



EINE PRODUKTION VON CROOSFILM

BE HAPPY – BE HEIDELBERG
(Heidelberg Edition: Pharell Williams – Happy)

Konzeptmappe Musikvideo
für die
Heidelberg „Happy“ Edition

von

Croosfilm Produktion

05.05.2014



INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|---------------------------------|-------|-------|
| Inhaltsverzeichnis | | 3 |
| Exposé | | 4 |
| Projekt | | 5 |
| Spots | | 6 |
| Technische & visuelle Umsetzung | | 7 & 8 |
| Musikalische Umsetzung | | 9 |
| Team | | 10 |
| Kontakt | | 11 |



EXPOSÉ

Unser Projekt orientiert sich an dem Lied „Happy“ von Pharrell Williams und dem dazugehörigen Video. Hierbei werden besondere Orte und Sehenswürdigkeiten der Stadt gezeigt. Im Vordergrund tanzt/tanzen eine bis mehrere Personen locker, fröhlich und ausgelassen. Berufstätiger, Akrobaten und Bürger wechseln sich dabei ab. Von jung bis alt. Und auch VIP's, zB. Toni L, sind eingeladen mitzuwirken.

Viele Städte auf der ganzen Welt haben schon Happy-Videos mit jeweils mittlerweile 1.000.000 Aufrufen hervorgebracht. Wir möchten nicht nur diesem Trend folgen, sondern etwas Neues und Außergewöhnliches entwickeln: Wir drehen in Kinofilmqualität einen etwas anderen Heidelberg-Film, der die Vielfalt Heidelbergs und dessen Bürger zeigt und dabei gleichzeitig Freude, Lebenslust und Gemeinschaftsgefühl verbreitet.

Dieses Projekt wird mit freundlicher Unterstützung von Heidelberg Marketing GmbH gefördert. Die Premiere wird in der Stadthalle Heidelberg stattfinden.

Die Dreharbeiten finden am 24. Und 25. Mai statt.

PROJEKT

Wir sind eine Gruppe von mittlerweile zehn Heidelbergern, die sich zum Ziel gesetzt haben, ein professionell produziertes Heidelberg-Video zu erstellen, das die Stadt Heidelberg im besten Licht darstellt.

Dieser wird nach der Fertigstellung in verschiedenen 'Social Media'-Plattformen verbreitet, so dass wir eine Vielzahl an Zuschauern weltweit erreichen werden. Unser Team ist sehr gut vernetzt, so dass wir von mindestens 100.000 Aufrufen ausgehen (alleine die Facebook-Gruppe eines Mitglieds des Organisations-Teams hat 20.000 Benutzer) – die tatsächlichen Aufrufe werden unserer Meinung nach deutlich darüber hinaus schießen. Unser persönliches Ziel ist es, auch durch bestimmte Youtube-Marketing-Strategien, die Millionengrenze zu knacken.

Pharrell Williams hat seinen Song „Happy“ für die Menschheit frei zugänglich gemacht und bedankt sich persönlich im Internet für die ausgefallene Verbreitung:

<https://www.youtube.com/user/iamOTHER/videos>

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLr6xPtmPzp4oBb3Ao3Bgkj9iwWockTriG>

Daher gibt es in dieser Hinsicht keine rechtlichen Hürden. Im Gegenteil, am 14.04.14 war Pharell Williams bei Oprah Winfrey zu Tränen gerührt, dass Fans auf der ganzen Welt seinen Song, und die darüber positive Energie, so sehr verbreiten und bedankt sich öffentlich: <http://www.youtube.com/watch?v=IYFKnXu623s>

Dies ist ein freies Projekt ohne kommerziellen Nutzen, trotzdem soll es ein besonderer Clip für unsere schöne Stadt Heidelberg werden. Den einzigen Kostenblock in unserem Projekt stellt derzeit die Verfügbarkeit von weiterem Filmequipment dar: Bisher werden wir durch unser Netzwerk eine professionelle Filmkamera für zwei Drehtage kostenfrei und leihweise zur Verfügung gestellt bekommen (Marktwert: ca. 20.000 €).

Ihr Nutzen wäre, dass Sie Teil eines professionellen sowie ausdrucksstarken Videos sind und dadurch von mehreren hunderttausend Personen von überall auf der Welt gesehen werden. Ebenso werden wir bei Unterstützung auf ihre Firma bzw. andere typisch Heidelberger eingesessenen Firmensponsoren durch Aufführen des Logos und Nennung im Abspann verweisen. Und ist es nicht auch für Sie wichtig, das Bild von Heidelberg in einem positiven Licht darzustellen? Dieses Video gibt eine wunderbare Gelegenheit dafür!

Das Karlstor- und das Gloria Kino zeigen Interesse an einer Ausstrahlung im Vorprogramm oder an einer Premiere.



SPOTS

Um möglichst viele Sehenswürdigkeiten und Orte von Heidelberg und die Vielzahl der verschiedenen Menschen im Video zu integrieren ist unserer Meinung nach das Leihen von zwei weiteren Filmkameras inklusive Kameramann notwendig, damit wir an verschiedenen Orten gleichzeitig drehen können um die Kosten der Dreharbeit zu minimieren. Ebenso entstehen Kosten zu unserem bereits vorhandenen Equipment wie z.B. Speichermedien und Akkus. Nach den ersten Angeboten würde dies pro Tag ca. 5.000 € kosten. Hier stehen wir jedoch noch in weiteren Verhandlungen für ein „Happy-Heidelberg-Angebot“. Würde das Projekt normal finanziert werden kommen wir auf einen Leistungsbetrag von über 25.000 € von dem wir bereits 12.000 € mitbringen!

Hiermit möchten wir fragen, ob Sie uns unterstützen können, den Betrag für das Video aufzubringen. Bitte berücksichtigen Sie dabei, dass unsere Filmfirmen die Umsetzung professionell, künstlerisch als auch finanziell, umsetzen werden. Eine detaillierte Kostenaufstellung kann gerne nachgereicht werden.

TECHNISCHE & VISUELLE UMSETZUNG

Um das Video zu etwas Besonderem zu machen ist uns als Filmmacher eine qualitativ hochwertige, szenische Umsetzung sehr wichtig. Gedreht wird auf der Digital Cinema Kamera RED Scarlet im 4K Format („The Hobbit“, „Social Network“ und weitere Kinofilme wurden mit dieser Technik umgesetzt).

In einem klassischen Tanzvideo richtet sich die Kamera nach dem Tänzer, bzw. wird seine Performance bestmöglich festgehalten. Bei „Happy Heidelberg“, so wie auch bei dem Grundkonzept von Pharell Williams selbst, ist es anders: Der Tänzer richtet sich nach der Kamera. Er flirtet mit der Kamera in dem er direkt in die Linse schaut. Die Kamera ist immer in fortlaufender Rückwärtsbewegung, der der Tänzer ständig folgt! Somit entsteht das spontane Gefühl, dass sich der Tänzer auf den Betrachter zu bewegt und ihn auffordert mitzumachen:

Der Tänzer muss der Kamera folgen/sich darauf zu bewegen, mit der Kamera in dieser Rahmenbedingung künstlerisch spielen. Gegebenenfalls wird die natürliche Umgebung mit eingebunden, z.B. ein Treppengeländer. Besondere Dynamik entsteht bei variiertem Tempo: Der Tänzer wird in seiner Vorwärtsbewegung langsamer als die Kamera und bewegt sich dann schnell auf die Kamera zu und wieder einen Schritt zurück. Bildlich gesprochen, so wie auf einer Tanzfläche, wenn man einen abseits Sitzenden auffordern will einem zu folgen. Hierbei ist zu beachten, dass ein gewisser Abstand zur Kamera einhalten werden muss. Die Einstellung der Kamera ist vorwiegend die Amerikanische/Halb Totale (vom Oberschenkel bis oberhalb des Kopfes), so dass der Tänzer meistens nicht komplett zu sehen ist. Es wird keine Standbilder geben, die Kamera ist immer in Bewegung. Ebenso gibt es keine statische Performance, der Tänzer muss sich nach vorne bewegen. Die meisten Darsteller singen den Song nach und machen eine Gestik, die zum Songtext passt; Beispiel: Clap along if you feel like a room without a roof – In die Hände klatschen, die Arme zu einem Dach formen, die sich dann nach oben öffnen.

Es wird eine lange, ca. 25 Minuten, und eine kurze Version, ca. 4 Minuten, geben. Im kurzen Video werden die schönsten Spots zusammen gefügt und die Interesse für lange Version geweckt.

Um dem Zuschauer noch mehr Einblick in unser Projekt zu bieten und ein Blick hinter die Kulisse von Heidelberg zu gewähren haben wird eine professionelle Dokumentation in HD zusätzlich gedreht.

Ausnahmen Profitänzer und Tanzgruppen:

Bei den Profitänzern, insbesondere bei den Gruppen werden Ausnahmen gemacht. Aber auch hier gilt es, das Grundkonzept nicht aus den Augen zu verlieren, sondern im Gegenteil dieses noch mehr zu unterstreichen. Somit kann sich bei einer Gruppe die Kamera fortlaufend bewegen, aber die Tänzer können sich hintereinander abwechseln, erscheinen nach und nach im Bild, wobei die gleiche Dynamik entsteht, wie bei einem einzelnen, fortlaufenden Tänzer. Dies wird der Ausnahmezustand sein und maximal bei drei bis vier Tanzgruppen umgesetzt. Die Profitänzer singen nicht den Song nach, es sei denn es passt zu ihrer Performance.

Umsetzung on Location:

Es wird nur eine Aufnahme pro Location bzw. Tanzszene geben. Das Szenenbild muss fest stehen! Maximal wird es einen zweiten Versuch geben, da wir uns zeitlich strikt nach dem Drehplan richten müssen. Ebenfalls kann sich das Konzept bezüglich der Location nochmals verändern, wenn Sponsoren Mitspracherecht erhalten oder wir keine weiteren 4k Format Kameras bekommen.

(Ein weiteres, filmisches Konzept folgt gesondert für das Finale, den Flash Mob. Siehe Drehbuch.)

MUSIKALISCHE UMSETZUNG

Kurze Version (ca. fünf Minuten)

Plan A:

Original Song von Pharrell Williams

Plan B:

Zur Neuvertonung haben wir Zusagen von einem Musiklehrer, einer Schulband, einem Tonstudio, drei Gitarristen, einer Laute, einer Querflöte und ein paar Rapper.

Lange Version (ca. 25 Minuten)

Für die lange Version haben wir Cover-Musiker aus der ganzen Welt angeschrieben, ob wir ihre Version verwenden dürfen. Bisher gibt es drei Zusagen (Schweden, Frankreich, UK). Diese internationalen Musiker sind ebenfalls stark im Internet vertreten; alleine der Künstler aus Frankreich kommt auf seine 2,5 Millionen Klicks auf Soundcloud.

Somit vereinen wir die noch mehr „Happy Fans“ auf der ganzen Welt in unserer langen Version.



TEAM

Produktionsleitung, Konzeption & Regie:

Christian Roos (www.vimeo.com/croosfilm)

Filmische Umsetzung:

Christian Roos – Croosfilm (www.vimeo.com/croosfilm)

Roman Meyer-Paulino – Visionaire, Kreativwerk für visuelle Darstellung (www.vimeo.com/visionairefilm)

Jakob Montrasio – m&r Kreativ GmbH (www.mrkreativ.de)

Tänzerische Leitung:

Lydia Salome – FairyTale BellyDance (www.lydiasalome.de)

Uschy Szott – Haus der Jugend, Tanzpädagogin und Choreographin (www.hausderjugend-hd.de)

Chryssanthi Sahar – Tanzschule Kinisis (www.kinisis.org)

Shirin Sevim – FairyTale BellyDance

Anne Fallenbüchel – Pädagogische Fachkraft

Organisation:

Lara Riedel – Studentin B.A. Soziale Arbeit/Sozialpädagogik

Noah Gref – John Deere, Projektleiter

Valentin Bachem – Stadt Heidelberg / IT-Beratung und Mediation (www.vbachem.de)

Musikalische Leitung und VIP-Betreuung:

Kathrin Christians (www.kathrinchristians.de)

Blog:

Valentin Bachem – Stadt Heidelberg / IT-Beratung und Mediation (www.vbachem.de)



KONTAKT

Christian Roos
Schelklystr. 58, 69126 Heidelberg
Mobil: +49 173 / 301 822 5
Telefon: +49 6221 / 735 676 0
www.vimeo.com/croosfilm

Heidelberg Marketing GmbH
Ziegelhäuser Landstr. 3, 69120 Heidelberg
Tel: +49 6221 58 40 230
Tel: +49 6221 58 40 200 (Zentrale)
Fax: +49 6221 58 40 222
www.heidelberg-marketing.de

Spendenkonto Bankverbindung:
IBAN: DE93 7002 2200 0072 1024 52
BIC: FDDODEMMXXX
Empfänger: Valentin Bachem
Verwendung: Happy Video
Paypal: vbachem@gmx.de

www.happy-heidelberg.de