

PRESSEMITTEILUNG

PIXOMONDO erstellt virtuelle Entertainmentwelt für Sky

Frankfurt, 03.05.2012 – PIXOMONDO, Deutschlands führendes Unternehmen für visuelle Effekte und Live-Media, wurde von der Agentur Serviceplan mit der Planung und Realisierung der visuellen Effekte im neuen TV-Spot der aktuellen Werbekampagne von Sky beauftragt.

Jean Reno, weltbekannter Schauspieler und neues Testimonial von Sky, spaziert in dem Spot durch virtuell erstellte Räume und bewirbt den HD-Festplattenreceiver Sky+. Rund 90 Prozent des Films bestehen aus computergenerierten Bildern, die von Pixomondo aus über 3 Milliarden Pixeln erstellt wurden. Aufgrund des großen Anteils an visuellen Effekten war Pixomondo bereits in die Planungsphase stark involviert und begleitete das Team von Serviceplan auch bei den dreitägigen Dreharbeiten vor Ort in Berlin Adlershof. Alle Aufnahmen mit Jean Reno wurden vor Green-Screen gemacht, um ihn anschließend in die digital erstellten Räume integrieren zu können.

In knapp 1.500 Arbeitsstunden erstellte Pixomondo alle Räume, in denen sich Jean Reno während des Spots aufhält, darunter u.a. eine überdimensionale Halle, in der Jean Reno auf einer kleiner Plattform in der Mitte steht und auf deren Wänden Ausschnitte hunderter TV-Filme und -Serien laufen. Zudem übernahm Pixomondo das gesamte Compositing, bei dem die verschiedenen Bestandteile der Effekte zusammengefügt wurden. Das Projekt wurde im Berliner Studio von Pixomondo realisiert, Producer Markus Trautmann und Creative Director Alfredo Picardi Rockenbach arbeiteten mit sieben Artists an der Entertainmentwelt von Sky.

„Die Zusammenarbeit mit Serviceplan und element e auf diesem Projekt war hervorragend. Die Fertigstellung in nur 28 Tagen war eine echte Herausforderung und nur möglich, weil das Berliner Team sich der Aufgabe stellte und mit außergewöhnlichem Einsatz gearbeitet hat“, so Christian Vogt, COO von Pixomondo.

PIXOMONDO

Für die Kreation ist Serviceplan München zuständig, für die Produktion element e. Regisseur des Spots ist Andreas Hoffmann. Bei Sky Deutschland zeichnet Ivo Hoevel, Senior Vice President Marketing bei Sky, für die Kampagne verantwortlich.

Neben dem 60-sekündigen Werbespot werden im TV noch Varianten mit 25 und 40 Sekunden Länge ausgestrahlt. Bei der Sky-Kampagne kommen zudem auch Online-, POS-, Out-Of-Home-Maßnahmen sowie Printanzeigen zum Einsatz.

Den gesamten Werbespot finden Sie unter <http://www.youtube.com/watch?v=JjEqUY8-wto>.

Über PIXOMONDO

PIXOMONDO ist Deutschlands führendes Unternehmen für Visual Effects und Postproduktion in Kinofilmen, TV, Werbefilmen, interaktiven Apps und Medien sowie Live-Events. Das inhabergeführte Unternehmen wurde 2001 in Pfungstadt von Thilo Kuther gegründet und ist heute an 11 Standorten in fünf Ländern auf drei Kontinenten vertreten.

Dank seiner internationalen Aufstellung verfügt PIXOMONDO weltweit über kreative Talente und eine einzigartige, global vernetzte IT-Infrastruktur, die einen 24/7 Workflow über Kontinente und Zeitzonen ermöglicht. Für die visuellen Effekte in Martin Scorseses „Hugo Cabret“ erhielten Mitarbeiter von PIXOMONDO im Frühjahr 2012 einen Oscar. PIXOMONDO war u.a. an der Produktion der Hollywood-Filme „Sucker Punch“, „Fast 5“ und „2012“ beteiligt.

Pressekontakt

PIXOMONDO

Christian Vogt

PIXOMONDO STUDIOS GmbH & Co. KG

Lindleystraße 12

60314 Frankfurt, Germany

T: + 49 (0)69 - 2691 3607 0

F: + 49 (0)69 – 2691 3607 99

christian.vogt@pixomondo.com

Agentur

Max Bimboese

markenzeichen GmbH

Hanauer Landstraße 196a

60314 Frankfurt, Germany

T: + 49 (0)69 – 71 04 880 – 20

F: + 49 (0)69 – 71 04 880 – 79

max.bimboese@markenzeichen.eu