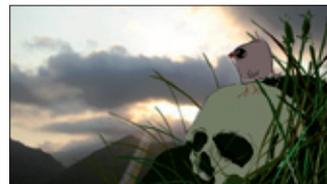
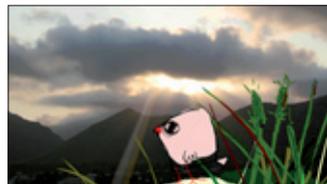

Internationaler Wettbewerb für 10-Sekunden-Animationen
4. Edition 2008



Tony Fleming, LAMENT



Alberto Viecelli, URSACHE UND WIRKUNG, 3. Preis MINIMOTION 2006

MINIMOTION
ACKERSTRASSE 1
8005 ZÜRICH

RUTH HELD 044 272 59 08
SOPHIA MURER 043 243 33 10
UWE LÜTZEN 078 648 36 66

INFO@MINIMOTION.CH
www.minimotion.ch

Was ist MINIMOTION?

MINIMOTION – WETTBEWERB FÜR 10-SEKUNDEN-ANIMATIONEN

Der Verein MINIMOTION führt jährlich ein internationales Festival mit einem Wettbewerb für sehr kurze Filme durch. Das Thema ist frei, die einzige Vorgabe ist die Länge von maximal 10 Sekunden und folgender Leitsatz:

Was kann in 10 Sekunden erzählt werden und wie? Ganz schnell? Oder der Kürze entgegengesetzt mit Reduktion und Langsamkeit? Reichen drei Bilder, um eine Geschichte zu erzählen, kann ein aufblitzendes Wort eine Geschichte sein, oder ein kurzes Flattern irgendwo im Bild? Soll überhaupt eine Geschichte erzählt werden, oder genügt ein kleines Ereignis, eine Sensation? Wann wird das Bild zur Animation?

Eine Jury bewertet die Arbeiten und prämiert die besten Animationen. Die Zuschauerinnen und Zuschauer vergeben einen Publikumspreis.

Eine Auswahl der eingereichten Arbeiten wird in der 4. MINIMOTION Edition am 23. November 2008 im Kino Riffraff in Zürich präsentiert.

Unser Ideal ist, dem kleinen Format zu maximaler Dichte und Tiefe zu verhelfen. Es ist einerseits kreative Herausforderung, doch zugleich formaler Schraubstock. - Genau dieser Bereich zwischen Ideal und Realität, zwischen High und Low, Kultur und Kommerz interessiert uns.



John Chan, LIFE IS ANIMATED, 2. Preis MINIMOTION 2005

MINIMOTION ist ein kleines Festival für sehr kurze Filme. Es basiert auf einem freien Wettbewerb mit Seitenblick auf die Welt der Werbung. Aus dieser Ecke kommt auch die Idee, respektive die Notwendigkeit, sich mit dem kurzen Format auseinanderzusetzen.



Claudia Schmauder, ERD, DIE BEERE

Ästhetische Überlegungen

WARUM 10-SEKUNDEN-ANIMATIONEN?

Es gibt durch die flächendeckende Einführung von Videobeamern in der Kinowerbung in allen Schweizer Kinos interessante neue Möglichkeiten. Da nicht mehr teure 35mm Kopien hergestellt werden müssen, ist es jetzt auch kleinen Gestaltungsbüros und Privatleuten möglich, kostengünstige Animationen mit Ton für den Kinogebrauch herzustellen.

10 Sekunden sind eine genormte Formateinheit, die im Werbekontext von Kinos gezeigt wird (Cinecom). MINIMOTION hat diese 10 Sekunden zum Thema erklärt, um der Form neue Inhalte zu erschliessen und geht damit ins Kino, um die Filme in einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen und zu diskutieren.

EINEN FREIRAUM ERSCHLIESSEN

Man kann das 10-Sekunden-Format der gewohnten Bildsprache überlassen. Man kann es aber auch durch innovative Gestalter/innen erschliessen, die es mit kulturellem Mehrwert füllen.

Der MINIMOTION-Wettbewerb bietet einen Freiraum für 10-Sekunden-Experimente. Hier können Gestalter/innen Bildsprachen entwickeln, die neue Erzähl- und Gestaltungsformen aufzeigen, damit diese den Weg zu einer wachsenden Öffentlichkeit finden.

EINE BILDSPRACHE FINDEN

Die allgemeine Tendenz zu schnellen und kurzen Filmchen in verschiedenen Bereichen (Internet, Handy-Filme, Projektionen im öffentlichen Raum etc.) birgt die Gefahr von Oberflächlichkeit. Dabei könnten diese kurzen Formate Spielwiesen sein für ungewöhnliche Versuche und Fingerübungen, vor allem in den Gebieten Illustration, Webdesign, Motion-Graphik.

Die kleinen, innovativen Computeranimationen aus diesen Bereichen wollen wir auch dieses Jahr wieder auf die Kinoleinwand bringen.

Es gibt eine allgemeine Tendenz zum Kurzen, Schnellen: Einerseits klein, kompakt, auf's Maximum reduziert - andererseits kurzlebig und oberflächlich.



Grrrr, DOWNTOWN



Georg Lendorff, ZU HANDEN MEINES PSYCHOTHERAPEUTEN

MINIMOTION versteht sich als Spielwiese und Übungsfeld für den sehr kurzen Film und möchte den Grenzbereich zwischen Animation und Standbild ausloten. Neue Ideen sollen einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden.

NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR GESTALTER/INNEN

Mit der Digitalisierung ermöglichen tiefe Produktionskosten (keine kostspieligen 35mm Kopien nötig, erschwingliche Hard- und Software) auch Gestalter/innen und Privatpersonen, die bisher keinen Zugang zum Medium hatten, einen bewegten Auftritt im Kino.

SENSIBILISIERUNG EINES BREITEN PUBLIKUMS

Ziel ist eine Sensibilisierung der Wahrnehmung durch Irritation der Sehgewohnheiten. Neue Möglichkeiten und Ideen sollen einem breiten Publikum zugänglich gemacht, an ihm überprüft und in der Folge weiter entwickelt werden.

Eine Plattform bieten

Mit MINIMOTION ist eine Plattform geschaffen, die Gestalter/innen und Menschen mit einer Idee zu neuen Wegen ermutigt und ein breites Publikum darauf sensibilisiert, sich der digitalen Bildflut nicht anspruchslos auszusetzen.

Nach der Ausschreibung des MINIMOTION-Wettbewerbs im Juni 2008 werden die Resultate im November 2008 im Kino Riffraff in Zürich der Öffentlichkeit vorgeführt und die besten Eingaben prämiert.

Im Verlauf des folgenden Jahres, versuchen wir, wie in den letzten Jahren, eine Auswahl der gezeigten Filme über verschiedene Kanäle weiter zu verbreiten (weitere Ausführungen auf der letzten Seite dieses Dossiers).

Die Eingaben des MINIMOTION-Wettbewerbs sind im Kino und auf der MINIMOTION.CH Website dem Publikum zugänglich. Die 10-Sekunden-Filme finden aber in der Folge zunehmend auch den Weg in innovative Formate und machen so ihren Weg durch die Öffentlichkeit.



Jordie Doubt, WAR, 3. Preis MINIMOTION 2005

Edition 2005

1. Edition im Rahmen von Fantoche 2005 – Internationales Festival für Animationsfilm (6. bis 11.09.2005)

GEWINNER 2005:

113 Eingaben insgesamt

1. Preis

METAMORPHO

von Jean-Claude Campell

Partner und Sponsoren: Bildwurf Kinowerbung, Fantoche, Migros Kulturprozent, www.cineman.ch

Jury: Sophia Murer (Grafik und Animation, www.murer.cc), Lars Hellmann (visueller Gestalter), François Chalet (Animationsdesign, VJ, www.francoischalet.ch)

2. Preis

LIFE IS ANIMATED

von John Chan

Weitere Auswertung

- MINIMOTION Siegerfilme mit der Fantoche Auswahlsschau auf Tournee durch diverse Schweizer Kinos

- DIE KLASSE, Buch-Projekt der Schule für Gestaltung Zürich, eine MINIMOTION-Auswahlsschau an der Buch-Vernissage im Walcheturm Zürich

3. Preis

WAR

von Jordie Doubt



Jean-Claude Campell, METAMORPHO, 1. Preis MINIMOTION 2005

Edition 2006

2. Edition als eigenständige Veranstaltung, Kino Riffraff, Zürich (29. 10. 2006)

Kurz & Gut: Spots für alle?

Podiumsgespräch unter der Leitung von Eric Facon (Kulturredaktor Schweizer Radio DRS 2) mit Ulrich Götz (Leiter Studiengang Gamedesign, Zürcher Hochschule der Künste), Annette Schindler (Kuratorin, Leiterin [plug.in], www.iplugin.org) Jean-Claude Campell (Kurz- und Kürzestfilmer)

GEWINNER 2006:

140 Eingaben insgesamt

1. Preis

FISHING WITH JOHN

von Paul Avondet

Partner und Sponsoren: Bildwurf Kinowerbung, Fantoche - internationales Festival für Animationsfilm, Sophia Murer, E-advertising, Kino Riffraff Zürich, Arthouse Commercio Movie AG, KinoK St. Gallen, Kult.Kino Basel, www.cineman.ch, www.playme.ch

Jury: Ulrich Götz (Leiter Studienbereich Gamedesign, Zürcher Hochschule der Künste), Claudia Blum (Grafik, Illustration, Animation, www.kabeljau.ch), Marco Fischer (Tronics Animated Design, www.tronics.ch)

2. Preis

KAFFEE

von Rafael Sommerhalder



Paul Avondet, FISHING WITH JOHN, 1. Preis MINIMOTION 2006

3. Preis

URSACHE UND WIRKUNG

von Alberto Viecelli



Rafael Sommerhalder, KAFFEE, 2. Preis MINIMOTION 2006

Weitere Auswertung

- Minimotion-Block als Loop im Kino Kunstmuseum, Bern (im Rahmen der langen Nacht der Museen)
- Filmtage Solothurn, Präsentation beim Brunch der Schweizer Trickfilmgruppe (STFG)
- Präsentation im Architekturforum an der Brauerstrasse, im Rahmen einer Zwischen-nutzung im Zusammenhang mit zwei weiteren Ausstellungen
- Fantoche 2007, Präsentation in einem Schaufenster beim Festivalzentrum
- Baden Kulturverein, Installation in einem Schaufenster der Badener Innenstadt
- WitiKino, Präsentation im Gemeinschafts Zentrum Witikon zum Thema Kurzfilm



Fantoche 2007, MINIMOTION Präsentation im Schaufenster der Buchhandlung Librium

Edition 2007

3. Edition als eigenständige Veranstaltung, Kino Riffraff, Zürich (25. 11. 2007)

Partner und Sponsoren: Bildwurf Kinowerbung, Migros Kulturprozent, Kino Riffraff, Zürcher Brockenhaus, Museum Bellerive, Les Videos, Blumen am Stauffacher

Jury: Ulrich Götz (Leiter Studiengang Gamedesign, Zürcher Hochschule der Künste), Megi Zumstein (visuelle Gestalterin, www.hi-web.ch, Dozentin HgKLuzern), Esther Eppstein (Kuratorin Message Salon, la Perla, Zürich)

Weitere Auswertung

- Minimotion-Programm am Montelly Film Festival in Lausanne
- Eine Auswahl von 5 Minimotion Arbeiten auf dem Online-Magazin der EWZ (www.powernewz.ch)

GEWINNER 2007:

117 Eingaben insgesamt

1. Preis

LOUIS

von Vanessa Riecke

2. Preis

DIZZYWORK

von Anka Schmid

3. Preis

HÜPF

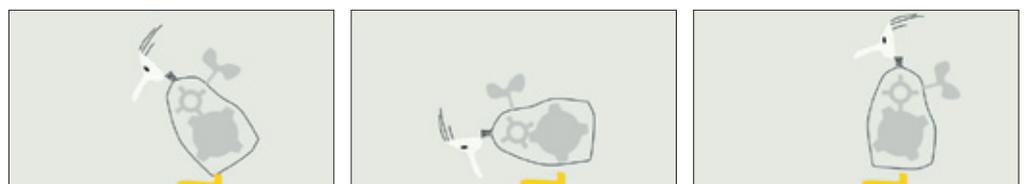
von Vanessa Riecke



Vanessa Riecke, LOUIS, 1. Preis MINIMOTION 2007



Anka Schmid, DIZZYWORK, 2. Preis MINIMOTION 2007



Vanessa Riecke, HÜPF, 3. Preis MINIMOTION 2007

Die geplante 4. Edition 2008

Veranstaltung im Kino Riffraff in Zürich am 23.11.2008

Aufbauend auf den Editionen der letzten drei Jahre soll auch im Jahr 2008 das Festival für den ganz kurzen Film stattfinden. MINIMOTION ist in den letzten Jahren gut bei den GestalterInnen angenommen worden, das zeigt uns die wiederholt hohe Zahl von Eingaben. Ausserdem hat sich das Publikumsinteresse jedes Jahr gesteigert.

Für die Edition 2008 haben wir uns folgende Entwicklungsziele gesetzt:

EINGABEN

Indem wir MINIMOTION auch international an Schulen und bei GestalterInnen kommunizieren, glauben wir das Niveau der Eingaben noch steigern zu können. Wir wollen schon bei der Ausschreibung mit gezielten Promotionsmassnahmen (Mailings und Kleinplakate fürs schwarze Brett), sowie direkten Anfragen bei GestalterInnen die Zahl und die Qualität der eingegebenen Filme noch erhöhen.

WERBUNG

Wir wollen weiterhin konzentriert und mit den erprobten Mitteln (Postkarten, Newsletter, Kleinplakate, Kinowerbung) für MINIMOTION werben. Wir setzen auf Mund-zu-Mund-Propaganda und wollen ein kostspieliges Werbebudget vermeiden.



Nadine Spengler, BIZEPS



Florian Grolig, MECHANISCHES PANOPTIKUM - BRUNHILD

MEDIEN

Mit gezielten Massnahmen soll MINIMOTION 2008, die ihm entsprechende Medienresonanz erhalten. Erwünscht ist, neben den Veranstaltungskalendern auch redaktionelle Artikel in ausgesuchten Medien zu erhalten (Züritipp, Tagesanzeiger, Das Magazin, NZZ).

PUBLIKUM

Wir wollen den hohen Publikumszuspruch im Rahmen des Möglichen (Es steht uns das Riffraff 1 für zwei Blöcke zur Verfügung) noch steigern. Das interessierte Publikum wird schon in der Phase der Ausschreibung angesprochen. Mit der Werbung und der entsprechenden Berichterstattung im Vorfeld von MINIMOTION werden noch möglichst viele ‚Kurzentschlossene‘ informiert.

Eine Neuerung für 2008 ist die Einführung eines Publikumspreises (neben den drei Jury-Preisen). Ad hoc kann das Publikum entscheiden, welcher Film ihm am besten gefallen hat.

WEBSITE

Und wie jedes Jahr soll das Filmarchiv mit den neuen Beiträgen ergänzt werden. So sind alle Eingaben seit 2005 für die Öffentlichkeit zugänglich.

WEITERE AUSWERTUNG

Wie in den letzten Jahren werden wir nach Möglichkeiten suchen, die 10-Sekunden-Filme auch nach MINIMOTION 2008 zu zeigen. Die Weiterverbreitung soll über möglichst verschiedene Kanäle laufen (Abklärungen werden gemacht).

Hier eine vorläufige, erweiterbare Auswahl:

- Kurzfilmnacht (SWISS FILMS)
- Flausen (www.flausen.ch)
- Intermezzi auf den E-boards in den Schweizer Bahnhöfen
- In Schweizer Kinos (zwischen die Werbung gestreut)
- Erschliessung neuer Kanäle
(Bildschirme im öffentlichen Raum, Handy, Fernsehen)

PARTNER UND SPONSOREN

Wir wollen für 2008, aufbauend auf den vorangegangenen Jahren, den Kreis der Partner und Sponsoren ausbauen.

Zugesagt haben:

Kino Riffraff, Bildwurf Kinowerbung, Cinergy (www.cineman.ch)
Bernet PR AG für Kommunikation, EWZ

Angefragt werden:

- E-advertising (Partner 2006)
- Schweizerische Studiokinos (Partner 2006)
- Fantoche (Partner 2005 / 2006)
- Migros Kulturprozent (Preisstiftung 2005/ Sponsorenbeitrag 2007)
- Stadt Zürich
- Alfred Richterich Stiftung
- Apple / Dataquest
- Lily's / Veloblitz / Blumenladen „Garten Eden“
- Zürcher Brockenhaus (Preisstiftung 2007)
- Videothek „Les Videos“ (Preisstiftung 2007)

Verein MINIMOTION (Vorstand)

Ruth Held - Co-Präsidium

1993 Abschluss der Grafikfachklasse an der Schule für Gestaltung Zürich. Ab 1994 freischaffende Gestalterin. Seit 1998 vorwiegend im unternehmerischen Bereich tätig. Knotenpunkt des Netzwerkes Bildwurf, welches im Umfeld Kinowerbung an die Öffentlichkeit tritt. Seit 2002 regelmässige Projekte an der F+F, Schule für Kunst und Mediendesign.

Sophia Murer - Co-Präsidium

1991 Abschluss der Grafikfachklasse an der Schule für Gestaltung Zürich. Arbeit im Ausstellungsbereich, Zoologisches Museum ZH. Seit 1993 freischaffende Gestalterin. 1995 bis 2003 Grafikbüro in New York. Seit 2004 Büro für Grafik+Animation in Zürich, Schwerpunkt Kurzanimationen und Filmtitel. Seit 2008 Animation Projekte an der Kunsthochschule Wetzikon.

MINIMOTION
ACKERSTRASSE 1
8005 ZÜRICH

RUTH HELD 044 272 59 08
SOPHIA MURER 043 243 33 10
UWE LÜTZEN 078 648 36 66

INFO@MINIMOTION.CH
www.minimotion.ch

Uwe Lützen - Beisitz

Studium Filmwissenschaft/Germanistik in Zürich und Amsterdam. Arbeit als Dramaturg und Regisseur am Theater. Ausserdem in der Kulturkommunikation. 2003 bis 2007 Leitung des Bereichs Marketing & Medien bei FRENETIC FILMS (Verleih) bzw. PROCHAINE - Agentur für Filmpromotion. Seit 2007 freischaffender Autor für Kino und Bühne.