

[Home](#)

[Nachrichten](#)

[Wirtschaft](#)

[Pforzheim](#)

[Region](#)

[Sport](#)

[Kultur](#)

[Cool 4 Tour](#)

[Anzeigen](#)

[Ratgeber](#)

[Webcam](#)

[PZ Termine](#)

[PZ Medienhaus](#)

[Abonnement](#)

[Suchen](#)

DVD-Animation reizt zum „Auszieh’n“

Filmpreis Animago Award geht an Pforzheimer Kinospot-Macher Peter Morlock und Nathalie Somville



Die Preisträger Nathalie Somville und Peter Morlock am Schneidetisch. Foto: Ketterl

Die Filmemacher Peter Morlock und Nathalie Somville haben sich bewusst für den Standort Pforzheim entschieden und damit gegen den Trend nach Berlin, München oder Köln. „Pforzheim bietet nicht nur wirtschaftlich, sondern auch kulturell und landschaftlich die besten Voraussetzungen für uns“, sagt Morlock. Auch Nathalie Somville, die es vor fünf Jahren nach Pforzheim zog, hat diese Entscheidung bisher nie bereut.

Der Erfolg gibt ihnen Recht: Zum zweiten Mal in Folge geht der Animago Award, der größte europäische Filmpreis im Bereich „Digital Content Creation“, an die Pforzheimer Peter Morlock und Nathalie Somville (Pophitz/Kinospot. de).

Ausgezeichnet wurden sie in der Kategorie „Professional Interactive“ für das aufwändige Design des Doppel-DVD-Sets zum Spielfilm „Auszieh’n!“, das vom Frankfurter Filmverleiher Filmmonopol in Auftrag gegeben wurde.

Nachdem schon 2004 das DVD-Design zum Animationsfilm „Wonderful Days“ den 1. Platz beim Animago belegte, wurde für das Auszieh’n-DVD-Set alle zur Verfügung stehenden Techniken voll ausgereizt.

Die Menüs wurden nicht nur 3D-animiert, sondern im zweiten Schritt auch mit realen Elementen kombiniert, die mit Schauspielern aus dem Film nachgedreht wurden.

Um das Ganze für den Zuschauer noch spannender zu gestalten, wurden für die unterschiedlichen Rubriken mehrere Menüs erstellt. So kann der Zuschauer bei jedem Einlegen der DVD ein völlig neues Produkt entdecken.

„Da DVDs von den meisten Benutzern noch immer vorwiegend als Ersatz für den klassischen Videorekorder genutzt werden, sollten mit einem DVD-Spiel die Nutzungsdauer und die Attraktivität erhöht werden“, erläutert Nathalie Somville. Der Nutzer übernimmt in verschiedenen Spielteilen die Rolle des Darstellers im Film.

Löst er dabei alle Rätsel und findet den Lösungssatz, kann er auf der Internetseite des DVD-Vetriebs verschiedene Preise gewinnen. Die Projektdauer betrug zwei Monate und man setzte sich am Ende im Wettbewerb gegen namhafte Konkurrenten wie die DVDs von (T)raumschiff Surprise oder Fahrenheit 9/11 durch.


Erstellt am: 14.06.2005


Artikel wurde erstellt von:
Lothar H. Neff




 [Druckversion](#)

 [Versenden](#)

 [Leserbrief](#)

 [Suchen](#)

 [Zurück](#)