



Ästhetik und Schönheit des Stofflichen



facts+fiction

Die Kölner facts+fiction GmbH hat den neuen Imagefilm der Bayer AG „Elements of Fascination“ produziert. Gedreht wurde der jetzt weltweit in neun Sprachen eingesetzte Film mit einer RED ONE-Kamera. Die Postpro dauerte volle zwei Monate. Hier wurde auf Media 100 HD geschnitten. Die Bildbearbeitung und Farbbestimmung wurde mit Adobes AfterEffects erledigt. Weltweite Premiere hatte der neue Image-Film anlässlich der Bayer Hauptversammlung am 12. Mai in Köln.

facts+fiction Geschäftsführende Gesellschafter Robert Müller (Kreativdirektor), Dietmar Jähn und Jörg Krauthäuser

Viel Applaus gab es auf der Hauptversammlung der Bayer AG am 12. Mai in Köln für den neuen Image-Film „Faszination der Elemente“ des Konzerns. „Er wurde hier erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt und kam hervorragend an“, berichtete Gerd Telsemeyer, Herstellungsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung der facts+fiction GmbH. Die Kölner Agentur für Live-Kommunikation zeichnete für die Produktion des knapp sieben Minuten langen Streifens verantwortlich. Sie hatte Mitte 2007 einen entsprechenden Pitch mit vier Agenturen gewonnen. „Wir haben uns ein gutes halbes Jahr auf den Pitch vorbereitet und vier verschiedene Konzepte dafür ausgearbeitet. Mein



Gerd Telsemeyer



facts+fiction-Niederlassung am Kölner Rheinhafen

persönlicher Favorit hat sich dann am Ende auch durchgesetzt“, sagte Telsemeyer. Die Realisierung des Imagefilms war für die Kölner eine große Herausforderung. Im Unternehmen waren allein zehn Leute damit beschäftigt, die Filmproduktion vorzubereiten. 65 Darsteller mussten gecastet und ihr Einsatz mit dem Auftraggeber abgestimmt werden. Von August 2008 bis Januar 2009 wurde an 20 Dreh- und zehn Reisetagen, auf 30 verschiedenen Sets in fünf Ländern gedreht. Die Postproduktion fand schließlich im Februar und März 2009 beim facts+fiction-Partnerunternehmen EYECATCHER statt.

„Das war ein spannendes Projekt. Wir haben hohen Aufwand getrieben und sehr viel Herzblut in den Film gesteckt“, meinte Telsemeyer. Am Ende hat sich das gelohnt. Auftraggeber Bayer zeigte sich mit dem Ergebnis sehr zufrieden.

ten kreativ und innovativ umzugehen. Eindrucksvolle Bilder zeigen die wesentlichen Arbeitsbereiche von Bayer als global tätiges Unternehmen“, erklärte Werner Wenning, Vorsitzender des Vorstands der Bayer AG, bei der Premiere des weltweit in neun Sprachen eingesetzten Streifens. „Der Film soll veranschaulichen, wie das Erfunderunternehmen Bayer überall auf der Welt mit seinen Produkten und Dienstleistungen dem Menschen nützt und zur Verbesserung der Lebensqualität beiträgt“, sagte er. „Wir wollen damit die Faszination Bayer vermitteln.“

Ziel von facts+fiction war es, im neuen Bayer-Imagefilm auch den weltweiten Corporate Bayer-Claim „Science For A Better Life“ filmisch in Szene zu setzen. „Mit dem Film sollte die Ästhetik und Schönheit der Welt des Stofflichen erlebbar gemacht werden. Er sollte unterschiedliche Situationen zeigen,