



Tipp-Kick PC Cup:
Das neueste Spiel
von Procontis eignet
sich nicht nur zum
Überbrücken von
Halbzeitpausen

Tipp-Kick: Vom Tisch- zum PC-Spiel

Für ihr neuestes PC-Spiel nahm sich die deutsche Spieleschmiede Procontis den 80 Jahre alten Tischspiel-Klassiker „Tipp Kick“ zum Vorbild: Das Game „Tipp-Kick PC Cup“ entstand in Zusammenarbeit mit den Game Designern von anyMotion Graphics mithilfe von 3ds max 3.1 und Shockwave.

Bei dem 1924 von der deutschen Edwin Mieg OhG etablierten Tischfußballspiel Tipp Kick handelt es sich mit etwa fünf Millionen verkauften Exemplaren um eines der bekanntesten Spiele im deutschsprachigen Raum. Procontis hat für die Umsetzung als Computerspiel die Original-Lizenz erhalten. Bei der PC-/Mac-Variante existieren ein Einzeler- sowie ein Zweispeler-Modus sowie einige zusätzliche Wettkampfoptionen in Form des Meisterschafts- und Liga-

Modus. Als Publisher für die Vermarktung des CD-ROM-Spiels im deutschsprachigen Raum fungiert die dtp AG.

Das Spiel kann für Werbezwecke zudem auf entsprechend angepassten CD-ROMs/Mini-CD-ROMs angeboten werden. Bei der Produktion der aktuellen PC-/Mac-Variante hat es sich Procontis zur Aufgabe gemacht, so nahe wie möglich an der originalen Tischspiel-Variante zu programmieren. So wurden die bekannten Spielregeln

übernommen, und die Programmierer sorgten für das richtige physikalische Verhalten innerhalb des Spiels – sprich die korrekte Dynamik/Spielphysik der Spielelemente. Bei der Produktion von Tipp-Kick PC Cup kamen in erster Linie 3ds max 3.1 und Shockwave zur Anwendung.

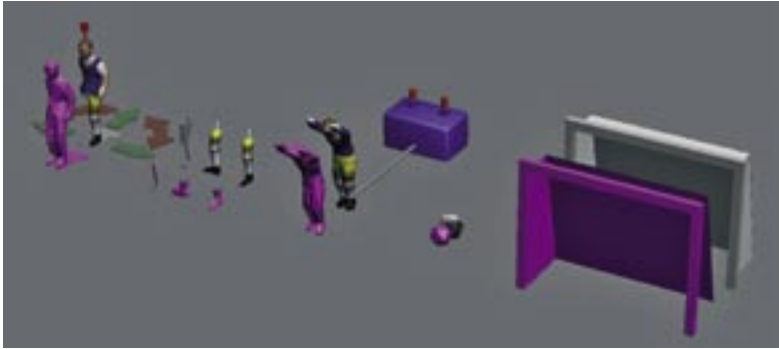
Procontis nutzt bevorzugt 3ds max, hat darüber hinaus für diese Produktion aber auch mit den üblichen Bildbearbeitungs- und Programmierwerkzeugen gearbeitet. Nach guten Erfahrungen mit den eigens programmierten Shockwave-Schnittstellen in vorherigen Produktionen entschloss man sich auch bei Tipp-Kick PC Cup wieder, Macromedia Shockwave als Game-Engine zu nutzen. Diese Entscheidung beruhte vor allem darauf, dass 3D-Grafik in akzeptabler Qualität flüssig dargestellt werden kann und eine größtmögliche Kompatibilität zu den Systemen der Endanwender besteht. Die kostengünstige Lizenzpolitik von Shockwave gab den Ausschlag für die

TIPP-KICK PC CUP

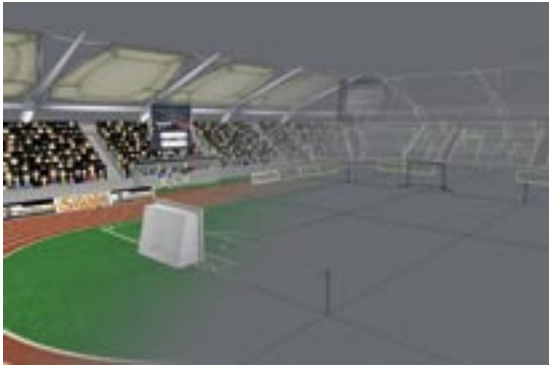
PC-Spiel nach dem legendären Tischspiel der Firma Edwin Mieg OhG.

Hersteller:	Procontis GmbH
Bezugsquelle:	Procontis (CD-ROM oder Download)
Typ:	Sport und Geschicklichkeit; Werbespiel
Preis:	unter 15 Euro
Release:	Anfang Juni 2004
Softwarevoraussetzung:	Macromedia Shockwave 3D

TIPP-KICK PC CUP



Die rohen und texturierten Einzelkomponenten der virtuellen Tipp-Kick-Welt: Spieler nebst „Tipper“, Dreh- und Verschiebe-Gizmos sowie die verschiedenen Spielerbeine, der Torhüter nebst Steuerungshox, der Ball und zu guter Letzt das Tor (von links nach rechts)



Links: Eine Montage der Schattierten- und Drahtgitter-Ansicht des Stadions, an der sich die geringe Auflösung der Szenelemente erkennen lässt



Rechts: Typische Anstoßsituation in Tipp-Kick PC Cup

Entscheidung zu Gunsten des relativ homogen vorkommenden Plug-Ins. AnyMotion setzte die Spielfiguren und die Anmutung des Spiels entsprechend dem Original um. Wie bei allen Spielen, sollte es sich auch

PROCONTIS UND ANYMOTION

Die Firma Procontis (www.procontis.com) ist spezialisiert auf Beratung, Konzeption und Design sowie die Entwicklung von 3D-Unterhaltungssoftware und der damit verbundenen Technologien. Dabei positioniert sie sich als erfahrener Partner im schnell wachsenden Unterhaltungsmarkt. Referenzlizenzen des Technologie- und Entwicklungsbereichs von Procontis sind unter anderem: „Formel RTL Cup 2000“, „SlickBall – The Dungeon“, „Dunlop Drivers Cup“, „Online World“, „Beyond3000“.

In der 3D-Produktion von anyMotion (www.anymotion.de) werden neben der Erstellung von Industrie-Visualisierungen und Werbe-Animationen auch Inhalte zum Einsatz in Spielen und im Internet geplant und umgesetzt.

Das Unternehmen besitzt jahrelange Erfahrung im Realtime-Bereich und zeichnet für viele VRML-Projekte im Internet verantwortlich. Anymotion produziert außerdem Komplettsysteme, die über die softwareseitige Ausstattung hinaus auch mit Cyber-Brille und Datenhandschuh versehen sind.

hier bei den finalen Modellen um möglichst gering aufgelöste Netze handeln, und die verwendeten Texturen sollten einfach und Game-Engine-konform angelegt sein.

Um einige Eckdaten zu nennen: Die Anzahl der Polygone lag beispielsweise beim Stadion bei fünfhundert, bei den Zuschauergeometrien in etwa bei zweihundert und pro Spieler bei rund dreihundertfünfzig Polygonen.

Bei anyMotion setzte man aus Kompatibilitätsgründen zu den von Procontis programmierten Schnittstellen 3ds max Version 3.1 ein. Einige Arbeiten, die sich in 3ds max 6 problemlos erledigen lassen, erforderten in Version 3.1 einen Umweg. Ein Beispiel für solch eine Kompensation fehlender Features ist die Menü-Hintergrundgrafik: Seitens Procontis wurde eine leichte Fischaugen-Optik gewünscht, die vom damaligen 3ds-max-3.1-Scanline-Renderer so nicht unterstützt wird. Um diese Aufgabe zu lösen, arbeitete das Team bei anyMotion mit einer gewölbten Geometrie, die wiederum rückseitig gerendert wurde. Da die Geometrie – in diesem Fall eine Ebene – mit einer einhundertprozentigen Reflexion versehen wurde, erhielt das gerenderte Hintergrundbild neben einer perspektivischen Verzerrung auf Umwegen auch den gewünschten Fischaugen-Effekt.

Die Produktion von Tipp-Kick PC Cup hatte zum Ziel, ein Produkt zu erstellen, das sich exzellent als Werbemittel einsetzen lässt. Die Tischspiel-Variante ist seit ihrem Erscheinen bis zum heutigen Tage viele hunderttausend Mal von Unternehmen als Werbeträger genutzt worden, warum also

sollte sich eine Rechner-Variante hierfür nicht ebenfalls anbieten? Der mögliche Verbreitungsbereich der virtuellen Version ist in jedem Fall deutlich größer als der des Tischspiel-Originals. Als mögliche Werbeflächen innerhalb von Tipp-Kick kommen beispielsweise die beiden Anzeigetafeln, die sechszwanzig Segmente der spielfeldbegrenzenden Bande oder auch die Spieler-Trikots in Frage. Spezielle Kameraeinstellungen, ein Kameraflug bei jedem Anpfiff und eine Zeitlupe nach jedem Tor gewährleisten stets eine gute Sichtbarkeit aller Werbeflächen innerhalb der Spiel-Arena.

Im Zuge der Release des Spiels sind von Procontis bereits Werbemaßnahmen im TV, Direktmails an Clubmitglieder sowie Gewinnspiele geplant, die eine hohe Verbreitung garantieren sollen. Über Bundling- und Cross-Promotion-Aktionen mit dem Original und einen günstigen Verkaufspreis von unter fünfzehn Euro wird dies noch unterstützt. Procontis rechnet mit einem Abverkauf von mindestens fünf- unddreißigtausend Stück innerhalb des ersten Jahres nach Erscheinen.

► Erik Seidel

Der Autor (dp@seigraph.de) ist seit fünf Jahren hauptberuflich auf dem Gebiet 3D Content Creation tätig. Mit seiner Firma SeiGraph media plant und realisiert er Multimedia-Projekte und arbeitet im Schulungssektor. Darüber hinaus veröffentlicht er Fachartikel – vor allem zu 3ds max (aktiver Betatester) und Softimage – sowie Übersetzungen.