



Populäre Irrtümer als Erfolgsquellen – Teil 1 der Serie: „Niemand möchte 3D-Brillen zuhause“

Oder: Warum Sie schon heute einen 3D-HD-Fernseher verlangen sollten, auch wenn der Verkäufer keinen kennt!



Herr Wussow, was sind populäre Irrtümer?

Kai Wussow: Wenn die Öffentlichkeit oder die relevanten Experten einer Branche

eine bestimmte Aussage für richtig halten, diese aber falsch ist, dann ist das ein populärer Irrtum. Dieser Irrtum verstellt in der Regel den Blick auf relevante Tatsachen, die Grundlage für Geschäftserfolg sind oder sogar neue Geschäftsansätze möglich machen. In einigen unserer Innovationsprojekte sind populäre Irrtümer der Rohstoff für neue Ansätze und Erfolg.

Ein Beispiel?

K.W.: Intuitiv folgen die meisten Menschen der These, dass sie zuhause im Wohnzimmer keine Brille aufziehen würden, um 3D-Fernsehen zu schauen. Nun werden derzeit mehr als 10.000 Kinos weltweit auf eine neue 3D-Technologie umgestellt, die das Tragen einer Brille erfordert, so ähnlich wie man das vielleicht aus IMAX-Kinos oder Freizeitparks kennt. Hollywood Studios haben sich verpflichtet, alle paar Wochen einen neuen Film in 3D herauszubringen. Die ersten beiden Studien bei Konsumenten haben ergeben, dass über 50% der Konsumenten keinen Nachteil darin sehen, für den 3D-Effekt eine Brille tragen zu müssen, wenn sie einen 3D-Fernseher für zuhause kaufen. Das Interesse ist bereits groß und wird messbar deutlich größer bei den Personen, die 3D erlebt haben. Am Höchsten ist die Bereitschaft in der Zielgruppe der Internet-affinen Gamer.

Und was bedeutet das für den Geschäftserfolg?

K.W.: Das ist eine schlechte Nachricht für alle, die in Technologien investiert haben, die ohne Brille funktionieren. Sogenannte autostereoskopische Multi-view-Displays verwenden optischen Lentikularlinsen, die 3D-Fernsehen ohne Brille möglich machen. Das funktioniert sehr gut, ist aber teuer. Systeme mit Brille dagegen kosten fast keinen Aufpreis – schon heute!

Gibt es denn auch gute Nachrichten?

K.W.: Ausgelöst von den zunehmenden Kinoerlebnissen kann 3D nun nach zehn Jahren Stillstand ein richtiger Markt werden. 3D-HDTV und PC-Monitore, Film, Games und virtuelle Online-Welten, dazu kommen wohl noch in diesem Jahr weitere 3D-Kameras und digitale 3D-Fotoframes. Alle diese Produkte sind angekündigt und werden in Kürze auch in Deutschland im Handel sein. Für Hersteller, aber auch für Diensteanbieter ist dies eine Chance und Herausforderung. Spannend ist auch der Trend, Opern und andere Live Events in 3D-Kinosäle und andere Event-Locations zu übertragen. Für Kultur und Sport ist das eine ganz neue Verwertungsform, die auch public viewing aufwertet.

Das heißt, wir werden die Tagesschau bald in 3D sehen?

K.W.: Die Umsetzung von 3D im herkömmlichen Fernsehen wird am längsten dauern, da die gesamte Produktions- und Lieferkette neu aufgesetzt werden muss. Also Kameras, Schnitt, Übertragungstechnik und Endgeräte beim Konsumenten. Auch die Produzenten müssen völlig umdenken: eine in 3D gedrehte Szene verlangt z.B. ganz andere Kameraführung und einen anderen Schnitt. 3D-Film ist eigentlich natürlicheres Sehen. Film und Fernsehen brauchen wieder eine neue, natürlichere Bildsprache.

3D-Film ist natürliches Sehen? Können Sie das erläutern?

K.W.: Die wilden Schnitte und Kamerafahrten, die wir aus TV und Kino gewohnt sind, kommen daher, dass der gewohnten 2D-Darstellung nun mal eine Dimension fehlt. Seit einhundert Jahren haben Filmleute und Zuschauer gelernt, diesen Mangel durch Bildsprache zu umgehen. Nun heißt es umdenken. Der Mensch hat zwei Augen, die 3D-Kamera zwei Objektive. Indem zwei leicht unterschiedliche Bilder übereinandergelegt werden entsteht räumliches Sehen. Die bisherigen 3D-Filme nutzen 3D für Rummelplatz-Effekte, alles fliegt ihnen um die Ohren. Das wird nun professionalisiert. Auch bei Computerspielen wird nun zunehmend auf 3D-konforme Graphik geachtet.

Und wann wird es solche Inhalte geben?

K.W.: Der erste Film, der das konsequent zeigen soll, wird diesen Winter in die 3D-Kinos kommen. Er heißt Avatar und ist von dem Titanic-Regisseur James Cameron, der ganz neue 3D-Kameras und Computertechnologie entwickeln ließ, um diesen seinen alten Traum möglich zu machen. Die Kosten des Filmes könnten die höchsten der Filmgeschichte werden: aus 240 Millionen US-Dollar könnten wohl noch 300 Millionen US-Dollar werden. Preiswerter sind da Animationsfilme, Disney und andere haben dieses Jahr schon mehrere 3D-Animationsfilme mit großem Erfolg auf den Markt gebracht. 3D-Filme schlagen die 2D-Versionen derselben Filme bei Ticketpreis und Umsatzbeitrag um Längen. Alternativ können Sie selber anfangen. Es gibt nun erste digitale 3D-Foto- und Videokameras, die für Privatleute erschwinglich werden.



Bilder: pixelio.de, sxc.hu

Das vorliegende Dokument stellt eine Quintessenz der TellSell-Consulting-Expertise im Bereich Erfolgsquellen dar. Detaillierte Informationen können wir Ihnen gerne im Rahmen eines persönlichen Gesprächs zur Verfügung stellen.

Ihr Ansprechpartner Kai Wussow

Impressum:

TellSell Consulting GmbH
Schumannstraße 59, 60325 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 238520-0, Fax +49 69 238520-25
spotlight@tellsell.de, www.tellsell.de/spotlight

Verantwortlich für den Inhalt:

Dr. Frank Baumgärtner

Redaktion:

Linda Randt