



Die Marketing-Kommunikation stößt in die dritte Dimension vor

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.

Düsseldorf, 19.11.2008. – In den Vereinigten Staaten hat der Hype um das Kinoerlebnis in 3D längst begonnen. Mehr als 30 sogenannter Stereoskop-Filme sind momentan in Arbeit. Dass dieser Trend auch Deutschland in naher Zukunft in vollem Umfang erreicht, „ist nur noch eine Frage der Zeit“, sagt Reinhard Gedack, Geschäftsführer der Werbefilm-Produktionsfirma Production International. 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. Diese Entwicklung eröffnet auch der Kinowerbung neue Dimensionen. Die Werbewirtschaft interessiert sich stark für die Möglichkeiten in 3D. So hat die Düsseldorfer Werbeagentur Coffein bereits den ersten Marken-Werbespot für das Unternehmen Epson in 3D produziert.

Michael Fröhling, Gründer und Geschäftsführer der Agentur Coffein, sagt: „Angesichts der Entwicklung in den USA ist es geradezu zwingend, dass sich die werbetreibende Wirtschaft auf den Trend 3D vorbereitet und entsprechend hochwertige, sogenannte stereoskopische Werbespots produzieren lässt. Dabei beschert 3D-Kinowerbung den Zuschauern ein unvergessliches plastisches Erlebnis und macht Produkte für die Zielgruppe anfassbar.“ Digitale Projektoren bringen die Kinoproduktion ohnehin flimmerfrei und farbecht auf die Leinwand – also in perfekter Bildqualität. Dazu kommt jetzt die Dritte Dimension.



Doch nicht nur in der Kinowerbung eröffnen sich neue Marketing-Möglichkeiten für Unternehmen. „3D-Technik sollte auch bei Verkaufsförderung und Messeauftritten zum Einsatz kommen“, so Fröhling. „Hier sind integrierte Marketing-Konzepte gefragt. Dabei spielen alle Bereiche von Point of Sale über Messeauftritte bis hin zu Ausstellungen und Events eine große Rolle“, so Fröhling weiter.

In den letzten Jahren war die Kino-Branche durch Umsatzeinbußen und sinkende Besucherzahlen geprägt. Dies lag zum Teil an der wachsenden Konkurrenz durch DVD und andere Multimedia-Angebote. Das dreidimensionale Kinoerlebnis dagegen lockt in den USA bereits wieder mehr Besucher in die Kinos. Zudem ist das Mitfilmen und somit das Anfertigen von Raubkopien nicht möglich. Die illegalen Mitschnitte hatten in den letzten Jahren zu Einbußen von mehreren 100 Millionen Euro pro Jahr geführt.

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: mf@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-Projektionsystemen, 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.