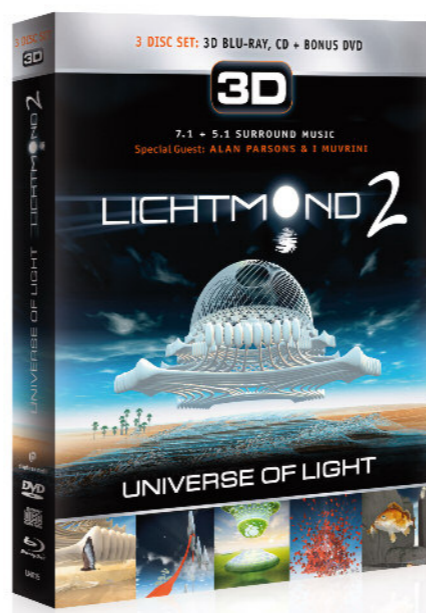


„3D-Blu-ray macht den Löwenanteil aus“

Mehr als 50.000 Mal wurde das erste Album des Multimedia-Ambient-Pop-Projekts Lichtmond verkauft, über zwei Drittel davon bereits als 3D-Blu-ray. Ab 28. September soll nun „Lichtmond 2 – Universe of Light“ an diesen Erfolg anknüpfen.

Künstlerisch bleiben Lichtmond ihrem bewährten Konzept treu, für das sie im vergangenen Jahr für einen Video Champion nominiert wurden. Die von Martin und Giorgio Koppehele geschaffenen elektronischen Klangteppiche bilden die Grundlage für Elemente von einer ganzen Reihe weiterer Künstler. Erneut hat das Produzententeam mit hochkarätigen Gastmusikern zusammengearbeitet. Dazu gehört diesmal Musiklegende Alan Parsons, der als Tontechniker für die Beatles begann, Toningenieur für Pink Floyd war und mit The Alan Parsons Project weltweit Erfolge feierte. Er singt den Lichtmond-Song „Precious Life“ und spielte zu-

dem Keyboards und Gitarre. Alan Parsons zufolge könnten „Lichtmond die nächsten Tangerine Dream oder Kraftwerk werden“. „Sie haben das Potenzial. Sie haben den richtigen Sound, sie haben unglaubliche Bilderwelten“, betont er in dem Interview, das im Bonusmaterial zu sehen ist. Einer wie er muss so etwas nicht sagen. Ein weiteres Highlight ist die Zusammenarbeit mit den korsischen Vokalartisten I Muvrini, die in Frankreich Goldstatus erreichten und große Hallen füllen. Verstärkt wird die elektronische Musik im 5.1- und 7.1-Surround-Sound durch dreidimensionale Bilder. Dabei wurde „Lichtmond 2 – Universe of Light“ von Anfang an für 3D kon-



Für Fans sicher die interessanteste Produktvariante: die Drei-Disc-Special-Edition

zipiert. Die Animationen stammen wie bei der ersten Produktion von den spanischen Imago-D-Studios, an denen die Koppeheles inzwischen beteiligt sind. Schließlich hat sich das 3D-Engagement ausgezahlt. „Die 3D-Blu-ray macht inzwischen den Löwenanteil aus und steht für 35 Prozent aller verkauften Ein-

heiten der ersten Lichtmond-Produktion“, erklärt Martin Koppehele im Gespräch mit VideoMarkt. Dennoch veröffentlicht das Label blu phase media „Universe of Light“ im Vertrieb von AL!VE gleich in fünf Formaten: als 3D-Blu-ray, 2D-Blu-ray, Drei-Disc-Special-Edition mit 50 Minuten Bonusmaterial, DVD und Audio-CD. „Das ist viel, aber es macht Sinn. Denn wir wollen unterschiedliche Käuferschichten ansprechen“, erklärt Martin Koppehele. Die Veröffentlichung am 28. September wird begleitet mit zahlreichen Marketingaktionen. Dazu gehören intensive Pressearbeit, Anzeigen in Magazinen, Radiopromotion des Titels „Precious Life“ mit Alan Parsons sowie umfangreiche Kooperationen mit Handelspartnern wie Amazon.de und Saturn. Bei Letzterem etwa werben Flyer, Instore-TV und mit „Lichtmond 2“ ausgestattete Showräume für das Multimediaprojekt. Darüber hinaus gehen die Produzenten bei der Vermarktung neue Wege. So wird es ab nächstem Jahr im Planetarium Hamburg eine technisch aufwendige Lichtmond-Show geben. Zunächst fünfmal pro Woche wird Lichtmond in Bild und Ton in einem der modernsten Planetarien Europas präsentiert. „Große



Lichtmond steht für Ambient-Klänge mit tollen Animationen



Kuppel, Liegesitze, tolle Laseranlage und ein sehr gutes Soundsystem“ – Martin Koppehele ist begeistert. Von Hamburg aus wird der globale Vertrieb der Lichtmond-Show organisiert. „Weltweit gibt es etwa 3200 solcher Projektionsplanetarien, 300 davon auf technisch ähnlich gutem Stand wie in Hamburg“, erläutert Martin Koppehele. „Wir hoffen, dass die Show auch im Ausland laufen wird. So hätten wir eine Möglichkeit, international bekannter zu werden.“

Eine weitere Kooperation wurde mit dem Fraunhofer Heinrich-Hertz-Institut (HHI) eingegangen, um gemeinsam hochauflösende Videos und Musik für das neu entwickelte Tomorrow's Immersive Media Experience (TiME) Lab zu produzieren. Dabei handelt es sich um eine 180-Grad-3D-Panoramaprojektion mit extrem hoher Auflösung und 128 Lautsprechern rund um den Betrachtungsbe-

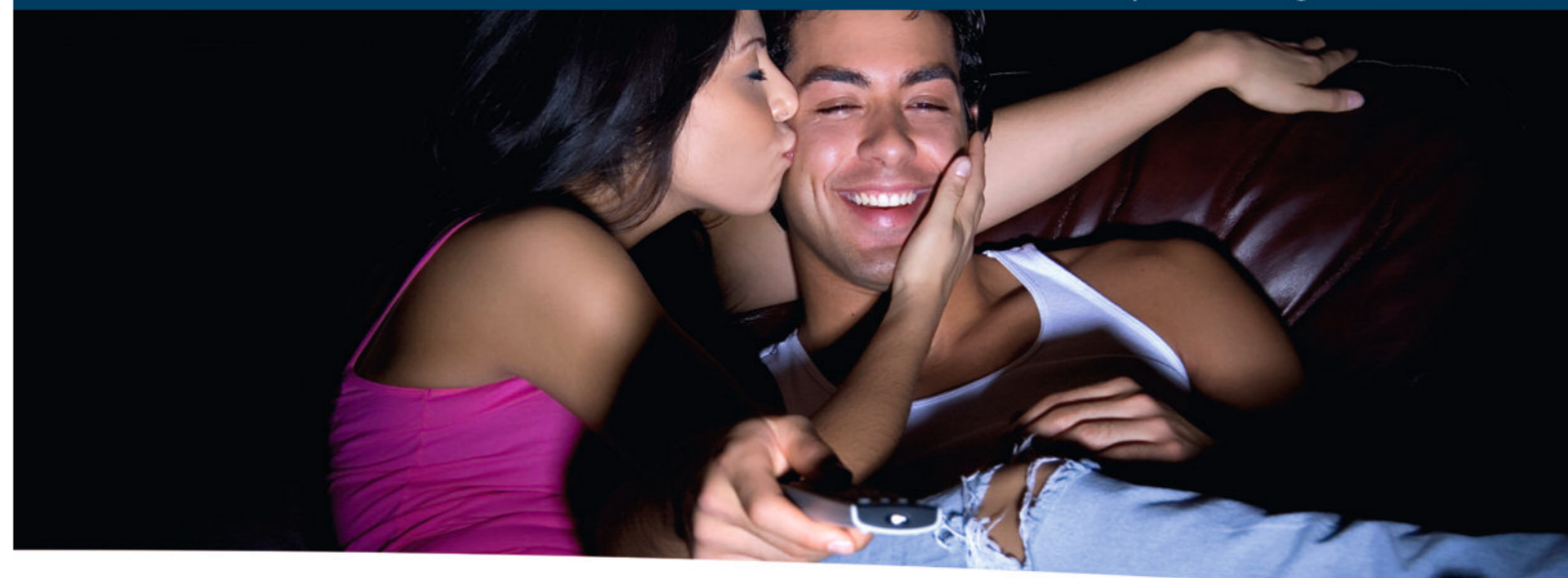
reich. „Diese riesige Wand hat keine Gesichtsfeldbeschränkung. Man denkt, man ist komplett in einer virtuellen Welt“, betont Martin Koppehele, der die Inhalte dafür beisteuert. Die Zusammenarbeit mit dem HHI bezeichnet er als „technisch sehr spannend“ und betrachtet sie als „eine Art Ritterschlag“. Auch der digitale Vertrieb gewinnt für Lichtmond immer mehr an Bedeutung. Vermehrt kommen Video-on-Demand-Anfragen von 3D-TV-Sendern aus dem Ausland, die Lichtmond als Pay-per-View anbieten wollen. Mit Sendern aus Großbritannien, Polen und China wurden bereits Lizenzverträge vereinbart. Martin Koppehele: „Unsere optische Komponente ermöglicht einen Weg der Refinanzierung, die ein normales Musikprojekt in der Form nicht hat.“ hm



Die Lichtmond-Macher Martin (l.) und Giorgio Koppehele mit Musiklegende Alan Parsons

Jeder Film ein Happy End

Kompetente Lösungen von arvato



AUTHORING & ENCODING | STUDIO SERVICES | MASTERING | REPLICATION | PACKAGING | FULFILMENT | DISTRIBUTION | ONLINE SERVICES | COPY PROTECTION | E-COMMERCE

Kontakt: Mario Blomberg
Phone: +49 (0)5241 80-89124
Mobile: +49 (0)151 17426942
mario.blomberg@bertelsmann.de

www.arvato-entertainment.de
Email: info@arvato-entertainment.com

arvato
BERTELSMANN
»ENTERTAINMENT EUROPE