



DER MARSIANER

Millionen Kilometer von zu Hause entfernt

VON SANDY STRASSER

Als Alfred Newman 1933 ein nur wenige Takte langes Musikstück schrieb, konnte er noch nicht ahnen, dass sein Werk eines Tages als weltbekanntes Synonym für großes Kino stehen würde: die Fox Fanfare der weltberühmten 20th Century Fox-Filmstudios. Genau wie sie, so verkörpert auch das Logo mit der großen „20th“ und den sich bewegenden Scheinwerfern die Tradition des mittlerweile legendären Medienkonzerns. Bis heute sind mit diesem Namen zahlreiche große Hollywood-Legenden verbunden, wie Spencer Tracy, Shirley Temple, Joan Collins, Elizabeth Taylor und viele andere. Bei dem Science-Fiction-Streifen „Der Marsianer“ in Zusammenarbeit mit Meisterregisseur Ridley Scott hat man in Sachen Equipment vergangenes Jahr neue Wege beschritten und für die Produktion und ebenso in der Geschichte Mini-Action-Kameras der US-amerikanischen Firma GoPro eingesetzt, was bisher einzigartig ist für Hollywood-Filme. Das Ergebnis sind Szenen voller Spannung und Intensität in neuer Dimension.

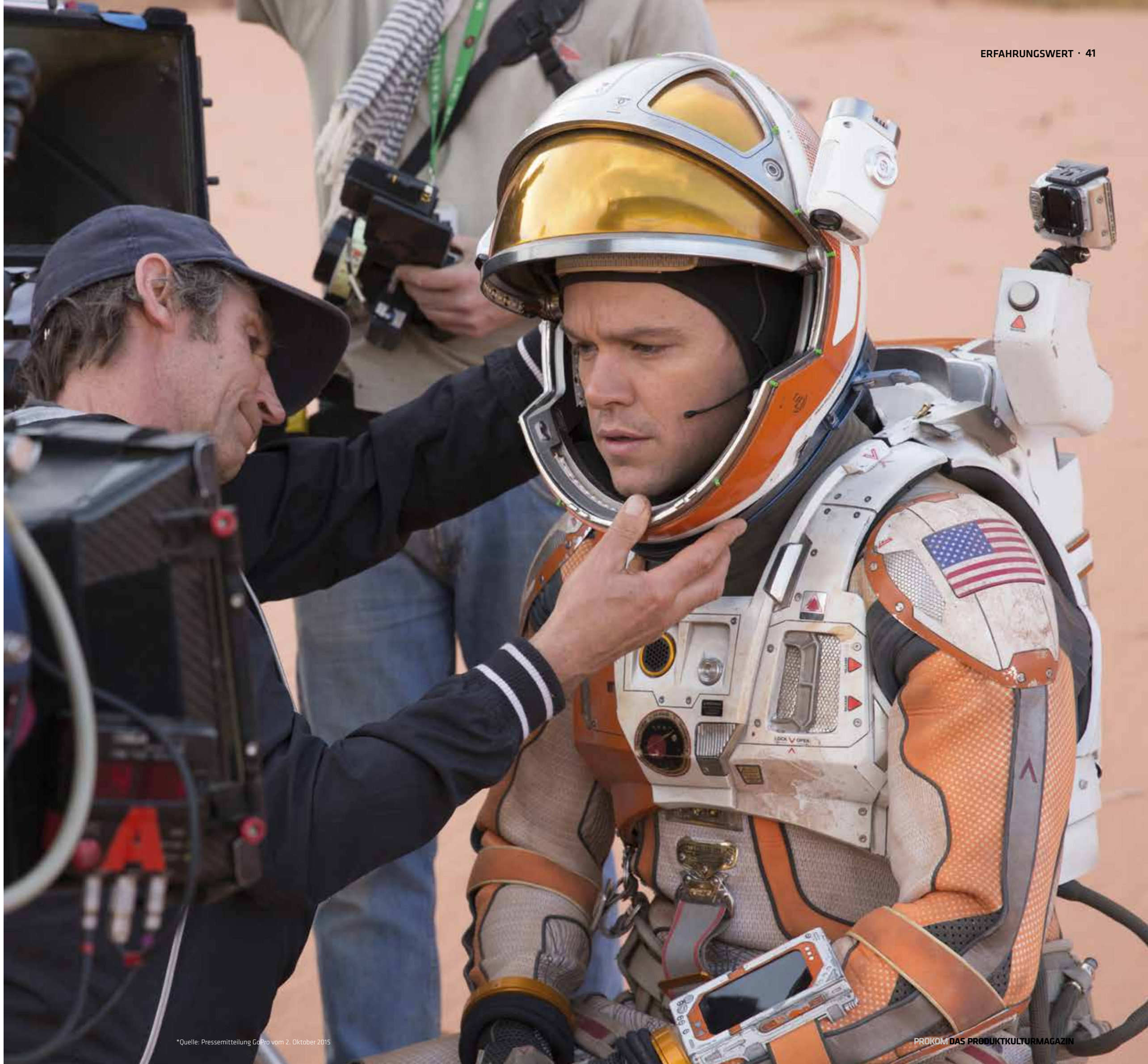
Wir schreiben das 21. Jahrhundert. Während einer bemannten Raummission zum Mars wird Botaniker und NASA-Astronaut Mark Watney alias Matt Damon bei einem gewaltigen Sandsturm fortgerissen. Seine Kollegen glauben, er sei ums Leben gekommen und verlassen den Planeten ohne ihn. Watney aber hat überlebt und versucht, nun vollkommen auf sich allein gestellt, auf dem unwirtlichen Planeten zu überleben. Mit seinem Einfallsreichtum, Überlebenswillen und dem Wenigen, das er hat, findet er schließlich einen Weg, der Erde zu signalisieren, dass er noch am Leben ist. Millionen Meilen entfernt arbeiten die NASA und ein Team von internationalen Wissenschaftlern unermüdlich daran, den „Marsianer“ heimzuholen. Gleichzeitig planen seine Crewmitglieder eine waghalsige, wenn nicht gar aussichtslose Rettungsmission. Während dieses Vorhaben allen Beteiligten unglaublichen Mut abverlangt, rückt die Welt zusammen, um Watneys Rückkehr sicherzustellen. Der Hollywood Regisseur Ridley Scott konnte für sein »



neues Action-Abenteuer, das auf dem gleichnamigen Bestseller von Andy Weir basiert, neben Hauptdarsteller Matt Damon ein hochkarätiges Starensemble gewinnen wie beispielsweise Jessica Chastain, Kristen Wiig, Kate Mara, Michael Pena, Jeff Daniels, Chiwetel Ejiofor und Donald Glover.

Mit der Integration der GoPro-Kameras zeigen er und Fox innovative neue Aufnahmen. So verwendete Scott die Kameras, um kreative neue Perspektiven einzufangen und den Zuschauer somit noch tiefer in die Geschichte von einem Leben auf dem Mars zu ziehen. „Wir haben GoPros in einigen der größten Szenen genutzt, und sie ermöglichten es uns nicht nur, die Intensität und Spannung dieser Momente einzufangen, sondern auch, eine intime Nähe mit den Charakteren selbst herzustellen“, sagt Ridley Scott. „Technologien wie GoPro erlauben es Filmemachern, die Art, wie Geschichten im Kino erzählt werden, noch stärker voranzubringen und Zuschauern neue Blickwinkel und Ebenen zu zeigen, die sehr fesselnd sein können.“*

Anfangs wurden die Kameras bei der Produktion nur zur Requisite im Set eingesetzt, um sie als Standardausrüstung an den Raumanzügen der Astronauten zu befestigen. Als Scott allerdings das Filmmaterial sah, entdeckte er deren besonderen Perspektiven, die den Überlebenskampf des Astronauten Mark Watney auf dem Mars aus direkter Nähe zeigen. Dadurch wurden sie ein viel größerer Teil der Produktion, als es ursprünglich geplant war. „Ich nutzte die Kameras plötzlich ganz anders als gedacht“, fügte Scott hinzu. „Sie wurden eine eigene Figur im Film. Sie waren direkt an den Astronauten befestigt, und Matt nimmt in der Rolle sogar sein Videotagebuch damit auf. Kleine Details halfen, bestimmte Aspekte der Geschichte weiterzuerzählen und dieser Welt eine neue, besonders authentische und vertraute Ebene hinzuzufügen.“* Der Film dürfte GoPro in Sachen Verkaufszahlen damit einen im wahrsten Sinne des Wortes galaktischen Schub nach vorne verschafft haben. Seit dem 18. Februar ist „Der Marsianer“ auf Blu-ray und DVD im Handel erhältlich. »





Nick Woodman
Gründer und CEO GoPro

CENSHARE UND GOPRO

GoPros Ziel ist es, sich von einem Produkthersteller in ein internationales Medienunternehmen zu verwandeln. Dazu gehört es, Videos in gleichbleibender Qualität zeitnah zu produzieren, den mit GoPro-Geräten generierten Content zu entdecken und einen höheren Prozentsatz dieser Inhalte online zu stellen. Mit censhare hat GoPro das geeignete System zur Verwaltung, Produktion und Veröffentlichung aller Videos gefunden. censhare ermöglicht heute eine hochgradig skalierbare, extrem flexible und offene Lösung, die für alle Ein- und Ausgangskanäle offen ist.

GoPro Inc. transformiert die Art, wie Menschen ihr Leben aufzeichnen und teilen. Was mit der Idee begann, Athleten dabei zu helfen, sich selbst bei ihrem Sport zu dokumentieren, hat sich zu einer weit verbreiteten Lösung entwickelt, wie Menschen sich selbst bei ihren Lieblingsaktivitäten aufzeichnen. Egal, ob extrem oder Mainstream, Profi oder Hobby-Nutzer – GoPro ermöglicht es der Welt, ihre besonderen Momente festzuhalten und zu teilen. Und im Gegenzug hat die Welt dabei geholfen, GoPro zu einer der aufregendsten und richtungsweisenden Firmen unserer Zeit zu machen. Seit dem Börsengang des Unternehmens 2014 widmet sich Gründer und CEO Nick Woodman wieder der Entwicklung neuer Produkte. Im Juli präsentierte das Unternehmen eine kleinere, leichtere Kamera, genannt Session, die das vormals rechteckige Design durch ein würfelförmiges ersetzt. Er kündigte zudem an, dass seine Firma bald ihren ersten Quadrocopter enthüllen wird, mit dem GoPro schnell in die sich rasant entwickelnde Dronen-Industrie aufsteigen will.

www.gopro.com
www.fox.de

DIGITALE TRANSFORMATION

Kurzporträt censhare

censhare ist eine internationale Software-Firma mit Niederlassungen in Deutschland, Schweiz, UK, USA, Frankreich und Indien, die Unternehmen dabei hilft, mittels technologischer Innovation die nächste Generation der digitalen Kommunikation zu beherrschen. censhare ist die integrierte Software-Lösung, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Kommunikation zu managen, jegliche Information zu integrieren, alle Maßnahmen zu optimieren und ihre Zielgruppen über digitale und analoge Kontaktpunkte zu begeistern. Innovativ verbindet das Unternehmen Menschen mit Inhalten und Prozessen und ermöglicht so intelligente Business-Kommunikation. Die Software-Firma verwandelt Unternehmensanforderungen in Lösungen für treffsichere Kommunikation und begeisterte Kunden und bereichert damit den gesamten Lebenszyklus der Kommunikation und macht Customer Journeys verständlich. Das Ergebnis ist ein effizientes und flexibles System, das Unternehmenskommunikation in Echtzeitinteraktion verwandelt, Kundenbindung und Engagement steigert und dabei Zeit und bis zu 40 Prozent der Marketingkosten einspart. Weltweit vertrauen führende Unternehmen und Marken auf censhare, um ihre Kommunikation zu integrieren und automatisieren und so begeisternde Kundenerlebnisse zu schaffen. Das Kunden- und Projektportfolio umfasst nahezu alle Branchen und Unternehmensgrößen, unter anderem Burda, Condé Nast, Deutsche Bank, Dyson, General Motors, Hearst UK, GoPro, Kohl's, McCann, Migros, REWE, Swiss Re und Vitra.

www.censhare.com