



3D LIVELAB: EXPERIMENTEN MET DE DERDE DIMENSIE

Dutchview en 3DNL lanceerden afgelopen zomer het 3D LiveLab. In het laboratorium werken verschillende partijen samen om Nederland op de kaart te zetten als het expertisecentrum van Europa op het gebied van productie en distributie van 3D cinema en televisie.

Het LiveLab ontstond vanuit twee kanten. David Linssen, Technisch Directeur van Dutchview en projectmanager van het 3D LiveLab, zag dat er verschillende partijen al met 3D projecten bezig waren, maar verder dan enkele losse experimenten ging het niet. "Het waren wat projecten om de techniek te verkennen, maar wij zagen al snel in dat je dan niet verder komt dan een bepaald punt. Ook als wij er als Dutchview veel tijd in zouden stoppen en er beter in zouden worden dan de rest, dan heb je nog geen programmamakers of regisseurs die volop met 3D aan de slag kunnen. Dan komen Nederlandse 3D producties nog niet op gang. Er moest dus een bredere beweging ko-

men om 3D een succes te laten worden." Met die gedachte liep ook partner van het project iMMovator rond. Zij lanceerden eerder al het platform 3DNL waar veel discussie op gang kwam. Linssen: "Er werd vooral over 3D gepraat en dat is natuurlijk goed, want zo ontstaan er ideeën over toepassingen. Maar het moet ook concreet worden gemaakt bij de mensen. Zodoende zijn we het LiveLab gestart om ook echt praktisch iets te doen met 3D. Er moet content komen en met de techniek moet worden geëxperimenteerd. We moeten laten zien dat 3D echt een nieuwe dimensie is binnen de audiovisuele markt."

Voorop in Europa
Dat er markt is voor 3D blijkt uit het feit dat de consument bereid is om er voor te betalen. Volgens Linssen is het een te serieuze ontwikkeling om afgedaan te worden als hype of gimmick. Hij ziet dat juist nu een punt is bereikt waar er verder gekeken moet gaan worden naar de toekomstige toepassingen en technieken. "De consument stemt met zijn portemonnee en laat duidelijk zien dat er interesse is voor 3D. We kijken met het lab naar nieuwe technieken en toepassingen en betrekken daar zoveel mogelijk partijen bij, of het nu concurrenten zijn of niet. Als we nu een voorsprong nemen met de ontwikkeling,

staan we als Nederland voorop in Europa. Er zijn in het buitenland natuurlijk ook projecten en experimenten, maar die zijn ook vaak eenzijdig en staan los van elkaar. We staan wat dat betreft in Europa op hetzelfde punt. In Nederland lopen we niet voor, maar ook zeker niet achter en wat we willen is dat we voorop gaan lopen."

Verwachtingspatroon

Waar 3D techniek nu nog onpraktisch en duur is, denkt Linssen dat het met nieuwe technieken en meer begrip van de content snel bereikbaar gaat worden voor producenten en consumenten. De innovatie van cinema en consumentenelektronica zorgt voor snelle ontwikkeling. "De techniek is nu nog kostbaar en onpraktisch, maar het is wel bereikbaar. We kunnen het doen en dat was twee jaar geleden nog onmogelijk. Bij de kijker thuis komen steeds meer televisieschermen met snelle processors en snelle verbindingen via het internet. We werken dus ook samen met partijen waarvoor de distributie van het aanbod interessant kan zijn. Maar ook bioscopen in Nederland kunnen door de nieuwe distributiekanaal voordeel hebben. Alle bioscopen worden gedigitaliseerd en de projectoren staan dus aangesloten op netwerken, compleet nieuwe mogelijkheden dus. Allemaal zaken waarmee we aan de slag kunnen."

Programmering

Linssen ziet wel dat er gevaar schuilt in het verwachtingspatroon van de consument. Doordat er veel aanbod is en nog meer op de markt gaat komen, kunnen de verwachtingen te hoog worden zodat, het uiteindelijk tegen valt. "Juist om aan die verwachtingen tegemoet te komen moet er nu iets gebeuren en moeten we in beweging blijven", zegt Linssen. "Wat dat betreft is het nu precies de juiste tijd om met het 3D LiveLab te beginnen. De mensen die nu een 3D scherm thuis hebben, zijn de innovators die alles wat nieuw is willen hebben. Hierna zal de grote groep consumenten in moeten haken en daarvoor moeten we innoveren en experimenteren. Willen we dat 3D de huiskamer in komt dan moet er aanbod van programma's en films zijn en de techniek moet voor de gewone thuisgebruiker bereikbaar en betaalbaar zijn. Ik denk dat het pas aantrekkelijk is, als er ook in Nederland 3D programmering ontstaat."

Met het 3D LiveLab heeft Nederland de kans om zich in Europa als 3D kenniscentrum neer te zetten. Linssen: "We staan in het buitenland al bekend als innovatief land en ook qua creativiteit staan we er goed op. Met ons project combineren



we die zaken en kunnen we een grote sprong maken. We kunnen met de kennis die we opdoen in het buitenland verdienen en dat is goed voor de entertainmentindustrie van Nederland.”

Fenomeen

In het LiveLab komen alle partijen samen om mee te denken over de mogelijkheden en technieken van 3D. Er wordt ook niet alleen naar de productiekant gekeken, maar ook de creatieve kant krijgt doorgang. “We hebben concreet gekeken naar wat we wilden en hoe we dat vorm konden geven. We hebben een studio voor een half jaar vrijgemaakt om het een plek te geven waar alles terecht kon. Daarna hebben we partijen benaderd die wel mee wilden werken en er techniek en mankracht aan wilden uitleenen. We hebben ook een plek ingericht om meetings te houden en terug te kunnen kijken naar wat we hebben geproduceerd, zodat we daar over kunnen praten en verder kunnen met ontwikkelen. Daarnaast houden we evenementen rondom 3D om meer mensen bekend te maken met het fenomeen. In november houden we de 3D dagen waarmee we consumenten maar ook mensen uit het vak kennis laten maken met de toepassingen.”

Het uiteindelijke doel van het lab is om een evolutie in gang te zetten die zorgt dat 3D niet alleen als een leuk extraatje aangeboden wordt, maar om het als een vertelmedium te ontwikkelen. Linssen: “De game-industrie is daar al ver mee. Als je een 3D game speelt, sleept dat je echt mee en dompelt het je onder in de setting. Vergelijk het met de ontwikkeling van de iPhone of iPad. Eerst was het apparaat op zich een verschijnsel en na een half jaar kwamen de eerste Apps van dingen die je toch al deed. Later kwamen creatieve Apps en spelletjes die puur gericht waren op de touchscreen en het bewegen van het toestel. Zo moet 3D zich ook ontwikkelen, wil het een succes worden. Het moet uit de hoek van techniek en meer naar het verschijnsel als middel om je verhaal te vertellen.”

Brilletjes

Innovatie en technische vooruitgang kunnen niet zonder dat de consument, de eindgebruiker, het omarmt. Aan de vraagkant moet nog wel een omslag komen. “Een simpel voorbeeldje zijn de brilletjes die je moet dragen. In een bioscoop vindt niemand het een probleem, maar ergens anders of in de huiskamer wil men er nog niet zo

aan, terwijl het geen probleem is voor de consument om met een Wii afstandsbediening te doen of je aan het tennissen bent. Een bril wordt, denk ik, toch geassocieerd met gebreken. Maar er worden al hele stoere brillen ontworpen voor 3D toepassingen. Een ander misverstand is dat je op een 3D scherm thuis alleen maar naar 3D content kan kijken. Dat is niet zo, ook gewone televisie en films kunnen er ook op worden bekeken.”

De consument mag het dus zeggen. Tot nu toe laat de eindgebruiker zien dat 3D waardevol genoeg is om er geld aan uit te geven. Met 3D LiveLab hoopt Linssen dat er ook verder gekeken kan worden dan de bioscoopzaal en dat er meer programma's en films het reguliere circuit binnendruppelen. “Het duurt vast nog wel even voordat we het nieuws in 3D gaan kijken, die noodzaak is er nu nog niet. Andere genres zul je sneller in 3D gaan zien: concerten, drama, series, talentenshows. Het duurt nog even voordat we zover zijn dat we voor alle genres in 3D produceren, maar met het 3D LiveLab zetten we die ontwikkeling nu in gang.”