



Spieglein, dreh dich

Beim Relaunch der adidas-Y-3-Site hat Neue Digitale animierte Videos von Models auf dem Laufsteg mit im 3-D-Raum frei drehbaren Spiegeln kombiniert. PAGE zeigt, wie die Site in Maya, Flash, Photoshop und After Effects entstand



Oben: Die Erfahrungen aus der Testumgebung flossen in detaillierte Storyboards für den Dreh. Die Models standen auf einem drehbaren Podest, das mit einem Laufsteg verbunden war. Positionsmarkierungen waren wichtig für die Postproduktion, um nahtlose Übergänge zwischen den Laufsequenzen und den Drehungen zu kreieren. Während des Drehs konnten die Designer die Sequenzen für die weitere Produktion überprüfen



■ **Wie aus dem Nichts** erscheint ein Model in einem schwarzen, undefinierbaren Raum und posiert vor Spiegelflächen, die nicht nur das Mannequin reflektieren, sondern auch unerwartete Blickwinkel eröffnen. Der User hat die Möglichkeit, das Model selbst vor den Spiegeln zu drehen und von allen Seiten zu betrachten, aber auch die gespiegelten Ausschnitte zu vergrößern, um Details der Kleidung zu erkennen.

Darüber hinaus lassen sich die reflektierenden Flächen frei drehen - dann zeigt sich, dass sich in dem unendlich wirkenden, dunklen Raum noch weitere Models befinden. Mit einem Klick schickt der Besucher diese ebenfalls auf den Laufsteg: Er startet eine weitere kurze Videosequenz, die wiederum zum Erforschen einlädt. Dieses Erlebnis bietet die im August relaunched Site des Modelabels adidas Y-3 (www.adidas.com/y-3).

Grundidee und Optik

Die mysteriöse und gleichzeitig schlichte Optik, die neben der innovativen Navigation und den nahtlos eingebundenen Videos den Reiz der Site ausmacht, soll auf die Herbst/Winter-Kollektion 2006/2007 von adidas Y-3 einstimmen. Jedes Jahr wird die Website zur Einführung der aktuellen Linie relaunched, um auch ein frisches und passendes Look-and-Feel zu bieten. „Die Kollektion ist inspiriert vom Stil der fünfziger und sechziger Jahre und greift die Ikonographie der Thriller dieser Zeit auf. Wir haben diese Idee aufgegriffen, wollten das Thema aber dem User nicht aufdrängen. Der Charakter der Mode spiegelt sich daher in der mysteriösen Stimmung des Internetauftritts wider, der gleichzeitig überraschen sollte“, erklärt Kreativdirektor Olaf Czeschner von Neue Digitale aus Frankfurt am Main (www.neue-digitale.de).

Die Onlineauftritt soll die neue adidas-Y3-Kollektion als „Fashion in Motion“ präsentieren und zugleich mit

lichkeit durch die Präsentation in Spiegeln aufheben. Die Überraschungseffekte sollten durch die zufällig eingeblendeten Videosequenzen entstehen“, so Olaf Czeschner. Dabei gilt allerdings wie immer der Grundsatz, dass die Mode auf der Y-3-Site im Mittelpunkt steht. Daher auch der bewusste Verzicht auf Handlungsstränge und das Erzählen von Geschichten.

Videos in Flash, aber interaktiv

Auf allen Y-3-Sites wird der Betrachter aufgefordert, mit der Mode zu interagieren. Bei früheren Versionen (siehe PAGE 11.2004, Seite xx) war technisch jedoch weitaus weniger möglich: Damals präsentierte die Site ebenfalls animierte, auf den Betrachter zulaufende Models, und die nahtlos eingebauten Videosequenzen reichten damals noch, um den durchschnittlichen Websurfer zu begeistern, der verschiedene Standbilder per Klick aufrufen konnte.

Heute muss es schon mehr sein: „Anders als vor einigen Jahren werden Videos für Flash-Sites heute sehr viel hochwertiger produziert. Der Besucher möchte die Filme nicht nur passiv konsumieren, sondern eingreifen können - klickbare Elemente ermöglichen die Interaktion mit den Videoclips und somit auch mit dem Produkt. Deren nahtlose Integration ist dabei unabdingbar, da das Video keinen Fremdkörper darstellen darf und optisch mit dem Rest der Site harmonisieren muss“, erklärt Olaf Czeschner. Dank der verbesserten Kompressionsrate von Videos in Flash 8 ist die Dateigröße selbst bei längeren und größeren Clips akzeptabel und spielt somit keine Rolle mehr. Ein weiterer Fortschritt ist der Einsatz von Videos als Effektquelle: So lassen sich mittels transparenten Videos selbst kleinste Effekte durch Filme statt Flash-Tweenings realisieren.

Aufwendige Videodrehs gehören

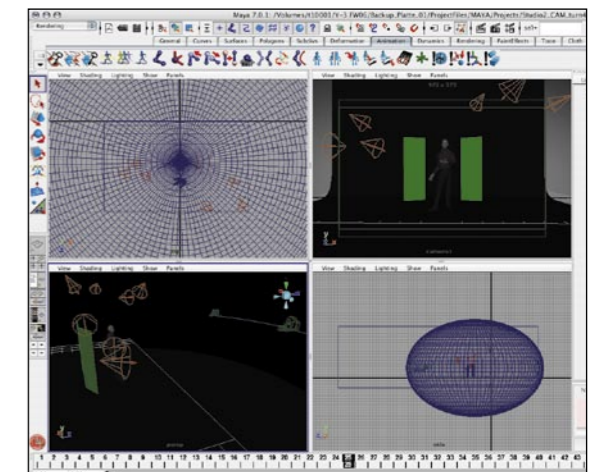
heute schon zu vielen Webproduktionen. Bei adidas Y-3 entspricht dies zudem dem Selbstverständnis der Marke: „Bei der Kommunikation für adidas Y-3 verzichtet das Unternehmen komplett auf klassische Werbung. Die neue Y-3-Kollektion wird ausschließlich im Internet vorgestellt. Um das Luxuslabel unter den Technik-affinen Trendsettern zu etablieren, muss die Site deren Surfverhalten und damit auch ihrem Lebensstil angepasst werden. Eine simple Webproduktion würde nicht ausreichen, um die Zielgruppe anzusprechen und zu beeindrucken.“

Simulation in Maya

Die besondere Herausforderung bei der Produktion ergab sich aus der Grundidee: Die Laufsequenzen der Models sollten nahtlos in die frei

Auf der neuen Flash-Site des Modelabels adidas Y-3 kann der Besucher die Models frei im Raum drehen und die Kleidungsstücke in ebenfalls beweglichen Spiegeln erforschen

Vor der eigentlichen Produktion testete Neue Digitale die Umsetzbarkeit der Idee in Maya



→ drehbare 360-Grad-Ansicht übergeben und jede kleinste Bewegung authentisch in den 3-D-Spiegeln zu sehen sein. Außerdem sah das Konzept vor, dass die Besucher auch nach der Rotation mit dem Model interagieren und in den Spiegeln etwas Neues suchen können. Dabei sollten die drehbaren Models natürlich wirken, ohne die Ladezeit der Applikation zu sehr zu strapazieren.

Die Lösung bestand in einer Testumgebung, die Neue Digitale in der 3-D-Animationssoftware Maya realisierte. Dazu erstellten die Designer die komplette Szenerie mit einer Fläche, Beleuchtung, Spiegeln und einer Schaufensterpuppe als Dummy. Mit dieser probierten sie, wie sich die Lichtquellen verhalten, wie die Reflexionen in den Spiegelungen und die Schatten auf dem Boden aussehen, um so eine Vorlage für die Umsetzung in Flash zu erhalten. „Wir wollten damit die Machbarkeit testen und sehen, ob es realistisch ist, das Model und die Spiegel zu drehen. Außerdem konnten wir so ein detaillier-

tes Storyboard für den Videodreh erzeugen“, berichtet Kreativdirektorin Elke Klinkhammer.

Videodreh und Postproduktion

Für die Aufnahmen stellte Neue Digitale die Models auf eine um 360 Grad drehbare Scheibe, die sich vor einem Greenscreen befand. Für die Laufsequenzen war dieser mit einem Aufsteg verbunden. Die Videos entstanden digital in hoher Auflösung, um sie besser in After Effects bearbeiten zu können. In der Postproduktion wurden sie zunächst freigestellt und mit dem Plug-in ColorFinesse so verändert, dass die Farbgebung der Kleidung und Models zur in Maya gewählten Beleuchtung passt. „Am Set haben wir die Lichtsituation der Simulation so gut wie möglich nachempfunden. In der Postproduktion haben wir dann das Bildmaterial in seiner Farbwirkung genau angepasst“, berichtet Elke Klinkhammer. Zudem glichen die Designer in After Effects mit dem Filter „Zeitverkrümmung“ zeitliche Schwankungen bei den Drehungen der Models aus und gestalteten die Bewegungen harmonischer.

Kritisch war die korrekte Position der Models am Anfang und Ende der Drehung. Diese musste möglichst einheitlich sein und die Drehung möglichst in derselben Geschwindigkeit ablaufen. „Unser Artdirektor hat versucht den Dreh direkt am Monitor zu überwachen. Alle Rotationen (ok?) wurden an einem Tag aufgenommen: Wir haben zunächst eine standardisierte Choreografie für ein Model entwickelt, nach dem sich dann alle anderen orientierten. Abweichungen machen später sehr viel Arbeit. Je besser ein Shooting vorbereitet ist, desto geringer der Aufwand hinterher“, so Elke Klinkhammer. Abweichungen, etwa wenn ein Model beim Hereinlaufen zur Drehung seinen Arm an einer falschen Position hält, retuschierten die Designer in Photoshop durch leichte Verzerrungen am Einzelbild. „So konnten wir Sprünge, die sonst im Übergang entstanden wären, verhindern und harmonische Bewegungen erzeugen.“

Umsetzung in Flash

Nach dem Import des Videomaterials in Flash bauten die Designer zunächst die in Maya geplante Umgebung mit

Vektoren nach. So bestehen die Spiegel in der Szene aus Vektorflächen, simple transparente Verläufe erzeugen Reflexionen oder Lichtkegel und bestimmen so die für die Website typische reduzierte Optik, die gerade noch realistisch wirkt, die Ladezeit aber nicht überstrapaziert. Für bestimmte Animationen, etwa die Drehung der Spiegel, exportierten die Designer aus dem Modell in Maya die 3-D-Objekte direkt als Vektoren und verwendeten sie in Flash weiter. Für den Boden der Umgebung renderten sie Bitmaps aus Maya und importierten sie: „Dieser durfte einfach nicht zu glatt oder künstlich aussehen. Etwas Rauschen sorgte dafür, dass es realistisch wirkt“, meint Elke Klinkhammer.

Besonders trickreich war die Umsetzung der Reflexionen auf den Spiegeln. Dabei handelt es sich eigentlich um das gleiche Grundmaterial wie bei den Filmen mit den Models: Es sind daraus gespiegelte und räumlich positionierte Einzelbilder aus den 360-Grad-Videos. In Flash 8 lassen sich die Videos gleich transparent samt Alphakanal laden. Doch warum nicht gleich auch die Einzelbilder für die Spiegelungen dazu? „Durch Verwendung von Videos können wir das Datenvolumen gegenüber Einzelbildsequenzen um ein Vielfaches reduzieren. Da wir für eine performante Darstellung der Reflexionen Einzelbilder benötigen, zerlegen wir das geladene Video zur Laufzeit wieder in Einzelbilder. So kombinieren wir geringe Dateigrößen mit bestmöglicher Performance“, erklärt Flash-Experte Heiko Schweickhardt. In der Rendering-Phase werden die Bilder gleich auf ihre exakte Größe skaliert, gespiegelt und in einem 360-Grad-Index gespeichert. Die Indexierung beschleunigt das spätere Auffinden des Bildes in der interaktiven Ansicht. Diese Tricks verringerten nicht nur die Datenmenge auf etwa ein Drittel (im Vergleich zu Einzelbildern), sondern führten auch zu einer qualitativ hochwertigeren Darstellung der Reflexionen.

Feintuning

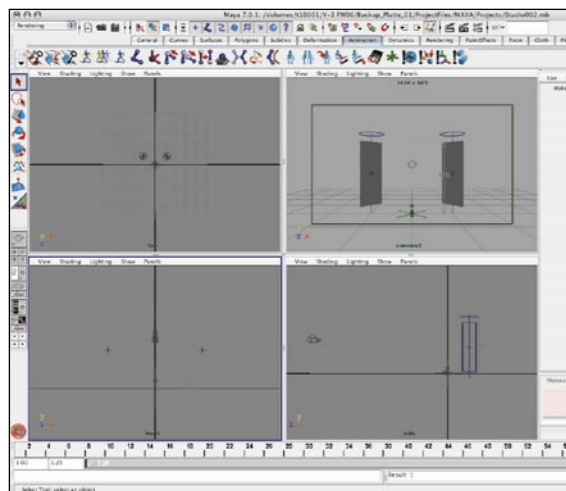
Für das Feintuning der Drehungen entwickelten die Designer ein besonderes Tool, den so genannten Mirror Configurator. Dieser diente dazu, die Ausrichtung und das Verhalten der Models, der Spiegel und der Reflexionen zu bestimmen und dabei die

bestmögliche Optik zu erzielen. „Dabei handelt es sich um eine erweiterte Version des Highlights-Bereichs der Site, die wir direkt in Flash entwickelten. Im Interface konnten wir alle Parameter für die Reflexion eingeben, sofort die Auswirkungen sehen und so die mathematischen Werte für jedes Model abstimmen, die später in der Site von der Applikation geladen werden“, so Elke Schweickhardt.

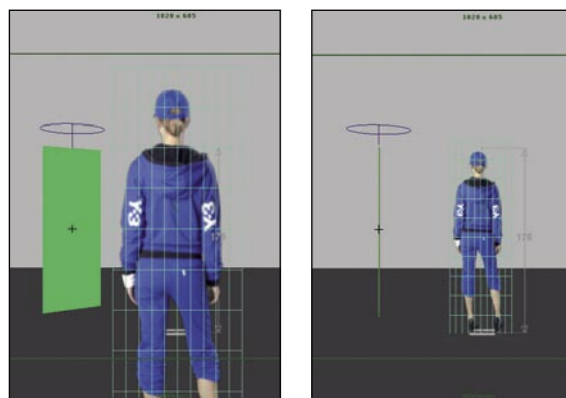
Eine weitere Herausforderung stellte die Animation der Drehungen dar. Da die Anzahl der Bilder innerhalb der 360-Grad-Drehung der Models vor den Spiegeln variieren konnte, musste hier besonders getrickt werden, um ein einheitliches Reaktionsverhalten der Models zu erreichen. Dazu wurde der direkte Zugriff auf die Einzelbilder entkoppelt. Die Berechnungen und Animationen werden jetzt auf der Site streng winkelbasiert ausgeführt, unabhängig von der Anzahl der Bilder. Die Animation einer Drehung des Models von 30 auf 120 Grad erfolgt durch diesen Kniff in derselben Geschwindigkeit und denselben Beschleunigungsverhältnissen - egal, ob nun 30 oder 70 Bilder für diesen Teilbereich zur Verfügung stehen. Ergebnis: Die Drehungen aller Models dauern in der finalen Version exakt gleich lang.

Sanfte Effekte und leichte Updates

Den Reiz der Site machen auch die Details aus, wie die sanften Ein- und Ausblendungen der Models beim Herein- oder Herauslaufen. Diese realisierte Neue Digitale durch Beleuchtung in After Effects, die sie in die Videos renderte. Einen ähnlichen Effekt setzte sie auch bei den Detailsichten der Produkte ein. „Die weichen Überblendungen in den Produkt-Detail-Seiten erzeugten wir in Flash mit Verläufen und Blend Modes. Das Produktfoto wird bei der Überblendung dupliziert. Das überlagernde Duplikat wird in Flash mit dem Blend Mode „Multiply“ versehen und zusätzlich per überlagerte Farbfläche verdunkelt. Bei der anschließenden Überblendung wird nun das Duplikat wieder gleichzeitig auf die ursprüngliche Helligkeit eingestellt und gleichzeitig ausgeblendet, während ein heller Lichtspot im Hintergrund von einem schwarz-transparentem Verlauf langsam überlagert wird“, erklärt Elke Schweickhardt. Durch diese leicht



Die drehbaren Spiegel wurden als Vektoren aus Maya exportiert



In der Testumgebung konnten die Designer die Beleuchtung der Models beim Herein- und Herauslaufen einstellen und ihre Auswirkungen studieren



Der Mirror Configurator half beim Feinjustieren der Parameter für die Animationen und die Spiegelungen

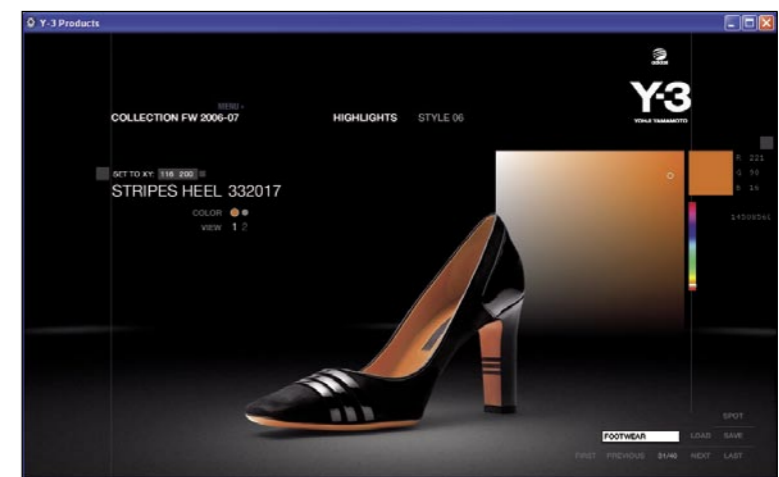
zeitversetzte Kombination entsteht die sich weich ein- und ausblendende dunkle Silhouette.

Neben den drehbaren Spiegeln zählen die Animationen im Intro und dem Bereich „Inspiration“ zu den Highlights der Site. Dort werden Videos in einem Spiegel gezeigt, der dann zerbricht und dreidimensional in den Raum fällt. „Diese Szenen haben wir in After Effects gestaltet. Da das Postproduktionstool aber eigentlich nur 2 D kann, haben wir als Vorlage wieder einen Dummy in Maya gebaut. Dieser diente dann als Orientierung, nach der wir die Elemente in After Effects verzerrten“, berichtet Elke

Klinkhammer. Das Beste zum Schluss: Obwohl die Site auf den ersten Blick nicht gerade leicht pflegbar aussieht, dachten die Designer schon bei der Produktion an den künftigen Ausbau und leicht austauschbare Inhalte. So entwickelten sie parallel ein Tool, mit dem sich die Kollektionen ergänzen und austauschen lassen. Dieser Product Configurator ist eine erweiterte Version der Module, die in der Website zum Einsatz kommen. Neue Digitale hat lediglich administrative Funktionen hinzugefügt, sodass sich die Konfigurationsdateien speichern lassen. Damit wird es für das Team ein



Die zerspringenden Spiegel hat Neue Digitale ebenfalls in Maya voranimiert und dann in After Effects nachgebaut



Der Product Configurator erleichtert die Pflege der Website



der Irritation und Neugierde des Besuchers spielen. „Wir wollten die Grenze zwischen Reflexion und Wirk-

Leichtes sein, zur Einführung der Frühjahr/Sommer-Kollektion alles komplett auszutauschen. *svg*