

Sondermodell " VW Touareg Kong "

Beitrag von „jamesbond“ vom 3. November 2005 um 16:33

PRESSEMITTEILUNG von VW

Volkswagen startet seine King Kong Kampagne

Touareg Kampagne beginnt mit TV-Spot am 1. November
Dreharbeiten am Set in Neuseeland

Wolfsburg, 31. Oktober 2005 - New York 1933, ein Riesenaffe wütet durch die Straßen, alles, was nicht niet- und nagelfest ist, fliegt durch die Luft – eine Szene aus dem neuen „King Kong“ von Peter Jackson, und mittendrin der Touareg. In ihm sitzt ein Crewmitglied, es bleibt natürlich unversehrt.

Mit diesem TV-Spot läutet Volkswagen die dritte Phase seiner Kooperation zum neuen Kinofilm „King Kong“ ein, die mit der exklusiven Online-Ausstrahlung des ersten King Kong-Trailers begann und dem Touareg „Kong“ Stand auf der IAA in Frankfurt fortgesetzt wurde. Der Spot wird vom 1. November an die folgenden Wochen auf allen großen deutschen TV-Kanälen zu sehen sein, ein „Making of...“ ist im Entstehen.

Es war schon einmalig genug, dass das Team seine Arbeit an dem Kinofilm unterbrach, um mitten in der Postproduktion von „King Kong“ einen Werbespot zu drehen. Es war alles straff organisiert in Neuseelands Hauptstadt Wellington, wo der Spot gedreht wurde. Peter Jacksons rechte Hand, Regisseurin Carolynne Cunningham, drückte aufs Tempo. Das Set hatte Oscar-Preisträger Dan Hennah in nur 14 Tagen aufgebaut, Kameramann Andrew Lesnie, ebenfalls Oscar-Preisträger, hatte mit seinen Beleuchtern das stimmungsvolle Licht einer New Yorker Winternacht geschaffen. In zwei Schichten a zehn Stunden, verteilt auf zwei Tage, war alles abgedreht. Bei dem wohl erfolgreichsten Team der Welt für Postproduktion, bei Weta Digital, wurden die Farben angeglichen, Ton und Geräusche unterlegt, und natürlich der Wüterich „Kong“ zum Leben erweckt. Mit den Animationstechniken, die auch beim Spielfilm verwendet werden, gelang es so, den Werbespot wie einen Teil aus „King Kong“ zu inszenieren.

Ungewöhnlich: Auch die Anzeigen-Kampagne wurde bei Weta Digital vervollständigt. Touareg, Crew, Wald, Gebirge, Lianen, der T- Rex – alles wurde zur Lebenswelt von Skull Island mit höchster Präzision zusammengefügt. Die Kampagne wird von Anfang November in zahlreichen deutschen Publikumstiteln geschaltet und auch auf <http://www.volkswagen.com> zu sehen sein.

„Wir wollten mit der Werbekampagne so nah wie möglich am Film bleiben“, sagt Volkswagen Marketingleiter Jörn Hinrichs. Die Agentur Grabarz und Partner entwickelte eine entsprechende Kampagne. Begeistert vom Drehbuch bot die Produktionsgesellschaft NBC Universal an, den Spot von Peter Jacksons Team am Set produzieren zu lassen. „Ein einmaliges Angebot, dem wir natürlich gerne zugestimmt haben“, erklärt Hinrichs.

Auch für NBC Universal war es ein ungewöhnlicher Schritt. „Wir stellen so sicher, dass alles so authentisch und nachvollziehbar wie möglich überkommt“, erklärt Stephanie Sperber, die Leiterin des Allianz Departments bei NBC Universal, „und das geht am besten, wenn Film und Spot die gleiche Handschrift tragen.“