

#GetCreativeWithPorsche: Fahrzeuge filmisch in Szene setzen

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

28/05/2020 Jeff Zwart, Gewinner des Pikes Peak International Hill Climb und Regisseur-Legende mit einer großen Vorliebe für Porsche, verrät in der aktuellen Folge von #GetCreativeWithPorsche einige Tipps aus der Welt der Filmemacher.

Nur wenige von ihnen kennen Porsche so gut wie Zwart. Er hat nicht nur 30 Jahre lang Werbespots und Kurzfilme für die Marke gedreht, sondern war auch privat immer ein großer Auto-Enthusiast, der selbst einige Rennerfolge einfuhr. Entsprechend wird man kaum jemand anderen mit einem so feinen Gespür dafür finden, wie man einen fahrenden Porsche am besten in Szene setzt.

Zunächst nahm Zwart jedoch unbewegte Bilder auf: Gleich nach dem College arbeitete er Mitte der 70er-Jahre als Fotograf für das Magazin *Road & Track*. Es gelang ihm, die Teilnahme an nationalen Rallyewettbewerben mit einer steigenden Nachfrage nach seinen redaktionellen und Werbeaufnahmen

sowie den damit verbundenen Reisen ins Ausland unter einen Hut zu bringen. Nach einem Jahrzehnt an der Spitze der Automobil-Fotografie drehte er seinen ersten Werbespot.

„Ich arbeite jetzt seit 30 Jahren als Filmemacher, aber was ich in der Fotografie gelernt habe, ist unheimlich wichtig für mich", erzählt er. „Wenn man versucht, jede Aufnahme so zu gestalten wie eine Fotografie, ist das schon mal ein sehr guter Anfang."

Zwarts Repertoire war nie nur auf Porsche beschränkt, doch zweifellos vereint sich hier seine persönliche mit seiner beruflichen Leidenschaft. „Jeder Porsche erzählt eine Geschichte", erklärt er. „Und die Geschichte von Porsche ist so umfangreich, dass der Aspekt des Geschichtenerzählens unweigerlich zum Tragen kommt. Die Autos haben eine natürliche Schönheit, doch unter dieser Oberfläche verbirgt sich die Fähigkeit, höchste Vollkommenheit in seinem Handeln zu erreichen. Ich habe Werbespots für so ziemlich jedes Automobilunternehmen der Welt gedreht, aber Porsche gehört zu den Marken, die einem einen Startvorteil bieten; visuell, im Hinblick auf die Leistung und natürlich die Geschichte – es ist einfach ein faszinierendes Erlebnis, für diese Marke zu drehen."

Zwart produziert auch heute noch Filme auf höchstem Niveau, gibt zusätzlich Unterricht und fährt den Pikes Peak International Hill Climb – ein Rennen, das er achtmal in verschiedenen 911-Modellen gewann.

Er gehört außerdem zu den Stammgästen der „Luftgekühlt"-Treffen und ist regelmäßig bei Veranstaltungen von Porsche auf der ganzen Welt anzutreffen. In einem der seltenen Momente, in denen er seine Zeit zu Hause in Colorado verbringt, gewährt er uns nun einen Einblick in die Kunst der Filmaufnahmen von Fahrzeugen und verrät wertvolle Tipps, mit denen jeder in seine Fußstapfen treten kann.

Erste Schritte

„Filmemacher leben heute im goldenen Zeitalter der Kameras: Nie zuvor waren sie so günstig, klein und vielseitig. Früher haben Kameras 20 Kilogramm gewogen und allein ihr Gehäuse kostete 100.000 Dollar. Wir brauchten riesige mobile Trägersysteme und Helikopter. Heute reicht für den Anfang das eigene Handy. Das uralte Sprichwort, dass die beste Kamera die ist, die man bei sich hat, gilt heute mehr denn je.

Das Wichtigste ist, dass man sich mit dem, womit man arbeitet, auch wohl fühlt. In meinem Job sollte man sich um die Kamera am wenigsten Gedanken machen müssen, denn für Kreativität braucht man einen freien Kopf. Es hat keinen Zweck, mit Ausrüstung zu arbeiten, mit der man nicht frei umgehen kann. Die Kamera sollte als Erweiterung der eigenen Person wahrgenommen werden, sodass man möglichst reibungslos und spontan agieren kann. Die Sonne geht unter, ein Sturm zieht auf, das Auto bewegt sich auf einen zu – wenn man seine Ausrüstung nicht schnell genug aufbauen kann, um einen solchen Moment einzufangen, ist es vielleicht nicht die richtige Ausrüstung.

Als Filmemacher können Sie mit einer einfachen Kamera bereits viel erreichen. Am Anfang benötigen Sie diese ganze Ausrüstung gar nicht. Das Wichtige ist die Geschichte – und der eigene Blick auf die Dinge. Wir leben in einer Zeit, in der uns auch die einfachste und kleinste Kamera mitten in diese spannende Welt entführen kann, und alles, was Sie dafür brauchen, ist der Blickwinkel. Wenn Sie einen individuellen Blickwinkel haben, den sonst keiner einnimmt, ist man auf dem richtigen Weg."

Vorbereitung

„In der Werbung muss ich das Konzept eines Kunden visuell interpretieren, aber auch wenn Sie nur für sich filmen, sollten Sie sich einen Zeitrahmen überlegen. Ich erstelle mir immer ein grundlegendes Storyboard, zum Beispiel: 30 Thumbnails für einen 30-sekündigen Film, mit statischen Bildern, Action und Dialog. So erhalten Sie ein besseres Verständnis des Ganzen und können dann am Drehtag einfach alle diese Bilder abhaken, sobald sie im Kasten sind. Ich habe mich noch nie wohl dabei gefühlt, etwas abzudrehen, was ich nicht zuvor auf Papier gezeichnet hatte.

Das Allerwichtigste bei dieser Arbeit ist das Licht; es gehört aber auch zu den Aspekten, die Sie nicht kontrollieren können, außer zu wissen, dass es sich jeden Tag im selben Bogen bewegt. Finden Sie also heraus, wo das Licht sein wird und man das Auto damit am besten in Szene setzt. Früher mussten wir ganze Lichtstudien abdrehen, bevor wir eine Location nutzen konnten, aber heute sind Technologien verfügbar, die einem diese Arbeit abnehmen und viel schneller sind. Mit Hilfe einer App auf Ihrem Handy können Sie herausfinden, wo die Sonne untergeht, wie das Licht auf die Straße fallen wird und sogar ob das Licht durch irgendetwas im Weg abgelenkt wird. Lassen Sie sich den großen Vorteil, den uns Technologien bieten, nicht entgehen.

Sie sollten sich von Wettervorhersagen nicht abschrecken lassen. Viele glauben, es braucht einen perfekten sonnigen Tag, aber meiner Erfahrung nach hat schlechtes Wetter mehr Vor- als Nachteile. Es motiviert einen, schneller zu arbeiten, und sorgt dafür, dass der Himmel höchst dramatisch aussieht. Das würde man mit Special Effects so nie hinbekommen.

Es ist entscheidend, dass man das Objekt, das man filmt, versteht. Die Designer haben sich über die Proportionen des Fahrzeugs so viele Gedanken gemacht, und als Filmemacher ist es ihre Aufgabe, den perfekten Blickwinkel auf das Fahrzeug zu finden – fast so, als würde man es durch die Augen des Designers betrachten. Versuchen Sie, sich in die Person hineinzuversetzen, die das Design des Fahrzeugs erschaffen hat. Überlegen Sie, was dieses Auto einzigartig macht, und berücksichtigen Sie auch die historischen Einflüsse. Auf diese Weise wird mir stets einiges erst bewusst."

Der Dreh

„Ich versuche immer, ein intensives, lebensechtes Gefühl für das zu erzeugen, was ich filme – sodass der Zuschauer nachempfinden kann, wie es war, vor Ort zu sein. Es gibt aber unzählige verschiedene Ansätze. Als Anfänger im Filmgeschäft sollte man sich möglichst über alle Aspekte Gedanken machen.

Finden Sie heraus, von wem oder wovon Sie beeinflusst werden, überlegen Sie sich, was sie möchten und finden Sie sich dann einen Weg, dies zu erreichen. Es ist außerordentlich wichtig, diese persönliche Sichtweise zu haben.

Fragen Sie sich: Wie setze ich dieses Fahrzeug ins rechte Licht? Indem ich auf Augenhöhe filme, aus 1,60 Meter Höhe über dem Fahrzeug oder eher von unten, zum Beispiel fünf Zentimeter über dem Boden? Die richtige Höhe ist entscheidend für die Geschichte, die Sie erzählen möchten. Am besten stellen Sie das Fahrzeug in die Mitte einer freien Fläche und gehen um es herum. Gehen Sie mit der Kamera nach unten, nach oben, versuchen Sie es mit einem Teleobjektiv und einem Weitwinkelobjektiv. Dann sehen Sie, was am besten funktioniert. Und stellen Sie sich das Auto als einen Spiegel vor. Es ist eine verspiegelte Oberfläche, die nicht in jedem Licht richtig wirkt, also wählen Sie die Position der Sonne und der Schatten sorgfältig.

Wenn das Auto hohe Geschwindigkeit vermitteln soll, bewegen Sie sich mit der Kamera darauf zu. Wenn es auf Sie zurast, rasen Sie auch auf das Auto zu. Und schon sieht ein Fahrzeug, das mit 60 km/h fährt, aus, als hätte es 140 km/h drauf. Wenn man das Fahrzeug richtig betrachten können soll, passen Sie sich seiner Geschwindigkeit an. Aber wenn Sie Action möchten, lassen Sie das Bild darauf zulaufen. Entweder das, oder Sie verfolgen das Fahrzeug mit der Kamera. Dann sollten Sie aber den Eindruck vermitteln, dass die Kamera bei dieser Jagd kaum mithalten kann. Und vor allem: Seien Sie spontan. Wenn der Himmel gerade einfach wundervoll aussieht, müssen Sie bereit sein, die Kamera sofort um 180 Grad zu schwenken oder auf die andere Seite der Straße zu springen. Anpassungsfähigkeit ist alles.

Das Aufnehmen von Geräuschen muss man einfach ausprobieren. Schließlich möchten Sie nicht einfach nur den Auspuff-Sound einfangen, auch die Geräusche von Motor, Reifen und Wind fließen hier mit ein. Experimentieren Sie mit der Position des Mikrofons am Heck des Autos, um herauszufinden, wo der Sound am besten ist. Am besten halten Sie das Mikrofon nicht direkt in den Wind oder an den Auspuff. Zugegebenermaßen ist das nicht ganz einfach, insbesondere wenn ein Porsche von einem Gang in den nächsten gerissen wird."

Im Kasten

„Bei der Filmbearbeitung müssen Sie Ihr Ego überwinden. Es klingt selbstverständlich, aber wenn Sie einen Film drehen, damit ihn andere Leute sehen, sollten Sie diese auch im Hinterkopf haben. Sehr häufig sehe ich Rohfassungen, die viel zu lang sind. Überlegen Sie sich, wer sich Ihren Film ansehen soll und wie Sie die Aufmerksamkeit dieser Personen erhalten. Kürzen Sie den Film, wenn möglich. Nur weil Sie das alles aufgenommen haben, heißt das noch nicht, dass auch alles davon in dem Film vorkommen sollte.

Die Nachbearbeitung stellt einen wichtigen Bestandteil unserer Arbeit dar; sie kann zeitaufwendig und schwierig sein. Daher sollte man seinem Kunden oder Cutter immer mehrere Optionen bieten. Auch wenn Sie das nur selbst sind. Bei der Filmbearbeitung können Sie sehr viel lernen: Was funktioniert und was nicht, oder wie zwei Aufnahmen eine Geschichte oft besser erzählen können als nur eine Aufnahme.

Am Anfang ist es wirklich knifflig, aber irgendwann werden Sie schon vorher wissen, was zu tun ist, um die Nachbearbeitung einfacher zu machen.

Sie müssen kein Regisseur sein, um eine tolle Karriere im Filmbusiness zu erreichen. Jungen Filmemachern sage ich: Diese Branche ist so facettenreich – von der Kameraentwicklung über die Filmbearbeitung und Special Effects bis hin zu Grips, Beleuchtern, Garderobe und Requisiten. Es gibt tolle berufliche Möglichkeiten auch abseits von der Regie.

Filmen ist eine Erweiterung des eigenen Selbst. Es entwickelt sich ständig weiter und ist eine ständige Herausforderung im Kampf gegen die Elemente sowie natürlich gegen die Grenzen, die einem von Zeit, Budget und Licht auferlegt werden. Lernen Sie, diese Herausforderungen zu lieben. Wenn Sie wieder rausgehen und Filmaufnahmen machen, bereiten Sie sich vor, aber halten Sie auch Ausschau nach neuen Möglichkeiten. Planen Sie alles, aber seien Sie auch bereit, zu reagieren."

Info

Haben wir Sie inspiriert? Machen Sie mit und teilen Sie Ihre Filmaufnahmen! Egal, ob Sie diese vor Inkrafttreten der aktuellen Abstandsregeln oder unter Einhaltung der in Ihrer Region geltenden Vorschriften gedreht haben. Verwenden Sie dabei auf Instagram und Drivetribe das Hashtag #GetCreativeWithPorsche, und wir werden die besten Filme reposten.

MEDIA ENQUIRIES



Julian B. Hoffmann

Managing Editor Porsche Newsroom
+49 (0) 170 / 911 2771
julian.hoffmann@porsche.de

Bildunterschriften

Pfad: #GetCreativeWithPorsche: Fahrzeuge filmisch in Szene setzen/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Video-Dreh mit Jeff Zwart, 2020, Porsche AG
Bildunterschrift: Jeff Zwart: „Die beste Kamera die ist, die man bei sich hat."

Pfad: #GetCreativeWithPorsche: Fahrzeuge filmisch in Szene setzen/Bilder/Bild_4.jpg
Titel: Video-Dreh mit Jeff Zwart, 2020, Porsche AG
Bildunterschrift: Beim Filmen ist die richtige Höhe entscheidend

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2020/sport-lifestyle/porsche-masterclass-teil-8-fahrzeuge-filmen-jeff-zwart-21004.html

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart