

Referenzprodukt in der Sternenwelt

140.000 Einheiten haben die Brüder Giorgio und Martin Koppehele von ihrem audiovisuellen Projekt Lichtmond bislang verkauft. Und auch Teil drei setzt technisch und kreativ wieder neue Maßstäbe.

„Im Vergleich zu Lichtmond 2 haben wir an vielen Schrauben gedreht, um das Produkt noch besser zu machen“, sagt Giorgio Koppehele, der Lichtmond zusammen mit seinem Bruder Martin sowie den Ehefrauen Suna und Gabi 2010 aus der Taufe hob. In dem Jahr kam mit „Moonlight“ die erste Veröffentlichung von Lichtmond in den Handel, 2012 folgte „Universe Of Light“. Nun erscheint am 10. Oktober mit „Lichtmond 3 – Days Of Eternity“ wieder auf dem eigenen Label blue phase media im Vertrieb von ALIVE eine Fortschreibung der Fantasysaga, bei der Bild und Ton gleichberechtigt nebeneinander stehen. „Das Konzept, die Geschichte hinter Lichtmond, ist noch wichtiger geworden – da spürt man, dass wir mit SF-Filmen wie ‚Star Wars‘ und ‚Das schwarze Loch‘ groß geworden sind. Und die Sehnsucht nach den Sternen ist nach wie vor riesig, gerade weil die Realität draußen eine andere ist“, erläutert Martin Koppehele. So spielt „Days Of Eternity“ erneut in einer Fantasiewelt, die nach den Ideen und Entwürfen der Koppeheles von einem spanischen Expertenteam wieder in 3D umgesetzt wurde. Als musikalische Gäste wirken nach Alan Parsons bei Teil zwei nun der Ultravox-Sänger Midge Ure

und die korsischen Vokalakrobaten I Muvrini mit. „Days Of Eternity“ erscheint, wie bereits der Vorgänger, in einer Vielzahl von Formaten: auf DVD, auf Blu-ray, auf 3D Blu ray, als CD und als Pure Audio Blu-ray. Eine luxuriöse Special Edition versammelt zudem die CD, die 3D Blu-ray und die Pure Audio Blu-ray. „Technisch haben wir noch einmal zugelegt, wobei mehr Technik bei uns nur den Zweck hat, mehr Emotionalität zu erzeugen, noch intensiver in andere Welten zu entführen.“ Die für den dritten Teil eingesetzte, noch höhere Auflösung bedeute, dass in den mystischen Welten, die Lichtmond zeigen, alles noch wertiger aussehe. „Auch die 3D-Effekte haben wir noch einmal verbessert. Wir haben nun, wie wir glauben, die perfekte Formel gefunden zwischen der Tiefe des Raums und Pop-out-Objekten. Wir hoffen, dass wir damit im 3D-Bereich ein neues weltweites Referenzprodukt geschaffen haben.“ Neue Wege sind die Brüder auch im Audiobereich gegangen und haben erstmals eine Pure Audio Blu-ray produziert: Hier kann man wählen zwischen einem hochauflösenden Stereomix, einem 5.1-Chill-out-Mix ohne die für Lichtmond ansonsten obligatorischen typi-



schen Gedichte, einem 7.1-Mix mit den Gedichten auf Englisch und erstmals einem 9.1-Auro-3D-Mix. Der 9.1-Auro Mix ist eine neue Entwicklung der belgischen Galaxy Studios, die Lichtmond auf der diesjährigen IFA in Berlin am Auro-Stand präsentieren. Die Kooperation mit Auro ist eine von mehreren Schulterschlüssen, mit denen die unabhängige von Major-Firmen operierenden Brüder ihr Netzwerk weiter ausbauen wollen. Ganz wichtig ist dabei die Verwertung des Lichtmond-Materials in Planetarien weltweit. Die erste sogenannte Fulldome-360-Grad-Show läuft seit verganginem Jahr im Planetarium Hamburg. „Das Schöne an Lichtmond ist, dass sich ständig neue Perspektiven und Möglichkeiten ergeben – gerade auch international“, berichtet Giorgio Koppehele. Zusätzlich zur Auswertung in Planetarien haben die Musiker und Produzenten jüngst einen Deal mit 100 russischen Fox-Kinos abgeschlossen, die für spezielle Chill-out-Wochen das Lichtmond-Material verwenden. „Weil wir die Bildwelten haben, ist es leicht, dieses für Special Events zu nutzen – auch für den Kinobereich.“ Für Lichtmond seien solche Vertriebskanäle extrem wichtig. „Erst unsere Surroundmusik und die Bildwelten ermöglichen uns, unter anderem von internationalen Planetariumsvertrieben, Kinos und Laser-Events wahrgenommen zu werden. Die Wertschöpfungskette von Lichtmond ist deswegen viel größer als bei anderen, normalen Bands“, fügt Martin Koppehele an. *dis*



Lassen den Lichtmond leuchten:
Martin (l.) und Giorgio Koppehele