

PROFESSIONAL PRODUCTION

28. Jg., ISSN 0932-0393

Abonnement, Adressänderungen und Vertrieb

Fon 06146 605 112, Fax 06146 605 201
vertrieb@eubucco.de

Verlag

EuBuCo Verlag GmbH
Geheimrat-Hummel-Platz 4
65239 Hochheim am Main

Geschäftsleitung

Alexander Ebel
Fon 06146 605-141, Fax 06146 605-204
e-Mail: a.ebel@eubucco.de

Objektleitung / Anzeigenleitung

Joyce Hoch
Fon 06146 605-142, Fax 06146 605-204
e-Mail: j.hoch@eubucco.de

Redaktion

EuBuCo Verlag GmbH
Postfach 10 12 15, D-86882 Landsberg/Lech
Fon 08191 922606, Fax 08191 922607
Internet: www.professional-production.de
e-Mail: redaktion@professional-production.de

Chefredakteur

Ruodlieb Neubauer

Ständige Mitarbeiter der Redaktion

Bernhard Kling, Jochen Huberts,
Gabriele Ruhdorfer, Sybille Neubauer,
Beate Krebs, Matthias Schmidt

Mitarbeiter dieser Ausgabe

Romain Geib, Philippe Dériaz, Wilfried Urbe
Christine Dériaz, Stefan von Gagern
Sonja M. Schultz, Hermann Mader, Blake Jones
Prof. Arnold Vahrenwald

Verantwortlich für den Inhalt:

Ruodlieb Neubauer (Adresse s. Redaktion)

Vervielfältigung, Speicherung und Nachdruck, gleich welcher Art,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Abonnement

8 Ausgaben (4 Doppelnummern) im Inland inkl. Versand 51 Euro,
zzgl. 7% MwSt. (54,57 Euro). Abo 2 Jahre 80 Euro (+7% MwSt.
85,60 Euro). Europäisches Ausland inkl. Versand 64 Euro (ohne
USt.IDNr.+7% MwSt.), Abo 2 Jahre 105 Euro (ohne USt.IDNr. +7%
MwSt.). Einzelpreis 6,90 EURO inkl. MwSt. Die Abonnementgebühr
ist jeweils im Voraus zu entrichten.

Sämtliche Beiträge dienen der persönlichen Information der Leser.
Anzeigenpreisliste 2014. Alle Rechte vorbehalten. Für unverlangte
Zusendungen wird keine Haftung übernommen. Namentlich
gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der
Redaktion wieder. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen
wird nicht übernommen. Mit Annahme der redaktionellen
Beiträge durch den Verlag gehen das Recht der Veröffentlichung,
sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von
Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken
und CD-ROM/DVD, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien
und Mikrokopien an den Verlag über. Die Deutsche Bundespost
Postdienst kann im Falle einer Anschriftenberichtigung die
geänderte Adresse an den Verlag weiterleiten, sofern dieser Regelung
nicht widersprochen wird.

Mitglieder des BVK, BVFK, BVR, BVB, bvft, S/F/K und
des BVP erhalten Abos im Rahmen ihrer Mitgliedschaft.
Auflage und Verbreitung sind permanent iwv-kontrolliert.



Gerichtsstand Wiesbaden

Layoutkonzept: Konzept CI, Simone Horbach / Beate Krebs

Produktionsleitung: Frank Freitag

Druck: Frottscher Druck GmbH, Darmstadt

© EuBuCo Verlag GmbH 2014

Gestörtes Kino

Liebe Leserinnen und Leser, »Disruptive Cinema« stellt auf der kommenden IBC Big Screen Konferenz das Haupt-Thema dar. Es geht um die Zukunft der Filmpräsentation, um verschiedene Möglichkeiten, das Publikum weg von der Couch, vom Fernseher, bzw. vom Computer oder Mobilgerät zu locken.

Wie? U.a. indem man Zusatznutzen verspricht. Am Mobilgerät. Über den Second-Screen, dessen Nutzung beim Fernsehen immer größere Ausmaße annimmt.



Gerade bei Groß-TV-Events wie der Fußball-WM erreicht das »Kommentar-Wesen« in Social-Networks ungeahnte Höhen, zudem bekommt man allerlei Informationen auch von den TV-Sendern serviert.

Im Kino soll man demnach ebenfalls sofort wichtige Zusatz-Informationen an seine Fingerspitzen bekommen – oder abgeben. Etwa, wie viele Kinder der Hauptdarsteller gerade zugegebenermaßen hat, oder, wenn wir gerade bei den Maßen sind, welche Diät-Kur die Hauptdarstellerin gerade macht. Dass das möglicherweise die Aufmerksamkeit ein wenig vermindert, muss man eben bei der Generierung des Drehbuchs berücksichtigen. Stichwort »Cliffhanger« bei der TV-Werbung. Das Problem ist da nur, dass die Leute eben ihre Zusatz-Informationen, oft auch werblicher Art, sofort konsumieren können müssen. Um die eigentlich gewollte Rezeptionsfähigkeit des Bild- und Ton-Konsumenten und vor allem von dessen Nachbarn im Kino nicht ganz gegen Null gehen zu lassen, könnte man ja die Wiedergabe des Filmes ein wenig unterbrechen. Z.B., wenn die Mehrzahl der Konsumenten gerade ihren Mehrwert entgegen nimmt. Eis-Pause gibt es ja auch schon im Kino – zumindest bei Überlänge.

Das kann natürlich den marginalen Neben-Effekt haben, dass der Film nicht nur ein wenig im Erzählfluss gehemmt wird, sondern auch die Kinobetreiber in Zeitnot mit der nächsten Vorführung kommen. Hier gibt es wieder zwei Möglichkeiten: Man kann den Film einfach überziehen lassen. Das führt dazu, dass man nicht so ganz genau weiß, wann der nächste Film beginnt. Reisende mit der Bahn oder dem Flugzeug wissen ja auch nicht, wann man wirklich einsteigen kann. Geschweige denn, wann man tatsächlich ankommt. Und wenn wir ganz ehrlich sind – Autobenutzer wissen das schon bei mittleren Strecken ja auch nicht. Sowohl die Ankunft,

als auch die Abfahrt. Wenn man es genauer überlegt, bedeutet dies praktisch also nur eine Homogenisierung des Medien-Konsums mit dem Alltag.

Will man den verspäteten Film aus organisatorischen Gründen jedoch nicht überziehen lassen, könnte man ihn ja mit einer entsprechend gestalteten Schluss-Sequenz an dafür vorgesehenen Aussprung-Punkten beenden. Oder einfach gnadenlos abdrehen. Dies eröffnet wiederum Möglichkeiten, über die Quantifizierung der Missfallens-Kundgebungen am Second Screen eine Qualifizierung des Filmes durchzuführen. Eine Art Aufmerksamkeits-Quote, die man in einem Second-Ranking from Second Screen einführen könnte. Wobei die Frage ist, ob man es positiv oder negativ wertet, je weniger Kinobesucher den verfrühten Schluss überhaupt bemerken.

Es mag für passionierte Kinobesucher zwar ein Gräuel sein, dass die Nachbarn während des Filmgenusses am iPad oder iPhone herumfuhrwerken – aber sollen die den Ton über Kopfhörer konsumieren? Wie sieht es mit dem Streulicht aus? Möglicherweise löst sich das Second-Screen-Problem im Kino ganz von alleine: die meisten Second-Screen-Geräte verfügen heute über zwei oder noch mehr Kameras. Damit kann man bekanntermaßen nicht nur das Benutzerverhalten kontrollieren, sondern ganz nebenbei auch noch den First-Screen aufnehmen. Außer die Aufnahme-Funktion wird automatisch im Kino gesperrt, sobald das Gerät in Richtung Leinwand gedreht wird. Die notwendige Überwachung bekommt man sicher schon locker hin. Google Glass wurde in manchen US-Kinos übrigens bereits verboten.

Meine These: Es ist nicht die Konzentrationsfähigkeit auf mehrere Dinge gleichzeitig, die wir heute heranzüchten, sondern die Unlust, ja sogar die Unfähigkeit, sich auf ein Ding wirklich zu konzentrieren.

Ihr Ruodlieb Neubauer