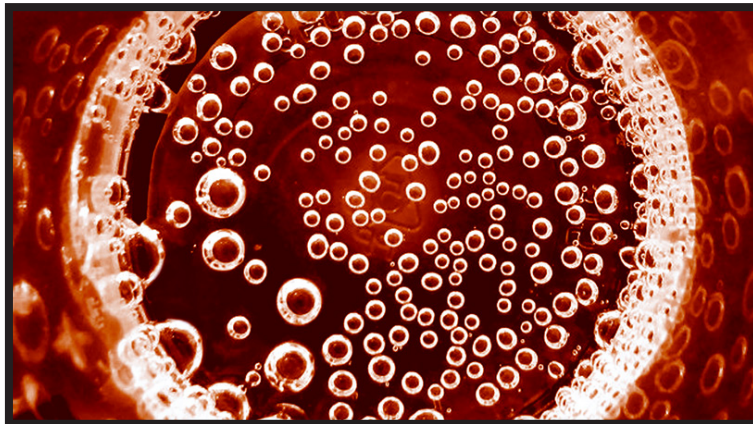


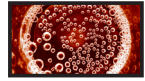
soda.film

FILMPRODUKTION BERLIN



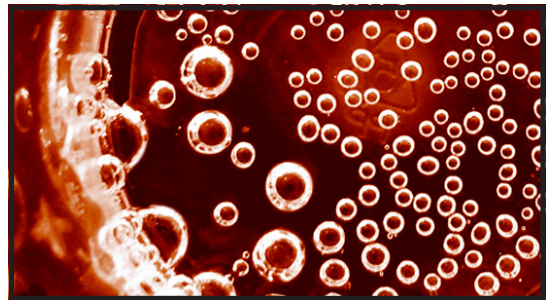
PRESS KIT

www.sodafilm.de | kontakt@sodafilm.de | +49.30.4208.6622



Philosophie:

Soda - im Prinzip die Fusion von Wasser und Luft, im metaphysischen Sinne die Vereinigung der scheinbar unvereinbaren Gegenpole Gefühl und Verstand. Soda ist prickelnd und erfrischend. Als Grundbaustein von Dynamit ermöglicht Soda dessen sichere Handhabung und als Bestandteil von Glas sorgt es für Durchblick.



Fokus und Ziel:

Wir von **soda.film** entwickeln und realisieren Filme über sozial(kritisch)e Themen. Wir lieben das Internet und innovative Formate, aber auch das klassische Kino. Daher liegt unser Fokus auf der **Verbindung** scheinbar unvereinbarer Gegensätze: Internet und Kino, Natur und Technik, Kunst und Kommerz, Herz und Verstand...

Unser Weg dorthin führt über die Produktion unterschiedlichen Contents für verschiedene Kanäle aus einem einzelnen Projekt (z.B. Kurzfilm, Kino-Doku, Musikvideo, Comic, Micromovie, Web-Handy-Serie, eBook, Handy-App...), sprich: **CROSSMEDIA**.

Unsere Ziele: erfrischend prickelnde Filme, sichere Handhabung explosiver Themen, Aufklärung und Durchblick, soziale Verantwortung!



Social Entrepreneurship:

soda.film ist ein 'Social Enterprise'. Wir wollen als Unternehmen Verantwortung tragen und einen Beitrag leisten zur Mitgestaltung unserer Gesellschaft, bzw. andere (Unternehmen, Organisationen...) bei ihrer sozialen Mission unterstützen. Alle Gewinne verbleiben im Unternehmen und werden in die Produktion weiterer sozialer Film-Projekte gesteckt.

(z.B. '7 Stufen', ein Spielfilm, bei dem Straßenkinder vor und HINTER der Kamera mitwirken)

Crossmedia | Zwischen den Welten:

Web 2.0, Social Media, Mobile Entertainment... täglich revolutionieren neue Technologien die Medienbranche. Man weiß gar nicht, auf welchen Zug man zuerst aufspringen soll, denn schon morgen kann alles wieder veraltet sein, das eigene Firmenkonzert überholt. Und wer auf zu vielen Hochzeiten tanzt, gerät allzu schnell außer Atem.

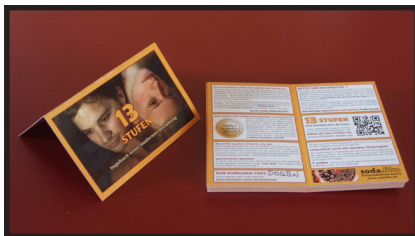
Darum wollen wir von **soda.film** nicht auf einen fahrenden Zug aufspringen, sondern einen Bahnhof an einem Knotenpunkt errichten. Knotenpunkte sind von jeher kulturell und wirtschaftlich interessant!

Dort, am Knotenpunkt zwischen verschiedenen Richtungen, entsteht etwas Neues:

Brücken zwischen Welten!

Gestern, heute...

soda.film hat bereits durch den erfolgreichen Kurzfilm '13 Stufen' eine Brücke errichtet zwischen Welten, zwischen mobiler und klassischer Unterhaltung! Der Film erzählt die Geschichte einer modernen Liebesbeziehung episodisch: in 13 kurzen Sequenzen, die aufeinander aufbauen, aber in sich abgeschlossen sind. Man kann den Film am Stück im Kino anschauen oder auf dem Smartphone nach jeder 'Stufe' pausieren, häppchenweise beim Warten auf den Bus oder anstehen in einer Schlange. Diese neue Erzählstruktur ist wie geschaffen fürs Mobile Entertainment, schließt aber eine klassische Auswertung in Kino und TV nicht aus, im Gegenteil: '13 Stufen' wurde in 5 europäischen Ländern im TV ausgestrahlt, im Moment von Promotern auf der Straße direkt an Passanten verkauft als DVD und Download-Code, mit dem man den Film direkt aufs Handy laden kann. Die Produktion der DVD wurde komplett durch Crowdfunding finanziert.



Download-Code



DVD downloaden und brennen



Comic '7 Stufen'

... und morgen?

Geschickt eingefädelt kann Crossmedia, die Brücke zwischen den Welten, zu einem Synergie-Effekt führen! Wir arbeiten an der Entwicklung weiterer 'Stufen-Projekte', für die jeweils neben der klassischen **gleichzeitig** eine innovative Auswertung als Web-Serie, Comic, eBook, oder Micromovie, etc... geplant ist:

- **'7 Stufen: vom Straßenfeger zum Entertainer'**

(Spielfilm, bei dem Straßenkinder mitwirken + Doku über die Entstehung des Projekts, Vorbereitung und Coaching der Teilnehmer)

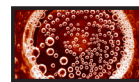
- **'18 Stufen auf dem Weg zum Erwachsenwerden'**

(wie 7 Stufen, nur mit Kindern)

- **'Die 6 Seiten eines Problems'**

(8-teilige Doku-Serie, eBook und Psychotest zum Thema 'Problem- und Konfliktlösung')

Dieses mobil-taugliche Stufen-Prinzip soll zum Format und zum Markenzeichen von **soda.film** werden.



Content is King!

Als Youtube noch neu war, konnte es durch den Status 'Kuriositätenkabinett' schnell berühmt und reich werden. Doch die Unmengen an wahllosem, sich ständig wiederholenden 'user-generated content' wurden schon bald langweilig und urheberrechtlich bedenkliche Inhalte schreckten seriöse Werbekunden ab.

Die Möglichkeit, Videos im Internet zu schauen, hat aber die Sehgewohnheiten und das Konsumverhalten vieler Menschen drastisch verändert. Man erwartet heute schon förmlich von einem Unternehmen / einer Organisation, sich und seine Produkte oder Projekte durch Videos online zu präsentieren! Wer keins hat, ist im Nachteil, denn der Mitbewerber mit einem (besseren) Video ist nur einen Klick entfernt!

Mobile Entertainment:

Inzwischen gibt es daran natürlich keinen Zweifel mehr: Breitband-Internet wird schon bald das konventionelle Fernsehen ablösen.

Doch Videos für mobiles Internet haben einen anderen Zweck als fest im Wohnzimmer installierte Heimkino-Anlagen mit Internetzugang:

der 'abendfüllende' Spielfilm ist für die Kaffeepause ebenso ungeeignet wie das tränenrührende High-Gloss-Drama auf dem SmartPhone in der U-Bahn.

In den kommenden Jahren werden immer mehr Menschen morgens ihre Zeitung auf einem handlichen Gerät, einem tablet (z.B. iPad) lesen. Und dieses Gerät kann und will Videos abspielen, die direkt in diese elektronische Zeitung integriert sind! (Wie weit das schon gehen kann: youtu.be/LV-RvzXGH2Y)

Die Qualität von 'mobilen' Internet-Videos wird also von anderen Faktoren bestimmt, als die von Filmen für die große Leinwand oder den HD-Fernseher mit Dolby Surround. Ein erfolgreiches, für mobile Nutzung optimiertes Video ist kurz, interessant, witzig; es steht thematisch in einem Kontext (z.B. in einem eBook); es ist ein Micromovie, ein Trailer, ein Musikvideo, ein Viral-Spot... **ein soda.film!**



Daniel Boehme, CEO (www.danielboehme.com) gründet mit 15 seine erste Band, leitet mit 16 eine eigene Tanzgruppe und arbeitet schon während der Schulzeit als Grafikdesigner. Bald kommt er zur Filmmusik, darüber zum Drehbuch, verdient seine Brötchen nebenher als Webdesigner und programmiert und designt in seiner Freizeit Erweiterungen (mods) für Games.

Durch sein Interesse an den Bereichen Film, Webdesign und Game-Development hat er gelernt, mit neuen Technologien zu arbeiten und Möglichkeiten 'grenzüberschreitend' zu kombinieren.