



Client : AVR Association Nationale des Victimes de la Route

Projet : Sensibilisierungsspot | Initialen Aarbechtstitel: Don't drink and drive

Cible : Grand Public
Ufanks geplangten Distributiounskanäl:
Internet • Social Media Plattformen • YouTube

Uspriechpartner : Laurent ERNZER Tel.: +352 621 27 93 37
Executive Producer E-mail : laurent@frameart.lu
frameart.lu

Cast & Crew :

Schauspiller : Elisabet JOHANNISDOTTIR
Leo FOLSCHETTE
Charles MULLER
Timo WAGNER
Francis MERTENS

Produktiounsfirma : FrameArt Media S.à r.l.
Realisateur : Andy BAUSCH
Produzent : Laurent ERNZER | FrameArt Media
Kreatioun a Konzeptioun : Bruno REINBOLD | Scalp • FrameArt Media
Bild a Luucht (DoP) : Marco JAHN | FrameArt Media
Kameraassistenz, Grip a Lucht : Steffen ASEL | FrameArt Media
Nuhan ALP | FrameArt Media
Bartosch ZAISCH | FrameArt Media
Angie CELIC | FrameArt Media
Pascal GEISLER | FrameArt Media

Toun : Céline BODSON
Scouting an Dekoren : Laurent ERNZER | FrameArt Media
Kostümer : Caroline KOENER
Maquillage : Sophie GARLINSKAS
Schnëtt : Julius HEIMBACH | FrameArt Media • Andy BAUSCH
Postproduktiounssupervioun : Julius HEIMBACH | FrameArt Media
Colorist : Marco JAHN | FrameArt Media
Toundesign an Tounmëschung : Tom WINANDY
Ënnertitel : Jean-Pierre THILGES
Helping Hands : Georges CLASEN • Markus ALTMAIER
Zousazequipment : ARRI Luxembourg • Régielux • ERI S.A. • Commune de Grevenmacher
Location : ArcelorMittal Schifflange / Esch-sur-Alzette



Eis ganz perséinlech Ambitioun an d'Entwécklung vum Projet

Nodeems FrameArt virun e puer Joer schonn eng Kéier e Spot fir d'Association Nationale des Victimes de la Route realiséiert huet, ware mir houfereg, dass d'AVR eis nees hirt Vertraue geschenkt huet a fir de Spot vun hirer neier Campagne och erëm op eis zoukomm ass.

De But war et en impaktvollen Sensibiliséierungsspot (Online ±60 Sekonne laang) géint Alkohol am Stroosseverkéier ze produzéieren, mat dem säitens der AVR maximal méigleche Budget an Héicht vun ±10.000€.

Nieft dem Engagement fir e gudden a wichtigen Zweck, huet eis och ganz besonnesch den Challenge gereizt Inhalter ze kreéieren, déi beréieren, opwullen, ze denke ginn a bëschtfalls och en nohaltegen, positiven Afloss op d'Verhale vum Spectateur hunn. Zudeem hu mir et als Chance gesinn, ouni Uso an ouni bestoend Konzept vun enger Agence de Pub oder Agence de Communication, eis Kreativitéit a Passioun ze demonstréieren. Souzesoen eng „Carte Blanche“ pour la bonne cause.

Aus der Experienz eraus war et eis schnell kloer, dass mir, mat begrenzte finanzielle Mëttel, eis Visioun vum geeignete Spot mat der gewënschter Wierkung, schwéier realiséiere kéinten. Also hu mir als Produktionsfirma (op Eegeninitiative) relativ spontan decidéiert, mat Hëllef vun engem eegene finanziellen Invest a Bästellige méi wëllen ze bewierken an eis Chance richteg ze nutzen.

FrameArt steet säit ronn 10 Joer fir Qualitéit an och mäi perséinlechen Usproch gouf duerch meng Experienz bei engem groussen däitsche Verlagshaus, der däitscher Télee, beim Theater a Kino staark geprägt. Sou entstoung bei eis praktesch vun ëlleg de Wonsch no engem méiglechst héijen Niveau vum Projet, vun de Biller, der Story, dem Schauspill – vun der Ëmsetzung am Allgemengen.

Ma och mir si just esou gutt ewéi eist Team! A well et an eiser Branche üblech ass seng Kontakter a Reseauen ze nutzen, gutt Frëndschaften a Partnerschaften ze pflegen, awer och nei Collaboratiounen anzegoen, hu mir net lang missten iwwerleeën, wéi eist perfekt Team kéint ausgesinn. Allerdéngs war eis zu deem Zäitpunkt nach net kloer, dass eis kreativ Frënn, Partner an Dëngschleeschter genausou liicht a staark fir de Projet ze begeeschtere wieren, wéi dat dunn tatsächlech de Fall war an och nach ëmmer ass.

Dohier un dëser Plaz nach eng Kéier e riesege Merci un all déi Frënn, Kollegen a Partner, déi eis, oder besser gesot de Projet, fir de gudden Zweck, deelweis gratis, ouni richteg Gagen oder zu aussergewöhnleche „Prix d'Amis“ mat enormen Asaz, Engagement a grousser Leidenschaft ënnerstëtzt hunn. Dat fëngt un bei der Kreatioun a Konzeptioun, geet iwwert d'Realisatioun bis hin zu de Schauspiller. Och net ze vergiesse su munch aner Remise bei Drëtdëngschleeschter.

E ganz grouse Merci gëllt hei eisem „Partner in Crime“ dem Andy BAUSCH. D'Zesummenaarbecht mam Andy ass all Kéiers nees eng Beräicherung fir dat ganz Team an dem Andy seng perséinlech Nout deet dësem Projet ganz besonnesch gutt.

Ma ech fannen d'Resultat kann sech wierklech weise loossen an dat an alle Beräicher. Villmools Merci un e grandios Team.

Mir wollten en ergräifende Sensibiliséierungsspot a Kinoqualität realiséieren an eise groussen Wonsch war et vun Ufank un e Partner ze fannen, deen dem Projet déi néideg an awer och verdéngten Campagne a Portée schenke kéint. D'Reichweite, déi formidabel Distributioun vum Spot an der Campagne hu mir dem Ministère de la Mobilité et des Travaux publics, dem Här François BAUSCH a ganz speziell der Madame Dany FRANK an hirer Ekipp ze verdanken. Villmools Merci!

Och wéilte mir eis nach eng Kéier ganz härezech bei der AVR fir hir Initiative, hirt Vertrauen an déi super Zesummenaarbecht bedanken.

Ech wënschen eis alleguer vun Häerzen, dass d'Campagne déi néideg an déi gewënschte Wierkung bei de Chauffeuren huet a vläicht och su munchen Net-Chauffeur sech drun erënnert, wat zevill Alkohol am Allgemengen urriichte kann.

Laurent ERNZER
FrameArt Media
19.06.2020