

s z e n e



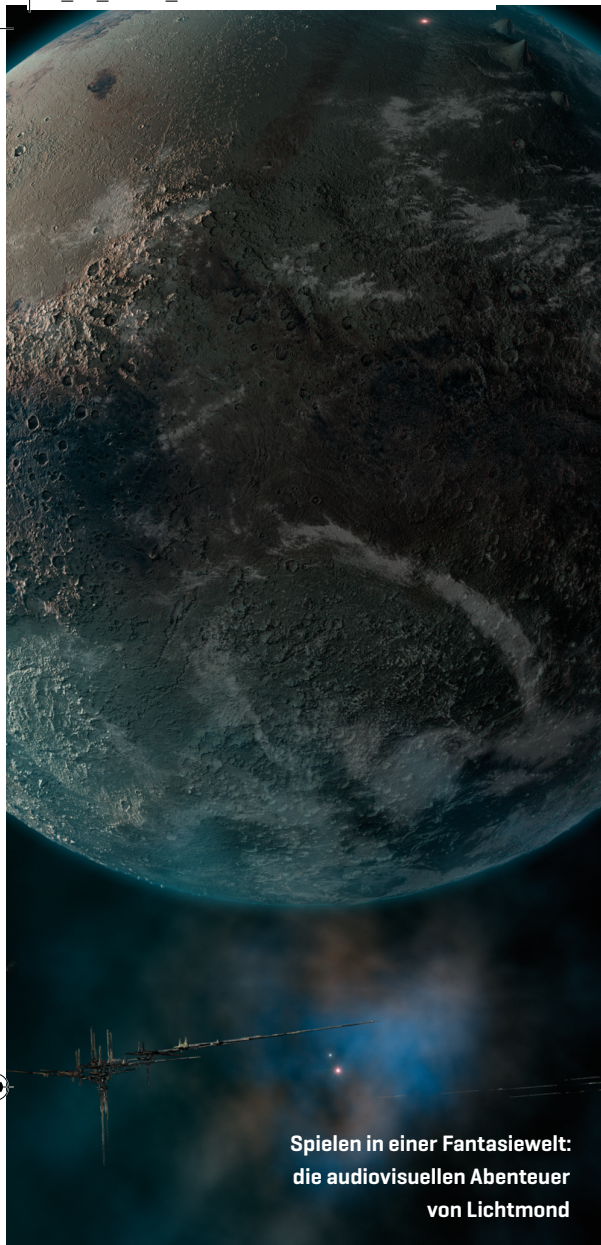
Lichtmonds Reise durch Zeit und Raum

Auch wenn technologische Innovationen bei Lichtmond schon immer eine wichtige Rolle spielten: Die beiden Produzenten Martin und Giorgio Koppehele verstehen ihre audiovisuell arbeitende Formation zuvorderst als ein Musikprojekt, das 2015 mit dem jetzt erscheinenden dritten Album erstmals auf Tournee geht.

Bei der Vermarktung setzen Lichtmond auf unabhängige Strukturen. Alle Veröffentlichungen erscheinen auf dem eigenen Label blu phase media.

„Im Vergleich zu ‚Lichtmond 2 – Universe Of Light‘ haben wir an vielen Schrauben gedreht, um das Produkt noch besser zu machen“, sagt Giorgio Koppehele im Gespräch mit MusikWoche. Er hob die Formation 2010 mit seinem Bruder Martin sowie ihren Ehefrauen Suna und Gabi aus der Taufe. Die erste Veröffentlichung hieß „Moonlight“, 2012 folgte „Universe Of Light“. 140.000 Einheiten haben Lichtmond von diesen beiden Veröffentlichungen seitdem verkauft. Nun erscheint am 10. Oktober mit „Lichtmond 3 – Days Of Eternity“ wieder auf dem eigenen Label blu phase media im Vertrieb von Alive eine Fortsetzung der Fantasysaga, bei der Bild und Ton gleichberechtigt nebenein-

ander stehen. „Das Konzept, die Geschichte hinter Lichtmond, ist noch wichtiger geworden – da spürt man, dass wir mit Science-Fiction-Filmen wie ‚Star Wars‘ und ‚Das schwarze Loch‘ groß geworden sind. Und unsere Sehnsucht nach den Sternen ist nach wie vor riesig, gerade weil die Realität da draußen eine andere ist“, sagt Martin Koppehele. Auch „Days Of Eternity“ spielt in einer fiktiven Welt, die ein spanisches Expertenteam in hochauflösendem 3D-Design nach den Ideen und Entwürfen der Koppeheles umgesetzt hat. Als musikalische Gäste wirken nach Alan Parsons bei Teil zwei nun der Ultravox-Sänger Midge Ure und erneut die korsischen Vokalakrobaten I Muvrini mit.



**Spielen in einer Fantasiewelt:
die audiovisuellen Abenteuer
von Lichtmond**

Zum Markenzeichen der „Lichtmond“-Ausgaben sind die gesprochenen Gedichte geworden, die nicht zufällig an große Konzeptalben erinnern. „Stilistisch entspannt sich auf ‚Lichtmond 3‘ gleichsam ein magisches Dreieck – zwischen Pop/Rock der 70er- und 80er-Jahre, der elektronischen Musik sowie World und Ethno“, erläutert Giorgio Koppehele. Dabei seien die rockigen Sachen noch rockiger, die Elektronik noch facettenreicher und die World-Elemente noch bombastischer ausgefallen, ergänzt sein Bruder.

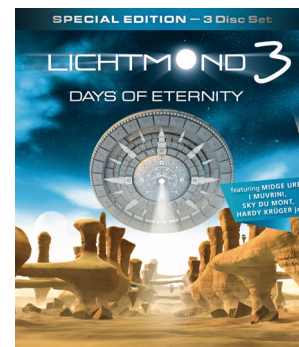
Mehr Technik bedeutet mehr Emotion

„Days Of Eternity“ erscheint, wie schon die Vorgängeralben, in verschiedenen Formaten: auf DVD, auf Blu-ray, auf 3D-Blu-ray, als CD und als Pure Audio Blu-ray. Eine luxuriöse Special Edition versammelt zudem CD, 3D-Blu-ray und Pure Audio Blu-ray in einer Ausgabe. „Technisch haben wir noch einmal zugelegt, wobei mehr Technik bei uns nur den

Zweck hat, mehr Emotionalität zu erzeugen und unsere Hörer noch intensiver in andere Welten zu entführen.“ Die höhere Auflösung im dritten Teil lasse die mystische Ausgestaltung des Lichtmond-Kosmos noch wertiger aussehen.

Pure Audio Blu-ray bietet 9.1-Mix

„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 gingen die Brüder auch im Audibereich und produzierten erstmals eine Pure Audio Blu-ray: Diese bietet unter anderem einen 9.1-Auro-Mix, eine neue Entwicklung der belgischen Galaxy Studios, die auf der IFA in Berlin am Auro-Stand präsentiert wurde. Die Kooperation mit Auro ist eine von mehreren Schulterschlüssen, mit denen die unabhängig von Major-Firmen operierenden Brüder ihr Netzwerk weiter ausbauen wollen. Ganz wichtig ist dabei die Verwertung des Lichtmond-Materials in Planetarien weltweit. Die erste 360-Grad-Show läuft seit vergangem 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 Produzenten einen Deal mit 100 russischen Fox-Kinos abgeschlossen, die für spezielle Chill-out-Wochen das Lichtmond-Material verwenden wollen. Und 2015 geht es erstmals auf die Bühne. Geplant ist eine Tour durch große deutsche Städte. „Die Wertschöpfungskette von Lichtmond ist viel größer als bei anderen, normalen Bands“, sagt Martin Koppehele. Und sie steckt noch voller Möglichkeiten. *Dietmar Schwenger*



blu phase media/Alive,
3D Blu-ray/Blu-ray/DVD/CD/
3D Blu-ray & Pure Audio Blu-
ray & CD,
VÖ: 10. Oktober,
www.lichtmond.de

**Lichtmond arbeiten
mit einer breiten
Verwertungskette.
Die Musik und das
Bildmaterial laufen
auch in Planetarien und
in Kinos. 2015 folgt die
erste eigenen Tournee
der Formation.**

**Kreativpartner beim dritten
Lichtmond-Werk (von links):
Giorgio und Martin Koppehele
mit Midge Ure**

