. «Stop Motion with Wolf and Pig» ist der berühmteste der fünf Stop-Motion-Filme, die er seit 2005 veröffentlicht hat. Während der Leitung des gigantischen Olympus «PEN Giant» Spots, genoss der 26-Jährige zwei persönliche Premieren: Zum ersten Mal hatte er mit so einem grossen Team gearbeitet und er war zum ersten Mal überhaupt in Europa.

Mögen Sie Europa?

Ja, es ist wirklich schön hier! Sehr unterschiedlich zu Japan! Ich bin immer noch erstaunt, dass man hier in Restaurants kostenlos Brot essen kann.

Sie machen seit fast fünf Jahren Stop-Motion-Filme. Was dachten Sie sich, als Olympus Sie wegen PEN Giant kontaktiert hat?

Es war grossartig! Normalerweise arbeite ich alleine - von der ersten Aufnahme bis zur Post-Production. PEN Giant gab mir die Möglichkeit, einmal ganz anders zu arbeiten, etwas, das für mich alleine einfach nicht möglich gewesen wäre.

Hat Sie das Olympus-Projekt in irgendeiner Weise überrascht?

Die Grösse der Billboard-Plakate schon. Als sie das erste vor mir standen, dachte ich, «Wow, das ist wirklich riesig. Und dann dachte ich:» Wie soll das möglich sein, diese Dinger aufgereiht zu kriegen?»

Es scheint, als hätten Sie eine gute Lösung gefunden...

Oh ja. Es war eine grossartige Erfahrung für mich, alle diese Leute bei der Zusammenarbeit für ein gemeinsames Ziel zu sehen. Aber es war wirklich eine grosse Herausforderung die Plakate immer so zu arrangieren und die fließenden Bewegungen im fertigen Film zu erstellen. Wir haben keinerlei Tricks benutzt. Es waren wirklich nur wir, die mitten

von Bukarest mit diesen riesigen Tafeln herumliefen.

Was erhoffen Sie sich mit PEN Giant zu erreichen?

Es wäre lustig, wenn die Menschen vor Spot anschauen und sagen: «Mein Gott, das ist ja unglaublich! Wie können Menschen nur solche idiotische Sachen tun! « Bewegt es Sie was die Leute über Ihre Filme sagen? Ich hoffe, die Leute haben so viel Spass an den Filmen, wie ich. Irgendwann habe ich erkannt, wie lustig und interessant Stop-Motion sein kann und das ist es, was ich den Leuten zeigen will.

Was kann Stop-Motion, was andere Kunstformen nicht können?

Stop Motion ist etwas Besonderes, weil es so bodenständig ist. Alles was man braucht ist eine gute Kamera und ein Computer. Wenn man zum Beispiel einen Film machen möchte, benötigt man viel leistungsfähigere Ausrüstung, mehr Zeit und natürlich mehr Geld. Aber jeder Stop-Motion machen. So gesehen gibt es mit Stop-Motion viel weniger Distanz zwischen Künstler und Publikum. Das schätze ich. Es spornt mich immer wieder an, wenn mir jemand sagt, dass er gerade viel Spass beim gucken einer meiner Filme hatte und dass er es jetzt selbst mal versuchen werde.

Reagieren die Leute im Normalfall so auf Ihre Filme?

Nun, nicht immer. Manche Leute sagen: Das ist wirklich lustig. Aber dann gibt es wieder andere, die sagen: Hier hatte jemand zu viel Zeit zu verschwenden!

Und wie lange benötigen Sie normalerweise um einen Film fertig zu stellen?

Es dauert jedes Mal länger. Zuerst plant man für die ganze Produktion etwa einen Monat ein. Aber mein neuestes Projekt dauert sicher über ein Jahr. Ich arbeite an einer Serie, wobei ich einen zentralen Punkt bestimme und dann bewegen ich mich darum herum und fotografiere während ich gehe. Am Ende werde ich alles mittels Stop-Motion zusammensetzen. Ich möchte dies mit dem höchsten Berg Japans, dem Mount Fuji tun. (Überlegt kurz). Hm, jetzt habe ich die Katze aus dem Sack gelassen, ich glaube es ist besser wenn ich bald damit beginne!

Hören wir in Zukunft mehr von Taijin Takeuchi?

Ich nehme an verschiedenen Wettbewerben teil und hoffe ich gewinne etwas. Und dann, denke ich wird Europa wieder von mir hören.



Die PEN ist neu als Kit mit dem M.ZUIKO DIGITAL ED 14-150 mm 1:4,0-5,6 für 949 Euro erhältlich.

Umweltschutz:

Olympus prüft gerade, ob und wie sich jetzt aus dem Material der Billboards Taschen herstellen lassen. Das hat einen doppelten Nutzen, denn es besteht wohl einen Trend für solche Bags und man kann die grossen Banner einer Zweitverwertung zuführen. Zumal im Kommentarbereich zum Film auch ganz häufig die Frage, bzw. der Vorwurf der Umweltverschmutzung auftaucht.

Technische Details zur Foto-Ausrüstung:

Verwendete Kamera: Olympus E-PL1
Olympus E-30 (Wireless Remote) für eine einzelne Aufnahme

Objektive:

Die Aufnahmen wurden fast ausschliesslich mit den beiden hochlichtstarken Objektiven der Top Pro-Serie von Olympus realisiert:
Zuiko Digital Top Pro 14-35mm f2,0 (entspr. 28-70mm)

Zuiko Digital Top Pro 35-100mm f2,0 (entspr. 70-100mm)

Adapter:

Um diese Profi-Optiken an der PEN nutzen zu können, wurde der «MMF-1» Adapter genutzt.