

Premiere: Loewe – hinter der Kamera. Schwarz. Black. Nero. Noir. Magic. OLED. Der Film.

Loewes Creative Director Bodo Sperlein ist ein Andersmacher, ein Querdenker, der Design, Kunst, Handwerk und Hightech zu einem innovativen Konglomerat vernetzt. Was ihn mit Loewes CEO Mark Hüsges verbindet: beide sind Perfektionisten. Deshalb wurde eigens für die IFA, der Internationalen Funkausstellung in Berlin, weltweit die wichtigste Messe für Unterhaltungs- und Gebrauchselektronik, ein kunstvoll subtiler OLED-Demonstrationsfilm kreiert.

Kronach, 31. August 2017. State-of-the-art-OLED-Technologie katapultiert Fernsehen in eine andere Umlaufbahn. Wer zum ersten Mal während eines Fußballspiels vor einem der nur noch Millimeter dünnen OLED-Screen sitzt, geht unter Umständen in Deckung. Die Bilder dieser Hightech-TVs wirken derart real, als könnte der Ball jeden Moment mit Highspeed aus dem Fernseher schießen.

„Um diese faszinierende Technik zu demonstrieren, wird meist stereotyper Content gezeigt. Racing cars, Speedboote, Haarnadelkurven, Sonnenauf- und Untergänge“, erklärt Bodo Sperlein. „Ich beschäftige mich intensiv mit der äußeren Form, da schwebten mir entsprechend andere Bilder zum Thema OLED vor Augen“, meint Sperlein, der am Camberwell College der University of London Produktdesign studierte und mit seinem Team in einem Studio an Londons Southbank arbeitet. Beim Thema OLED denkt er an Chiaroscuro, Rembrandt, Neo-Romantik, die Ästhetik expressionistischer Stummfilme mit ihren scharfen Hell-Dunkel-Gegensätzen, Opulenz, Matisse, Caravaggio, Bram Stoker und Barocke Stillleben. Warum so viel Schwarz? Das hat mit OLED zu tun.

Was ist OLED überhaupt?

Durch selbstleuchtende Pixel, organische und äußerst effiziente Leuchtdioden, erzeugt OLED-Technologie (Organic Light Emitting Diode) kontrastreiche, feinst nuancierte Bilder. Anders als LCDs benötigen sie keine Hintergrundbeleuchtung. Jedes einzelne Pixel leuchtet selbst. Sind sie aus, sind sie schwarz. Pechschwarz. Und das in weniger als einer Millisekunde. Durch dieses absolute Schwarz, ohne jeglichen Grauschleier, ergibt sich eine regelrechte Farbexplosion – und selbst feinste Nuancen bei Nachtaufnahmen werden authentisch wiedergegeben. „Dieses absolute Schwarz, womit man auch Weltraumteleskope



kalibriert und Satelliten tarnt, war für mich der Ausgangspunkt unseres Demofilms“, erklärt Sperlein.

Das Team

Im Londoner Norden wurde in einem verwunschenen über hundert Jahre alten Townhouse dann mehrere Tage gedreht. Sperlein, der in Museen recherchiert und ausführliche Moodboards erstellt hatte, setzte seine ungewöhnlichen Visionen mit einem hochkarätigen Team um: Set-Designerin und Stylistin Hana Al-Sayed, die u.a. für die Britische Vogue, die New York Times, Gucci, Dior, Hermés und als Redakteurin für das Trendsetter-Magazin Hole and Corner arbeitet, hatte beinahe das gesamte untere Stockwerk in eine reinste Wunderkammer verwandelt. Duftende englische Rosen, Gräser, filigrane Blüten, hauchzartes, schimmerndes Bleikristall, gigantische Halbedelsteinbrocken, rohe Eier, Käfer, Federn, Karaffen, Samt und Taft. All das wurde in unterschiedlichen Szenen arrangiert.

Gemeinsam mit dem bekannten Interiorfotografen Jake Curtis, einem wahren Magier des Lichts, der u.a. für The Sunday Times, Telegraph Luxury, Wired und Barclays arbeitet, sowie den Videographen Pete Drinkell, der u.a. für Vogue und i-D Magazin hinter der Kamera steht, Ian Alardyce, der an der Kent University Film & Drama studierte und dem Londoner Design Studio Small, verwandelten sich Bodo Sperleins Visionen zu bewegten, magischen Bildern: Opulente Blumenbouquets, wunderschön leuchtende rote Beete, aquamarinblaue Tinte, die langsam auf den Grund einer funkelnden Karaffe abtaucht. Federboas und der Werkisch eines Alchimisten.

“Es ging mir beim OLED-Film um Haptik, feinste Strukturen, Materialität, Farbexplosionen. Wassily Kandinsky, der um 1911 die ersten abstrakten Bilder malte, sah Farben während er Opern hörte. Ich wollte für unser opulentes OLED-Szenario auch einen eigens komponierten, passenden Sound“, meint Loewes Creative Director, der sich nicht nur um die Formensprache neuer Produkte, sondern auch um die visuelle Sprache und Tonalität kümmert und auch da eine eher ungewöhnlichen Wahl traf, indem er für Loewes Tone of Voice, mit Claudia Merkle als Editorial Director, eine Kunsthistorikerin und Journalistin mit ins Team holte.

Wie klingen leuchtendes Rot, schwarze Federn, romantische Opulenz?

Damit beschäftigt sich Rainer Hirt mit seiner Agentur Audity in Konstanz. Er entwickelt Sound für Marken und Produkte, wie Swiss Airlines oder Volkswagen und leitete u.a. an der Pop-Akademie Baden-Württemberg den Spezialbereich ‘Audio-Branding’.

Rainer Hirt vertonte Loewes OLED-Film gemeinsam mit Simon Hirt, der die kreative Leitung des Projekts innehatte und Jonathan Söhngen, der für



Komposition und Sounddesign zuständig war. "Schwarz ist wie ein tiefschwingender, schwebender Basston. Pulsierende Beats geben der Soundfläche Auftrieb. Ein Wassertropfen perlt im großen Raum, getragen von synthetischen Läufen und hohen Glockenklängen, die sich in den Klangteppich einweben. Grün ist zirpend, wie eine hoch schwingende Saite. Und im Gegensatz zu Moll, klingt Dur blau wie das Meer", erläutert Rainer Hirt die Komponenten aus denen sich Loewes OLED-Sound zusammensetzt.

Etwa zwanzig Tonspuren ergeben das vielschichtige Klangbild des OLED Mood Tracks. Um Variationen zu schaffen, wurden die Klänge einzeln gespielt und anschließend wurde durch Kombinationen mit weiteren Tönen, sieben eigenständige Stücke geschaffen, die ein facettenreiches Klangbild ergeben."

Bodo Sperlein sieht das Projekt als Gesamtkunstwerk: "Das Ergebnis ist so vielschichtig, wie das gesamte Team. Wenn die richtigen Menschen zusammenkommen, fangen Gedanken an zu fliegen. Dieser Fokus auf Details, das Streben nach Perfektion, Teamgeist, Passion und Enthusiasmus tragen dazu bei, dass bei Loewe Produkte mit Seele entstehen, die sich abheben."

Loewe – wir haben das Fernsehen erfunden!

1923 wurde das Unternehmen von den Brüdern Siegmund und David Ludwig Loewe gegründet. Auf der 8. Funkausstellung in Berlin, 1931, zeigte Loewe zum ersten Mal eine elektronische Fernsehübertragung und landete damit selbst auf der Titelseite der New York Times. Die Technik dazu entstand mit dem genialen Erfinder und Physiker Manfred von Ardenne, dem damaligen Chef-Ingenieur von Loewe. Damals hat Loewe das Fernsehen erfunden. Loewe entwickelte auch den ersten tragbaren Fernseher. Und nicht nur das: Loewe Art 1 – mittlerweile eine Designikone – wurde in den 80er Jahren im Museum of Modern Art (MoMA) in New York ausgestellt.

Bis heute sind Loewe Geräte Made in Germany – und das mit Passion, Enthusiasmus und eindrucksvollem Knowhow. Der Hauptsitz, Entwicklung, Produktion und Service befinden sich im oberfränkischen Kronach. Loewe Produkte sind nicht nur bis ins Detail durchdacht, sondern auch langlebig. Modulare Technik, hochwertige Materialien, präzise Verarbeitung, regelmäßige Software-Updates und zeitloses Design garantieren die Nachhaltigkeit der Loewe Produkte.

Für weitere Fragen oder Informationen:

MARKENKULTUR

Malte Perlitz
Ruffinstr. 7
D-80637 München
Tel.: +49 (0)89 51 00 97 82
www.marken-kultur.com
malte.perlitz@marken-kultur.com

Loewe Technologies GmbH

Dr. Roland Raitzel
Industriestraße 11
D-96317 Kronach
Tel.: +49 (0)9261 99-217
www.loewe.tv
presse@loewe.de