



3D: Revolution für die Kinoleinwand

Ein Mega-Trend aus Hollywood erreicht die heimischen Kinos: Schon bald werden Filme zum dreidimensionalen Erlebnis. „Power of 3D“, ein deutsches Aktionsbündnis aus 3D-Experten, hat sich zusammengeschlossen, um hierzulande Werbung im 3D-Format zu etablieren. Der erste 3D-Werbespot ist bereits abgedreht.

Düsseldorf, 19.11.2008. – Hollywood ist im 3D-Rausch. Momentan werden über 30 sogenannte Stereoskop-Filme in den USA gedreht und sollen bis 2010 erscheinen. Regisseure wie Steven Spielberg, James Cameron und George Lukas arbeiten an 3D-Filmen und die Animationsstudios DreamWorks und Pixar wollen künftig sämtliche Produktionen auch im 3D-Format herausbringen. Dieser Trend eröffnet auch der Kinowerbung neue Dimensionen – in den USA und auch in Deutschland.

Bereits in diesem Jahr kamen ein Konzertfilm der irischen Band U2 sowie der Kassenschlager Batman – The Dark Knight im 3D-Format in die Kinos. Und im nächsten Jahr werden die beiden Animationsfilme Ice Age 3 und Toy Story ebenfalls in 3D anlaufen. Schon jetzt sprechen auch deutsche Produktionsfirmen wie die Constantin Film davon, Filme in 3D-Technik zu produzieren. „Es ist nur eine Frage der Zeit, bis die 3D-Welle endgültig nach Deutschland überschwappt“, so Reinhard Gedack, Geschäftsführer der Werbefilm-Produktionsfirma Production International „Für Unternehmen bietet sich damit eine große Chance: Sie können ihre Zielgruppe mit innovativen 3D-Werbespots begeistern“, verspricht Gedack. „Wer hier zu den Early Birds gehören will, sollte sich anschauen, was technisch alles möglich ist.“

Die Düsseldorfer Werbeagentur Coffein hat bereits im Oktober 2008 für Epson den ersten deutschen Werbespot in 3D realisiert. „Werbung in 3D-Technik beschert den Zuschauern ein ganz besonderes, plastisches Erlebnis und macht Produkte für die Zielgruppe erlebbar“, so Michael Fröhling, Gründer und Geschäftsführer von Coffein. Digitale Projektoren bringen die Kinoproduktionen dazu flimmerfrei auf die Leinwand und sorgen ohnehin für einen Filmgenuss in perfekter Bildqualität. Dazu kommt jetzt die Dritte Dimension. „Angesichts dieser Entwicklung ist es geradezu zwingend, dass die werbetreibende Wirtschaft sich darauf einstellt und entsprechend hochwertige stereoskopische Werbespots produzieren lässt“, so Fröhling.



Die Düsseldorfer Werbeagentur Coffein hat bereits im Oktober 2008 für Epson den ersten deutschen Werbespot in 3D realisiert. „Werbung in 3D-Technik beschert den Zuschauern ein ganz besonderes, plastisches Erlebnis und macht Produkte für die Zielgruppe erlebbar“, so Michael Fröhling, Gründer und Geschäftsführer von Coffein. Digitale Projektoren bringen die Kinoproduktionen dazu flimmerfrei auf die Leinwand und sorgen ohnehin für einen Filmgenuss in perfekter Bildqualität. Dazu kommt jetzt die Dritte Dimension. „Angesichts dieser Entwicklung ist es geradezu zwingend, dass die werbetreibende Wirtschaft sich darauf einstellt und entsprechend hochwertige stereoskopische Werbespots produzieren lässt“, so Fröhling.

Die Vorteile sind vielversprechend: Zum einen zieht das direkte und aufregend neue Kinoerlebnis nachweislich mehr Zuschauer in die Kinos, zum anderen lassen sich von 3D-Filmen keine Raubkopien herstellen. Mittlerweile greift der 3D-Hype auch auf die Fernseh- und Videospiele-Branche über. In Asien sind bereits erste Fernsehgeräte auf dem Markt, die stereoskopische Bilder ausstrahlen. Und auch Videospiele gibt es in Zukunft im 3D-Format.

Power of 3D

3D-Experten aus unterschiedlichen Branchen haben sich zu dem Aktionsbündnis „Power of 3D“ zusammengeschlossen, um die 3D-Technik in der Marketing-Kommunikation (Werbung, Verkaufsförderung, Events) zu etablieren und Interessenten innovative 3D-Lösungen aus einer Hand anzubieten. Hinter „Power of 3D“ stehen: die Düsseldorfer Fullservice Werbeagentur Coffein, das Technologieunternehmen more3D aus Brühl, die Hamburger Werbefilm-Produktionsfirma Production International und die Cinema Advertising Group (CAG), eine Vermarktungsagentur für Kinowerbung mit Sitz in Fürth. Weitere Informationen gibt es auf www.power-of-3d.com. Entsprechendes Bild- und Filmmaterial steht unter www.power-of-3d.com/presse zum Download bereit.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Coffein - Agentur für Markenkommunikation GmbH

Michael Fröhling: 0211 / 82 89 72 0

E-Mail: imf@coffein.com



Die Gründer der Initiative „Power of 3D“

Coffein - Agentur für Markenkommunikation in Düsseldorf ist eine von Michael Fröhling gegründete Full Service-Agentur, die ihre Kompetenz vor allem in der klassischen Markenführung hat. Bekannt geworden ist sie durch die vielfach ausgezeichnete Früh Kölsch - Bierkampagne. Heute arbeitet die Agentur für große Marken wie Nikon, Epson, Aral, Rimowa, Dresdner Bank, Bayer und den Handelsblatt-Verlag. Jenseits der klassischen Kommunikation beschäftigt sich Coffein sehr intensiv mit den neuen Kommunikationsthemen wie Online- und Viralmarketing, virtuelle Welten und ganz aktuell mit den vielfältigen Möglichkeiten der Kommunikation in 3D.

Production International ist eine international aufgestellte Produktionsgesellschaft für TV- und Kino-Werbung, Image-Filme, Fernseh-Produktionen, Video-Clips und Web TV. Die PI Group gehört zu den Top Twenty in Deutschland und den Top Ten in Europa. Sie hat Büros in Hamburg und Köln, Wien, Budapest, Amsterdam und New York.

Kunden-Referenzen sind Deutsche Bahn, Rimowa, Bayer, Bacardi, Nivea, Audi, Daimler Benz, UBS, Coca Cola, McDonald's, Epson, Telecom, ZDF, TUI und Ferrero.

more3D ist ein Technologieunternehmen mit Sitz in Brühl, das sich auf die Entwicklung und Vermarktung von universellen 3D-Stereo-Projektions-systemen, der Produktion von computergenerierten 3D-Filmen und der dazu notwendigen Software-Werkzeuge spezialisiert hat. Universitäten, Museen und renommierte Industriekunden wie z.B. Ferrero, Epson, Siemens, BMW und Procter & Gamble setzen more3D-Systemlösungen ein. more3D gehört zu den wenigen Spezialanbietern für 3D Stereo Technik weltweit, die die komplette Lösung vom System bis zum fertigen Film anbieten können.

Die **CAG - Cinema Advertising Group** in Fürth, ist als Tochter der RoWo-Holding eine bundesweit agierende Vermarktungsagentur für Kinowerbung. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Bereiche Screen-Advertising, Sponsoring und Kinomarktforschung. Mit einem Marktanteil von circa 30 Prozent, ist die CAG der zweitgrößte Anbieter für Kinowerbung in Deutschland. Die Schwerpunkte des Unternehmens liegen sowohl auf der Intensivierung der regionalen Werbung als auch auf dem Ausbau der Digitalisierung des Vorprogramms. Die RoWo-Holding verfügt mittlerweile über mehr als 200 digital ausgestattete Leinwände.