

animago AWARD 2011

Beste Visualisierung



»Bacon, Anyone?«

Ein Film von Florian Köhne & Hannes Hoepfner, Fachhochschule Potsdam

Ein Film von: Florian Köhne & Hannes Hoepfner; **Software:** Cinema 4D, Photoshop, After Effects, Encore

„Bacon, Anyone?“ skizziert den Geldfluss in der Musikindustrie und zeigt auf, wie man als Rockstar seine Brötchen verdient und welche Aussichten eine solche Karriere bieten kann. Semesterarbeit an der Fachhochschule Potsdam.

Kategorie-Sponsor: »Mackevision Medien Design«



Das Stuttgarter Unternehmen Mackevision Medien Design unterstützt im Rahmen des animago AWARD 2011 die Kategorie „Beste Visualisierung“. In dieser wird die gelungene Veranschaulichung eines Produkts, Themas oder Ablaufes mit Hilfe moderner Technologie ausgezeichnet. „Als internationales Unternehmen im Bereich der digitalen Medien und Printmedien ist Mackevision spezialisiert auf die überzeugende Darstellung anspruchsvoller Produkte, technischer Prozesse und wissenschaftlicher Vorgänge durch computergestützte Visualisierungen und Animationen – und das bei hoher fotorealistischer Qualität der Bilder. Da liegt uns natürlich die Award-Kategorie zur besten Visualisierung am Herzen“, so Geschäftsführer Armin Pohl zum Engagement von Mackevision beim animago. Die Experten für 3D-Visualisierung, Animation, Postproduktion und Visual Effects produzieren hochwertiges Bild- und Filmmaterial und entwickeln gängige Systemlösungen zur Bilderzeugung für die unterschiedlichsten

Branchen. So sieht Armin Pohl im animago 2011 eine ideale Plattform, um die Faszination von Computer Generated Images (CGI) sowohl mit Professionals als auch mit dem kreativen Nachwuchs zu teilen. Denn dem Thema CGI sagt Armin Pohl eine spannende Zukunft voraus: „Mit zunehmenden technischen Möglichkeiten wird auch die Branche und somit der Stellenwert des animago weiter wachsen. Mit unserer Unterstützung möchten wir dazu beitragen, die Bedeutung dieser internationalen Auszeichnung weiter zu stärken.“ [▷ www.mackevision.de](http://www.mackevision.de)



NOMINIERUNGEN

»Standing Up For Freedom«

Director: Carlos Lascano; Eallin Motion Art & DreamLife Studio 2011

Auftraggeber: Amnesty International

Software: Maya, Illustrator, Avid

Spot für die Menschenrechtsorganisation anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens. Visualisiert wird eine metaphorische Reise durch 50 Jahre Geschichte, in der sich die Menschen für Freiheit einsetzen.

▷ <http://50jahre.amnesty.de>



»Santiago Calatrava/Lyon Satolas Station«

3D-Modeling, Texturing, Illumination, Postproduction und Editing by: Thomas Pisz

Software: 3ds Max, V-Ray, After Effects

HD-Film zu Santiagos Calatravas „Satolas Station“ („Gare de Lyon Saint-Exupéry“). Modelliert nach Fotos wurde durch Handycam-Effekte ein Realfilm-Look erzielt.



»Frauscher Sensortechnik – Future Signalling«

Artists: Thomas Kaiser und Ing. Daniel Wehr,

3D Picture Works

Auftraggeber: Frauscher Sensortechnik GmbH

Software: 3ds Max, V-Ray, Photoshop, After Effects

Der Produktpräsentationsfilm zeigt Eigenschaften und Vorteile des Frauscher Wheel Sensor RSR123 und Frauscher Advanced Counter FAdC.



»Cell-to-Cell Communication – Osseointegration«

Produktion: interActive Systems Berlin und Quintessenz Verlag

Software: Softimage|XSI, MudBox, Photoshop, Illustrator, After Effects, DVD Studio Pro

Die Implantologie ist zentraler Bestandteil moderner zahnmedizinischer Versorgungskonzepte. Visualisiert werden die heute bekannten zellbiologischen Hintergründe der Osseointegration anhand der beteiligten Zelltypen und Botenstoffe.



Wie Musiker ihre Brötchen verdienen

Wer verdient eigentlich Geld mit einem Musik-Album? Und was bleibt am Ende von den Umsätzen für den Musiker übrig? Darüber haben sich Florian Köhne und Hannes Hoepfner Gedanken gemacht und ihre Erkenntnisse in der animierten Infografik »*Bacon, Anyone?*« aufbereitet. Die gelungene Arbeit zeigt, dass es vielleicht einfachere Wege gibt, reich zu werden, als ein Rockstar zu sein – und zwar auf ziemlich kreative und sehenswerte Weise. von Sascha Plischke

Einmal ein Rockstar sein! Den ganzen Tag tun, was man will, die Mädchen liegen einem reihenweise zu Füßen, das Leben eine einzige Party – und natürlich viel, viel Geld verdienen und maßlos reich werden. Doch klappt das mit den Millionen auf dem Konto wirklich so reibungslos? Die beiden Design-Studenten Florian Köhne und Hannes Hoepfner haben einmal nachgerechnet und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass das mit dem Rock'n'Roll-Lifestyle gar nicht so einfach ist. Nur wer einen echten Hit landet, kann auf das große Geld hoffen. Für die meisten Musiker ist es im Gegenteil sehr schwierig, überhaupt ihren Lebensunterhalt zu verdienen.

Dem Rock'n'Roll-Lifestyle auf der Spur

Davon leitet sich auch der Titel der Arbeit der beiden Design-Studenten ab, in der sie ihre Erkenntnisse verarbeitet haben. Sie heißt „Bacon, Anyone?“, und „bringing home the bacon“ bedeutet in etwa so viel wie „sich die Brötchen verdienen“. Ausgehend von dem Verkauf einer CD im Plattenladen zeigt der Film, wer die Brötchen im Zusammenspiel von Musikkäufern, der Musikindustrie und den Künstlern wirklich verdient. Außerdem erklärt er, was eigentlich die Verwertungsgesellschaften GEMA und GVL machen, und an wen sie wie viel Geld auszahlen.

Das Ergebnis ist ein informativer und kurzweiliger Film mit bestechendem Design und viel Einfallsreichtum. Entstanden ist der Film als Kursarbeit im Rahmen des Designstudiums an der Fachhochschule Potsdam. Die hohe Qualität ist umso bemerkenswerter, da die beiden Studenten für ihre Arbeit weder ein großes Budget noch eine professionelle Arbeitsumgebung zur Verfügung hatten. Mit Talent zur Improvisation ist es Köhne und Hoepfner jedoch hervorragend gelungen, diese Defizite auszugleichen.

Der Film kombiniert animierte Grafiken und Kuchendiagramme mit animierten Silhouetten, die die Informationen aufmerksamkeitsstark illustrieren. Es gibt einen Rockstar, der mit seiner Gitarre das Publikum verzückt, dazu passende Fanmädchen und Plattenbosse, die sich die Taschen vollmachen. Die Animationen basieren dabei auf Live-Aufnahmen, die in einem improvisierten Studio im Nachtclub eines Freundes entstanden – komplett mit einer Reflected Chroma-Matte als Bluescreen und ein paar geborgten Arri-Scheinwer-

fern. Modell für die Silhouetten standen ebenfalls Freunde oder die Macher selbst.

Passende Gestaltung im Grunge-Look

Die Gestaltung setzt auf einen Grunge-Look, der optisch das Rockstar-Thema des Films aufnimmt und weiter trägt. Im Hintergrund sind dabei zum Beispiel eine Wand mit abgewetztem Putz im Kellerclub-Schick zu sehen, die sich mit einer fleckigen Jeans, einer Vinyl-Platte in einem arg mitgenommenen Sleeve oder tätowierter Haut abwechselt. Vor dieser Bühne präsentieren sich Grafiken und Animationen. Schöner Einfall: Als der Film vorrechnet, wie die Zusammenarbeit mit einem Plattenlabel funktioniert, kommt die Einstellung beim Label der Jeans an. Aber auch an anderer Stelle präsentiert sich der Film äußerst einfallsreich und kombiniert Grafiken, Message und Hintergrund auf besondere Weise miteinander. So werden Jeansknöpfe zu Bulletpoints für die wichtigsten Einnahmequellen eines Musikers, das runde Etikett der LP zum Kuchendiagramm für die Anteile von Einzelhändler, Großhändler, Plattenlabel und Musiker am Verkauf eines Albums.

Entstanden sind die Grafiken in wochenlanger Kleinarbeit am privaten iMac von Florian Köhne. Das Compositing und die Animationen entstanden in Adobe After Effects, die Arbeiten an der Live-Footage entstanden entweder auch in After Effects oder in Photoshop und Illustrator an einem Wacom Cintiq. Für das Rendering stellte die



Fachhochschule die Möglichkeit zur Verfügung, eine Renderfarm auf FH-Computern einzurichten und darauf an den Wochenenden den Film auszuspielen zu können.

Die Musik schrieb und mischte Hannes Hoepfner selbst. Für die Off-Stimme konnten die beiden Studenten den befreundeten Schauspieler Justin Beard gewinnen, der auch dabei half, das Script umgangssprachlicher und authentischer zu gestalten. Das Ergebnis ist eine professionelle, international funktionierende Infografik, die zu gleichen Teilen informiert und unterhält und der man ihr Null-Euro-Budget nicht ansieht. Eine reife Leistung, und mit Sicherheit ein echter Hit. Schließlich gibt es noch andere Wege, Großes zu leisten, als den steinigen Pfad zum Rock'n'Roll-Lifestyle.

Über Florian Köhne und Hannes Hoepfner

Florian Köhne und Hannes Hoepfner sind beide 28 Jahre alt und studieren Design an der Fachhochschule Potsdam. „Bacon, Anyone?“ ist als Arbeit für den Kurs Motion Graphics bei Professor Klaus Dufke entstanden. Motion Graphics ist auch der Studienschwerpunkt von Hannes Hoepfner. Er hat vor „Bacon, Anyone?“ bereits an 2D-Animationen, Visual Effects und Maintitles für eine Handvoll kleinerer Produktionen gearbeitet. Hannes Hoepfner hat sich in der Vergangenheit eher mit der Arbeit an User Interfaces und Webseiten beschäftigt und mit bewegten Bildern nur wenig Erfahrung.

Das Praxismagazin für Technologien der virtuellen Realität



Möglichkeiten erkennen und begreifen mit einem persönlichen Abonnement

WIN
VERLAG

www.virtual-reality-magazin.de/abo