

Die Zukunft des Musik-Entertainments in 3D Audio

Warum die Zeit für die Produktionen und Vermarktung von Musikinhalten im 3D Format gekommen ist und wie die Musikindustrie dadurch neue und aufstrebende Absatzmärkte erschließen kann.

Zur Person

Manuel Gerres (geb. 1983 in Dresden, seit mehreren Jahren Wahlberliner) studierte Medienwirtschaft in Berlin und gründete im November 2008 das Unternehmen „5thDime - Audio Surround Productions“. Er erschuf damit die Basis für die Entwicklung des zukunftsweisenden Musik-Entertainments im 3D Audio Format. Mit DIMENSION ONE produzierte das Unternehmen die weltweit erste „3D Audio Club Music Compilation“ mit Songs von internationalen Topproduzenten der elektronischen Musikszene. Parallel zur Veröffentlichung dieses Tonträgers spielte Manuel Gerres das weltweit erste „3D Audio DJ Set“ in einem Berliner Club. 3D Musik für alle erleb- und hörbar zu machen ist der Anspruch, den er und das Unternehmen als breitenwirksame Zielsetzung und Kompetenz verfolgen.

<http://www.5thDime.com>

Begriff 3D Audio

Im Zusammenhang mit diesem Artikel versteht sich der Begriff als ein übergreifendes „Update“ für alle bisherigen Ansätze Surroundmusik zu produzieren und zu vertreiben. 3D beschreibt in diesem Zusammenhang die qualitative Abgrenzung zu den bisherigen Produktionen in Form eines detailliert produziertem Raumklanggefühles und positioniert sich damit als auditives Pendant zum 3D Film. Details dazu werden im Artikel genauer beschrieben.

Betrachtet man in den letzten Monaten und Jahren die Diskussionen in und um die internationale Musikindustrie, so dreht sich generell alles um die Frage, wie kann man im digitalisierten Zeitalter, in dem wir leben, Musik gewinnbringend und dem Aufwand entsprechend am Besten vertreiben und wie kann erreicht werden, dass das Gut „Musik“ wieder als solches empfunden wird? Lösungsansätze, Philosophien und Meinungen dazu gibt es zahlreiche. Ich persönlich verfolge die Einstellung, dass die Möglichkeit des „räumlichen Erlebens“ von Musik und das damit verbundene **neuartige „Hörempfinden“ dem Musikmarkt vielseitige und innovative Chancen sowie erweiterte Geschäftsmodelle hervorbringen wird.**

Das bisher genutzte Format „Stereo“ ist ein Standard, den es mittlerweile seit mehr als 40 Jahren gibt und somit aus einer Zeit stammt, in dem die Menschen noch schwarz-weiße Fernseh- und Kinobilder konsumierten. Mittlerweile können wir in HD fernsehen und im Kino 3D-Videowelten erleben. Im Musikbereich jedoch ist seit der Einführung von Stereo als Nachfolger von Mono wenig zukunftsweisendes geschehen. Ganz im Gegenteil! Durch Mp3&Co. sank der monetäre, wie auch ideelle Wert von Musik rapide, Datenraten wurden immer kleiner, die Qualität sank und Musikfiles sind heutzutage schneller im Internet illegal erwerbbar, als das sie legal im Musikregal und Onlinestore stehen. Plakativ gesehen kann man dabei vom absolutem „Image- und Wertverlust“ der Musikproduktion als solches sprechen. Neue Stereo-Geschäftsmodelle hin oder her, **vergütbares Image bildet sich in den Köpfen der Menschen aus und ein gutes Produktimage verbreitet sich unter anderem durch Innovation, Usability und nachvollziehbaren Mehrwert für den Konsumenten.**

Der schon bestehende 3D Video Trend gibt in diesem Zusammenhang vor, was möglich ist, wenn Innovation und Mehrwert zusammen kommen und die Home-Usability im marktfähigen Aufbau ist. 3D Filme wie „Avatar“ brachen alle Rekorde und 3D wird zum Mainstream-Trend. Die Masse will es erleben, die Masse ist auch gern bereit zu zahlen, denn sie bekommt etwas zu sehen, dass sie interessiert und fasziniert und ihr neue Erfahrungen vermitteln kann.

Die Zukunft der 3D Video Sparte ist somit vorgegeben, doch was passiert mit Audio? Wir leben ja schließlich in einer modernen, audiovisuellen Zeit! Was ist im auditiven „Erleben“ noch möglich? Soll Stereo wirklich das Ende der Evolution des Musikhörens sein?

Diese Frage kann definitiv mit Nein beantwortet werden! Was für Video gilt, wird auch für Audio gelten! **Auf Basis von Home- Entertainment- Technologien**, die sich zunehmend in den Haushalten verbreiten und vermehrt zur Standardausstattung werden, **ist der technologische Weg geebnet für einen Formatewandel von Stereo zu 3D Audio.**

3D Audio, 3D Surround oder 3D Musik? Unter welcher Bezeichnung dies letztendlich firmiert, werden wohl Marketing-Analysen zeigen. Fest steht aber, „mitten in der Musik zu sein“, sie „fühlen“ zu können und sie bewegend um sich herum zu empfinden, umschreibt passend was möglich ist. Aus 2D wird 3D und **der logische Schritt nach Mono zu Stereo ist die Entwicklung und Vermarktung des räumlichen Musikgenusses.**

Wie bei jedem Trend und neu aufzubauendem Konsumentenverlangen bedarf es in erster Linie der nachvollziehbaren Qualitätsmehrwerte des Produktes im Vergleich zu dem was es bisher gab. Daran wird sich fest machen lassen, ob es mir als User wichtig wird das Produkt zu besitzen und fortwährend zu konsumieren oder ob ich es für mich als „nicht nötig“ betitelle.

Der Grund dieser Aussage bezieht sich vor allem auf die bisherigen Versuche Musik in Räumlichkeit zu produzieren und wiederzugeben. Hört man sich ein Großteil der bisherigen Surroundproduktionen an, so stellt man fest, dass vorrangig mit der räumlichen Virtualisierung von Stereostücken gearbeitet wurde. Bildlich gesprochen heißt das: „das Stereostück wird in ein Rechnerprogramm eingelesen, dann der große rote „*Mach`-Surround-daraus-Button*“ gedrückt und am Ende kommt nix Halbes und nix Ganzes bei raus“. Das solche Produktionen den Mainstream-Durchbruch nicht schafften, ist absolut nachvollziehbar, da sie für mich als Konsumenten wenig Eindrucksvolles hinterlassen.

Wir von 5thDime haben unsere ganz eigene Idee zur Soundästhetik entwickeln können, eine, wo das ganz klar vorgegebene Ziel war, **bei jedem Begeisterung und Interesse für das „räumliche Hören“ wecken zu können.** Die reale Umsetzung dafür ist aber nicht rechnergenerierte Virtualisierung, sondern ein kreativ-kompositorisches Verfahren (wir nennen es „Diming“), das es ermöglicht, die einzelnen Song-Bestandteile getrennt voneinander im Raum zu platzieren und wirken zu lassen. Auf Grundlage dieser Herangehensweise, ausgeführt von Produzenten, die das Handwerk entsprechend professionell umsetzen, bildet sich die angesprochene 3D Soundästhetik, welche es Bedarf um zu überzeugen, zu begeistern und den „Trend“ massenwirksam zu entfachen.

Aus meiner persönlichen Sicht ist es daher **absolut nötig, einen wirklichen Qualitätsstandard und Brand festzulegen**, also eine Art „Stiftung Warentest Siegel“, welches dem Konsumenten direkt anzeigt, dass es sich um echten Raumklang handelt, der die auditiven Mehrwerte kompromisslos vereint. Mit 5thDime und dem dazugehörigen Brand haben wir eine Basis geschaffen, eine Art Standard, der die Qualität aber auch das Verständnis für 3D Audio repräsentiert. Ich möchte mich dabei auch auf Meinungen Dritter beziehen, seien es Presse-

Reviews zu unserer Veröffentlichung aber auch Feedbacks auf Präsentationen, die wir gehalten haben und die dies zusammengefasst gleichfalls so widerspiegeln.

„It feels like we are getting to the point, when music will become magic again!“

Review 5thDime, surround.fm / London, UK

Review 5thDime, surround.fm / London, UK

Ein weiterer, absolut **marktentscheidender Baustein ist die Usability für den Konsumenten**. Dies beziehe ich nicht nur auf den ein oder anderen Technik-Nerd, der immer sofort die neuesten Produkte besitzt, sondern auch auf den Mainstreamkonsumenten, die so genannte „breite Masse“, die fähig ist, aus einem Trend ein wirtschaftliches Volumen und eine entsprechende Nachfrage zu erzeugen. Auch dafür gab es in der Vergangenheit Ansätze, jedoch eher mit dem Resultat Produkte für Technik-Nerds und Lieberhaber geschaffen zu haben, denn eine andere Zielgruppe haben **Produkte wie SACD oder DVD-Audio nicht wirklich erreicht**. Zum einen, weil es zu teuer und umständlich war, zum anderen, weil kaum Inhalte vorhanden waren und die, die es gab, haben auch zum Teil von der Qualität nicht überzeugen können. So wurde der generelle Ansatz „Musik räumlich wahrnehmen“ erstmal absolutes Nischenprodukt.

Ähnliche Beobachtungen gibt es auch bei der 3D Video Entwicklung, die erst jetzt Ihren Hype erlebt, obwohl es den Ansatz auch schon viele Jahre gibt. Der Grund: **verwertbare Qualität, das zeitgemäße Bewusstsein der Menschen dafür und der entsprechende populäre Inhalt**.

3D Audio hat heutzutage die gleichen Möglichkeiten, denn „Home-Entertainment“ zieht verstärkt in die Haushalte ein, Flatscreens (HD, zukünftig 3D) sind Standard geworden, genau so wie 5.1 Surround Systeme, die heute schon ab ca. 200 € erwerbbar sind (Der Absatz steigt stetig an!). Diese Technik ist Basis dafür Musik in 3D Form erleben zu können. Auf Grundlage dessen ist es ebenfalls wichtig, **Tonträger benutzerfreundlich zu gestalten und in einer 3D Audio Qualität zu produzieren, die jedem verdeutlicht, welches enormes Potential eine Musikproduktion in diesem Format hat**.

Ich selbst habe über 100 Präsentationen in unserem Showroom vor geladenen Gästen aus allen möglichen Bereichen (Musikindustrie, Werbeindustrie, Film-/TV, Event, private Gäste etc.) gehalten und das einheitliche Feedback war, dass diese Benutzerfreundlichkeit, die zu

hörende Qualität und der Formatansatz den wir entwickelt haben definitiv der Durchbruch sein wird.

Entgegen bisherigen Versuchen wie SACD oder DVD-Audio, **ist es absolut möglich 3D Audio auch über den normalen Video-DVD Player abzuspielen**, der in fast jedem Haushalt verfügbar ist. Wir nutzen dafür beispielsweise eine Musik-DVD Technik auf Grundlage der Standard-Video-DVD. Menüführung auf der DVD ist ebenfalls kein Muss und zum Teil ja auch hinderlich, denn das Produkt kann auch wie eine übliche Musik-CD behandelt werden, also „*einlegen, den Play-Button drücken und los geht's*“. Ebenso ermöglicht die Blu-ray-Technologie diesen Trend zu unterstützen und langfristig auch an dieses Format zu binden, denn auch Blu-ray Datenträger sind fähig 3D-Raumklang wiederzugeben. Mit der zusätzlichen Verbreitung der Blu-ray-Technologie in Spielkonsolen, wie der Sony PS3, wächst zukünftig ebenfalls auch die Playerkompatibilität in diesem Bereich stetig.

Aber nicht nur physische Tonträger ermöglichen die Wiedergabe von **3D Audio** - weiterhin sind **auch digital distributierbare Formatvarianten nutzbar**. Unterscheiden sollte man hierbei aber die Kompatibilität und die Möglichkeiten mit kostenloser Player-Technologie betriebs-systemübergreifend agieren zu können. Der international anerkannte Multimedia-Player „VLC“ beispielsweise (kostenlos downloadbar!), ermöglicht problemlos die Wiedergabe von 3D Audio Inhalten. Über externe Surround-Soundkarten oder aber Ausgänge wie S/PDIF kann die Home-Entertainment-Anlage / Receiver gleich direkt vom Rechner (PC&MAC) angesteuert werden. Aus meiner Sicht alles eine Frage der Zeit und der Kommunikation dies entsprechend verständlich dem Konsumenten zu vermitteln und die Möglichkeiten aufzuzeigen, die es auch im digitalen Vertrieb potentiell schon gibt.

Die Herausforderung liegt also vordergründig darin, dem Konsumenten, also der angesprochenen „breiten Masse“, verständlich zu machen, was sie eigentlich alles schon nutzen kann und welche Möglichkeiten es gibt, ohne Nerd-Wissen und spezielles Technologieverständnis, das Format 3D Audio zu erleben. Sicher, in Fachkreisen dreht sich immer alles um technische Detailfragen wie Dolby Digital, DTS, KHZ-Zahl, Bit-Zahl etc., aber seien wir doch mal ehrlich, das sind auf das technologische Massenverständnis bezogen reine Randinformationen. Klar, High-End Qualität muss es sein was die technische Auflösung angeht und genau *das* mit einem Schlagwort zu kommunizieren reicht vollkommen aus! Kein „**Normalverbraucher**“, dem es um Spaß, Entertainment und Erleben geht, setzt sich bewusst mit spezifischen technischen Details auseinander! Er **lässt sich durch Empfinden überzeugen, durch die Option „Wow, sowas will ich erleben“, aber nicht vordergründig durch Zahlen und Formatbeschreibungen**. Die 3D-Betitelung als solches funktioniert, da der Begriff sofort

Assoziationen auslöst, z.Z. für eine neue Generation „Bild“ und aufbauend dann auch für eine neue Generation „Ton“, das reicht aus, das beschreibt alles sofort und das wird aus meiner Sicht auch der Audio- Qualitätsbrand der Zukunft. Alles was kompliziert und unverständlich wirkt, verringert die Lust sich damit auseinanderzusetzen und es auszuprobieren, gerade in der heutigen Zeit, mit dem Überfluss an Informationen die jeder tagtäglich aufnimmt.

*Der 3D Sound von 5thDime hat mich gleich begeistert.
Er verleiht der Musik ein neues und faszinierendes
Hörerlebnis!*

Jochen Schuster, Labelhead Universal Music, Domestic Pop

Jochen Schuster, Labelhead Universal Music, Domestic Pop

Ein weiterer Themenkomplex sind **die Künstler selbst und welche Möglichkeiten es für Sie bedeuten kann und wird in 3D Audio zu produzieren, zu denken und zu veröffentlichen.** Ich nehme da Bezug zu einem Produzenten den ich in den Showroom eingeladen hatte und der mir nach der Listening-Session sagte: „Mein Gott, was **schränkt einen Stereo eigentlich in der Kreativität ein**“! Nun, ich könnte es besser auch nicht beschreiben. Was einmal lediglich „Links“ und „Rechts“ war, wird nun 360 Grad. Musikbestandteile wie Rhythmus, Vocals, Atmosphären, Melodien etc. bekommen im Raum eine intensivere Funktionen und Dimension. Man hat als Produzent nun räumliche Vielfalt, kann räumlich platzieren und dadurch Elemente auch ganz anders zur Geltung bringen. Vergleichbar mit einem Maler, der bisher nur eine Frontleiwand hatte und nun sein Kunstwerk plastisch in 360 Grad formen kann.

Ein weiterer Künstler, der zu Gast war und dessen Song wir ihm in der 3D Audio Variante vorgespielt haben (der Song wurde von unserem Produzenten Henning Flintholm nochmal im 3D Format neu produziert) gab uns das Feedback, dass er nie gedacht hätte, welche erlebbaren Potentiale sich aus diesem Stück noch entwickeln können - hatte er es im eigenen Produktionsprozeß, sowie „on Air“ ja schon x-fach in Stereo gehört.

Das war für uns das Feedback, was wir erhofft haben zu bekommen! Denn es geht aus meiner Sicht **zu Beginn eines neuen Entertainment-Trends gezielt um das erlebbare, positive Überraschen, darum, bisherige Grenzen der Machbarkeit zu durchbrechen** und aufzuzeigen was zukunftsweisend möglich ist! 3D Video gibt zur Zeit entsprechend vor, wie dies funktionieren

kann und 3D Audio wird zukünftig mit der richtigen Strategie ein ähnliches Vermögen in der „breiten Masse“ erzeugen können.

„Das ist Sound Erleben“

Review 5thDime, Chris Zippel, Songwriter und Produzent für u.a. Pet Shop Boys, Ich & Ich usw.

Infos & Weblinks

Offizielle 5thDime Webseite

<http://www.5thDime.com>

Webprofil von Manuel Gerres

<http://www.3D-Surround.com>

Video-Interview mit Manuel Gerres

<http://www.youtube.com/watch?v=a96S5eeWI-Q>

Mail Kontakt

manuel.gerres@5thDime.com