

Kurzfilm



Ruhestörung

Frankfurt am Main , 2010 12` 10 Minuten

Regie/ Realisation David Sarno **Kamera** Andreas Bergmann **Szenebild** Susanne Hiller und David Gonter **Mit** Axel Hartwig, Beat Wittwer u.a

Ein Fremder erreicht spät in der Nacht ein abgelegenes Hotel, um sich von den Strapazen einer langen Autofahrt zu erholen. Schon beim Betreten des Foyers bemerkt er, dass, etwas nicht stimmt.

www.goldhamsterfilm.de/kinoprogramm.pdf



Ruhestörung



Kurzfilm



ALLES WAS MAN FÜR EIN HOTEL/ EINE EPISODE BRAUCHT IST EINE FRAU UND EINE NACHT

(Neorealistisch-experimenteller Kurzfilm, 2009) (DVCPPro 50; 16:9; Farbe/SW; 6,02 min) Frankfurt am Main

Realisateur Jos Diegel **Kamera** Nina Werth **Set-Design** Susanne Hiller **Es spielt** Eva Gräbeldinger **Regieassistentz** David Sarno
Kamerassistentz Yehonatan Levin-Richter **Licht** Ivan Robles **Ton** Tobias Hermann **Maske** David Gonter **Aufnahmeleitung** Eva Becker
Produktionsleitung Elias Film/ Jana Ilieva

IN EINEM HOTELZIMMER IN IHRER NÄHE. Eine junge Frau in einer alltäglichen Situation. Sie befindet sich im Bad. Als sie heraustritt, sieht man sie ist legere bekleidet. Sie telefoniert. Während die junge Frau telefoniert, posiert sie. Vor dem Spiegel und streift durch den Raum. Zum Fenster. Legt sich auf das Bett und reibt die Beine aneinander. Blättert durch ein Buch. Langweilt sich. **LANGeweile ist konterrevolutionär.** Willkommen in der Wüste der Wirklichkeit. Wir wollen doch auch nicht den ganzen Tag die Welt verändern.



ALLES WAS MAN FÜR EIN HOTEL/ EINE EPISODE BRAUCHT IST EINE FRAU UND EINE NACHT



Spielfilm

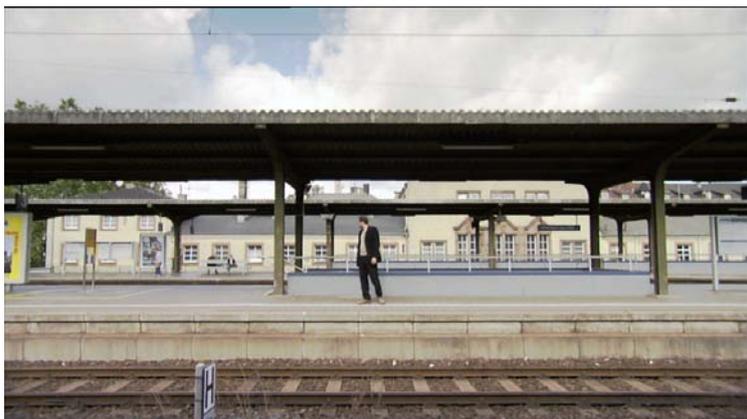


Kein Heldentum und keine Experimente. Wir rufen gerne ein Taxi. ...Taxi!...Taxi!

Real-Fiktion, Video (DVCPro50),16:9, Farbe, ca.45.Min) Frankfurt am Main , 2010

Regie/ Realisation Jos Diegel **Kamera** Nina Werth **Szenebild** Susanne Hiller **Mit** Stefko Hanushevsky, Sebastian Schindegger, Sascha Icks, Heide Hoffmann, Christoph Maasch, Eva Gräbeldinger, Jean Claude Mawila, Jörg Ritter, u.a.

Ein Film so postdramatisch wie sein Titel. Dokumentarisch und fiktional sogleich, spielen die Protagonisten ihre Rollen und besprechen uns dokumentieren den Film selbst zugleich in fünf Episoden, die sich einander abwechselnd und auf einander reagierend durch den Film ziehen.



**Kein Heldentum und keine Experimente. Wir rufen gerne ein Taxi.
...Taxi!...Taxi!**



MIGROS Imagespots



Respect

Zürich Mai 2009

Regie The Vikings **Agency** Jung Von Matt **Produzent** Wildfremd **Company** BigFish Film Produktion **Set-Design** Scherz Delighted
Künstlerische Mitarbeit-Set-Design Susanne Hiller

Migros, die größte Supermarktkette in der Schweiz hat einen neuen TV-Spot namens „Respekt“ ins Leben gerufen. Der Slogan sagt: „Respektieren Sie die Natur und irgendwann Natur revanchieren“ bedeutet, dass die Migros bedeutet die Natur zu respektieren und aus diesem Grund können sie qualitativ hochwertige Produkte anzubieten. Der Spot zeigt einen Sonntagmorgen in einem Bauernhof, wo alle Tiere zu achten ihrem Meister eine Menge, weil sie einander ruhig zu bleiben, um nicht, ihn zu wecken helfen.

www.funnycommercialsworld.com/migros-commercial-respect-3731.html



MIGROS Imagespots

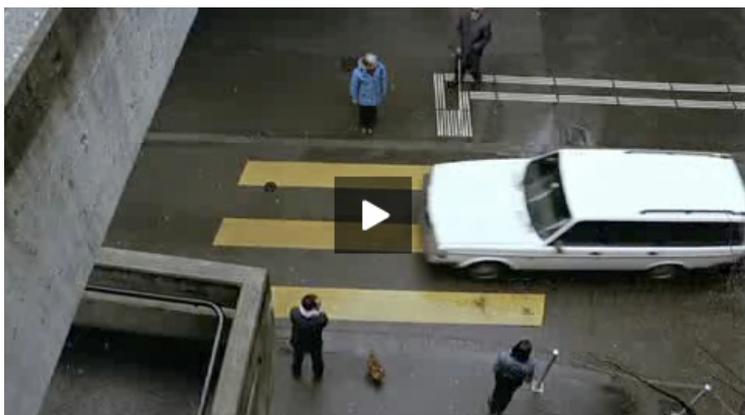


Chicken

Zürich März 2009

Regie The Vikings **Agency** Jung Von Matt **Produzent** Wildfremd **Company** BigFish Film Produktion **Set-Design** Scherz Delighted
Künstlerische Mitarbeit-Set-Design Susanne Hiller

Der erste der beiden Filme unterstreicht die Migros Bio- und Frischekompetenz. Wir begleiteten ein Huhn auf seinem alltäglichen Arbeitsweg. Es verlässt früh morgens seinen schönen Biohof und wackelt zielstrebig in die Stadt zur nächsten Migros Filiale, wo es ein Ei direkt in die Packung legt. Der Spot wurde mit einem echten Huhn in der Schweiz gedreht. **14.04.2009 Werbewoche - Wochenzeitung für Marketing, Werbung und Medien**



MIGROS Imagespots



Potato

Zürich März 2009

Regie The Vikings **Agency** Jung Von Matt **Produzent** Wildfremd **Company** BigFish Film Produktion **Set-Design** Scherz Delighted
Künstlerische Mitarbeit-Set-Design Susanne Hiller

Der zweite Film bewirbt den starken Regionenbezug der Migros. Eine Kartoffelbauernfamilie in ihrem Alltag. Hier konnten die Vikings ihr Talent zur skurrilen Inszenierung unter Beweis stellen. Denn die Identifikation der Bauern mit ihrem eigenhändig hergestellten Gemüse scheint so tief zu gehen, dass sich selbst Ihre Nasen den Kartoffeln angeglichen haben. **14.04.2009 Werbewoche - Wochenzeitung für Marketing, Werbung und Medien**

