



FRITZ FEY

VISIONS OF SOUND

EIN GESPRÄCH MIT CHRISTOPH DIEKMANN,
ADDVALUE SOLUTIONS

Hier vom ‚kleinen‘ gallischen Dorf zu sprechen, das als letztes tapfer Widerstand leistet, wäre vielleicht etwas zu dramatisch formuliert und vor allem unverständlich für diejenigen, die ‚Asterix und Obelix‘ nicht kennen, jedoch kann man die ‚Visions Of Sound‘ Idee durchaus als Subkultur gegen den Ausverkauf der Musik durch die großen Streaming-Anbieter verstehen. Visions Of Sound ist keine Protestbewegung, sondern präsentiert sich mit einem nachvollziehbaren Konzept, das Musik in einer hochwertigen Verpackung und der Blu-ray als Tonträger in den Mittelpunkt rückt. Tatsächlich dürfen wir nicht vergessen, dass die Musikindustrie ihre Existenz dem Tonträger und der Reproduktionsfähigkeit von Musik verdankt. Das Musikgeschäft hat sich unterdessen massiv verändert. Der Künstler mit Manager, Label und Vertrieb hat sich als Wertschöpfungsmodell durch Streaming komplett zerlegt. Jeder Künstler kann sich heute praktisch selbst vertreiben, aber es wird damit erfahrungsgemäß auch kein Geld mehr verdient. Primär steht das digitale Geschäft im Fokus, während physische Tonträger parallel zum noch existierenden Marktbedarf mitlaufen. Mit Herzblut als Tonträgervertrieb aufzutreten, kommt scheinbar niemandem mehr in den Sinn. Genau hier setzt Christoph Diekmann mit seiner Idee an und wirbt aktiv mit regelmäßigen Events und Vorführungen immersiver Produktionen, der Vision Of Sounds Roadshow, ganz aktuell zusätzlich durch die Auslobung eines Preises, den Vision Of Sounds Award, für den hochauflösenden, physischen Tonträger als gegenüber Streaming in qualitativer Hinsicht überlegenes Format.

jünger

ZUKUNFT MADE IN GERMANY



Audio Processing der nächsten Generation.

Mehr Informationen unter: jungeraudio.com

**Telos
Alliance**[®]
Exclusive Jünger Audio Global Partner


netorium
Vertrieb: juenger@netorium.de



Eine der zahlreichen Eventlocations für Visions Of Sound ist das Vorführkino der Detlef Coldewey GmbH in Westerstede

Christoph Diekmann ist studierter klassischer Gitarrist mit vorausgegangener kaufmännischer Ausbildung. Das Herz aber wollte zur Musik, worauf viele Konzertjahre folgten, begleitet von umfangreicher pädagogischer Arbeit. Christoph Diekmann begann mit dem Aufbau eines Labels, betätigte sich im Bereich Künstler-Management und auch als Musikverleger. Kurzum, alle in diesem Segment denkbaren Betätigungsfelder wurden durchexerziert. Bis 2015 arbeitete Diekmann für das damals ‚größte Replikations- und Distributionsunternehmen für Entertainmentprodukte‘, kurz Sony DADC. Zug um Zug verlagerte sich das Musik-Business immer weiter in Richtung Streaming und für den physischen Tonträger wurde es immer schwieriger. ‚Mich hat das Streaming nie interessiert, als im Grunde minderwertiges Produkt‘, erläutert Christoph Diekmann. Er als Künstler begeisterte sich eher für die hochwertige Produktion im Studio, was die Gründung von ‚advalue Solutions‘ nach sich zog. Diese Firma sollte den Mehrwert in der Musik heben, der im Studio bei der Aufnahme beginnt, verbunden mit der Frage, was man mit hochwertigen Studioauf-

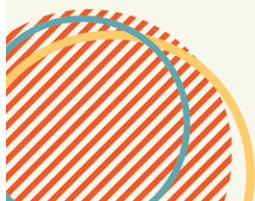
nahmen sinnvollerweise anfangen kann. Darüber schien niemand nachzudenken. Zu diesem Zeitpunkt entstand der Kontakt zu ‚Pure Audio‘ und Stefan Bock, der sich bereits auf dem Weg zu neuen Konzepten befand – HiRes Audio auf Blu-ray mit Pure-Audio-Navigation, eine schöne Lösung, die sofort in das advalue-Portfolio aufgenommen wurde. Von dort aus ging es weiter in Richtung Produktion vor dem Hintergrund der langjährig gesammelten Erfahrungen bei Sony. Im Mittelpunkt standen hochwertige haptische Musikprodukte mit exklusiver Verpackung. Die früheren Schallplatten-Zapfstellen für den Massenmarkt starben langsam aus, dafür kam eCommerce mit gewaltigen Schritten. Eine an diese Entwicklung angepasste Logistik musste eine Mischform aus Distributionsmöglichkeiten sein, mit denen man aus ein und demselben Lager die Konsumenten, aber auch die Händler gleichermaßen effizient beliefern kann. Da sich keine geeigneten Partner fanden, entwickelte Christoph Diekmann eine eigene Lösung. Der Vertrieb wurde 2018 unter der Marke ‚Prime Audio Distribution‘ zusammengefasst, da es ja inhaltlich um die beste Klangqualität gehen

sollte. Diese Themenbereiche vermengen sich aktuell ein wenig mit AREA Entertainment, einer PR-Agentur, die Diekmann schon seit 1996 betreibt. AREA macht unter anderem Album- und Tour-PR für Künstler, entwickelte aber auch ‚Visions Of Sound‘ als Event, der Konsumenten seit 2022 an die Mehrkanal-Audiowiedergabe und Blu-ray Audio als Träger hochwertiger immersiver Inhalte heranführt. Alle Aufgaben werden von einem Personalkern bewältigt, der aus vier Leuten besteht, die nach Bedarf von freien Mitarbeitern unterstützt werden. Ziel war und ist, möglichst schlank und effektiv arbeiten zu können und so für Künstler, die autark in einer DIY-Situation ihre Inhalte vermarkten ein adäquater Partner von der Öffentlichkeitsarbeit bis zum Vertrieb zu sein. Ich lade Sie nun ein, meinem Gespräch mit Christoph Diekmann zu folgen. Ich war neugierig auf die Argumente für den Tonträger als Alternative zum Streaming und wollte auch wissen, wie es um die Akzeptanz immersiver Tonformate im Kreise anspruchsvoller Hörer bestellt ist.

Fritz Fey: Wie ist es zu dieser Roadshow-Idee gekommen und wer hat sie vor welchem Hintergrund initiiert?

Christoph Diekmann: Da muss ich etwas weiter ausholen. 2018 wurde unser Vertrieb Prime Audio Distribution für den Verkauf von Blu-ray Audio Veröffentlichungen an den Heimkinohandel und ein E-Shop als Vollsortimenter gestartet. Antrieb war, die beste Klangqualität aus den Studios dem Konsumenten verfügbar zu machen; mit dem Schwerpunkt auf Mehrkanalton. Nach der SACD, die sich leider in der Breite nicht durchsetzen konnte, bietet die Blu-ray Disc für die in den Haushalten etablierte Hardware ein entsprechendes Software Angebot. Wir sprechen ja gerne darüber, ob das physische Produkt tot ist; von 2021 bis zum 3. Quartal 2023 wurden über 1,2 Millionen neue Blu-ray Player

Auswertung eines immersiven Produktionsmasters



01 Kinoevent:
DCP | Blu-ray

02 Physische Auswertung - Kaufprodukte
CD | Vinyl | SACD | Blu-ray

03 Digitale Auswertung - Aboprodukte
MP3 | WAV | FLAC | MQA | Binaural | MP4

Mögliche Auswertungsschritte einer Audio Produktion über verfügbare Medienformate und Vertriebskanäle

in Deutschland verkauft (Quelle: GFU). Diese kommen zu den bereits vorhandenen rund 18 Millionen Geräten hinzu. Ich finde ‚tot‘ sieht anders aus. Da wartet eine große Anzahl von Gerätebesitzern auf adäquaten Content. Mehrkanalton wurde bereits mit Einführung der DVD im Film-Segment bekannt und hat mit der Blu-ray auch zusätzliche Qualitätssprünge vollzogen. Diese technischen Optionen hat die Musikindustrie vor allem bei Studioproduktionen für sich nicht genutzt und stattdessen den Fokus auf Streaming und die breite Verfügbarkeit bei reduzierter Qualität gesetzt. Viele Konsumenten wünschen sich aber gerade im Mehrkanalton für ihre Anlagen auch Musikprodukte. Der Markt dafür wächst, auch wenn es eine weitere Nische in der Musikvermarktung ist; denn diese besteht ja ohnehin nur noch aus Nischen. Im Verkauf

sind CD, Vinyl, Blu-ray und Download Nischenmärkte und das Streaming für den überwiegenden Anteil an Künstlern eine Einkommensnische. Mit dem Aufkommen immersiver Audioformate wie Auro3D und Dolby Atmos, diese Daten auch auf der Blu-ray Disc integrieren zu können, entstand eine neue Dynamik, die seit der Entscheidung von Apple in 2021, Atmos im Streaming anzubieten eine breite Wahrnehmung erhält. Ich glaube, alle im Bereich Mehrkanalton aktiven Kreativen hat diese Nachricht erstmal erfreut. Sie hat zudem die Musikindustrie unter Druck gesetzt, entsprechenden Content anbieten zu müssen. Daher Dank an Apple und Dolby für dieses Marketing. Doch wo Licht ist, ist auch Schatten. Das Bedürfnis, schnell viel Content im Streaming anbieten zu wollen, hat zu einer Reduktion der Qualitätsstandards geführt. So finden wir

Produktions- & Vermarktungsbudget

€ 10.000,-- Benötigt 2-4 Mio. Streams

€ 50.000,-- Benötigt 10-20 Mio. Streams

€ 100.000,-- Benötigt 20-40 Mio. Streams

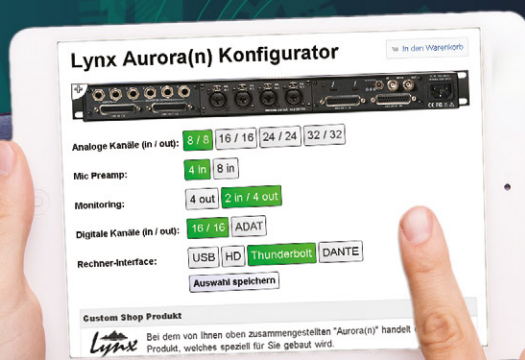
zur Kostendeckung

Kalkulationsbasis: Vergütung pro Stream € 0,0025-0,005

Streams, die benötigt werden, um dargestellte Budgets zu erzielen

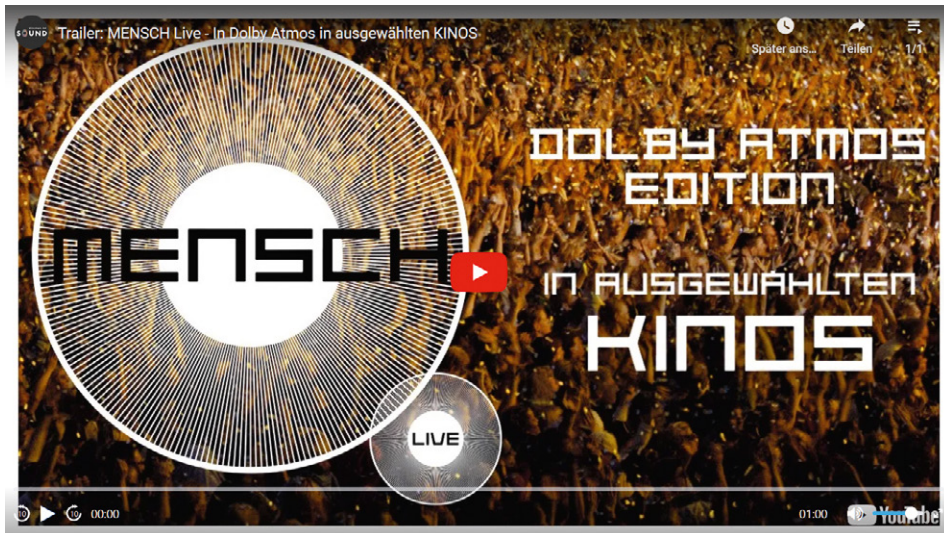
heute Stereo-Upmixe oder reine Kopfhörermischungen im Streaming. Als binaurales Stereo und für die Nutzung über Kopfhörer mag das noch funktionieren, aber dies führt auf einer adäquaten Heimkinoanlage eher zu Kopfschütteln. Wenn der Gesang oder ein Schlagzeug aus allen Lautsprechern ertönt, wird jedem Heimkinofreund sofort klar, dass da etwas nicht stimmen kann. Diese Produkte sind klarerweise für eine Blu-ray Disc Auswertung im Heimkino-segment nicht zu gebrauchen. Und so zurück zur ursprünglichen Frage: Wir sahen die Notwendigkeit, den Qualitätsunterschied einer zertifizierten Studiomischung auf einer diskreten 7.1.4 Konfiguration zu vermitteln, um den Qualitätsanspruch einer Blu-ray-Veröffentlichung darzustellen. Dies ist die Aufgabe der ‚Visions of Sound‘ Roadshow. Sie stellt zweimal jährlich den

AURORA⁽ⁿ⁾ A/D D/A Wandlung à la carte



Dolby
ATMOS

www.lynxstudio.de



Dolby Atmos Kino: Das Kino spielt bei der Vorführung immersiver Musik eine wichtige Rolle

Handelspartnern einen Event zur Verfügung, im Rahmen dessen wir über Neuerscheinungen in immersivem Audio auf Blu-ray Disc informieren, in Mischungen hineinhören und uns mit den Besuchern zu Technologie, Produktion und Mischung austauschen.

Fritz Fey: Mit welchen Erwartungen kommen die Besucher zu den Vorführterminen? Welches sind häufig gestellte Fragen oder diskutierte Themen?

Christoph Diekmann: Als wir 2020 starteten, kamen vor allem Stereo-Musikhörer mit dem Interesse, diese neue Klangdimension für Musikinhalte kennenlernen. Heute haben wir zu vierzig Prozent Mehrkanalfreunde, die Surroundanlagen besitzen und weitere vierzig Prozent sind weiterhin Stereohörer. Die, die bereits über ein immersives und häufig audiophiles Setup zu Hause verfügen, besetzen die restlichen zwanzig Prozent. Diese Leute kommen, um die neuen Produkte mit entsprechenden Musikmischungen kennenzulernen, die sie sonst woanders nicht in entsprechender Qualität anhören können. Die meisten gestellten Fragen sind dann technischer Natur, wie man beispielsweise von Stereo oder Surround im privaten Umfeld zu einer Installation kommt, die entsprechend immersives Audio wiedergeben kann. Aber auch die Hintergründe

zur Produktion und wie immersive Aufnahmen und Mischungen entstehen, sind für die Besucher sehr spannend.

Fritz Fey: Also müssen die Hörer inzwischen nicht mehr an immersive Formate herangeführt werden?

Christoph Diekmann: Eigentlich nicht mehr. Wer Dolby Atmos schon mal gehört, es im Kino oder auf Kopfhörern erlebt hat und offen ist für höhere Qualitätsansprüche, weiß, was er will und was er bekommt. Zur verfügbaren Technik und lokalen Umsetzung muss beraten werden. Da haben wir ja heute ein großes Hardwareangebot von Heimkinoreceivern bis Soundbars zur Auswahl. Wenn wir unsere Veranstaltungen durchführen, gibt es jedes Mal die Diskussion darüber, wer sich auf die besten Plätze in den Sweetspot setzen darf. Es ist also offensichtlich bekannt, worum es bei der Mehrkanalwiedergabe geht. Die meisten wissen also ganz genau, was da geboten wird und was den Wert dieses Hörerlebnisses ausmacht. Wer Stereo richtig hören kann und weiß, was ein Stereodreieck ist, hat die besten Voraussetzungen, zu einem qualifizierten Mehrkanalhörer zu werden. Die Mehrheit der potentiellen Interessenten hat jedoch keine diskrete Heimkinoanlage, sondern sich mit einer Soundbar ausgestattet, um den Fernsehern zu optimie-

ren, ohne zu wissen, was so ein Ding alles kann, eben zum Beispiel auch Dolby Atmos. Auch das ist ja eine Technologie, die eine besondere Form der Musikwiedergabe ermöglicht. Das ist dann nicht das audiophile Segment, das wir momentan hauptsächlich erreichen, aber da kann sich noch etwas entwickeln. Viele unserer Kunden bedanken sich bei uns dafür, dass wir Blu-rays anbieten, weil sie über ihre hochwertigen Anlagen die Schwächen des Internetstreamings hören können. Wenn das Repertoire gut ist, wenn die Mischungen gut klingen, dann haben wir eine Chance, die Blu-ray als technische Grundlage weiter zu etablieren.

Fritz Fey: Man sieht ja, dass auf der Produktionsseite alles bereitsteht. Die Kollegen wollen in Dolby Atmos mischen und die ästhetischen Möglichkeiten ausschöpfen. Viele Studios haben sich entsprechend mit Lautsprechersystemen ausgerüstet, ohne eine entsprechende Auftragslage. Mit dem Know-how über Stereo und Surround gehen die Studios natürlich besser gewappnet in das Mehrkanalrennen. Es wird auf jeden Fall in vielen Studios ‚geübt‘ und Dolby hat durch den Wegfall der Zertifizierung (Ausnahme Kino) den Weg für jedermann geebnet, mit Atmos zu spielen.

Christoph Diekmann: Ich sehe das mit einem lachenden und einem weinenden Auge, denn ohne ‚Zertifizierungspflicht‘ kann es auch zu Qualitätseinbußen kommen, da kein Know-how-Nachweis in irgendeiner Form erbracht werden muss. Wir wollen hochwertige technisch und ästhetisch Produkte für unsere Blu-ray und keine Upmixe. Wenn man sich auf den Streaming-Plattformen durchhört, stellt man fest, wie groß die Qualitätsschwankungen sind. Menschen, die audiophil hören wollen, merken das natürlich auch. Wir legen großen Wert auf Qualität und fragen die Studios, wo die Mischung gemacht wurde, auf welchem Lautsprecher-Setup?

Fritz Fey: Wie hat sich das Konsumentenverhalten in Bezug auf immersive Formate seit der Vorstellung von Auror3D und Dolby Atmos verändert?

Christoph Diekmann: Wie ich eingangs schon beschrieben habe, lernen viele über das binaurale Format räumliches Hören kennen und erfahren dann über Medien, den Heimkinohandel oder unser Marketing von der qualitativ hochwertigen Blu-ray Disc Option. Daher kann man wirklich sagen, dass hier ein zartes Pflänzchen wächst und hoffentlich weiter gedeiht, um die verschiedenen Möglichkeiten einer hochwertigen Aufnahme und Mischung zu verschiedenen Anlässen nutzen zu können. Unterwegs Streamen, Zuhause hochwertiger Genuss.

Fritz Fey: Gibt es Untersuchungen zum Hörverhalten? Welche Übertragungsmedien werden wie häufig genutzt (Kopfhörer, Soundbars, echte diskrete Lautsprecher-Setups)?

Christoph Diekmann: Ohne das mit exakten Zahlen belegen zu können, steht natürlich der Kopfhörer an erster Stelle. Soundbars mit Dolby Atmos sind in vielen Haushalten vorhanden. Die-

ses Marktsegment ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Von 2021 bis zum 3. Quartal 2023 wurden über vier Millionen Lautsprecher/Soundbars in Deutschland verkauft (Quelle GFU), viele Soundbars sicher mit Dolby Atmos, da auch die Filmstreamingdienste immer mehr Atmos-Produktionen anbieten. Der Haushalt mit 5 oder 7.1.2 oder 4 ist natürlich das kleinste Segment. Aber auch dieses wächst, da sich der Trend zu gutem Film und Musikgenuss zu Hause grundsätzlich positiv entwickelt. Laser TV und flexible Hardware-Setups machen aus immer mehr Wohnzimmern ein Heimkino.

Fritz Fey: Gibt es Erkenntnisse darüber, was Hörer immersiver Musikproduktionen an diesem Wiedergabeformat besonders schätzen?

Christoph Diekmann: Bei der Blu-ray ganz klar die Dynamik, die stabile Datenrate und das haptische Erleben. Wir sprechen über die beste verfügbare Klangqualität für viele Konsumenten. Wenn diese attraktiv verpackt ist, sind das zwei starke Verkaufsargumente, die das Streaming nicht bieten kann.

Fritz Fey: Wie stellt sich der deutsche Markt denn im internationalen Ver-



Der Visions Of Sound Award – in diesem Jahr erstmals ausgelobt

gleich dar, was den Wunsch des Konsumenten betrifft, einen Tonträger ‚zu besitzen‘?

Christoph Diekmann: Der deutsche Markt ist tatsächlich der stärkste beim Absatz von Tonträgern. Das Segment, in dem wir jetzt tätig geworden sind, ist eine Nische, die sich an Menschen wendet, die vorher überhaupt nicht über ein solches Produkt nachgedacht haben. Die CD wur-



HANDGEFERTIGTE STUDIOVERKABELUNG MADE IN GERMANY

Als langjähriger MOGAMI Partner in Europa und etablierte Analog-Manufaktur fertigen wir Ihre Verkabelung individuell nach Ihren exakten Vorgaben an. Unsere erfahrenen Mitarbeiter in der Kabelkonfektionierung freuen sich darauf, für Ihr Projekt aktiv zu werden.

Kontaktieren Sie uns für Ihre maßgeschneiderte Lösung bei Studio, Live-Sound und Installation. www.cma.audio/mogami

de überall zurückgedrängt, Vinyl ist als Retro-Trend nicht nur in Deutschland ein Hype. Aktuell schauen wir sehr intensiv nach Amerika und bauen dort gerade ein Geschäft auf. Wir wollen sogar ein Lager vor Ort haben, um den amerikanischen Markt von dort aus bedienen zu können. Blu-ray und Heimkino sind in den USA recht gut verbreitet, aber auch dort ist nicht durchgedrungen, dass es auch Musikträger für ihre aufwändigen Kino-

dieses Marktsegment von einer Industrie wahrgenommen und entwickelt würde, wäre ein ganz anderer Auftritt möglich. Wir probieren das mit unseren Möglichkeiten, mit viel Zeitaufwand und Energie, statt mit Kapitalmitteln.

Fritz Fey: Ist die ‚Schallplattenindustrie‘ nicht an einem solchen Produkt interessiert?

Christoph Diekmann: Bleiben wir bei der Musikindustrie. Platte ist out. Streaming ist in. Aber immer mehr Konsumenten sind mit dem, was sie da erhalten, nicht zufrieden und offen für Neues. Immersives Audio muss erlebt werden. Das kann man mit Worten kaum vermitteln und ich kenne bisher niemanden, der sich diesem umhüllenden Wohlfühlen hätte entziehen können. Es ist einfach die natürlichste Form des Hörens. Die Musikindustrie ist da kein Treiber. Es sind eher die Künstler und Engineers, die das ja auch schon zu Surround-Sound-Zeiten förderten und umsetzten. Und natürlich sind wir Apple und Dolby dankbar für die Marketingleistung, die für die Blu-ray Disc so nie passiert wäre. Wir schwimmen also mit und zeigen den Qualitätsunterschied auf. Glücklicherweise veröffentlicht auch die Musikindustrie immer mehr Mischungen auf Blu-ray Disc. 2023 war ein tolles Jahr mit den Produktionen von Pink Floyd, Peter Gabriel, Prince und vielen anderen. Auch Engineering-Kollegen wie Steven Wilson, der sich aktiv um das Heben von Archivschätzen kümmert, befeuern diesen schönen Trend.

Fritz Fey: Wie sieht denn für den Künstler die Rechnung unter dem Strich aus?

Christoph Diekmann: Für mich, und da spreche ich sicher für die meisten Künstler und Produzenten, hat das Verkaufsprodukt, das im Prinzip auch ein Download sein könnte, der sich aber auch nicht durchgesetzt hat, absolute Priorität. Wenn ich mit Künstlern zusam-

menarbeite, möchte ich deren Digitalrechte überhaupt nicht haben. Wir vermarkten praktisch analog zur Filmindustrie, das heißt, dass wir nicht am Veröffentlichungstag alle verfügbaren Kanäle bedienen. Entsprechend lassen wir Vertriebskanäle, die Abonnementvergütungen praktizieren, erstmal beiseite und bieten zunächst einen hochwertig gemachten Tonträger an. Man muss die Wertschöpfung eines Masters einfach anders denken und auch berücksichtigen, dass sich eine hochwertige Mischung nicht über Streaming finanzieren lässt, abgesehen vielleicht von den Topstars, die 100 Millionen Klicks generieren. Wir kalkulieren mittel- und langfristig mit einer Blu-ray-Auflage ab 2.000 Exemplare, damit sich das Ganze wirtschaftlich darstellen lässt. Wir wissen ja alle, dass die großen Streaming-Dienste von jeher Verluste machen. Wenn sich das Musikgeschäft hauptsächlich auf ein solches Modell bezieht, ist das mehr als bedenklich. Die Musiklandschaft wird auf diesem Wege veröden und ‚rächt‘ sich inzwischen mit schnell auf dem Laptop produzierten Inhalten.

Fritz Fey: Ist die Blu-ray dann ein Luxusartikel für Konsumenten mit höherem Anspruch an das Produkt ‚Musik‘?

Christoph Diekmann: Luxus, ich weiß nicht. Preislich bewegen wir uns im Vinylsegment. Sprich, oberhalb der CD gleichauf mit dem Retrotrend der Schallplatte bei wesentlich spannenderen Inhalten und einem Klangerlebnis, das es so sonst nicht gibt. Trotzdem, wie beschrieben, ist die Blu-ray eine weitere Nische neben der CD und der Schallplatte. Wer offen für Neues ist, und da sind wir in der Umsetzung von Produktionen gerade erst gestartet, erwirbt ein Produkt, das ganz neue Emotionen vermittelt. Mittendrin statt davor, wie ich immer gerne sage. Allein die multimedialen Möglichkeiten der Blu-ray Disc haben einen klaren Mehrwert, den Künstler immer stärker nutzen werden,



Die digitale Hauszeitschrift ‚Visions Of Sound‘

systeme gibt. Auch der japanische Markt hat sich ‚physisch stabilisiert‘. Wenn ich sehe, woher unsere Kontakte und Kunden kommen, die auf unserer Website Produkte bestellen, gibt das mehr als nur Anlass zur Hoffnung. Sie kommen aus England, Frankreich, aus ganz Europa eigentlich. Ich denke daher, dass dieses Nischensegment in den kommenden Jahren erst einmal wachsen wird, weil eben die Kinofans Musik als ‚neues Medium‘ für ihre Anlagen entdecken. Es gibt weltweit diesen Bedarf und auch die technischen Voraussetzungen. Das wird sicher kein Massenmarkt, sich aber solide entwickeln. Davon abgesehen: Wenn

um ein komplett anderes Entertainmentprodukt zu schaffen, als der klassische Musikhörer bis jetzt gewohnt ist.

Fritz Fey: Wie ist denn der Vertrieb für immersive Blu-rays strukturiert?

Christoph Diekmann: Wie ich schon sagte, arbeiten wir sehr analog zur Filmindustrie. Wenn möglich, und das wird hoffentlich noch wesentlich mehr, starten wir im Kino mit einer Kinomischung. Dann erfolgt die Auswertung auf Blu-ray im Heimkinofachhandel, der diese Produkte erlebbar macht. Anschließend geht es in die traditionellen Musikvermarktungskanäle wie Tonträgerfachhandel und E-Commerce Händler.

Fritz Fey: Welches Signal soll mit der Verleihung des Visions-Of-Sound-Awards gegeben werden?

Christoph Diekmann: Ganz klar: Qualität hat ihren Platz. Produziert mehr immersive Mischungen und veröffentlicht diese auf Blu-ray!

Fritz Fey: Welches sind die Kriterien bei der Prämierung der Preisträger?

Christoph Diekmann: Der Visions-Of-Sound Award soll Immersive-Sound-Engineers und deren kreative Leistung in der Mischung würdigen. Daher sind zum Beispiel Kriterien wie die Darstellung des Raumes oder aber auch die Kreativität und technisch-musikalische Umsetzung in der Mischung zwei wichtige Aspekte für die Prämierung. Die mit Fachleuten besetzte Jury bewertet dann mit einem entsprechenden Punktesystem die nominierten Titel.

Fritz Fey: Warum kommen nur Produktionen in den Vorentscheid, die auf Blu-ray veröffentlicht wurden?

Christoph Diekmann: Diese Entscheidung fiel uns nicht leicht, da natürlich auch viele gute Mischungen ‚nur‘ auf

Streaming-Plattformen veröffentlicht werden. Unser Ansatz ist das beste Erlebnis beim Konsumenten. Dies ist nun mal auf Blu-ray ideal möglich und wird sicher in Zukunft auch im Download vermehrt kommen. Zudem sind gute Mischungen von Budgetmöglichkeiten abhängig und Streaming-Erlöse werden diese in den meisten Fällen nicht finanzieren können. Daher ist der Erhalt eines Kaufproduktes für die Kreativen ein absolut wichtiges Element, um weiterhin musikalische Vielfalt zu erhalten und zu fördern.

Fritz Fey: Worüber finanzieren sich die Visions Of Sound Roadshow und der Award?

Christoph Diekmann: Die Visions of Sound Roadshow finanziert sich über die Händler, Hardwarepartner und über das die Roadshow begleitende Magazin. Hier werden alle neuen Produkte ausführlich vorgestellt und Werbeanzeigen im Heft helfen ebenso. Den Award wollen wir da ergänzend einbeziehen und hoffen zukünftig auf die Bereitschaft aller Beteiligten, dies gemeinsam zu finanzieren.



Fritz Fey: Sind weitere Aktivitäten in Verbindung mit immersiv produzierter Musik geplant?

Christoph Diekmann: Wir beschäftigen uns gerade damit, wie wir größere Veranstaltungen umsetzen können. Da kommt dem Kino eine wichtige Rolle zu. Ich denke, zum Ende dieses Jahres werden wir da mehr vermelden können...



GLÜCKAUF
der Hoererladen.de

Die Quelle für hochwertige Kopfhörer im Ruhrgebiet



Jetzt Hörtermin vereinbaren:
Tel: 0159 0638 5000 · E-Mail: info@hoererladen.de
Isenbergstraße 20 · 45130 Essen