

# Big MAGAZINE

No. 7 HERBST 2014

*Inspirationen aus der Großbildwelt*

## **UNGLAUBLICH, ABER WAHR**

*Starzauberer Brad Ross gaukelt  
die perfekte Illusion vor*

## **SAS STARTET DURCH**

*Skandinaviens Airline hebt mit einer  
Riesenwerbekampagne ab*

## **ALLES WALZER, ODER WAS?**

*Opernredoute in Graz hält die illustre  
Gesellschaft mit Beduinenzelt bei Laune*

## **AUSGESTATTET FÜR die Zukunft**

**Dekorationen für Film und Fernsehen sind  
gefragter denn je. Wohin geht die Reise ?**



EDITORIAL .....3  
*Kopfkino de luxe*

LITTLE BIG THINGS .....4  
*Kurznachrichten aus der Großbildwelt*

LET'S PARTY .....6  
*ABBA feierten 40-jähriges Jubiläum mit der Premiere ihres Bildbandes*

UNGLAUBLICH, ABER WAHR .....7  
*Die große Show des großen Performers Brad Pitt*

AUF EIN WORT, HERR SKANTZE! .....9  
*Der Big Image-Geschäftsführer über die Perspektiven der großen digitalen Bilder*

HOMMAGE AN PARIS .....10  
*"3 Days to Kill" - ein typischer Besson-Film mit einem typischen Big Image-Druck*

NEUES AUS DEM FILMLABOR .....12  
*Studio Babelsberg plant die größte Außenkulisse Europas*

MEINUNGEN & MEILENSTEINE .....16  
*Kunden sprechen über ihre Arbeit und Wünsche*

ALLES WALZER, ODER WAS? .....18  
*Abseits vom Dreivierteltakt bot ein Beduinenzelt auf der Grazer Opernredoute Kuschelflair*

SAS STARTET DURCH .....20  
*Die Airline sorgt mit Riesenwerbekampagne für Aufsehen*

"ZAR" PUTIN SPIELT THEATER .....22  
*Lehár-Inszenierung an der Staatsoperette Dresden mit politischer Brisanz*

HELLO MARTIN .....23



BIG IMAGE SYSTEMS®  
GROSSE BILDER AUF WEICHEN MATERIALIEN  
WETZLARER STRASSE 46  
14482 POTSDAM, GERMANY  
WWW.BIGIMAGE.DE



BIG MAGAZINE IST AUF SWAN MARKED SCANDIA 2000 (100% ECF-ZELLSTOFF) GEDRUCKT UND IST KLIMANEUTRAL. DESIGN: BROR RUDI CREATIVE



**BIG IMAGE** ist weltweit bekannter und anerkannter Spezialist für digitale Großbildkommunikation. Wir drucken auf flexiblen Materialien mit modernster Inkjettechnik und – als Alleinanbieter – mit Infinitus, dem weltweit größten Textilprinter. Unsere Kunden von Shanghai bis New York schätzen unsere Technik, unser Handwerk und unser künstlerisches Verständnis. Egal, für wen oder wo wir arbeiten: für den Broadway oder die kleine Hochzeitsgesellschaft, im Konferenzraum oder am Ikea-Kaufhaus, das als Riesentorte verpackt werden soll. Wir haben das passende Know-how.

## KOPFKINO DE LUXE



„Der Mix macht es“, antwortete Szenenbildner Joris Hamann auf unsere Frage, welche Techniken beim Bau Europas größter Außenkulisse „Neue Berliner Straße“ im Filmstudio Babelsberg zum Einsatz kommen werden. Für die sogenannte modulare Hybridkulisse wollen die Filmemacher klassische Fassadenrücksetzer mit Green Screen-Elementen und digitalen Bildhintergründen kombinieren.

In Zeiten von HD und 3D vermischt sich die reale zunehmend mit der virtuellen Welt. Filme entstehen in Studios, TV-Shows und -Serien boomen. Das hat etwas mit den Kosten zu tun, aber auch mit den wachsenden technischen Möglichkeiten, die Kulissen und Hintergründe heutzutage bieten.

Was konnte dem Produktionsteam von „3 Days To Kill“-Actionthriller beispielsweise Besseres passieren, als eine der Schlusszenen vor unserem 230 m<sup>2</sup> großen Paris by Night-Druck in Luc Bessons Filmstudio in Paris zu drehen? Die Szenenbildner spielten mit dem Bild und simulierten mit Beleuchtung die verschiedensten Stimmungen. Es war egal, zu welcher Tages- oder Nachtzeit die Einstellung in den Kasten kam.

Oder unsere Day & Night-Bilder für Hollywood. Statt bisher auf Vinylplane liefern wir die nahtlosen Infinitus-Drucke seit Kurzem auf Horizont-Nessel. Die XXL-Formate passen für den Transport zusammengelegt bequem und günstig in XXS-Pakete.

Der Einstieg in den amerikanischen Markt ist ein Erfolg, dem hartnäckige Tüftelei vorausging. Die Branchenkenner wissen: Stoff kann sich während des Druckes verziehen. Besonders, wenn er 12 Meter breit ist. Soll dazu noch ein Day & Night-Motiv beidseitig bedruckt werden, müssen die Bilder absolut deckungsgleich sein.

Diese und andere technische Lösungen gelingen in Eigenregie mit eigener Technik, andere Vorhaben wie die Suche nach einem perfekten Green Screen-Stoff für Außendrehen sind mit der Filmuniversität Babelsberg „Konrad Wolf“ geplant. Ein Gang nur kurz um die Ecke. Die Nähe zum Medienstandort zahlt sich aus.

Lesen Sie mehr dazu in unserem Special über die Zukunft des Szenenbildes in Film und Fernsehen. Der gemeinsame Anspruch ist das Kopfkino de luxe.

W. Schäfer

Werner Schäfer  
GESCHÄFTSFÜHRER  
BIG IMAGE

# LITTLE BIG THINGS



## WIBERG-AUSSTELLUNG IN HÄRNÖSAND

Sie ist eine der bekanntesten Kinderbuchfiguren in Europa: Willi Wiberg (auf Schwedisch: Alfons Åberg), ein kleiner Junge mit großem, rundem Gesicht und Stoppelfrisur, dessen Alltagsgeschichten weltweit in 29 Sprachen übersetzt wurden. In Deutschland verkauften sich die Bücher rund 900 000 Mal.

Grund genug, dem kleinen Star, seinen Abenteuern und der Verfasserin Gunilla Bergström im Technichus Science Center im schwedischen Härnösand eine Ausstellung zu widmen. Die Hommage von Big Image: zwei jeweils 19 Quadratmeter große Bodenteppiche aus Dancefloor. Das Material ist schön im Druck, strapazierfähig und dennoch weich im Tritt.



## DENKMAL FÜR ABSOLUT VODKA

Er ist hochwertig, rein und günstig. Vor drei Jahren haben die Produzenten und Bewohner im schwedischen Åhus ihrem Welthit Absolut Vodka ein Denkmal gesetzt. Im Besucherzentrum „Experience“ erhalten schnapsselige und auch sonst Interessierte einen Einblick in die Firmengeschichte und die Herstellung des Hochprozentigen.

Für das Facelift des Besucherzentrums lieferte Big Image im Auftrag der Plamini Produktion AB jetzt neue Bilder. Für die insgesamt 43 Quadratmeter fiel die Wahl auf den weich fließenden Rolltex 229, der mit Kedarband an das vorhandene Schienensystem befestigt wurde.

Der Polyesterstoff besticht durch seine brillante Farbwiedergabe, Knitterfreiheit sowie seine hervorragenden Beleuchtungseigenschaften.



## UNI STOFFE FÜR OPULENTES FEST

Die Party zum 60-jährigen Bestehen der finnischen Modekette Lindex in Göteborg war in ihrer Ausstattung und mit dem Who's who der Gästeschar geradezu spektakulär, die Order bei Big Image dagegen geradezu schlicht: Uni-Drucke auf Strecktex.

Ove Qvicklund, Grafik Manager bei Space Production: „Das nahtlose Material eignet sich hervorragend als Projektionsfläche. Mit bestimmten Farben und Formen gelang es, mit dem Publikum zu kommunizieren und so eine Dynamik zu schaffen.“



## GROSSES BALLETT VOR IMPOSANTEM BÜHNENBILD

Mit dem Ballett „Cinderella“ präsentiert das Teatro dell'Opera di Roma in Rom derzeit eines der bekanntesten Werke des russischen Komponisten Sergei Prokofiev. So anspruchsvoll wie seine Musik, so anspruchsvoll war der Druck der insgesamt 233 Quadratmeter von Big Image auf dem Polyestermaterial Samba für das Bühnenbild.



# LET'S PARTY!

Vor 40 Jahren gewannen ABBA mit „Waterloo“ den European Song Contest. Das Jubiläum feierten die Pop-Giganten mit Fans und der Premiere ihres offiziellen Bildbandes in London.

TEXT /// PER WRANGENBERG FOTO /// MAX STRÖM

Sie sind Kult, Legende, Weltstars. Mit „Waterloo“ starteten ABBA 1974 ihre einzigartige Musikkarriere. Die vier Schweden lieferten Hit auf Hit und eroberten die Welt im Sturm. Zwei Generationen schwelgen seitdem zu Ohrwürmern wie „Dancing Queen“, „Money, Money“ und „Fernando“ in nostalgischer Glückseligkeit. Jährlich werden immer noch rund zwei Millionen Alben verkauft.

Anlass genug, das 40-jährige Jubiläum mit einem Megaevent zu feiern. Nein, nicht in Waterloo. Die Veranstalter wählten dafür die Londoner Tate Modern. Es gab Wein, es gab Hot Dogs, und es gab das „ABBA – The Official Photo Book“ mit noch nie zuvor veröffentlichtem Material. 400 Seiten, 600 Fotos – eine drei Kilo schwere, geballte ABBA-Story zwischen zwei Buchdeckeln.

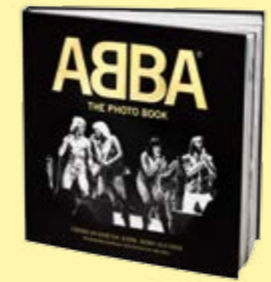
## 70ER-JAHRE-FEELING IN DER TATE MODERN

Der Prachtband aus dem Verlag Max Ström zeigt Bilder von der Kindheit, der Bandgründung, dem Aufstieg zu einer der weltweit phänomenalsten

Musikgruppen, von zwei Liebespaaren, die im Rampenlicht lebten und sich später im Rampenlicht trennten. Nie zuvor sah man so viele Fotos in so intimer Atmosphäre und so großem Stil. Nie zuvor haben Agnetha, Björn, Benny und Anni-Frid ein Buch offiziell autorisiert. „Es ist wie eine Reise in die Vergangenheit“, freute sich Anni-Frid, 68 Jahre jung und kein bisschen leise.

Eine Kostprobe bot sich den handverlesenen Fans an diesem Abend im Museum: Bilder der Idole an den Wänden, Musik der Idole nonstop aus den Boxen. Fast hätte man meinen können, die 70er-Jahre im Nachtclub zu erleben. Ein ständiges Zucken, Wippen, Summen. Ganz vorn an der Bühne ein Konzertfoto der Band im XXL-Format.

Das 15 mal 15 Meter große, beleuchtete Bild druckte Big Image auf Strectex. „Wenn ein Bild so groß ist, muss es für den Transport gefaltet werden. Das funktioniert auf diesem Material am besten. Es hinterlässt keine Falten“, sagt Projektleiter Anders Jorderud. Schweden ehren Schweden – auch das passte. Mamma mia, was für eine Party!



**ABBA**  
**The photobook**  
 Der erste von ABBA autorisierte Bildband aus dem Verlag Max Ström zeigt nie zuvor veröffentlichte Bilder.

# UNGLAUBLICH, ABER WAHR

## BRAD ROSS

**Beruf:** Magier  
**Vorbilder:** David Copperfield und sein Großvater  
**Auszeichnungen:** Merlin Award 2010 - der Oscar der Magierwelt

Eine Frau schwebt in den Sternenhimmel, eine andere wird zersägt. Starzauberer Brad Ross gaukelt dem Publikum in seiner Show "Unbelievable" die perfekte Illusion vor. Big Image lieferte die ebenos spektakuläre Kulisse.

TEXT /// HEATHER BEAL FOTO /// TGC PHOTOGRAPHY

Als Brad Ross das erste Mal über dem Konzept seiner Show brütete, war klar: „Mach es ganz oder gar nicht!“ Drei lange Jahre tüftelte der amerikanische Magier mit Bühnendesigner Jim Youmans und Zauberkünstler Jim Steinmeyer, ehe „Unbelievable“ im Vergnügungspark Silver Dollar City, Bundesstaat Missouri, die Zuschauer in Erstaunen versetzte.

Dabei geht es in der Performance eigentlich „nur“ um seine Lebensgeschichte. Beginnend mit der Geburtstagsparty, auf der den damals Fünfjährigen das Zauberfieber packte, bis zu seinem Aufstieg in den Magierolymp. Dort spielt Ross heute als weltweit anerkannter Illusionist und zeigt mit einem meisterlichen Mix aus Bühnenbild, Vorhängen, Licht und Choreographie seine Kunst.

## DIE TÜCKEN DER MAGIE

„Magie ist überall“. Die Kernaussage der Show wurde auch zur Herausforderung für Mitstreiter wie Big Image. Bühnendesigner Jim Youmans setzte auf die Erfahrung des langjährigen Partners, für den Hauptvorhang und die Hintergrundkulisse einen Stoff zu bedrucken, der die Roadshow brillant übersteht und problemlos in einer Box verschifft werden kann. Keine Zauberei.

„Der Digitaldruck hat sich enorm entwickelt“, sagt Youmans. „Er ist präzise, und die Farben brechen nach vielem Auf- und Abhängen, Ein- und Auspacken des Stoffes nicht an den Kanten.“ Youmans und Ross wählten ein synthetisches Material, das mit senkrechten Streifen bedruckt wurde. „Alle mussten perfekt ausgerichtet sein, ehe sie zusammengenäht werden konnten“, erklärte Youmans den Anspruch mit dem kritischen Blick des Setdesigners.

Der SOS-Anruf aus Schweden erreichte Amerika, als es zeitlich und finanziell für einen neuen Druck eng wurde: Die Ränder eines Logos waren gezackt – ein Auflösungsproblem. Youmans schickte über den für diesen Auftrag eingerichteten FTP-Server eine vektorisierte eps-Datei. „Es gibt nicht viele Firmen“, freut er sich im Nachhinein, „die neben dem künstlerischen Verständnis auch den Zeit- und Kostenrahmen der Kunden im Blick haben.“

## DER ERFOLG DER MAGIE

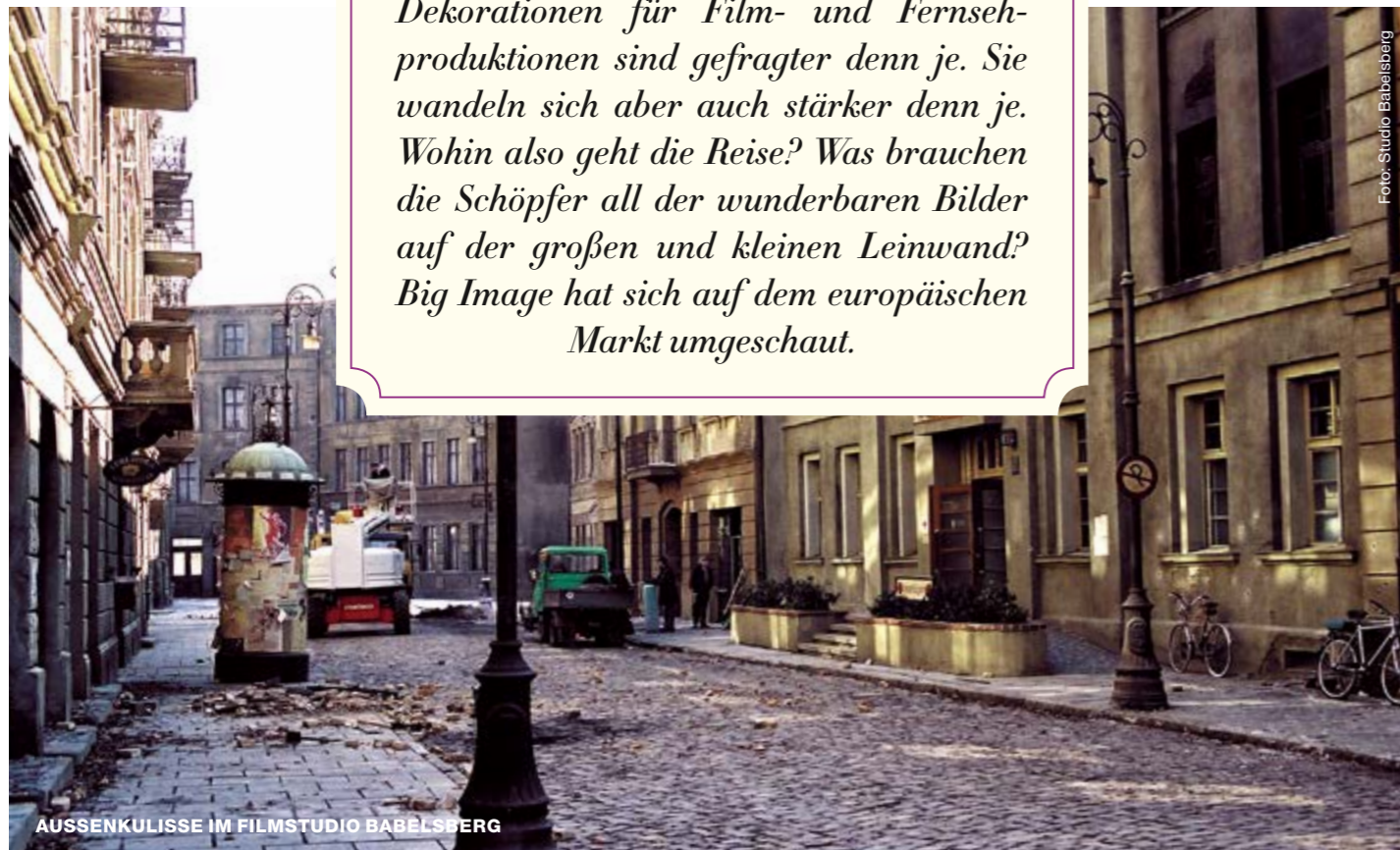
Applaus für die Show, Applaus für Requisiten und Kulisse. „Der an sich leichte Vorhang nimmt das Licht so auf, dass er satt aussieht“, schwärmt Brad Ross. Für ihn ist es jedes Mal ein Wunder, wenn sich der Truck öffnet, die schwarzen, in Gold gefassten Kisten ausgepackt werden und das Bühnenbild Gestalt annimmt.



AUSGESTATTET FÜR

# die Zukunft

*Dekorationen für Film- und Fernsehproduktionen sind gefragter denn je. Sie wandeln sich aber auch stärker denn je. Wohin also geht die Reise? Was brauchen die Schöpfer all der wunderbaren Bilder auf der großen und kleinen Leinwand? Big Image hat sich auf dem europäischen Markt umgeschaut.*



AUSSENKULISSE IM FILMSTUDIO BABELSBERG

Foto: Studio Babelsberg

## AUF EIN WORT, HERR SKANTZE!



*TV-Shows boomen, und Filme entstehen zunehmend in Studios. Welche Chancen bieten sich damit den großen digitalen Bildern von Big Image? Antworten von International sales Andreas Skantze.*

TEXT /// PER WRANGENBERG FOTO /// BIG IMAGE

*"Die Branche wächst. Film und TV werden zunehmend auch übers Internet geschaut."*

**Big Image produziert seit über einem Jahr in Potsdam-Babelsberg. Was hat die Nähe zum Medienstandort gebracht?**

Es ist eine Win-win-Situation. Wir sind auf dem neuesten Stand, wissen, was unsere Kunden im Filmstudio Babelsberg brauchen. Und die Partner sehen, was wir liefern können. Hinzu kommt die Zusammenarbeit mit der Filmuniversität „Konrad Wolf“. Ein Katzensprung für eine globale Zusammenarbeit.

**Wohin geht die Reise bei den Film- und Fernsehproduktionen?**

Die Branche wächst. Allein im Bereich TV werden immer mehr Shows produziert, für die wir arbeiten. Auch die Video-on-Demand-Angebote und Streamingdienste wie Netflix spielen uns in die Hände – Menschen sehen Filme, Serien und Shows über das Internet wann immer sie wollen.

**Day & Night-Bilder verkaufen sich bestens. Warum?**

In der Film- und Fernsehbranche wird ja nicht mehr eine Szene nach der anderen gedreht. Mit den Day & Night-Drucken ist jede Einstellung zu jeder Tageszeit möglich. Bilder werden nicht mehr umgehängt, es ändert sich nur die Beleuchtung. Das spart Kosten und gibt den Szenenbildnern mehr künstlerischen Spielraum.

**Wie funktioniert ein Day & Night-Druck eigentlich?**

Auf den ersten Blick recht simpel: Die eine Seite bedrucken wir mit dem Tag- und die andere Seite mit dem Nachtmotiv. Wird das Material von vorn beleuchtet, scheint die Sonne, strahlen die Scheinwerfer von hinten, wird's zappenduster. Die Crux liegt in der Druckpräzision: Die Motive müssen haargenau übereinander passen.

**Welchen Qualitätssprung hat Infinitus gebracht?**

Wir liefern mit Infinitus 12 mal 50 Meter große Drucke ohne Naht.

Das ist ein immenser Qualitätssprung auch für die Film- und Fernsehwelt. Schon heute macht die Produktion für diese Branche 20 Prozent unseres Gesamtauftragsvolumens aus. Das wollen wir halten und ausbauen.

**Selbst Hollywood ordert zunehmend Day & Night-Bilder. Wie das?**

Big Image druckt seit kurzem auf Infinitus große Day & Night-Bilder auf Horizont-Nessel statt auf der sonst üblichen Vinylplane. Ein komplizierter und derzeit noch aufwändiger Prozess, weil sich Stoff in der Breite und Größe beim Drucken schnell verziehen kann. Mit unserer Ausrichtanlage und anderen technischen Feinheiten haben wir das Problem peu à peu gelöst. Der Vorteil: Ein XXL-Format lässt sich im Handumdrehen in ein XXS-Format verpacken und verschiffen. Das war früher nur auf großen Rollen möglich, ergo sehr teuer.

# HOMMAGE an PARIS

*Im Actionthriller „3 Days To Kill“ jagt Agent Ethan Renner alias Kevin Costner einen Terroristen durch die französische Metropole. Die Presse meint: absurd, aber unterhaltsam. Ein typischer Besson-Film mit einem typischen Big Image-Druck.*

TEXT /// BIRGIT HIEMANN

FOTO /// BIG IMAGE & SCANBOX

Die einen nennen es Popkorn-Kino, die anderen schwarzhumorige Story. Was anderes sonst konnte auch in einem Streifen der Genrespezialisten McG (Regisseur) und Luc Besson (Drehbuchautor und Produzent) herauskommen? Beide dominant-markant, beide mit dem Blick fürs Obskure. Wenn Secret-Service-Agent Ethan Renner – Kevin Costner brillant in einer Art Wild-Western-Rolle – einem Waffenhändler auf der Spur ist und sich zugleich um seine halbwüchsige Tochter kümmert, überschlagen sich

die Filmprofis mit absurden, abgefahrenen Details. Die eigentliche Handlung ist zweitrangig. Das kann man mögen, muss man aber nicht.

## FULMINANTER SCHLUSS MIT BLICK AUF DEN EIFFELTUM

So oder so: „3 Days To Kill“ ist auch eine Liebeserklärung an Paris. Mit rasanten Autoverfolgungsjagden, gemütlichen Spaziergängen an der Seine und einer fulminanten Schlusszene in

einem Penthouse mit Sicht auf den Eiffelturm. Genau für diesen grandiosen Blick rotierten bei Big Image die Druckerrollen: 230 Quadratmeter Paris by Night.

Gedreht wurde die Szene in Luc Bessons Filmstudio „la Cité du Cinéma“ im Pariser Norden Saint Denis. Das sparte der Filmcrew Zeit und Geld. Kein Unwetter funkte dazwischen, keine aufwändigen Kosten für Drehgenehmigungen, Schauspieler und Produktionsteam im Wartemodus. Es war egal, wann welche Szene in den Kasten kam.

## SZENENBILDNER KÖNNEN MIT DEM MOTIV SPIELEN

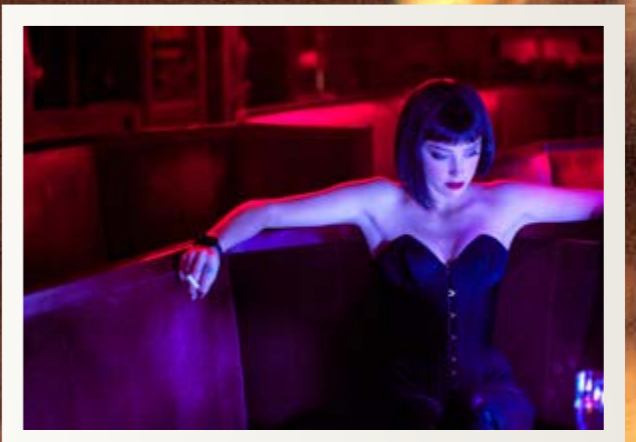
Da geht es den Franzosen nicht anders als den Produzenten in Hollywood oder Potsdam-Babelsberg. Johann Bernellon, Kundenberater von Big Image in Frankreich: „Vor allem die Szenenbildner haben im Studio mehr Spielraum, mit unterschiedlicher Beleuchtung verschiedene Atmosphären auszutesten. Sie können mit dem Bild spielen, Tag-, Dämmerungs- und Nachtsituationen simulieren. Und wo findet man schon einen Originalschauplatz, an dem alles passt? Hier kann alles designt werden.“ So geschehen in dem imaginären Luxusloft im Pariser Filmstudio.

Die Arbeit für Luc Besson hat für Big Image schon fast Tradition. Liebhaber von Actionfilmen werden sich an „96 Hours – Taken 2“ mit Liam Neeson in der Hauptrolle erinnern. Wer davon immer noch nicht genug hat – im Januar 2015 startet „96 Hours – Taken 3“. Auch wieder mit Big Image-Zutaten.

## 3 DAYS TO KILL - DIE STORY

Der in die Jahre gekommene Secret-Service-Agent Ethan Renner ist todkrank und will die ihm verbleibende Zeit mit seiner Tochter Zoey in seiner Wahlheimat Paris verbringen. Deren Mutter hat er versprochen, keinen lebensgefährlichen Auftrag mehr anzunehmen. Doch ihm bleibt keine Wahl. Lohn für den mordsmäßigen Job ist ein neues Medikament, das seine Krankheit heilen soll.

**"Studiobilder geben Produzenten mehr Freiheit."**



DIE FILMZUTATEN: LIEBE, HUMOR UND VIEL ACTION



PARIS BY NIGHT IM PARISER FILMSTUDIO VON LUC BESSON

# Neues aus dem Filmlabor

Studio Babelsberg plant die modernste Außenkulisse Europas. Zur Grundsteinlegung druckte Big Image das über zehn Meter hohe Teststück. Szenenbildner Joris Hamann über das zwölf Millionen Euro-Projekt neue „Berliner Straße“ und die Vorteile der modularen Hybridkulisse.

TEXT /// BIRGIT HIEMANN

FOTO /// STUDIO BABELSBERG AG

Die alte „Berliner Straße“ war fünfzehn Jahre lang Schauplatz für 350 nationale und internationale Film-, Fernseh- und Werbeproduktionen. Roman Polanski drehte hier seinen Oscar-prämierten „Der Pianist“, Quentin Tarantino „Inglourious Basterds“. Jetzt wurde sie abgerissen. Warum?

Der Pachtvertrag für das Gelände war ausgelaufen. Außerdem haben die Filme mit all den damit verbundenen Um-, Ab- und Neubauten natürlich Spuren hinterlassen. Man darf ja nicht vergessen, dass die Straße nur für drei Jahr konzipiert war.

Eine Chance, die neue „Berliner Straße“ zeitgemäß zu planen und zu bauen?

Genau. Unsere Erfahrungen mit der alten Kulisse flossen natürlich in das Konzept der neuen mit ein. Der Unterschied: Technische Gegebenheiten wie geschweißte Stahlkonstruktionen konnten damals nur mit großem Aufwand verändert werden. Heute sind wir mit der modularen Hybridkulisse weit aus flexibler.

**Modulare Hybridkulisse – was können wir uns darunter vorstellen?**

Wir arbeiten mit klassischen

Fassadenrücksetzern, die in Kombination mit Green Screen-Elementen und digitalen Bildhintergründen kombiniert werden. Die reale vermischt sich mit der virtuellen Welt. Wir können tragende Konstruktionen schnell abbauen, sodass Häuser teilweise oder ganz verschwinden und neue Grundrisse entstehen. Nur die Unterkonstruktion am Boden bleibt. Selbst Bürgersteige und Straßenpflaster sind austauschbar.

**Wohin geht der Trend? Werden die Mimen in Zukunft komplett vor grünen Wänden spielen?**

Mit HD und 3D lässt sich schlecht mogeln. Jedes Detail fällt in der Nähe der agierenden Schauspieler ins Auge. Auch das Plastische gerät bei der digitalen Projektion ins Hintertreffen. Und welcher Schauspieler orientiert sich schon gern an grünen Wänden? Also eher nicht.

Der Mix macht es. Wie gebaut wird, hängt vom Anspruch und vom jeweiligen Budget der Produktion ab. Dann steht die Frage: Welche Szenen lassen sich mit modernen Technologien wie den Green Screens oder den digitalen Großbildrücken vereinfachen?

**Zum Beispiel?**

Ganz bestimmt der Durchblick zwischen zwei Häusern am Ende der Straße mit einem gedruckten Bild



## Babelsberg

### DIE NEUE „BERLINER STRASSE“

... wird die modernste Außenkulisse Europas, ein modernes Filmlabor im Freien.

... entsteht auf mehr als 12 000 Quadratmetern und ist damit doppelt so groß wie die alte Außenkulisse.

... wird inklusive Grundstück insgesamt zwölf Millionen Euro kosten.

... soll 130 Meter lang werden. Für die variablen Fassadenwände visieren die Filmarchitekten eine Höhe von zwölf bis 16 Metern an.

... ist als modulare Hybridkulisse geplant: Klassisch gebaute Fassaden werden mit modernen Technologien wie Green Screens und digitale Großbilder kombiniert.

von Big Image oder die Fassadengestaltung oberhalb der Simse mit Green Screens. Ein Haus aus dem Mittelalter dagegen, bei dem Stein für Stein anders aussieht, ist am Computer schwieriger als eine glatte Fassade umsetzbar und damit möglicherweise auch kostspieliger.

#### Wie viel Berlin wird bei all den internationalen Produktionen noch in der „Berliner Straße“ stecken?

Viele hier gedrehte Filme wie die „Sonnenallee“ von Leander Haußmann, „Herr Lehmann“ oder Matti Geschonnecks Tragikomödie „Boxhagener Platz“ spielen in der Stadt. Die Nachfrage besteht auch heute. Wir orientieren uns deshalb an Berliner Straßenstrukturen aus der Gründerzeit und den 20er und 30er Jahren. An Bürgerhäusern, in die man Kaffees, Kaufhäuser, die typische Berliner Eckkneipe bauen kann. Auf dieser Grundstruktur ist dann der Bau jeder anderen x-beliebigen Stadt möglich.

#### Da kann man doch gleich vor Ort drehen.

... und eine Menge Geld und Zeit lassen? Allein die Drehgenehmigungen, Straßensperrungen oder Reklameabbauten sind kaum mehr zu bezahlen. Ein Drehtag für einen Blockbuster kostet schnell mal an die 200 000 Euro – die Gagen der Stars nicht eingerechnet. Unabhängig davon ist Berlin fast durchsaniert.

#### Eine Außenkulisse bauen können andere auch. Was hat das Filmstudio Babelsberg, was die Konkurrenz nicht leistet?

Wir bieten am Medienstandort Babelsberg ein komplettes Dienstleistungspaket: Produktionsbedingungen mit Studiokomplexen und Hallen zum Mieten, große Werkstätten zum Bauen, Erfahrungen aus über 100 Jahren Filmgeschichte. Die „Berliner Straße“ ist eine Erweiterung des Angebots.

#### Amerikanische Filmgrößen geben sich hier die Klinke in die Hand Warum?

Viele wollen Gebautes, Handgemachtes, in der Deko stehen, sie anfassen, die Atmosphäre spüren. Und sie honorieren neben dem fachlich-technologischen Know-how unsere Termintreue.

#### Die deutsche Filmförderung nicht zu vergessen...

..., die eins zu eins auch Wirtschaftsförderung ist. Die Gelder der Filmförderung fließen ja immer in Projekte. Wer sie in Deutschland bekommt, muss sie in der Region ausgeben! An Glaser, Holzhändler, Hoteliers, nicht zuletzt an den Bauschuttentsorger. Bis zu 200 Handwerker aus dem Umfeld sind neben den Hauseigenen manchmal hier für einen Film am Bauen. Auch Firmen wie Big Image gleich um die Ecke profitieren von Projekten, die mit den Fördergeldern in die Region geholt werden – kurzum viele Dienstleister.

#### Wann geht's los?

Sowie ein konkretes Projekt da ist, der erste Produzent einen Auftrag erteilt. Alle Baugenehmigungen liegen vor. Die „Sonnenallee“ entstand damals in acht Wochen.



#### JORIS HAMANN

Der 51-jährige Szenenbildner studierte nach einer Lehre auf dem Bau Innenarchitektur an der Fachschule für angewandte Kunst in Heiligendamm. Das Faible für den Film erbt er von seinem Vater, ein gefragter Filmarchitekt in der DDR.

Erste Erfolge feierte Joris Hamann mit den Defa-Filmen „Treffen in Travers“ und „Der Fall Ö“. Seit 1995 arbeitet der gebürtige Potsdamer freiberuflich als Szenenbildner und Filmarchitekt oft auch für das Studio Babelsberg. Der Mitgestalter der alten „Berliner Straße“ ist maßgeblich am Projekt der neuen Außenkulisse beteiligt.

Joris Hamann doziert seit 2008 an der Filmuniversität „Konrad Wolf“ in Potsdam und lebt in der Nähe der Landeshauptstadt.

# Meinungen & Meilensteine

*Mit immer ausgefeilterer, innovativer Technik können Künstler das tun, wozu sie berufen sind: Menschen unterhalten, faszinieren, informieren. Ob es die Laterna magica war, das Chroma-Key-Verfahren oder aber unser Drucker Infinitus ist, wir haben einige Meilensteine ausgewählt und unsere Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen nach ihrer Arbeit und ihren Wünschen gefragt.*

TEXT /// JOHANNA BROMAN FOTO /// BIG IMAGE

## 17. JAHRHUNDERT



Erste Modelle der Laterna magica erobern den Markt. In das Projektionsgerät, in dem sich eine Lichtquelle, ein Linsensystem und ein Hohlspiegel befinden, werden Laternbilder eingeschoben und diese mit dem ausfallenden Licht auf eine Leinwand projiziert. Die Laterna magica ist Vorläufer der modernen Dia- und Filmprojektion.

Foto: Andreas Praefcke

## 1893

Thomas Edison baut in West Orange, New Jersey, „Black Maria“ – das erste kommerzielle Filmstudio der Welt. Zirkuskünstler und Schauspieler treten als erste vor seine Kamera.

Foto: Library of Congress: American Memory Collection



## 1964



Die Chroma-Key-Technik – auch Bluescreen genannt – feiert ihren Durchbruch in der Filmwelt. Mit dem Verfahren können Hinter- und Vordergrund zu einem Filmbild verschmelzen. Dazu werden Personen oder Gegenstände nachträglich vor einen Hintergrund gesetzt, der entweder eine Filmaufnahme oder eine Computergrafik enthält. Alternativ findet die Farbe Grün Anwendung. Der Amerikaner Petro Vlahos erhält einen Oscar für technische Verdienste, insbesondere auf dem Gebiet der Bluescreen-Technik.

## 1965

Schweden strahlt die erste Farbfernsehsendung aus – eine Modenschau aus einem provisorischen Studio im Philipshaus in Stockholm.

Foto: Eckhard Etzold



## 1976



Der erste „Rocky“-Film wird mit Steadicam aufgenommen. Das Halterungssystem für tragbare Film- und Fernsehkameras ermöglicht den Dreh verwacklungsarmer Bilder.

Foto: John E Fry

## 2012

Big Image Systems entwickelt mit der TU Berlin den weltweit größten Textildrucker. „Infinitus“ bedruckt Baumwollstoffe mit digitalen Bildern auf zwölf Metern Breite und 60 Metern Länge. Mehrere hundert Quadratmeter große Backdrops und Rücksetzer sind damit nahtlos möglich. Ein Meilenstein für Oper, Theater, Film und TV.



## Anders Boqvist

Anders Boqvist, Arts Partner Stockholm AB

### An welchem Projekt arbeiten Sie gerade?

Wir wollen Schwedens erstes Dienstleistungsunternehmen für Galerien, Kunstinstitutionen, Künstler und Kunstsammler weiterentwickeln. Zu unserem Portfolio gehören unter anderem der Transport, die Dokumentation und das Arrangieren von Bildern, Kunstdrucken, Skulpturen, Installationen und Trash-Kunst.

### Wo sehen Sie die größte Herausforderung in Ihrem Job?

Das Einfache, was so schwer zu machen ist: qualitativ hochwertige Produkte anbieten, die sich auch preisbewusste Kunden leisten können.

### Welche technische Lösung würde Ihre Arbeit erleichtern – sofern es sie gäbe?

Ein Zauberkasten wäre wunderbar. Ein Geschäftssystem, das Zeit, Materialkosten, Auf- und Abbaueinheiten effektiv verwaltet.



## Inca Leijonborg

Bühnenbildnerin bei Magnolia Agency

### An welchem Projekt arbeiten Sie gerade?

Wir beenden die Aufnahmen für den Fernsehfilm über Maria Wern für TV4.

### Wo sehen Sie die größte Herausforderung in Ihrem Job?

Jetzt gebe ich wahrscheinlich nicht die aufregendste Antwort auf die Frage nach der größten Herausforderung. Ich versuche, mit dem vorgegebenen Budget all meine Ideen und meinen künstlerischen Anspruch umzusetzen.

### Welche technische Lösung würde Ihre Arbeit erleichtern – sofern es sie gäbe?

Ich wünsche mir einen 3D-Drucker und die technischen Kenntnisse, Dinge dafür zeichnen zu können. So hätte ich schnell und günstig Kopien von speziellen, unterschiedlichen oder ungewöhnlichen Sachen.



## Ilka Licht

Projektleiterin in den Werkstätten der Studio Hamburg Atelierbetriebs GmbH

### An welchem Projekt arbeiten Sie gerade?

Gerade habe ich das Bühnenbild für das Musical Billy Elliot in Schevenigen/Holland übergeben. Wir bekamen im April den Exklusivauftrag zur Fertigung. Ein Team von ca. 40 Mitarbeitern der Werkstätten hat zwischen Juni und Oktober 2014 das eigentliche Set aus Showdeck, Fahrwagen, und diversen Hängern, mannigfaltige Requisiten, eine große Proszenium Dekoration, dem Schmuckportal und der Probedekoration gefertigt. Gerade befinde ich mich in der Nachlese hierzu.

### Wo sehen Sie die größte Herausforderung in Ihrem Job?

Das Wichtigste in meinem Job ist, die Zügel in der Hand zu halten, nicht in Panik zu verfallen, diplomatisches Geschick zu üben mit dem eigenen Team,

den Zulieferern, Dienstleistern und vor Allem den Kunden. Eine gehörige Portion Überzeugungsarbeit und Motivationsgeschick gehört ebenso zu meiner Arbeit, wie den kühlen rechnerischen Kopf zu behalten und nichts aus dem Auge zu verlieren.

### Welche technische Lösung würde Ihre Arbeit erleichtern - sofern es sie gäbe?

Ein Klon (Nachbau), gerne auch technisch. Ich bräuchte manchmal drei Paar zusätzliche Hände und vier Köpfe. Ich habe das Glück, in den Werkstätten von Studio Hamburg mit Spezialisten, hervorragenden Maschinen und automatisierten Herstellungsvorgängen arbeiten zu dürfen. An technischer Unterstützung mangelt es nicht. In stressigen Phasen wünsche ich mir einfach mein Team in doppelter Stärke.



# Alles Walzer, oder was?

*Wer sich während der diesjährigen Opernredoute in Graz vom Dreivierteltakt erholen wollte, tat dies unter anderem in einem Beduinenzelt. Salam Aleikum.*

TEXT /// BIRGIT HIEMANN

FOTO /// AUSSTATTERIN MIGNON RITTER

Punkt 21:30 Uhr hebt Chefdirigent Dirk Kaftan den Taktstock. Alles wird sich so abspielen, wie es Tradition ist: das Orchester, das Eröffnungskomitee, die Opernballettschule, die Eröffnungspolonoise, das Finale „Alles Walzer!“. Die Opernredoute, Ballnacht aller Ballnächte im steirischen Graz, nimmt ihren Lauf.

Kulisse des rauschenden Festes seit nunmehr 16 Jahren ist die Grazer Oper mit dem vielleicht schönsten Ballsaal der Welt. Rund 2 500 Gäste tauschen an diesem Abend ihren Logenplatz gegen den auf dem Tanzparkett, gegen den in der Havanna Lounge, der Casino Champagner Bar oder – in diesem Jahr neu – gegen den im Beduinenzelt. Alles, was man braucht, um die illustre Gesellschaft bei Laune zu halten.

Produktionsbetreuer Richard Stolz vom art + event Theaterservice Graz nennt die Opernredoute ein „Abenteuer“. Da darf es nach den Vorstellungen von Ausstatterin Mignon Ritter auch mal ein offenes orientalisches Zelt sein. Fließende Baldachine und

Teppiche wechseln sich mit prächtigen Elefanten ab. Farben und Muster aus 1001 Nacht. Fantasievoll, exotisch, heimelig. Das Ganze vom Theaterservice in der Montagehalle hinter dem Opernsaal aufgebaut.

## **EIN BEDUINENZELT ZUM KUSCHELN SCHÖN**

Den Stoff für die arabisch-maurische Oase orderten die Grazer bei Big Image. 22 Teile auf Rolltex gebannt und geliefert in kurzer Zeit. „Stoff bedrucken können viele. So schnell, passgenau und in dieser Größe und Qualität nur die Babelsberger“, sagt Stolz, der mit Big Image schon jahrelang partnerschaftliche Banden pflegt.

Die Herausforderung diesmal: Stoffe bewegen sich durch Druck, können durch Hitze kleiner werden. Die Branche spricht vom Schrinken. Fatal, wenn solch ein Material auf Unterkonstruktionen gespannt wird und dann entweder durchhängt oder zu knapp bemessen ist. Da ist Maßarbeit gefragt. „Und Vertrauen“, ergänzt Big Image-Kundenberater Andreas Paul.



„Das Zelt wurde zur Kuschelecke der Operngala.“

## **DIE OPERNREDOUTE**

Zum gesellschaftlichen Höhepunkt des Jahres in Graz treffen sich Spitzenvertreter aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien aus ganz Österreich.

Der erste rauschende Ball im Opernhaus Graz fand 1999 statt und seitdem jährlich traditionell am letzten Samstag im Januar. Die Besucherzahl ist auf 2 500 Personen beschränkt.

Ein Höhepunkt ist die Mitternachtsshow. Im Anschluss finden zwei Publikumsquadrillen statt.

Für den Opernball wird die Bestuhlung entfernt und ein 700 m<sup>2</sup> großer Parkettboden verlegt.

Über 10 000 Blumen erfreuen im Blumenschmuck die Gäste.

Mit den Vorbereitungen sind 150 Personen beschäftigt, und am Tag der Opernredoute arbeiten rund 350 Personen für den Opernball.

Der Name „Redoute“ ist die alte deutsche Bezeichnung für „Ballsaal“ und beschreibt in Österreich auch einen eleganten Maskenball.

„Bei einem Auftrag, der in der Hälfte der sonst üblichen Zeit erledigt werden soll, darf nichts schiefliegen.“ Paul verweist auf die entsprechende Software, das Wissen und die Erfahrung der Drucker.

Den Kundenwunsch, dem Material eine samtene Teppichanmut zu verpassen, erfüllten die Druckspezialisten mit einem Filter, der in der Grafik über die Vorlagen gelegt wurde.

Stolz schmunzelt: „Das Zelt wurde zur Kuschelecke der Operngala.“ Ein besseres Kompliment konnten die Verantwortlichen nicht bekommen. Auch im nächsten Jahr wird sich die Grazer Haute-Volée darin amüsieren können. Wenn es wieder heißt: „Alles Walzer!“

# SAS

startet durch

TEXT /// PER WRANGENBERG FOTO /// BIG IMAGE

Wer kennt Sie nicht, die Fluglinie mit dem weißen Schriftzug SAS auf blauem Grund? Die skandinavische Airline, die zu 50 Prozent im Staatsbesitz von Schweden, Dänemark und Norwegen ist, blickt auf eine fast 70-jährige Firmengeschichte, gefüllt mit allen Hochs und Tiefs dieser Branche. Das Unternehmen steht im harten Wettbewerb mit Billigfliegern wie Ryanair und Norwegian, erwirtschaftete 2013 aber dank eines konsequenten Sparkurses erstmals seit sechs Jahren wieder einen Gewinn.

Das macht stolz und bewusst auf eigene Stärken: den Dienst am Kunden. „SAS geht einen langen und schwierigen Weg. Da ist es wichtig deutlich zu machen, für was und wen die Airline steht“, beschreibt Johan Östlund, Kundenbetreuer bei Åkestam Holst und verantwortlich für SAS, das Ansinnen der Kampagne „We are travelers“.

## VIELFLIEGER MIT LUST AM REISEN IM VISIER

„We are travelers“ richtet sich an Vielflieger. An Kunden weltweit, die mindestens fünfmal im Jahr in die Lüfte gehen, egal, ob beruflich oder privat. Östlund: „Wenn du ein erfahrener Reisender bist, ist SAS deine Wahl. Wenn du Wert darauf legst, dass Reisen mehr als nur ein Transport von A nach B ist, auch.“ Das ist die Message.

*Skandinaviens traditionsreiches Flugunternehmen hebt mit einer Riesenwerbekampagne ab. Im Cockpit": die Agentur Åkestam Holst. "Das Flugzeug ist mehr als nur Transportmittel". Johan Östlund, Kundenverantwortlicher für SAS, bringt die Message auf den Punkt.*

### ÅKESTAM HOLST

Gegründet: 1998  
Kunden: SAS, Ikea, Pressbyrå, Folksam, Audi, ATG  
Mitarbeiter: 75

### SAS

Gegründet: 1946  
Mitarbeiter: 9 000  
Flottenstärke: 141  
Destinationen: 136  
Flüge am Tag: 1 100



RIESIG: 660 QUADRATMETER NETZVINYL

### AUSSENBANNER:

Die Mega-Reklame drucken können viele. Aber so, dass sie wochenlang Wind und Wetter trotz – wenige. Dazu braucht es Erfahrung: Welche Materialien eignen sich am besten? Wie wird das Banner genäht und befestigt? Big Image zeigt auch in diesem Segment Flagge.

SAS will diesem Anspruch mit bewährten ebenso wie mit neuen Produkten und Dienstleistungen gerecht werden. Reisen soll Spaß machen, Entspannung bringen, einfach positiv besetzt sein.

## BANNERWERBUNG AM ORT DES GESCHEHENS

Die Kampagne ist dementsprechend breit angelegt: Werbespots im Fernsehen, Kino und im Internet, Anzeigen in der Zeitung sowie mächtige von Big Image gedruckte Außenbanner auf den Flughäfen in Stockholm, Malmö, Göteborg, Umeå, Östersund und Visby. „Starke Bilder im Riesenformat haben am Ort des Geschehens eine besondere Strahlkraft“, betont Johan Östlund. Alles in allem lieferte Big Image sechs Außen- und ein Innenbanner, insgesamt 660 m<sup>2</sup> bedrucktes Netzvinyl.

Der SAS-Kundenberater ist selbst Vielflieger, pendelte jahrelang zwischen London und Stockholm. Was versteht er eigentlich unter einem guten Flug? „Freitagsflüge sind die allerbesten. Nach einer langen Arbeitswoche stören weder Computer noch Telefon. Stattdessen ein Glas Wein und zwei Stunden reine Entspannung. Davon kann ich nicht genug bekommen.“ Sein Wort in das Gehör seines Kunden. Die Werbung dafür steht schon mal.



*"Starke Bilder im Riesenformat haben eine besondere Strahlkraft."*



# „ZAR“ PUTIN SPIELT THEATER

*Die Staatsoperette Dresden verleiht Lehárs „Der Zarewitsch“ politische Brisanz – mit einer zeitgenössischen Inszenierung und Bühnenbildern von Russlands Präsidenten.*

TEXT /// BIRGIT HIEMANN

FOTO /// STAATSOOPERETTE DRESDEN + BIG IMAGE

Das Porträt ist mit zehn mal fünf Metern übermächtig groß. Es schüchtert ein, dominiert die Bühne, den Abend. Und auch wenn der Mann darauf nur wenige Male erscheint, „Zar“ Wladimir Putin zieht im Hintergrund die Fäden. Immer und überall.

Macht und Mächtige faszinierten das Publikum seit jeher. Allein nach der Premiere der Franz Lehár-Operette „Der Zarewitsch“ in Berlin wirbelten in der Spielzeit 1927/1928 die Protagonisten über nahezu 100 Theaterbühnen in Europa. Dass das einst für Startenor Richard Tauber auf den Leib geschriebene Spätwerk des österreichischen Komponisten an der Staatsoperette Dresden auch heute funktioniert, ist vor allem der zeitgenössischen Inszenierung geschuldet.

„Dem Stück wohnt ein Stoff inne, der heute noch aktuell ist. Man muss die verborgene Schicht, die sowohl in der Schauspielvorlage als auch im Operettenlibretto steckt, nur herausarbeiten.“ Dramaturg Heiko Cullmann sieht im Zarewitsch Aljoscha einen ängstlichen, unsicheren jungen Mann, der auch an seinem Schwulsein scheitert. „Das kann den Autoren Jenbach und Reichert nicht unbekannt gewesen sein.“ Da lag es nahe, das Thema Homosexualität in Russland und den Kreml-Chef in Bildern auf die Bühne zu holen.

Für Malsaal-Vorstand Franziska Schobbert und die Druckspezialisten in Babelsberg ein gewohnt routinierter Auftrag. Das große Putin-Bild wurde auf Infinitus, das kleine von Schwulenaktivisten abstrahierte und mittlerweile weltberühmte auf dem Bobjet-Printer auf Cloth gedruckt. Die Konfektionierung und Installation übernahm die Staatsoperette.

Nein, es gibt kein Happyend, keine beschwingte Operettenglückseligkeit. Der Thronfolger opfert sein privates Glück der Staatsräson. Da halten sich die Künstler in der Sachsenmetropole ans Lehár-Original – und an die Politik des Kreml-Chefs. Fast. Zum Schluss wird das farblich brillante Putin-Foto der Schwulenaktivisten als Plakat über die Bühne getragen. Demonstrativ. Schon fast große Oper.

## „DER ZAREWITSCH“ – DAS ORIGINAL

Thronfolger Alexej, keine Frauen in seiner Nähe dulden, soll mit der als Tscherkessen-Soldat verkleideten Balletttänzerin Sonja auf die Ehe vorbereitet werden. Beide schließen einen Kompromiss: Alexej gibt Sonja zum Schein als seine Geliebte aus. Als die eigentliche Braut am Zarenhof eintrifft, fliehen die mittlerweile frisch Verliebten nach Neapel. Das junge Glück nimmt jedoch nach dem Tod des Zaren ein jähes Ende. Alexej verlässt Sonja um des Thrones willen und erfüllt seine politischen Pflichten.

HELLO!  
My name is

Martin



MARTIN SCHOLZ

Alter: 38

Familie: eine tolle Frau und zwei super Kinder

Wohnort: Teltow

Beruf: Drucker



## WAS MACHST DU BEI BIG IMAGE?

Ich arbeite als Drucker am Infinitus-Printer, an dessen Entwicklung ich bereits in punkto Druckfarbe mitgewirkt habe. Außerdem verantworte ich das Farblabor und die Farbenherstellung.

## WIE LANGE BIST DU SCHON IN DER FIRMA?

Seit 1997. Da war ich zarte 21 Jahre jung.

## WELCHE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG STELLST DU DIR IN DER ARBEIT?

Den Kunden bei der Abnahme der von uns gedruckten Bilder nicht nur ein „Ja, so habe ich mir das vorgestellt.“, sondern ein „Wow!“ zu entlocken.

## WO SIEHST DU DIE ZUKUNFT DER GEDRUCKTEN BILDER?

Die Kunden sind begeistert von den großen, nahtlosen und den doppelseitig bedruckten Tag & Nacht-Bildern. Damit geben wir ihnen neue, überzeugende Stilmittel in die Hand. Wir sind auf dem richtigen Weg.

Empfehlen Sie unser Big Magazine ihren Freunden! Einfach unter [info@bigimage.de](mailto:info@bigimage.de) anfordern.

Weitere Neuigkeiten aus der Großbildwelt lesen Sie unter [www.bigimage.de](http://www.bigimage.de) und auf unserer Facebookseite.

Das nächste  
BIG MAGAZINE  
erscheint im  
Frühjahr!

**Big**MAGAZINE