

PRESSEMITTEILUNG

Filmtrip: Eine interaktive Live-Spielfilmproduktion

Ein Team junger Filmschaffender publiziert alle Etappen hinter der Kamera schon während der Entstehung. Durch die Webseite www.filmtrip.de, einem Tagebuch, Audio-Podcast sowie Videobeiträgen erhält der Zuschauer die Möglichkeit mit der Filmcrew und den Schauspielern einen Roadtrip von Deutschland nach Spanien zu verfolgen. Er kann mit dem Produktionsteam interagieren, Elemente der Story diskutieren, die Postproduktion mitgestalten und die Schauspieler sowie den Filmtitel abstimmen. Der Zuschauer wird erstmalig Teil einer Spielfilmproduktion.

Der Film ist ein Roadmovie von mittweidaer Filmschaffenden, die mit Feingefühl und Humor den Entwicklungsprozess zwei junger Menschen erzählen. Der idealistische Langzeitstudent Frank fährt bei der Mitfahrgelegenheit Tom, einem lebensfrohen Automechaniker mit nach Spanien. Beide kommen überhaupt nicht miteinander zu recht und verurteilen den Lebensstil des Anderen. Auf der Fahrt lernen sie zum ersten Mal das Leben, die Bedeutung von Freundschaft und sich selbst kennen.

Im Februar diesen Jahres haben sich über 300 Schauspieler für den Filmtrip beworben und von über 8.000 Menschen sind Matthias Dietrich (Ex-„Verliebt in Berlin“ Darsteller) und Martin Kaps online gewählt worden. Das Projekt ist bislang einzigartig. Auf der Webseite gibt es über 250 Beiträge des Filmteams, die bislang mit 1.200 Kommentaren der Onlinebesucher diskutiert worden sind.

„Die neuen Techniken des Internets machen eine völlig neue Live-Vermarktung möglich. Wir binden den späteren potentiellen Zuschauer somit an unsere Produktion und haben die Möglichkeit über einen Zeitraum von einem Jahr das Projekt online bekannt zu machen. Durch die interaktiven Elemente verhindern wir, komplett an der Zielgruppe vorbei zu produzieren.“, berichtet der Produzent Tino Kreßner.

Für No-/Low-Budget Filme könnte das Internet eine völlig neuartige Form der kostengünstigen Vermarktung werden. Videoplattformen wie Sevenload.de unterstützen junge Talente mit einem eigenen OnlineTV-Channel. Mittels Blogs oder Communities, wie MySpace haben die Produzenten die Möglichkeit einen Kommunikationskanal zu ihrer Zielgruppe aufzubauen. Auch das erste Testscreening ist inzwischen Online denkbar. Durch einfache Click&Buy-Funktionen wird das Internet in Zukunft ein lukrativer Absatzmarkt für Filmemacher, wie es mit Veoh.com in Amerika bereits der Fall ist.

PRESSE MATERIAL

Falls wir Ihr Interesse geweckt haben, bieten wir Ihnen im Pressebereich unter www.filmtrip.de/presse vielfältiges Material an.

Pressekontakt:

Tino Kreßner
>medien
Stadtgraben 7
09648 Mittweida

Funk: 0178 4233363
Tel: 03727 998043
Fax: 01805 039000 9752

tino@imgmedien.de