



KLIPPER / MOTION DESIGNER

# Martin Ask Eriksen

482 72 411 // martin.eriksen@try.no

## Utdannelse

### 2012 - 2013

2-årlig filmproduksjon //  
Noroff Fagskole, Oslo

### 2014

Bachelor // AFDA, Cape  
Town

## Språk

Norsk // Engelsk

## Sammendrag

Martin Ask har jobbet som klipper i Try Film siden begynnelsen av 2020. Han begynte å frilanse da han var 18 år og vært innom mange tv-produksjonsselskaper i Oslo, blant annet Mastiff, Monster og Strix.

Ask fikk først øynene opp for reklame da han startet i Schjærven Reklamebyrå som motion designer og klipper i 2017, og har siden den gang holdt seg innenfor reklamebransjen. Han jobber nå på mange forskjellige kunder, som blant annet Volkswagen, Rema 1000, Equinor, Gilde og DnB.

Han interesserer seg for alle nye medietrender og tester hele tiden nye medier som f.eks. VR, AR og 3D-printing.

## Arbeid

### 2012 - 2013 // Strix Norway // Motion designer

Gjorde plantegnings-animasjoner for to sesonger på Sinnasnekker'n

### 2017 // Schjærven Film // Motion designer

Motion designer med ansvar for ukentlig produksjon av TV-reklamefilmer for Elkjøp, Bohus, Hyundai og andre.

### 2018 // Geelmuyden Kiese // Klipper

Var klipper, lyddesigner og onliner på ymse prosjekter, blant annet for Justis- og beredskapsdepartementet, Q-Melk og "Verdens kuleste dag"

### 2015 - 2018 // Mastiff entertainment AS // Motion designer

Var hoved motion designer på fire sesonger av produksjonen Paradise Hotel.

Jobbet tett med både klippere og postredaktører og produserte animasjoner og grafikk på løpende bånd.

## Prosjekter

### 2015 - 2018 // Mastiff entertainment AS - Motion designer

Var hovedansvarlig som motion designer på fire sesonger av produksjonen Paradise Hotel.

Jobbet tett med både klippere og postredaktører og produserte animasjoner og grafikk på løpende bånd.

#### Ressursens rolle i oppdraget:

Stod for all grafikk og animasjoner til TV-produksjonen.



### 2018 // Geelmuyden Kiese - Klipper

Var klipper, lyddesigner og onliner på ymse prosjekter, blant annet for Justis- og beredskapsdepartementet, Q-Melk og "Verdens kuleste dag"



### 2021 - 2022 // Forsvaret - Restart

Produksjonen av informasjonsvideo om konseptet ReSTART:

1. Registrere ASR (Akutt Stress-Reaksjon)
2. Skap kontakt
3. Tilby fellesskap
4. Avklar fakta
5. Reetabler tidslinje
6. Tilbake til oppgave

**Ressursens rolle i oppdraget:**

Stod for hurtig skissering av visuelle effekter i online-fasen

Siste innsamlingspunkt for ferdig lydmix og color grade, samt live digital fremvisning av produkt til regissør og kunde

**2021 // Volkswagen - ID.4**

Produserte mange ulike uttak til kampanje for nye VW iD.4.

Utfordrende å lage cinemagraphs som skal fange oppmerksomheta lenge nok til å både vise budskap og leverandør.

**Ressursens rolle i oppdraget:**

Re-designa et uttak fra å i utgangspunktet være et stillbilde av VW iD.4 i naturen hvor himmelen skulle bevege seg,

til å bli en 3D-kamerakjøring med tydelig parallaks-effekt, 3D terreng, realistiske refleksjoner i bilvindu og elektriske strømeffekter for å knyte den sammen med resten av kampanjen som spiller mye på elektrisitet.

**2020 // Pickatale - Halloween**

Pickatale er digitale bibliotek med mange eventyr til barn, hvor man både kan lese eller lese og høre interessante og kjente fortellerstemmer.

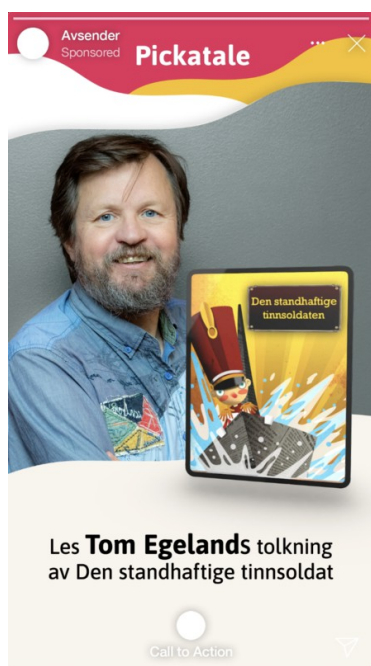
Vi produserte 10 norske SoMe-filmer og versjonerte dem til både Dansk, Finsk og Svensk, totalt 40 uttak.

Utfordrende å utvikle dynamiske malverk som deler samme assets, slik at man kan oppdatere færre tekstfelt og ha dem linka til alle uttak, kontra å måtte forandre alle tekstfelt med hver tilbakemeldingskunde fra kunde.

**Ressursens rolle i oppdraget:**

Systemansvarlig for å kunne levere så mange uttak på kort frist.

- Satte alt opp i dynamiske malverk for å speede opp prosessen med tilbakemeldinger fra kunde, samt kodet et system for å raskt versjonere til andre språk.
- Lagde digital iPad med Pickatale-logo for å vise frem produkt-slides.



## 2021 // Sjømatrådet - Laks Stop motion

Stor SoMe-kampanje med mange uttak i 4x5 og 9x16-formater til Facebook, Instagram og Snapchat.

### Ressursens rolle i oppdraget:

Fullførte motion design arbeidet i kampanjen. Via leken og "luftig animert tekst" prøvde vi å skape stopp-effekt, og med utrolig flotte matrett-bilder satte vi de sammen til å bli såkalte stop-motion-animasjoner, som er en tidløs trend som alltid er eye-catching, da det minner oss om gamle filmproduksjoner og tilknytning til nostalgi.

## Priser og utmerkelser

**Attest fra Schjærven Film // Guy Haddeland / Schjærven Film 2017**