

animago AWARD 2011

Beste Postproduktion



»Assassin's Creed: Revelation«

Ein Film von Digic Pictures; Eine Produktion von Ubisoft

Trailer by: Digic Pictures, **Auftraggeber:** Ubisoft, **Software:** ZBrush, Maya, InHouse, Bodypaint, Photoshop, Nuke

In Assassin's Creed: Revelations tritt Meister-Assassine Ezio in die Fußstapfen seines legendären Mentors Altaïr. Ezio begibt sich auf eine Reise, um fünf alte Siegel zu suchen, die die Zukunft der Assassinen-Bruderschaft bestimmen. Er folgt einem gefährlichen Pfad, der ihn nach Konstantinopel, ins Herz des Osmanischen Reiches, führt. Dort hat er es mit einer immer größer werdenden Armee von Templern zu tun, die die Gegend unsicher machen.

Kategorie-Sponsor: »Avid Technology«



Eine Post ohne Avid ist für viele Artists im Schneiderraum und Tonstudio kaum vorstellbar – kaum ein international erfolgreicher Spielfilm, eine Musikproduktion, Fernsehshows, Live-Konzerte und Nachrichtensendungen, für die nicht eine Lösung wie Media Composer oder Pro Tools eingesetzt wurde. Als Entwickler von innovativen digitalen Audio- und Videolösungen erschafft Avid immer wieder neue Möglichkeiten, kreative Geschichten in Bild und Ton zu erzählen – und wurde selbst für die Entwicklung leistungsstarker Technologien mit hunderten Auszeichnungen geehrt, darunter zwei Oscars, ein Grammy und zwölf Emmys. Nur naheliegend, dass das Unternehmen im Rahmen des animago AWARD 2011 die Kategorie „Beste Postproduktion“ unterstützt. „Als langjähriger Sponsor freut sich Avid, den animago AWARD für die „Beste Postproduktion“ auch dieses Jahr wieder unterstützen zu dürfen“, so Michael Dalock-Schmidt. Für den Marketing Manager Central Europe bei Avid stellt der animago einen festen Bezugspunkt für die gesamte

Branche dar: „Der animago ist nicht mehr aus unserer Branche wegzudenken, die Kreativen zeigen bei diesem Award ihr Können. Teilnehmer aus über 60 Ländern zeigen die internationale Ausrichtung“, erklärt Michael Dalock-Schmidt die Bedeutung des Wettbewerbs. „Der animago AWARD ist die Messlatte der Community!“ [▷ www.avid.com](http://www.avid.com)



»Grisella«

Trailer by: *PIXABLE STUDIOS*

Software: ZBrush, Softimage|XSI, Photoshop, ZBrush, Fusion, Encore

Als ihre Besitzerin Petronella stirbt, steht das süße Eselmädchen Grisella vor dem Nichts: kein Zuhause mehr, und auch keinen Freund. Da kommt dem Pfarrer der Gemeinde die rettende Idee. Denn am Strand lebt der Waisenjunge Tino, der dringend aufmunternde Gesellschaft braucht.



»Paths of Hate«

Trailer by: *Platige Image*

Software: 3ds Max, ZBrush, Maya, Photoshop, After Effects, Premiere, Encore

„Paths of Hate“ ist eine Kurzgeschichte über die Dämonen, die tief im Inneren der menschlichen Seele schlummern, aber die Macht haben, die Menschen in einen Abgrund aus blinder Wut, Zorn und Raserei zu stoßen. Der Animationsfilm über zwei sich bekriegende Kampfpiloten bedient sich eines Comiclooks und liegt auch in einer Stereo-3D-Fassung vor. > www.pathsofhate.com



»Dragon Age 2«

Trailer by: *Digic Pictures*

Auftraggeber: *Electronic Arts/BioWare*

Software: ZBrush, Maya, InHouse, Bodypaint, Photoshop, Nuke

Der Spieler führt eine Figur, die einer der wenigen ist, die der Zerstörung ihrer Heimat entkommen sind. In einer sich stets verändernden Spielwelt gilt es, Verbündete zu suchen, Ruhm und Reichtum anzuhäufen und sich seinen Platz in der Geschichte zu sichern...



»Dead Island« Trailer

Trailer by: *Axis Animation*

Auftraggeber: *Deep Silver, Publisher*

Software: ZBrush, Maya, Houdini, Photoshop, Fusion, Premiere

Der Game-Trailer erzählt die Geschichte einer reizenden Familie, deren Ferien jäh zu Ende sind, als Zombies in ihr Hotel einfallen... Das Projekt wurde mit Motion Capture realisiert und entwickelte sich zum Online-Phänomen: Innerhalb der ersten 48 Stunden wurde der Trailer über 7 Millionen Mal auf YouTube abgespielt.



Einsamer Assassine auf großer Fahrt

Der Held geschlagen am Boden, um ihn herum nur Feinde. Sie heben ihn auf und schleifen ihn zum Schafott, wo er für seine Taten hängen soll – doch am Ende kommt alles natürlich ganz anders. Der Trailer für den dritten Teil der Spielreihe **»Assassin's Creed«** aus der Feder von Digic Pictures zeigt den Helden der Reihe aus einem ganz neuen Blickwinkel. Knackige Action und atemberaubende Landschaften machen Lust auf mehr – Mission erfüllt für den sehenswerten Film der ungarischen Trailer-Spezialisten. von Sascha Plischke

Schon zum dritten Mal setzte Spielehersteller Ubisoft auf Digic für die Umsetzung des Trailers für einen Teil der Serie Assassin's Creed. Zuvor hatte das Unternehmen mit Sitz in Ungarn und Kalifornien schon die Trailer für Assassin's Creed II und Assassin's Creed: Brotherhood produziert. Besonders der zweite Trailer hatte dabei für Furore gesorgt, mehrere Millionen Klicks auf YouTube eingeholt und auf der Siggraph Asia 2009 im japanischen Yokohama den Preis für die technisch beste Produktion erhalten. Die Messlatte lag also entsprechend hoch für die neueste Zusammenarbeit des Game-Studios und der Filmschmiede.

Besondere Herausforderung war bei der Konzeption des Trailers die historische Akkuratess, die Ubisoft für alle Aspekte von Assassin's Creed erwartet. Auf der einen Seite profitierte Digic von den zahlreichen Referenzen, die der Spielhersteller für seine eigene Arbeit zusammengestellt hatte und die nun bei der Herstellung von Sets und Assets für die Welt des Trailers helfen konnten. Auf der anderen Seite setzte diese Genauigkeit der Freiheit der Filmemacher bei der Konzeption enge Grenzen – der fertige Trailer musste schließlich genau zu der detailliert definierten Welt des Spiels passen. Von den Orten über die gezeigten Charaktere bis hin zu der Art, wie sich die Figuren durch die Choreographien der Kampfszenen bewegen, alles musste zum Spielgefühl des vierten Teils, aber auch der anderen Teile der Spielreihe passen. Ein Glück, dass nicht nur Ubisoft immer wieder weiterhelfen konnte, sondern auch dass viele der Kreativen von Digic zu den eingefleischten Fans von Assassin's Creed zählen.

Düstere Mittelalteroptik

Als Referenz für die visuelle Grundstimmung des Trailers diente der Film „Der Name der Rose“ von 1986. Entsprechend dunkel geriet auch die Stimmung der Bilder: Sturmgepeitschtes Meer, Ruinen in der Wüste, nackte Felshänge und letztendlich die Ruine einer Burg, die schon im ersten Assassin's Creed eine große Rolle spielte – der Stammsitz des Assassinen-Ordens. Hier spielt auch der Höhepunkt des Trailers, eine große Schlacht zwischen dem Helden und seinen Widersachern, seine Gefangennahme, und am Ende der Gang zum Hinrichtungsplatz. Eigentlich sollte hier der Trailer mit einem offenen Ende noch mehr Spannung erzeugen mit einer letzten Einstellung, in

der Ezio, der Held der Reihe, mit der Schlinge um seinen Hals da steht. Das ging Ubisoft jedoch zu weit: Nun schlägt Ezio ganz am Ende des Trailers zurück.

Eine weitere konzeptionelle Schwierigkeit lag in der Darstellung des Charakters Altair. Der Held aus dem ersten Teil von Assassin's Creed erscheint Ezio als Geist während der Kampfszene und an der Richtstätte – nur sollte in einer ersten Fassung des Trailers nicht sofort klar werden, dass es sich um einen Geist handelt. Weil das in ersten Testscreenings jedoch zu Verwirrung bei den Zuschauern führte, wurde der Charakter in einer neuen Fassung durchsichtiger und überirdischer dargestellt.

In der technischen Umsetzung boten vor allem die Time Warps in den Kampfszenen eine besondere Herausforderung. In diesen Szenen ist eine große Menge an Figuren zu sehen, die zum Teil extrem verlangsamt und dann wieder beschleunigt werden. Auch die Szene, bei der Ezio am Bug seines Schiffes bei hohem Wellengang Konstantinopel ansteuert, war eine Herausforderung für sich: Die Rendering-Pipeline von Digidic hatte vor der Produktion einige Veränderungen durchgemacht und eine ganze Reihe an Tools, die das Studio vorher verwendet hatte, waren nun nicht mehr einsetzbar – und aufgrund der begrenzten Produktionszeit von vier Monaten war es nicht einfach, Ersatz dafür zu entwickeln.

Maya als technisches Framework

Bei der eingesetzten Software verfolgt Digidic eine ganz eigene Philosophie: Während der Anfangsphase einer Produktion setzt das Studio auf einfachere Werkzeuge für die Entwürfe. Später zählen beim Einsatz

vor allem die Kompatibilität mit der Rendering-Pipeline und natürlich die Verlässlichkeit des Ergebnisses.

Konkret setzt das Studio bei der Erstellung von Assets auf Maya, 3ds Max, ZBrush, Bodypaint und Photoshop, wobei die ersten beiden durch zahlreiche, von Digidic selbst entwickelte Plug-ins unterstützt werden. Die verschiedenen Szenen werden in Maya zusammengefügt, wo auch die Animationen entstehen. Maya dient dabei vor allem als eine Art technisches Framework, in dem viele der vorgefertigten Plug-ins durch Digidics eigene Lösungen ersetzt werden. Außerdem spielte bei der Entscheidung für Maya auch die Robustheit der Software bei dem Einsatz in großen Produktionen eine Rolle. Für das Rendering kommt bei Digidic Arnold zum Einsatz, der letzte Schliff geschieht in Nuke.

Über Digidic Pictures

Digidic Pictures spezialisiert sich als Animationsstudio auf 3D-Animation und visuelle Effekte für große Filmproduktionen. 2001 entstand Digidic als Gründung einer Gruppe von Spezialisten, die vorher für Game-Studios an Intro-Videos für Videospiele gearbeitet hatten. Ein 2003 produzierter, dreiminütiger 3D-Animationsfilm schaffte es als erste ungarische Produktion in das Programm der Siggraph in Los Angeles. Kurz danach hatte das Team Gelegenheit, insgesamt 60 VFX-Einstellungen für den Blockbuster „Terminator 3: Rise of The Machines“ zu erstellen. Seither hat sich Digidic breiter aufgestellt und arbeitete an zahlreichen Trailern und Intro-Filmen für große Spieleproduktionen. 2009 und 2010 gewann Digidic den Siggraph-Award für die technisch beste Produktion, 2009, 2010 und nun 2011 den animago AWARD für die beste Postproduktion.

MAKING GAMES MAGAZIN

Jetzt gratis testen!

Der Backstage-Pass der Spielebranche!

Das Magazin für Spieleentwicklung und BusinessDevelopment

/PROFI-WISSEN

Von Insidern für Insider

/PROFI-CHANCEN

Mit Firmenregister und Praktikumsbörse



Gratis-Ausgabe jetzt online bestellen:

www.makinggames.de/animago2011

oder Tel.: 0180/5727252-275* Mo-Fr 8-20 Uhr (*aus dem dt. Festnetz nur 0,14 € pro Min., Mobilfunkpreise max. 0,42 € pro Min.)