

PRESSEMITTEILUNG

20 / 2019

Astrid Bergmeister
Pressesprecherin und
Leiterin Hochschulkommunikation

presse@th-nuernberg.de

www.th-nuernberg.de

Telefon: + 49 911/5880-4101

Telefax: + 49 911/5880-8222

Raum: SC.401

12. Juni 2019

Because we can - in Cannes

Filmproduktion der TH Nürnberg wurde in der begehrten „Next Generation Short Tiger“-Auswahl in Cannes präsentiert!

Erneut hat ‚German Films‘ jüngst in Cannes eine Filmproduktion der TH Nürnberg innerhalb der begehrten „Next Generation Short Tiger“ Auswahl vorgestellt. Der animierte Kurzfilm ‚La Boutique‘ der jungen Filmemacher ist ein weiterer Erfolg aus dem Bereich ‚Film & Animation‘ von Prof. Jürgen Schopper an der TH Nürnberg.

Nürnberg, 12. Juni 2019. Riesenerfolg in Cannes auch in diesem Jahr: Die Filmproduktion ‚La Boutique‘ aus dem Modul ‚Film & Animation‘ an der TH Nürnberg hat es geschafft - erneut hat ‚German Films‘ jüngst in Cannes eine Filmproduktion der TH Nürnberg innerhalb der begehrten „Next Generation Short Tiger“ Auswahl präsentiert. Die Produktion ‚La Boutique‘ der jungen Filmemacher Dennis Brinkmann, Andreas Fischer, Chris Kühn, Richard Lück und vieler anderer im Team ist ein weiterer Erfolg unter der Betreuung von Prof. Jürgen Schopper, Professor für Film & Animation an der TH Nürnberg.

„German Films“ ist das nationale Informations- und Beratungszentrum für die internationale Verbreitung deutscher Filme. Das Nachwuchsprojekt der Organisation „German Films“ wählt jährlich wenige Kurzfilmproduktionen deutscher Filmhochschulen aus, die auf dem Filmfestival in Cannes präsentiert werden. Damit ist zum wiederholten Mal ein Film der TH Nürnberg Teil dieser begehrten Auswahl. Nach dem Auftakt in Cannes wird „La Boutique“ ein Jahr lang durch German Films weltweit im Rahmen von vielen Festivalprogrammen präsentiert. Prof. Jürgen Schopper: „Die Kurzfilme sind eine hervorragende Werbung für den deutschen Filmnachwuchs und für das hohe Niveau der deutschen Filmhochschulen. Das zeigt auch unser aufwändig produzierter Animationsfilm ‚La Boutique‘.“

Dazu die Filmemacher Dennis Brinkmann, Andreas Fischer, Chris Kühn und Richard Lück: „Wer sagt, dass sich nur Menschen verlieben können? La Boutique ist die Liebesgeschichte zweier Schaufensterfiguren in Paris, der Stadt der Liebe.

Die Story: 1950, Paris, 16. Arrondissement. Nach dem Krieg wird mit der Eröffnung von ‚La Boutique de Celine‘ einem alten Laden wieder neues Leben eingehaucht. Die erste Szene spielt zu Beginn des Frühlings: das Schaufenster der Boutique ist mit der Saisonmode ausgestattet und dekoriert. Die männliche Schaufensterpuppe Marcel steht starr inmitten der Szenerie. Der Besitzer der Boutique stellt kurz bevor er heimgeht die gerade eingetroffene zweite Schaufensterpuppe Julie in das Ladenfenster. Als die Sonne untergeht, beginnt eine Art Zauber zu wirken und Marcel erwacht aus seinem starren Dasein. Als er Julie erblickt, ist es um ihn geschehen. Zunächst etwas unbeholfen versucht er das Interesse von Julie zu erwecken. Nach einer Weile reagiert sie auf Marcells Gesten und eine Romanze beginnt. Über die Jahreszeiten hinweg versuchen sich die Beiden immer weiter anzunähern, doch dies ist nicht so einfach, denn als Schaufensterfiguren sind sie in ihrer Bewegungsfreiheit stark eingeschränkt und an Bodenplatten festgeschraubt. Sie stehen so nah nebeneinander, dass sie sich fast berühren können und gerade dies nimmt ein Ende, das niemand erwartet hat...“

Prof. Schopper führt aus: „Nachdem die Drehbuch- und Storyboardphase abgeschlossen war, wurde viel recherchiert: die aufwändige Produktion entstand zunächst auf der Basis historischer Bilder und Fotos. Das Bühnenbild hat das Team dann mittels traditioneller Aquarelltechnik entwickelt – ganz im Stil der 50er Jahre. Sie bringen damit eine haptische Anmutung in die 3D-Umsetzung des Films. Die beiden Hauptcharaktere sind im Entwicklungsprozess des Films stark gewachsen. Dabei hat das Team stets mitgedacht, um in der technischen Umsetzung schneller sein zu können. Spezielle Animationstechniken und Effekte ermöglichten beispielsweise glatte Formen und die Darstellung imaginärer Gesichtsmuskeln. Entscheidend für die Stimmung des Films war auch die sensible digitale Kamerasprache sowie Akzente in der virtuellen Lichtsetzung. Das Filmteam hat damit die Möglichkeiten des Animationsfilms im Kontext einer reizenden Geschichte hervorragend eingesetzt. Ein toller Erfolg für unsere Fakultät Design an der TH Nürnberg.“

Weitere Infos: Pressemitteilung von German Films:

<https://www.german-films.de/news/news-releases/next-generation-short-tiger-german-short-filmmakers-in-cannes/index.html>

Hinweis für Redaktionen:

Kontakt:

Hochschulkommunikation, Tel. 0911/5880-4101, E-Mail: presse@th-nuernberg.de