

ESPN baut sein 3D Angebot aus

20.12.2010, 10:41 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *ad.monitoring*



Szenenbild aus dem TV-Spot ESPN 3D

Das größte amerikanische Sport-Network hat sich in diesem Jahr die schrittweise Einführung 3D vorgenommen. Zum Warmlaufen diente der World Cup, von dem das Eröffnungsspiel und 25 weitere Begegnungen in dreidimensionalen Bildern übertragen wurden. Es folgten die Summer X Games, College Basketball und am 17. Dezember das erste NBA-Spiel, bei dem die New York Knicks gegen die Miami Heat angetreten sind. Nach Angaben von adnews-online soll zukünftig ein Spiel pro Woche in 3D übertragen werden.

Medien-Experten bezweifeln allerdings, dass es in den privaten Haushalten bereits genügend Nutzer für das neue Angebot gibt. Nach ersten Schätzungen der führenden amerikanischen Elektronikmarkt-Kette Best Buy ist die erwartete Nachfrage nach 3D Fernsehern im Weihnachtsgeschäft weitgehend ausgeblieben. Viele Konsumenten wollen vor einer solchen Investition erstmal abwarten, wie sich die 3D Technik weiter entwickelt und ob es bald ein breiteres Programmangebot gibt, das die Mehrkosten rechtfertigt. Auch warten manche potentiellen Käufer, bis sie 3D Sendungen aufzeichnen können.

Um für seinen innovativen 3D Service zu werben, schaltet Vorreiter ESPN seit 14. Dezember einen TV-Spot. Darin sehen wir ein paar Freunde, die mit 3D Brillen auf einen Fernseher schauen. Einer von ihnen bringt das neue Seh-Erlebnis auf den Punkt: Es ist so, als stünde die Trophy der BCS National Championship wirklich hier im Raum. Um diesen Eindruck auch den Nutzern eines herkömmlichen Fernsehers zu vermitteln, steht die Trophäe tatsächlich im Wohnzimmer. Ein zweiter Mann rät seinem Freund, sie lieber nicht anzufassen. Er ist kann mit empfindlichen Dingen nicht so gut umgehen. Während die Hersteller von TV-Geräten gerne mit Gegenständen arbeiten, die aus dem Bildschirm heraus in den Raum fliegen, konzentriert sich ESPN in seiner Werbung für das 3D Erlebnis ganz auf die Zuschauer, die sichtlich beeindruckt auf ihren Fernseher starren.

Portrait

adnews informiert monatlich zeitnah und umfassend über das amerikanische Marketing und die aktuellen amerikanischen Kampagnen. Dazu bietet das Nachrichtenportal adnews-online.de tagesaktuelle Meldungen und Informationen.

Hinter dem neuen Informations-Service steht das Hamburger Marketing-Unternehmen ad.monitoring, das sich seit 1993 auf die Beobachtung und Analyse der amerikanischen Werbung konzentriert und Unternehmen und Werbeagenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz über alles informiert, was im amerikanischen Marketing wichtig und wissenswert ist.

News-ID: 496269 • Views: 909 (Stand: 05.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/496269/ESPN-baut-sein-3D-Angebot-aus.html>