

”

*Generell wird es bei uns immer internationaler – wir drehen schon lange in anderen Ländern, aber es beginnt gerade, dass wir auch für andere Länder drehen.*

**Thomas Andreasch**  
Geschäftsführer  
Factory Vienna

“

dann filmisch auch umsetzen können. Wir haben in all den Jahren mit Lutz Österreich in allen möglichen Lagen bereits gedreht: Wüsten, Ritterburgen, unter Wasser, über Wasser – wir haben alles Mögliche gedreht und trotzdem kommen immer wieder neue Ideen von der Agentur DMB. und da ist der Kreativität keine Grenze gesetzt. Das ist sehr schön und auch immer eine spannende Herausforderung.

**medianet:** Der Marketingverantwortliche, Herr Saliger, ist ja auch jemand, der einem da den Raum gibt und Dinge auszuprobieren, oder?

**Andreasch:** Ja, der das vor allem sogar fordert. Und das ist ja das Gute und die treibende Kraft, dass man dann nicht immer beim Gleichen bleibt, sondern da Kreativität einfordert.

**medianet:** Wie ist das mit Lutz Deutschland?

**Andreasch:** Lutz Deutschland ist ein ganz eigenständiger Kunde und eine ganz eigenständige Kampagne. Da drehen wir mit Matthias Schweighöfer als Testimonial und sind auch schon bei Staffel neun, die ist derzeit gerade in Vorbereitung und wir drehen das jetzt im Frühling in München.

Generell wird es internationaler bei uns – wir sind nicht nur in Österreich tätig, wir haben zwar schon immer viel in anderen Ländern gedreht, aber für andere Länder haben wir eben mit Lutz Deutschland die Zusammenarbeit und jetzt auch für Interwetten erstmalig mit Jung von Matt Sports Hamburg zusammengearbeitet, wofür wir gemeinsam in Bukarest gedreht haben.

**medianet:** Dafür wurden ja erstmalig auch aus Hollywood importierte Fix-Techniken verwendet ...

**Andreasch:** Ich beschäftige mich bereits sehr lange mit Virtual Production, die eigentlich aus dem Spieleumfeld kommt. Mittlerweile ist die Programmierung schon so weit, dass man damit wirklich realistische Hintergründe und Umgebungen erschaffen kann. Und bei der Zusammenarbeit mit Jung von Matt Sports konnten wir es gar nicht anders lösen, denn da waren wirklich zig Sportar-

ten darzustellen in sehr kurzer Zeit. Wir haben innerhalb von zwei Drehtagen sehr viele Settings realisieren müssen – von ganz oben am Berg bis zum Fußballstadion. Da haben wir dann die jeweils beste Technik für das jeweilige Set angewendet. Damit haben wir erstmals Virtual Productions im Stadion verwendet, wir konnten uns mit einer Kamera in einem Stadion bewegen in einem Curved LED-Volume, das auch mit Kamera-Tracking funktioniert, wo auch die Fokusdaten von der Kamera übernommen werden. Obwohl man in einem verhältnismäßig kleinen Studio – im Vergleich zum Stadion – steht.

”

*Mittlerweile ist die Programmierung der Virtual Production so weit, dass man damit wirklich realistische Hintergründe und Umgebungen erschaffen kann.*

“

**medianet:** Das ist ja historisch auch alles zusammengewachsen und man spart auch viel Geld, wenn man das an einem Tag an einem Set anbieten kann, oder?

**Andreasch:** Das stimmt, wobei da auch das Know-how extrem wichtig ist. Denn manche Formate gehen gar nicht zusammen, wenn ich aber Ahnung davon

”

*Die Herausforderungen sind, auch nach 20 Jahren der Zusammenarbeit, dennoch immer hoch, wie wir die Konzepte dann filmisch auch umsetzen können.*

“

habe, weiß ich wie ich aus 16:9 ein 19:16 machen kann – was ja immer gängigere Praxis ist. Das heißt, die Erfahrungen aus den unterschiedlichen Bereichen befruchten sich sehr gut und das kommt uns sehr entgegen.

**medianet:** Die Factory betreut auch sehr große Kunden wie XXXLutz, nicht nur in Österreich, sondern auch in Deutschland. Die XXXLutz-Kampagne gilt ja als eine der erfolgreichsten Kampagnen überhaupt und ihr habt da seit rund 20 Jahren dazu beigetragen ...

**Andreasch:** Es ist eine unglaublich lange Zusammenarbeit, die, glaub ich, weltweit ihresgleichen sucht. Die Herausforderungen sind aber dennoch immer hoch, wie wir die Konzepte



„Generell wird es internationaler“, so Thomas Andreasch im Interview.

Wir haben aber auch LED-Screens mit bewegten Hintergründen bespielt, um nicht klassisch Green Screen zu drehen, haben aber schon auch den klassischen Green oder Blue Screen verwendet sowie Background-Replacement und dann animiert. Und wir konnten alles inhouse bedienen, was mich am meisten gefreut hat.

Das gesamte Interview finden Sie auf: [www.tv.medianet.at](http://www.tv.medianet.at)