DIE WELT VON MORGEN AUS DER SICHT VON HEUTE



Paradigmenwechsel 3D-Design

The Drum

Adobe

EINLEITUNG

Angetrieben durch die wachsende Nachfrage nach immersiven Erlebnissen, neuen Fähigkeiten und Technologien der nächsten Generation reitet 3D-Design gerade auf einer Welle. Die International Data Corporation (IDC) erwartet für den Markt der Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) ein jährliches Wachstum von insgesamt 54 % und bis zum Jahr 2024 einen Wert von 72,8 Milliarden USD.

In dieser sehr nahen Zukunft ist 3D der natürliche nächste Schritt im Design-Bereich.

Noch ist auf dem Weg an die Spitze der Akzeptanz- und Innovationskurve alles offen. Bis wir aber dorthin gelangen, gilt es einige Hürden zu überwinden. In einer gemeinsam von The Drum und Adobe durchgeführten Forschungsarbeit, an der mehr als 200 3D-Fachkräfte aus ganz Europa teilnahmen, erkannten wir drei prägnante Trends, die Licht in die derzeitige 3D-Design-Landschaft bringen:

Zunehmende Nachfrage

Der Appetit auf 3D und die Erwartung, die es umgibt, sind groß. Allerdings kommen Unternehmen der wachsenden Nachfrage kaum mehr nach. Hürden sind Zeit, finanzielle Mittel und Fachpersonal.

Streben nach Fähigkeiten der nächsten Generation

3D-Design wird von einer großen Passion einzelner Vorreiter und Vorreiterinnen getragen, die sich professionell fortbilden und in diesem Bereich Karrierechancen sehen.

Technologie als Wegbereiter

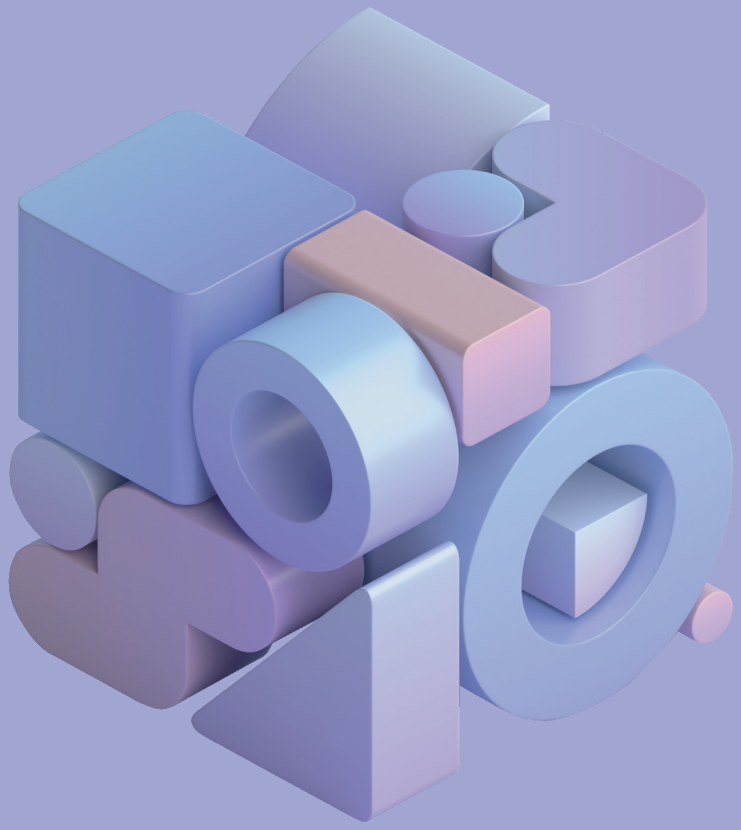
Tools und Software der nächsten Generation gelten als Top-Faktoren der 3D-Branche. Jedoch gibt es auf diesem Gebiet noch keine Normen und Standardprozesse.

Dieser Bericht möchte Marken und Kreativagenturen auf dem Weg in die Welt von morgen unterstützen. Er untersucht die Treiber für die Nachfrage nach 3D-Design, Herausforderungen auf diesem Weg und Lösungen, die Designerinnen und Designern die Richtung in der 3D-Welt weisen.



„In dieser sehr nahen Zukunft ist 3D der natürliche nächste Schritt im Design-Bereich.“

INHALT



03 DEMOGRAFIE

04 AN DER STARTLINIE | Der Status von 3D-Design

07 TRÜBE GEWÄSSER | Die Herausforderungen von 3D-Design

11 ZEN UND 3D-DESIGN | Anwendungen des für 3D-Design

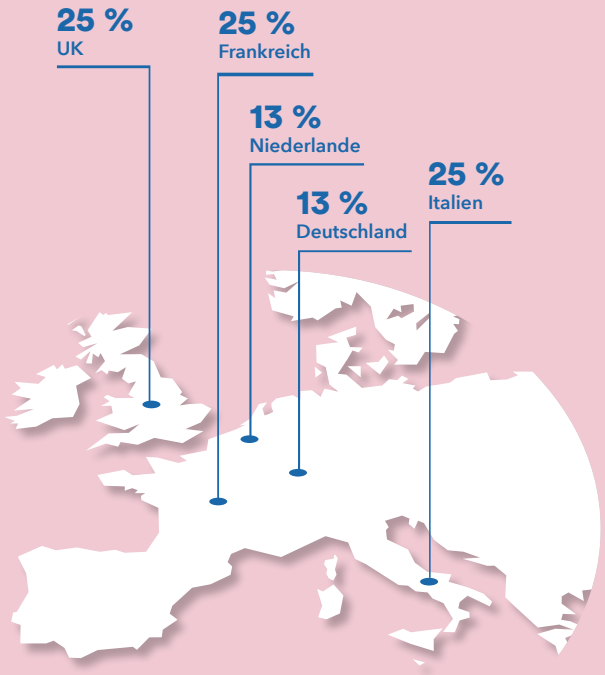
14 TECHNOLOGIE ALS WEGBEREITER | Design für die Zukunft

16 EIN LETZTES WORT

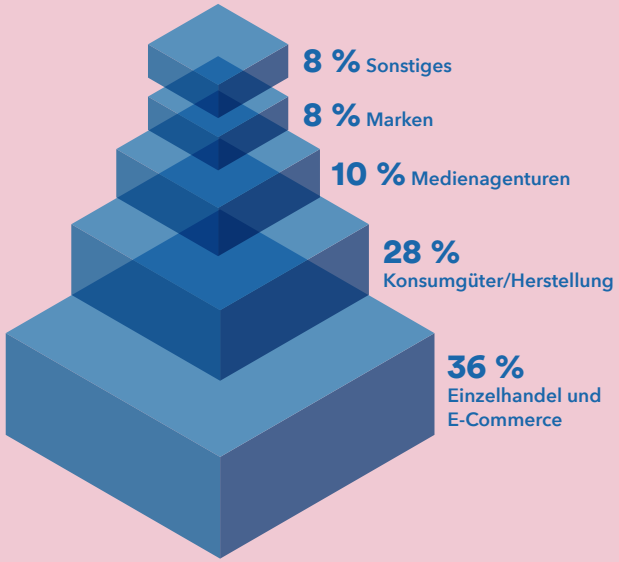
17 SUBSTANCE 3D

DEMOGRAFIE

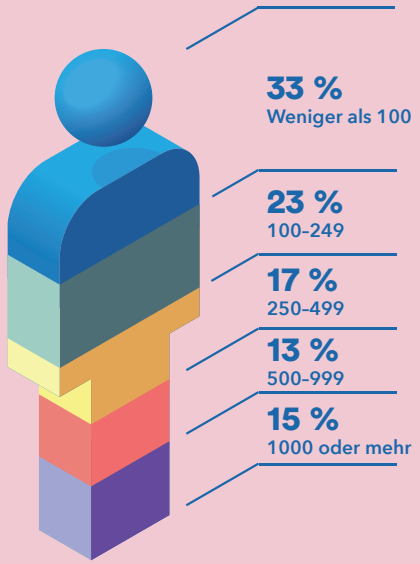
Nationalität der Befragten



Primärgeschäft des Unternehmens



Unternehmensgröße (Anzahl der Mitarbeitenden)



Hinweis: Zahlen gerundet

AN DER STARTLINIE

Der Status von 3D-Design

EINE NEUE DIMENSION

Wir leben heute in einer Welt, aus der 3D nicht mehr wegzudenken ist. Wohin unser Blick fällt – die beeindruckenden Werbetafeln an Gebäuden oder digitale Avatare auf den Displays in unseren Taschen, wir sehen und empfinden die Welt und die Erfahrungen, die wir darin machen, aus einer völlig neuen Perspektive. Dem Design bieten sich dadurch ungeahnte Möglichkeiten mit der Freiheit uneingeschränkter Träume, Vorstellungen und Kreativität.

Die zunehmende Nachfrage nach immersiveren digitalen Erlebnissen hat zu einem gigantischen Interesse an 3D geführt – gerade in aufstrebenden neuen Kanälen und Umgebungen – von AR/VR, Gaming bis zum Metaverse. Und hierfür sind neue kreative Ressourcen gefragt. Befördert durch diesen Wandel ist auch die Technologie und damit der Zugang und die Verfügbarkeit neuer Technologien, Tools und Plattformen gereift, die Geschichten und Erlebnisse zum Leben erwecken.

„Noch vor zwanzig Jahren führte 3D ein primitives Nischendasein einer unbezahlbaren Technologie. Heute sind Computer-Grafiken zu einer Reife gelangt, mit der wir dreidimensionale Welten realistischer abbilden können denn je zuvor", erklärt Alex Hindle, Senior 3D and Spatial Designer bei der international tätigen Kreativagentur LOVE.

„Dies ist eine Fähigkeit, auf die heute in vielen Sektoren – vom Produkt-Design zur Unterhaltung, von der Konstruktion zu Fashion – keiner mehr verzichten möchte. In all diesen Bereichen werden mit 3D-Designtools aus Ideen Realitäten geschaffen, bevor eine Innovation in Produktion geht."

„3D ist jedoch nicht nur in den Blickpunkt gerückt. Vielmehr erreicht ein kleines Team aus 3D-Kreativen aufgrund der Demokratisierung von Software und Tools und der enormen Entwicklungen im Hardware-Bereich heute bereits viel schneller das Gleiche, womit ein Visual-Effects-Studio vor 15 Jahren noch Kämpfe ausgestanden hätte – und dies realitätsgetreuer und bei weitaus höherer Qualität", so Thomas Valente, Gründer und Executive Creative Director bei Inertia Studios. „Dadurch verschieben sich die Grenzen von Design, CGI und der modernen visuellen Ästhetik, sodass die kreative Welt packende Inhalte produzieren kann."



33 %

aller Designerinnen und Designer sind überzeugt, dass 3D der nächste natürliche Schritt auf ihrem beruflichen Weg ist.

KREATIVE ANFORDERUNGEN IM DESIGN

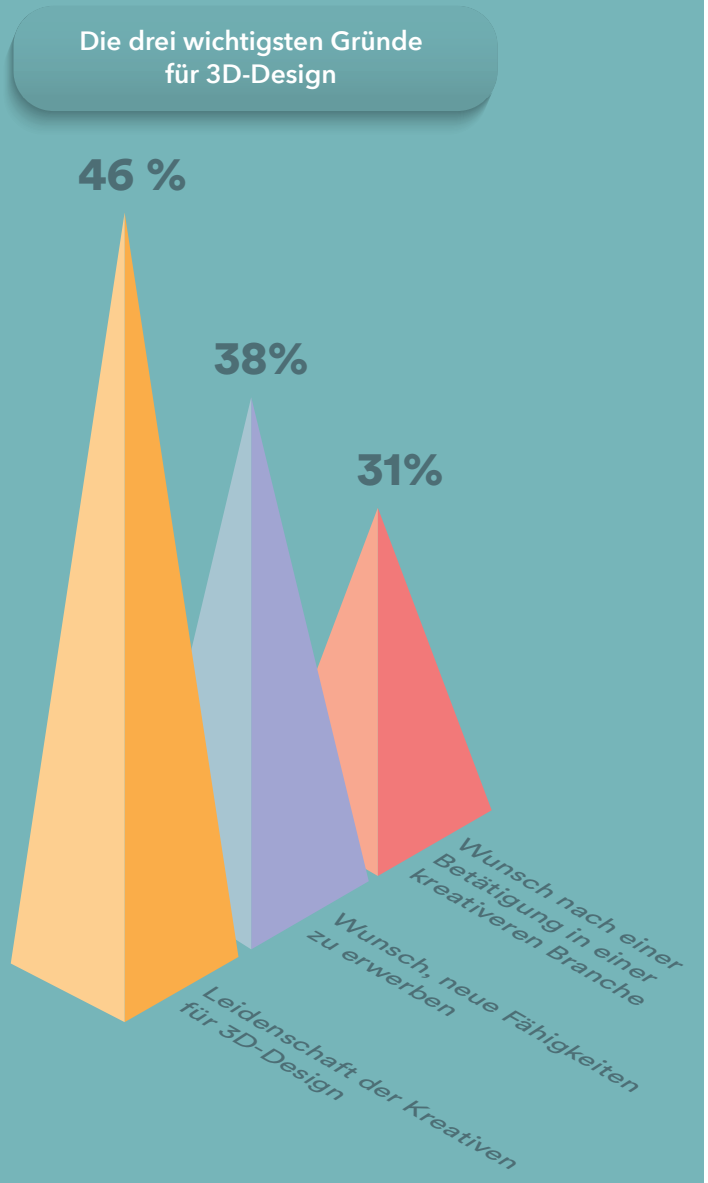
Diese Entwicklung bewirkt eine große Nachfrage nach 3D-Design-spezifischen Skillsets, die auch herkömmlichen 2D-Designerinnen und -Designern die Möglichkeit bieten, sich fortzubilden und ihre Werke um neue Dimensionen zu erweitern.

Unserer Studie zufolge meinen 33 % der Kreativen, die bereits in 3D arbeiten, dass 3D für sie ein natürlicher Karrieresprung war, motiviert in erster Linie durch ihre Leidenschaft für 3D-Design (46 %), ihren Wunsch, neue Fähigkeiten zu erwerben (38 %) sowie ihren Wunsch nach einer Betätigung in einer kreativeren Branche (31 %).

„Ob 3D-Animation, Raum-Design oder Produkt-Design – 3D hat mir die Arbeit in sehr vielen verschiedenen Disziplinen ermöglicht", meint Hindle. „Die Zusammenarbeit mit Designerinnen und Designern mit derart vielseitigen Hintergründen und Fachkenntnissen ist ein großartiges Lernumfeld, das mich selbst als 3D-Künstler stark beeinflusst hat. Ein Auge für eine neue Spezialisierung im 3D-Bereich zu entwickeln und zum Workflow beizutragen, zeigt, wie lern- und entwicklungsfähig du sein kannst und musst, wenn du in 3D arbeitest."

„Die Möglichkeit, mit 3D-Design eine Idee vollständig zu transformieren, bedeutet die Mobilisierung all unserer Fähigkeiten – die unendliche Liste der Möglichkeiten einer Zusammenarbeit beinhaltet Architektur, Maschinen-Design, Verpackungs-Design, Branding, fotorealistische Szenen und so fort", fügt Hannah Leadbeater hinzu, 3D and Motion-Designerin bei der B2B-Tech-Marketing-Agentur Fox. „Fast jede Branche sucht heute händeringend nach 3D-Designerinnen und -Designern – und falls nicht, sollte sie es schleunigst tun. Denn alle Arten von 3D, ob Standbild, Modellierung oder Animation, erwecken eine Idee realistisch zum Leben."

„Die Möglichkeit, mit 3D-Design eine Idee vollständig zu transformieren, bedeutet die Mobilisierung all unserer Fähigkeiten – die unendliche Liste der Möglichkeiten einer Zusammenarbeit beinhaltet Architektur, Maschinen-Design, Verpackungs-Design, Branding, fotorealistische Szenen und so fort."



Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

Die Wahrnehmung von 3D hat sich in den vergangenen Jahren gewandelt – einst als einfaches grafisches Kommunikations-Tool betrachtet, ist 3D heute als Kunstform anerkannt.

„Mit diesem Medium erschaffen wir das Unmögliche, verändern die Realität auf bislang Undenkbare und erforschen neue Design-Ästhetiken mit inhärent narrativen und emotionalen Qualitäten", begeistert sich Valente. „Die Arbeit in 3D umfasst eine Vielzahl weiterer Fähigkeiten, von Anatomie und Ergonomie über Architektur und Inneneinrichtung, Beleuchtung und Fotografie bis zum Kostüm- und Mode-Design, nicht zuletzt auch herausragende Problemlösungsfähigkeiten – ausgedrückt in einem einzelnen Frame oder einer animierten CGI-Sequenz."

Bei der derzeit großen Nachfrage nach 3D-Profis in zahlreichen Branchen öffnen sich 2D-Designerinnen und -Designern durch Weiterbildung und Spezialisierung zahlreiche Möglichkeiten für ihre Karriere.

TEAMÜBERGREIFENDE ZUSAMMENARBEIT

Die Perspektive für 3D zeigt steil nach oben. Laut Allied Market Research erwartet den 3D-Technologiemarkt bis zum Jahr 2030 ein weltweites Wachstum von 171,4 Milliarden USD (2020) auf 703,4 Milliarden USD. Die Grenzenverschiebung des Machbaren setzt noch mehr teamübergreifende Zusammenarbeit voraus – und hierzu gehören auch Tools, die den Workflow vereinfachen, vor allem wenn ein Projekt verschiedene Verantwortliche und Perspektiven umfasst.

„Design- und Kreativprozess gehen Hand in Hand. Jedoch müssen auch Design und Produktion eng verknüpft sein", erklärt Alex Wilson, Executive Creative Director bei Amplify, einer Agentur für Marken-Experience. „3D-Designerinnen und -Designer sind das Bindeglied zwischen Kreativ-Design und Produktion – beispielsweise, wenn bei einer völlig unrealistischen Idee die Grenzen der natürlichen Gesetzmäßigkeit durch Design, Visualisierung und neue Erkenntnisse so weit verschoben werden sollen, dass das Produkt tatsächlich realisiert und produziert werden kann."

„Ein exzellenter Prototyp ist zudem ein großartiges Mittel, Stakeholdern das Erlebnis näher zu bringen und sie von einer Beteiligung an der Entwicklung zu überzeugen", meint Martin Hargreaves, Creative Director for Environmental Design and Strategy bei der Werbeagentur Wolff Olins. „Dies kann eine prägende Wirkung haben und Kundenvertrauen schaffen. Je besser wir Menschen in digitale Umgebungen projizieren können, desto besser sind die Chancen, dass wir sie frühzeitig von einer Zusammenarbeit überzeugen und ihnen die Möglichkeit geben, eine Lösung zu beeinflussen."

Die Nachfrage ist da, der Markt bewegt sich und die Bühne ist bereitet. 3D ist der nächste natürliche Schritt in der Evolution von Kreativität, und er ist viel näher, als du vielleicht denkst.

„3D ist der nächste natürliche Schritt in der Evolution von Kreativität, und er ist viel näher, als du vielleicht denkst."



TRÜBE GEWÄSSER

Die Herausforderungen von 3D-Design

HÜRDEN ZUM 3D-DESIGN

Während sich unter den befragten Kreativen eine große Begeisterung für 3D-Design und der Wunsch nach mehr Projekten abzeichnet, hinkt das Schulungssystem noch hinter der derzeitigen Nachfrage her, insbesondere im Produkt-, Mode- und Automobil-Design. Die Studie zeigt, dass die tatsächlich limitierenden Faktoren für 3D-Projekte Zeit (55 %) und Budget (60 %) sind.

„Wir müssen bei Design-Iterationen sehr clever vorgehen und eventuelle Probleme oder Fragen möglichst im Vorfeld aus dem Weg räumen. Andernfalls kommt es später zu Engpässen", meint Hindle. Hier fällt ganz besonders die Rendering-Zeit ins Gewicht, die einem häufig „die Tränen in die Augen treibt. Alle schauen auf deine Lieferfrist, aber es möchte doch keiner seine Kundschaft warten lassen."

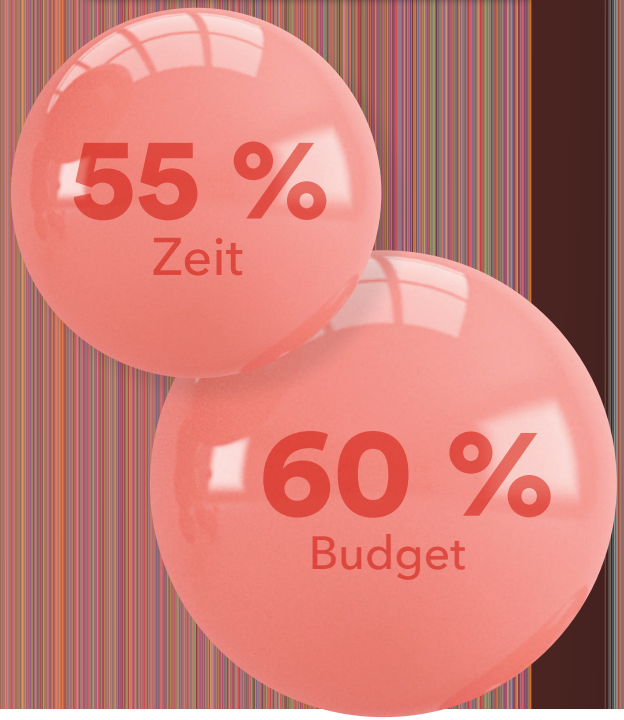
„Im Design sind die Zeitvorgaben straffer denn je – was früher Wochen oder Monate dauerte, muss heute oft in wenigen Tagen fertiggestellt sein", meint Ashley Randolph, Design Director bei der Branding- und Design-Agentur Landor & Fitch. „Unsere Zeitpläne sind derart eng und wir arbeiten unter enormem Druck, denn manche Prozesse lassen sich einfach nicht beschleunigen. Hier wäre mehr Flexibilität der Projektverantwortlichen wirklich ein Anliegen."

Wenn 3D-Projekte untrennbar mit EDV-Infrastruktur, Software-Plattformen und der Verfügbarkeit der richtigen Fachkräfte verknüpft sind, „geht die Ausbalancierung der Kriterien häufig zu Lasten der Kreativität, des Budgets und der zeitlichen Planung", erklärt Rainer Usselmann, Mitbegründer der kreativen Tech-Produktionsagentur Happy Finish.

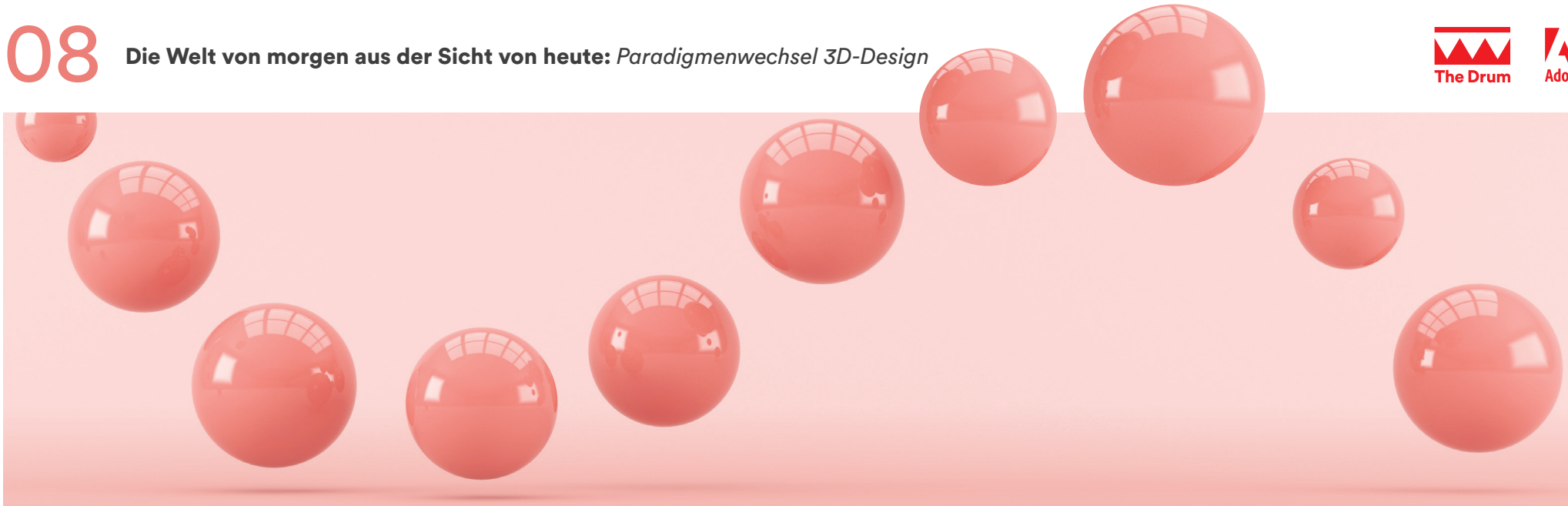
Einer von fünf Befragten aus den USA sieht im Mangel an geeigneten Tools die größte Herausforderung. Weltweit sind die wahrgenommenen Herausforderungen jedoch stark abhängig von der Unternehmensgröße, wobei der Mangel an kompetenten Spezialistinnen und Spezialisten und Branchenkenntnissen eher in großen Unternehmen ab 350 Mitarbeitenden als Hürde betrachtet wird.

Unternehmen, die auf 3D-Design-Workflows umsteigen wollen, kommen um eine sorgfältige Planung und das Onboarding von Spezialistinnen und Spezialisten nicht herum, die die Richtung vorgeben und den Rest des Teams schulen. Danach aber sind die Vorteile mit Blick auf Zeit- und Kostenersparnisse sowie der gewonnenen Flexibilität und Kreativität enorm.

Die größten Herausforderungen von 3D-Design-Projekten



Hinweis: Mehrfachauswahl möglich



DER RICHTIGE UMGANG MIT ERWARTUNGEN

Auch Bewusstseinsbildung ist häufig ein Stolperstein zum Erfolg. „Insbesondere sollten die Erwartungen in das, was 3D-Design leisten kann und wohin es führt, klar definiert werden", meint Kelly Vero, Chefredakteurin bei Metacrun.ch, einem Nachrichtenkanal im Web3 und dem Metaverse. „Projekten sind Grenzen gesetzt, und dies ist nicht immer das Budget, sondern oft auch die Technologie. Neben guter Arbeit ist es unser Job als Designerin oder Designer, in unserer Kundschaft den Wunsch zu wecken, gedanklich Berge zu versetzen."

Dies zu ignorieren, kann sich bei der Abgabe eines Projekts als riskant erweisen. „Ein Projekt läuft reibungsloser, wenn den Beteiligten die einzelnen Phasen von 3D-Design bewusst sind. Wenn nicht, stellt sich dies bei der Projektabgabe häufig als riskant heraus", erklärt Leadbeater. „Es kommt durchaus vor, dass ein Modell am Ende eines Projekts kurz vor dem Abgabetermin noch geändert werden muss. Dies wünscht sich niemand, zu keiner Zeit eines Projekts. Bei 3D-Design müsste das Modell aber komplett neu erstellt werden – der Prozess würde also bei Null beginnen. Danach müsste es vor dem Rendering alle Phasen erneut durchlaufen. Der Go-Live-Termin würde weit nach hinten wandern."

Hohe Lernkurven und komplexe Tools verlangsamen den Prozess zusätzlich, und Projekte bleiben damit häufig unter ihrem wirklichen Potenzial. Aus diesem Grund werden im Design Tools bevorzugt, die leichter zugänglich sind und dem Einstieg weniger Barrieren entgegensetzen.

„Neben guter Arbeit ist es unser Job als Designerin oder Designer, in unserer Kundschaft den Wunsch zu wecken, gedanklich Berge zu versetzen."

DIE LÖSUNG HEISST SOFTWARE

Tatsächlich werden modernste Technologie und Software (31 %) als wichtigster Faktor für Optimierungen in der Branche mit Blick auf die Zukunft von 3D-Design betrachtet. Im Bereich des Rendering kommt gerade sehr viel in Bewegung, weg von Offline-Prozessen hin zu systeminternen Echtzeit-Workflows, wobei der Trend in Richtung Nutzungsfreundlichkeit, Realitätstreue, optimierte Echtzeit-Performance und besserer Zugriff auf Ökosysteme mit Rich-Asset-Bibliotheken weist.

„Natürlich ist Zusammenarbeit an einem Tisch eine feine Sache. Allerdings können Tools, mit denen Bildschirme und Ideen in Echtzeit ausgetauscht werden können, im Design-Prozess sehr nützlich sein", meint Wilson.

„Zurzeit visualisieren wir unsere Projekte noch durch Offline-Rendering", fügt Hindle hinzu. „Wenn du [nach dem Rendern] etwas entdeckst, das korrigiert oder verbessert werden muss, musst du allerdings wieder warten. Durch Echtzeitprozesse entfällt dieses Warten. Damit bist du völlig frei, jederzeit etwas Neues auszuprobieren."

Arbeit in Echtzeit vermittelt einen wesentlich besseren Eindruck des endgültigen Designs. Gesamtkonzept und Umfang lassen sich so auch Stakeholdern besser vermitteln. Oder wie Hindle meint: „Durch Optimierung der immersiven Aspekte und Beseitigung technologischer Barrieren können wir Kreativität und den Austausch von Ideen im Team wie auch mit unserer Kundschaft nur verbessern."

Die Demokratisierung von 3D bedeutet für Designerinnen und Designer einen besseren Zugang zu Tools, die bislang VFX-Häusern und Filmproduktionsstudios vorbehalten waren. Kulturübergreifend erhält 3D so „weniger den Nimbus einer einschüchternd wirkenden Dark Art", sondern wird vielmehr als das wahrgenommen, was es ist – ein Hilfsmittel zur Freisetzung kreativer Gedanken und deren Umsetzung auf dem Bildschirm.

31 %

der Befragten betrachten modernste Technologie und Software als wichtigsten Faktor für Optimierungen in der Branche mit Blick auf die Zukunft von 3D-Design.

EIN FLÜSSIGER PROZESS

Immer noch mangelt es in der 3D-Design-Branche an Standardisierung. Der Studie zufolge ist technologische Ausrichtung (43 %) der Bereich des 3D-Design-Prozesses, der vermutlich am meisten von mehr Standardisierung profitieren würde, gefolgt von Software-Lizenzierung (30 %) und Schulungen/Qualifizierungen (27 %).

„Erste 3D-Softwaretools führten ein Inseldasein – sie funktionierten völlig isoliert. Es entstanden die erstaunlichsten Workarounds, um den Export aus einem Programm in einem anderen Programm weiterverwenden zu können. Heute beginnen die Tools ein wenig besser miteinander zu sprechen", meint Randolph.

„Unabhängig von der Art des Prozesses kannst du jederzeit visualisieren und deiner Kundschaft ein realistisches Bild vermitteln, was heute so wichtig ist. Diese Kommunikation zwischen den Programmen und deren Kompatibilität ist entscheidend, wenn es darum geht, den Zauber einer Idee durch eine vollständig realistische Version des Konzepts zu vermitteln."

Ein guter Workflow ist ein Workflow, der Änderungen, Verschiebungen und Iterationen zulässt. Gerade bei teamübergreifenden Projekten ist Flexibilität ein Muss – Ideen und Meinungen reifen im Laufe eines Projekts, und Änderungen sollten jederzeit schnell umsetzbar sein. So können Entscheidungen schneller gefällt und Fehler schnell und effizient korrigiert werden.

Auch wenn es noch einige Hürden zu überspringen gilt, erneuert sich der Software-Markt im Bereich dieser Barrieren gerade sehr schnell.

Von mehr Standardisierung im 3D-Design profitieren diese drei Prozesse am meisten



Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

ZEN UND 3D-DESIGN

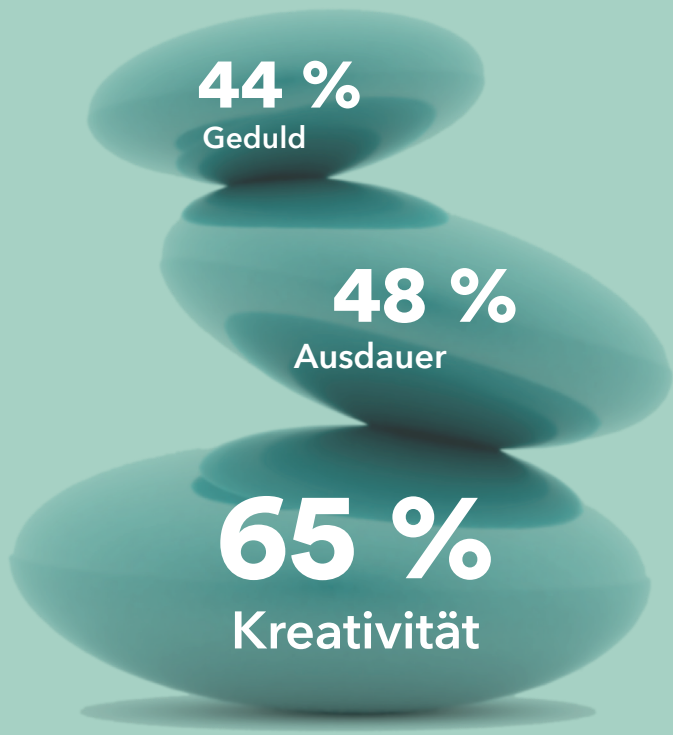
Anwendungen für 3D-Design

Die Studie befasst sich nicht nur mit den für 3D-Design erforderlichen fachlichen Kompetenzen und Infrastrukturanforderungen, sondern hebt mit Kreativität (65 %), Ausdauer (48 %) und Geduld (44 %) ganz klar auch soziale Kompetenzen hervor, die für erfolgsversprechendes 3D-Design erforderlich sind.

Im Rückblick auf ihre Anfänge würde Randolph heute allen am Anfang einer 3D-Karriere Anpassungsfähigkeit anraten „und zu akzeptieren, dass zwischen dem ersten Entwurf und dem Ergebnis eines kreativen Prozesses Millionen Änderungen liegen. Kreative legen ihr Herz und ihre Seele in jedes Detail. Einen Schritt zurücktreten zu können und die Dinge etwas objektiver zu sehen, ist eine sehr wichtige Eigenschaft, und es war in mir selbst die wichtigste Lernerfahrung in meiner beruflichen Entwicklung."

3D-Programme tragen zwar dazu bei, den Prozess möglich zu machen. Randolph weiß aber, dass der Schlüssel zu einem erfolgreichen Projekt das Team ist, das dahinter steht. Sie sagt: „Du brauchst ein gut ausgewogenes Team aus motivierten und talentierten Menschen. Die einen sind stärker in der Konstruktion und der Programmierung, die anderen sind die kreativen Köpfe. Ein Team zu haben, das flexibel hin und her schalten kann und sich in seinen Stärken gegenseitig ausgleicht, ist das Beste, was dir für ein erfolgreiches Projekt passieren kann."

Diese drei „Soft Skills" bringen im 3D-Design Erfolg

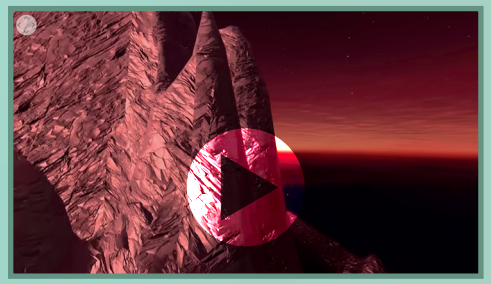


Hinweis: Mehrfachauswahl möglich

BRANCHEN IM FOKUS

Von hyperrealistischen Welten bis zu Produkten, die es noch gar nicht gibt – mit 3D-Workflows sind realistische und surrealistische Projekte von digitaler Mode zu virtuellen Influencerinnen und Influencern, von Spielumgebungen über Simulationen zu AR-gestützten Markenaktivierungen und vieles mehr möglich.

Wir blicken auf coole Anwendungen für 3D-Design aus allen Branchen – und überlegen, wohin die Reise mit 3D geht.



GESUNDHEITSWESEN
Tränen-Couture für ASTi

McCann Health London entwickelte eine Kampagne für The Acid Survivors Trust International (ASTi), bei der Teilnehmende eingeladen wurden, in einer für 3D Goggles entworfenen, immersiven Landschaft durch die Tränen der Überlebenden eines Säureanschlags zu spazieren. Gesammelte Tränen von Anschlagsopfern wurden unter einem Mikroskop fotografiert. Dabei entstanden aus Kristallmustern einzigartige VR-Landschaften.

„Deine Möglichkeiten sind absolut unbegrenzt. Beim Storytelling können wir die Realitätswahrnehmung der Menschen in jede Richtung herausfordern", erklärt Avril Furness, Creative Director bei McCann Health London. „Wir konnten buchstäblich mikroskopische Welten bereisen und in der epischen Landschaft einer einzelnen Träne neues unbekanntes Terrain erforschen. Aus der Sicht des emotionalen Geschichtenerzählens sind das völlig neue Perspektiven. Das Unsichtbare sichtbar zu machen, ist wie Magie."



UNTERHALTUNG
#FortniteFlipped-Billboards

Für den Start von Fortnite, Kapitel 3, versetzte Amplify das Narrativ des Spiels in die reale Welt. Hinweise auf die neuen Inseln waren in vier anamorphen Shows an digitalen Out-of-Home-Orten in New York, London, Tokio und Stockholm versteckt. Gameplay mit Elementen aus der Natur einschließlich Eis und Donner sowie neuen Charakteren waren in den Shows verwoben, die vor den Augen des Fan-Publikums entstanden.

„Wir schufen eine Hype-Maschine, um mit unseren 3D-Installationen den Nerv unserer Fans zu treffen. Allerdings spielte 3D in diesen Welten auch die Rolle, eine faszinierende Geschichte zu erzählen", so Wilson. „Das Narrativ lud unsere Fans in die Welt von Fortnite, aber auch zur Unterhaltung ein. 3D hat großes Potenzial, diese Rolle zu spielen. Genau dann nämlich, wenn das Publikum die Bedeutung eines visuellen Effekts in einem 3D-Design als Gelegenheit erkennt, eigene Geschichten zu erzählen."



MUSIK
Pharrell Williams – Cash in Cash Out

Inspiriert durch das Zoetrop, eine im 19. Jahrhundert erfundene „Wundertrommel", mit der die Illusion der Animation erschaffen wurde, lange bevor diese zur Wirklichkeit wurde, treten im Video „Cash In Cash Out" von Pharrell Williams auf einem magischen Spielplatz CGI-animierte Tonfiguren auf. Ein gutes Beispiel dafür, wie hier praktische Fertigkeiten und 3D-Effekte etwas wirklich Ausdrucksstarkes erschaffen.



EINZELHANDEL
M&Ms

Als Architekten des M&M Store-Designs erschuf die Agentur Landor & Fitch verspielte kreative Räume mit einem Sinn für Zugehörigkeit und Gemeinschaft. Der 360°-Raum, der zeigt, was die M&M-Welt zusammenhält, wurde mit 3D realisiert.

„Mit 3D lässt sich besseres Marken-Design entwickeln, weil alles durch einen Filter betrachtet wird. Du kannst jede Ecke der Räume beleuchten und jedes kleinste Detail entwerfen und konstruieren", meint Randolph. „Dieses fein abgestimmte Design, das unsere Marke so viel weitergebracht hat, ist auch dem Fakt geschuldet, dass wir so früh im Prozess alles so lebhaft sehen konnten."

PROGNOSEN

Was würde dich in 3D wirklich umhauen?

„3D galt bisher als Tool für Kunst. Auch wenn wir mit virtuellen Influencerinnen und Influencern und dergleichen das ‚Uncanny Valley' längst verlassen haben, ist das lebensecht Organische immer noch schwer zu erreichen. Mich würde es einfach umhauen, wenn ich einen komplett digitalen, pixelperfekten, glaubwürdigen Menschen sehen würde – einen echten 3D-Menschen mit realistischem Haar wie meinem."



Marine Kim, Chefredakteurin, Adobe Substance 3D Magazine

TECHNOLOGIE ALS WEGBEREITER

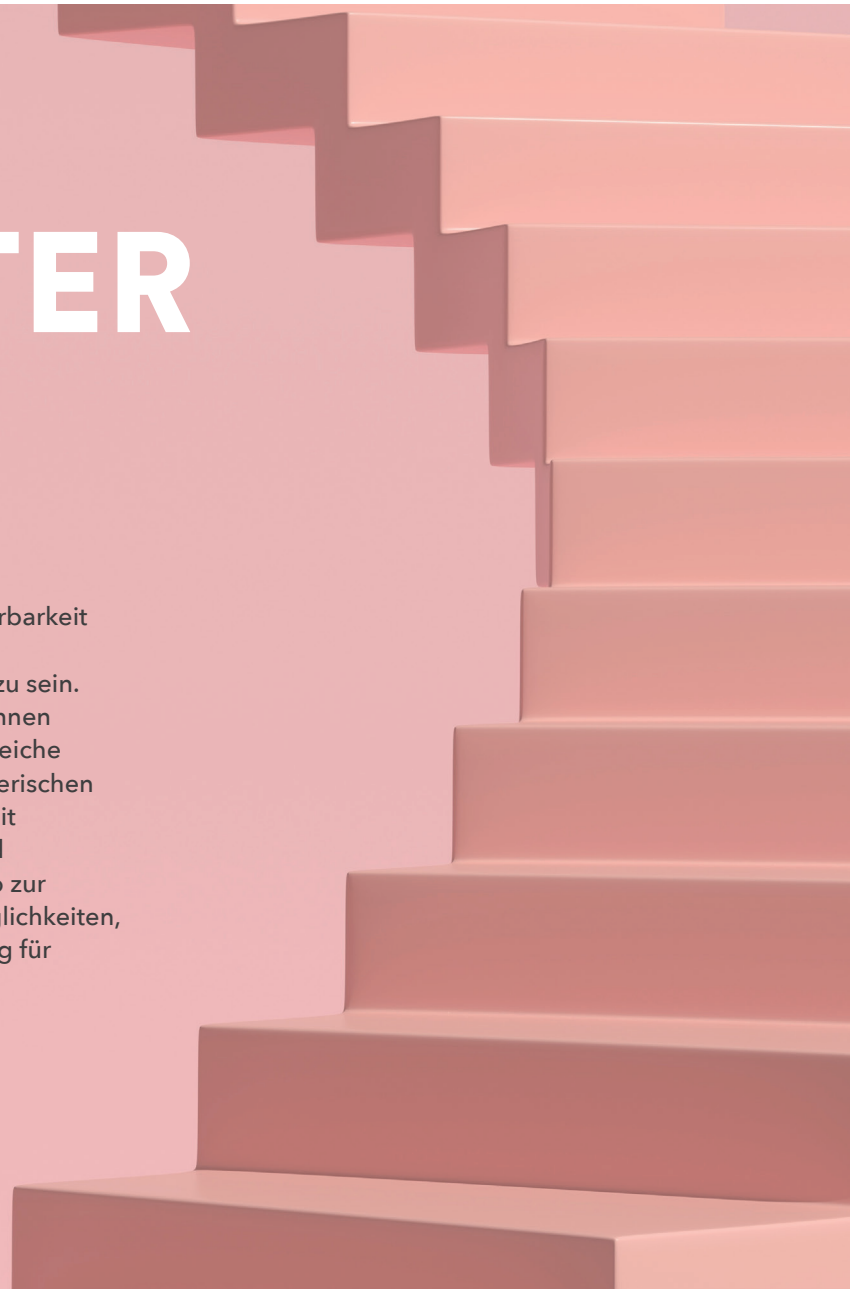
Designen für die Zukunft

Mit diesen Erkenntnissen steht es außer Frage, dass Technologie tatsächlich das Potenzial hat, als Wegbereiter zu fungieren – mithilfe dessen sich Design abstimmen lässt und die Arbeit besser, intelligenter und kreativer wird.

Mit der richtigen Technologie wird die Kreativ- und Design-Welt auf ganz neue Weise zum Geschichtenerzähler, und dies ohne die großen Teams und technischen Ressourcen der Vergangenheit.

„Heute etwas im Umfeld von 3D-Design zu entwickeln, ist wirklich spannend. Der Markt bietet so viele faszinierende Tools und sie sind so leicht zugänglich", meint Matt Fryer, Motion Director bei Stereo Creative.

„Dank vielseitigem Spektrum und Skalierbarkeit brauchst du mit diesen Tools auch keine 5 Jahre Erfahrung mehr, um erfolgreich zu sein. Designerinnen und Designer, Animatorinnen und Animatoren sowie Kreative aller Bereiche finden hier Plattformen für jeden designerischen Hintergrund und jedes Level – die Freiheit der Kreativität, der Herausforderung und des grenzenlosen Ausprobierens wird so zur Wirklichkeit. Der Fortschritt und die Möglichkeiten, die sich dadurch ergeben, sind so wichtig für unsere Branche."



WENN DIE ARBEIT FLIESST, FLIESST AUCH DIE KREATIVITÄT

Gute 3D-Software ist in sich grenzenlos. Sie fordert sich selbst heraus, um besser zu werden, und schreitet mit der Geschwindigkeit der Nutzerin oder des Nutzers voran. Produkte wie Substance 3D, aber auch die wesentlich breiter aufgestellte Adobe-Suite, sind in sich so konzipiert, dass sie die genannten Hürden von 3D-Design beseitigen und ein effektives und effizientes Design für die Zukunft erlauben.

„Eine 3D-Pipeline umfasst meist verschiedene Schritte (oft gleichbedeutend mit den beteiligten Fachbereichen), und der Übergang zwischen diesen Schritten muss auch für die Endnutzerinnen und -nutzer transparent sein", meint Vincent Gault, Senior Technical Artist, Substance 3D. „Ein 3D-Workflow schließt bis zum Projektabschluss viele verschiedene, sich ergänzende Aufgaben ein. Im Gegensatz zu einem Schweizer Messer, bieten wir für jede dieser Aufgaben dedizierte Software. Sich an 3D zu versuchen, bedeutet nicht, dass du jeden einzelnen dieser Schritte beherrschen musst. Du kannst mit deinem Beitrag den Workflow verbessern, ohne alles auf einmal lernen zu müssen."

„Damit das reibungslos funktioniert, müssen wir dafür sorgen, dass die Tools einwandfrei interagieren und einen geschmeidigen Workflow ermöglichen. Eine starke Interoperabilität zwischen unseren Produkten ist wichtig. Genauso wichtig sind aber feste Standards. Nur so wissen Nutzerinnen und Nutzer, dass wir ihre Pipeline nicht durchbrechen. Ein weiteres wichtiges Element ist die Skalierbarkeit unseres Ökosystems. Ganz gleich, ob du als Freiberuflerin bzw. Freiberufler arbeitest oder ein großes Studio betreibst, alle können unsere Lösung nutzen."

Für 3D gibt es eine Fülle an Anwendungsformen – die einen produzieren einen Film oder eine Animation, die anderen ein Rendering oder ein Erlebnis. Die Ausgabe ist jedes Mal anders. Mit den richtigen Tools und Zugang zur richtigen Technologie schaffen wir heute schon die Voraussetzungen für morgen.

„Sich an 3D zu versuchen, bedeutet nicht, dass du jeden einzelnen dieser Schritte beherrschen musst. Du kannst mit deinem Beitrag den Workflow verbessern, ohne alles auf einmal lernen zu müssen."



EIN LETZTES WORT

Was wollen Designerinnen und Designer von ihrer 3D-Design-Software?

1. Intuitivität und nutzungsfreundliche Tools
2. Geringe Einstiegsbarrieren
3. Barrierefreiheit
4. Wiederverwendbarkeit
5. Flexibilität
6. Uneingeschränkte Kreativität
7. Weiche Lernkurve
8. Kompatibilität mit Plug-ins und anderen Apps
9. Kürzere Entwicklungszeiten
10. Skalierbarkeit, Interoperabilität, Effizienz

„Eine bessere Integration verschiedener 3D-Produkte und universelle Materialsysteme wären eine enorme Zeitersparnis. Eine nahtlose Integration aus der Creator-Perspektive würde kreative Freiheit entfesseln.“



Rokas Petkevicius,
Senior Motion Designer,
Stereo Creative

„Ich möchte designen, nicht Probleme lösen. Bei der Wahl einer Lösung achte ich auf umfangreiche Lernressourcen und vor allem eine nutzungsfreundliche Oberfläche.“



Hannah Leadbeater,
3D and Motion Designer,
Fox Agency

OUTRO MIT SUBSTANCE 3D

Substance 3D zeichnet sich durch Detailreichtum und Realismus aus und bietet Designerinnen und Designern sowie 3D-Profis ein vernetztes Toolset zur Erstellung von 3D-Content für Marketing und Branding, Produkt- und Mode-Design, Architektur, Gaming, visuelle Effekte und vieles mehr.

Technologie muss schnell sein und intelligente Turnarounds bieten, um in kürzester Zeit hochwertige Qualität zu produzieren. Substance 3D trifft die richtige Balance zwischen Optimierung und Rekalkulation – mit einer niedrigen Einstiegsschwelle für alle Designerinnen und Designer, die die 3D-Welt erforschen möchten. Durch einen schnelleren, einfacheren und flexiblen Workflow, in dem Änderungen jederzeit verlustfrei möglich sind, mit teamübergreifender Wiederverwendbarkeit und Skalierbarkeit und Winkel-, Farb-, Struktur- und Materialvariationen bietet Substance 3D in allen Phasen der Produktion eine konsistente Feedback-Schleife.

Substance 3D arbeitet nahtlos mit anderen Tools und Services von Adobe Creative Cloud zusammen, einschließlich Photoshop und Illustrator, aber auch mit Lösungen von Drittanbietern wie Cinema 4D und 3ds Max, und ermöglicht die kollaborative Erstellung von 3D-Modellen und 3D-Bildmaterial in Rekordzeit.

Wenn du mehr erfahren und die 3D-Welt im Sturm erobern möchtest, besuche www.adobe.com/de/products/substance3d/business.html.

