

Preiswert filmen in Hollywood-Qualität

26.04.2006, 08:19 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH*
Presseagentur: *Zeeb Kommunikation*



Movietube LT mit Kamera

Filmlook statt Videolook: Die Kamerasysteme des Stuttgarter Unternehmens Kinomatik ermöglichen "große Filme" mit kleinem Budget

Jeden Tag werden im Fernsehen aufwändig produzierte Musikvideos oder Werbeclips gesendet, die viel Geld gekostet haben. Produktionsfirmen mit geringem Budget hatten bisher wenig Chancen, an solche Aufträge zu kommen. Ein Unternehmen aus Stuttgart schafft Abhilfe: Die Kameramänner Jürgen Killenberger, Frank Wurster und Dietmar Ratsch gründeten im Jahr 2002 die "Kinomatik" und entwickelten das Adaptersystem "Movietube". Dieses eignet sich besonders für Digitalkameras und ermöglicht es jedermann, Musikvideos und Soaps in Kino-Qualität zu produzieren. Inzwischen vermieten Verleihhäuser auf der ganzen Welt diese Technik; vor allem Kunden in den USA schätzen das Adaptersystem. So war die zweite Charge schon ausverkauft, noch ehe sie produziert war. Für die dritte Charge wurde die Stückzahl deshalb verdreifacht. Ende April präsentiert sich Kinomatik auf der weltweit größten Filmtechnikmesse in Las Vegas.

Popsänger Ben hat es vor kurzem bewiesen: Auch mit einem bescheidenen Budget können Musikvideos in Kino-Qualität gedreht werden. Beim Video-Dreh benutzte sein Regisseur das neue Kamerasystem "Movietube" aus Stuttgart, das die Filmwelt revolutionieren könnte. Angefangen habe man "bei Null", sagt Kameramann Jürgen Killenberger, einer der drei Gründer von Kinomatik. Gemeinsam mit den Kollegen Frank Wurster und Dietmar Ratsch hatte er die Idee, innovative Filmtechnik für Kameras zu entwickeln, zu produzieren und zu vermarkten. Alle drei kannten sich in der Filmbranche aus - und wussten, welche filmtechnischen Geräte sich Kameramänner wünschten. Die Banken waren allerdings skeptisch, das benötigte Startkapital war zunächst nicht zu bekommen. Doch Killenberger, Wurster und Ratsch gaben nicht auf und gründeten Mitte des Jahres 2002 mit eigenem "Risikokapital" ihr Unternehmen. Allein in die Entwicklung steckten sie über 150.000 Euro. "Damit waren wir sozusagen zum Erfolg verdammt", sagt Jürgen Killenberger. Die entstandene Unternehmensstruktur ist übersichtlich: Neben den drei Gründern ist der Londoner Distributor Carey Duffy, der alle Anfragen und Aufträge bearbeitet, der wichtigste Mann. Diese Aufgabenverteilung erlaubt es Killenberger, Wurster und Ratsch, weiterhin auch als Kameramänner zu arbeiten. "Für die Weiterentwicklung der

Produkte ist das enorm wichtig", sagt Killenberger. Mittlerweile ist Kinomatik zu einem der führenden Anbieter von optischen Mattscheiben-Relaisystemen geworden.

Anspruchsvolle Filme für wenig Geld

Von der Patentanmeldung über die Prototypenherstellung bis zur Kleinserie dauerte es drei Jahre, bis das Adaptersystem "Movietube" für Digitalkameras in Serie gefertigt werden konnte. Heute können professionelle Kameramänner, aber auch Halbprofis und Laien gewöhnliche Digitalkameras wie Mini-DV- oder HDV-Kameras mit dem "Movietube"-Aufsatz aufrüsten; dadurch haben sie die Möglichkeit, hochwertiges Zubehör wie Objektive oder Schärfenzeheinrichtungen für 35-Millimeter-Kameras einzusetzen, was bisher undenkbar war. So bekommt der Zuschauer später "Filmlook" statt "Videolook" zu sehen. "Das ist in der Filmszene derzeit sehr angesagt", sagt Jürgen Killenberger. "Für wenig Geld produzierte Musikvideos, Werbespots und Low-Budget-Filme können mit gleichem Bildwinkel und gleicher Schärfe wie Spielfilme gedreht werden und wirken wie teuer produzierte Kinofilme." Für Kinomatik war es vor allem wichtig, "Movietube" als modulares System zu entwickeln, das den Kunden einen finanziellen Spielraum ermöglicht. So bieten die Stuttgarter die Einstiegsvariante "Movietube LT" schon für weniger als 7.000 Euro an, die nachträglich mit geringem Aufwand zur "Movietube ST" aufgerüstet werden kann. Beim Design des "Movietube" wurde im Interesse der Kameralente besonders auf die Ergonomie geachtet.

Weltweites Interesse sorgt für volle Auftragsbücher

Nachdem Kinomatik Mitte 2005 mit der Vermarktung des "Movietube" begonnen hatte, waren bis zum Jahresende alle 20 Exemplare der ersten Charge verkauft, und das junge Unternehmen konnte das erste Jahr mit einer erfreulichen Bilanz abschließen. Die zweite Charge, die derzeit noch produziert wird, ist bereits restlos ausverkauft - ein großer Kameraequipment-Verleiher aus den USA hatte sich den größten Teil reservieren lassen. Die wichtigsten Kunden sind Verleihhäuser, die Kameras an Produktionsfirmen von Musikvideos, Werbeclips oder Daily Soaps vermieten. "Unsere Kunden sitzen in Deutschland, England, den USA, Belgien, Südamerika, Japan, Indien - also wirklich weltweit", erklärt Killenberger stolz. In Ecuador etwa wurde jüngst eine Daily Soap mit "Movietube" gefilmt. Für den "Movietube" wurde Kinomatik im vergangenen Jahr mit dem "Innovationspreis der Filmförderung" der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet. "Die Aufnahmen nähern sich so in ihrer Stimmung und Qualität dem großen Film an - und bleiben mit ihren Kosten trotzdem in der günstigen Welt der digitalen Bilder", hieß es in der Begründung der Jury. Das Preisgeld von 25.000 Euro wurde umgehend in die Weiterentwicklung des Produkts gesteckt.

Mit "Made in Stuttgart Region" auf Erfolgskurs

Obwohl es günstiger gewesen wäre, Teile von "Movietube" in Indien oder China herstellen zu lassen, entschieden sich Killenberger, Wurster und Ratsch bewusst für "Made in Germany" - "Made in Stuttgart Region", um genau zu sein. Besonders ausländische Kunden wissen es zu schätzen, dass alle Bestandteile von "Movietube" aus Deutschland stammen. "In den USA ist dieses Made-in-Germany ein wertvolles Aushängeschild, das wir nicht aufs Spiel setzen wollen", erklärt Jürgen Killenberger. "Deshalb sind wir froh, unseren Kunden versichern zu können, dass alle Komponenten unseres Produkts in Deutschland hergestellt werden."

Für die kommenden Jahre rechnet Kinomatik mit einer kräftigen Nachfrage und signifikanten Gewinnzuwächsen. Die dritte Charge wird bereits 60 Adaptersysteme umfassen; außerdem sind weitere Produkte schon in Planung. Nachdem Jürgen Killenberger Ende April die weltweit größte Filmtechnikmesse in Las Vegas besucht hat, sollen Roadshows und weitere Messeauftritte das Unternehmen noch bekannter machen. "Kinomatik wird sich in diesem Jahr auf neun Messen präsentieren, je mehr Präsenz wir zeigen, desto interessanter wird es," ist Killenberger überzeugt. Zu den Events, auf denen Kameramänner den "Movietube" erleben können, gehören die Filmtechnikmesse International Broadcasting Convention (IBC) in Amsterdam und die Cine Gear Expo in Los Angeles.

zk-mw

Digitale Fotos können angefordert werden bei Zeeb Kommunikation,
Tel. 0711-6070719,
E-Mail: info@zeeb-kommunikation.de oder Download unter
www.region-stuttgart.de

Herausgeber:
Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH
Helmuth Haag
Friedrichstraße 10, 70174 Stuttgart
Tel. 0711-22835-13, Fax 0711-22835-888
E-Mail helmuth.haag@region-stuttgart.de

Portrait

Kinomatik GbR:
Jürgen Killenberger, Auf der Altenburg 7, 70376 Stuttgart,
Tel. 0172-7113588 , Fax 01805-06033424144,
E-Mail killenberger@bildmanufaktur.de

News-ID: 84713 • Views: 2734 (Stand: 12.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:
<https://www.openpr.de/news/84713/Preiswert-filmen-in-Hollywood-Qualitaet.html>