

„NEUGIER HILFT UNS.“

**ANIMATIONSSTUDIO, FILMPRODUKTION, KREATIVLABOR:
SO BESCHREIBT SICH DIE KLEINE FIRMA TECMOTION
AUS HALLE IN EINEM IMAGEVIDEO. DAS MOLEKÜL HAT
SICH AUF DEN WEG GEMACHT ZU ENTDECKEN, WAS SICH
HINTER DIESEN SCHLAGWORTEN VERBIRGT, WER DIESE
DIENSTLEISTUNGEN IN ANSPRUCH NIMMT UND VOR
ALLEM, WER DIE MENSCHEN HINTER DEN IDEEN SIND.**

Horst Andrä und Mirko Claus öffnen die Türen ihres erst kürzlich bezogenen Büros im Osten Halles, das durch helle Räume mit großen Fenstern besticht. Von hier kann man auf belebte Straßen und Bahnlinien blicken, die sich wie Lebensadern durch ein Industriegebiet ziehen. Gern, so verrät Horst Andrä, lässt er sich von der Geschäftigkeit inspirieren und beobachtet das bunte Treiben. Manchmal auch nur, um seinen Gedanken neue Impulse zu verleihen. Er leitet die Firma, die 2008 als Ausgründung aus einer Werbeagentur hervorging. Seitdem hat das Unternehmen sich auf Industriekunden spezialisiert, die Visualisierungen für technische Produkte, Prozesse und Technologien benötigen.

Auf den großen Bildschirmen in Mirko Claus' Büro erscheinen Pumpen, die sich drehen, so dass sie von



Bild: VR Anwendung // Tecmotion

allen Seiten betrachtet werden können. Per Mausklick öffnet sich das Produkt wie durch einen scharfen Schnitt und gibt den Blick ins Innere frei: Ventile, Dichtungen, Zahnräder, alles wird exakt dargestellt, vorgegeben von den Konstrukteuren und sichtbar gemacht durch die kreativen Methoden der haleschen Werbeprofis. „Kein anderes Medium erlaubt einen so tiefen Einblick in Maschinen“, erklärt Claus stolz. „Beim realen Auseinanderbauen würde der Techniker nicht mehr das Zusammenwirken der einzelnen Bauteile sehen und erklären können.“

In der Anfangszeit waren werbliche und technische Illustrationen oder Broschüren die Standardleistungen des Unternehmens. Inzwischen umfasst das Portfolio auch 3D-Animationen, fotorealistische **Renderings**, **Virtual Reality** und Imagefilme. Neben Marketing und Dokumentation spielen zunehmend auch die Anforderungen aus E-Learning und Online-Trainings eine Rolle. Andrä erklärt weiter: „Die meisten Anfragen kommen aus den Marketingabteilungen, aber auch Pro-

duktdokumentationen benötigen Renderings und Animationen.“ Sechs kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Bereichen Design und Konzept, 3D-Entwicklung und Grafik entwerfen und erstellen in einer eingespielten Arbeitsgemeinschaft die anfangs erwähnten Leistungen. Werksstudenten und Praktikanten aus unterschiedlichen Fachrichtungen und Hochschu-

WIR WISSEN GENAU, VON WELCHEM DETAIL DER KONSTRUKTEUR SPRICHT, WENN ER UNS ÄNDERUNGEN BESCHREIBT

Mirko Claus, Designer bei Tecmotion

len ergänzen das Team. „Einige kehren nach ihrem Bachelor- oder Masterabschluss zurück und verstärken die Crew dauerhaft. Mit ihnen kommen neue Ideen und Herangehensweisen ins Spiel“, so Andrä.

Seit seinem Bestehen hat das Unternehmen einen verlässlichen Kunden an seiner Seite: „Die Zusammenarbeit mit dem Pumpen- und Armaturenhersteller KSB hat uns stark geprägt. Seit vielen Jahren fertigen wir eine große Vielfalt an Medien für dieses

Unternehmen, unterstützen bei Messen und Events und beraten zu den Möglichkeiten medialer Umsetzungen unter Einbeziehung der aktuellen technologischen Entwicklungen“, beschreibt Horst Andrä den Werdegang. Der neue Hauptsitz in der Berliner Straße in Halle bietet aber mehr als nur Ausblicke. Ein hochmodernes VR-Studio und ein **Greenscreen**-Studio finden hier Platz. Das ermöglicht den Visualisierungsspezialisten das Erstellen von komplexen Lösungen wie interaktiven Produktvorstellungen mit 3D-Visualisierung, **Augmented Reality** für Schulungen und die Integration von virtuellen Filminhalten in reale Szenen. Inzwischen sind die Designer Andrä und Claus so gut in die Produkte und Prozesse ihrer Kunden eingearbeitet, dass sie die konstruktiven Weiterentwicklungen auch in ihren 3D-Modellen schnell umsetzen und anschaulich darstellen können. „Wir wissen genau, von welchem Detail der Konstrukteur spricht, wenn er uns Änderungen beschreibt“, so Claus weiter. Aber auch Maschinen, →

Was ist eigentlich:

VR = Virtual Reality ist eine computererzeugte Wirklichkeit, die mittels 3D-Bildern und Ton dargestellt wird. Spezielle Eingabegeräte ermöglichen zusätzliche Interaktionen. VR findet zum Beispiel in Computerspielen oder Flugsimulatoren Verwendung.

Rendering: Bereits existierende Datensätze werden in zwei- oder dreidimensionale Bilder umgewandelt. Somit entstehen aus einer Vielzahl unterschiedlicher Informationen digitale Objekte und Modelle. Anwendung finden die durch Rendering entstandenen realistischen Abbildungen unter anderem in der Architektur oder technischen Dokumentationen.

3D-Visualisierung: Die Konvertierung von technischen Zeichnungen, Skizzen und anderen zweidimensionalen Daten lässt dreidimensionale virtuellen Modelle entstehen. Diese Herangehensweise eignet sich hervorragend für Produktentwicklungen, da die 3D-Sichtbarmachung bereits im Vorfeld mögliche Schwachstellen offenlegt und auf diese Weise sogar Kosten spart.

AR: Augmented Reality: Übersetzt als „erweiterte Realität“ fügt diese Methode virtuelle Objekte realen Abbildungen auf einem Bildschirm hinzu. Das Einblenden zusätzlicher Bildinformationen, wie Torentfernung oder theoretische Ballflugbahnen während der Fußballübertragung, die Visualisierung der begehrten Couch im bereits existierenden Wohnzimmer, lustige Instagram-Filter, Brillenanprobe im Internet: AR gehört längst zum Alltag.

Greenscreen: Diese grüne Hintergrund-Leinwand wird verwendet, um Gegenstände und Personen nachträglich vor einem anderen Hintergrund darzustellen. Die grüne Fläche wird durch ein anderes, digitales Bild ersetzt.



Bild: CorporateGames Board

→ Anlagen und Gebäude, die noch gar nicht existieren, werden visualisiert. Das dient der Demonstration auf Messen ebenso, wie der Arbeit der Ingenieure, Designer und Planer, um Kunden und Bauherren zu überzeugen. Komplexe Produkte und Prozessabläufe können so sichtbar gemacht und simuliert werden.

Für Andrä gibt es verschiedene Gründe für den kontinuierlichen Erfolg. Einer davon sei das Interesse an neuen Themen: „Neugier hilft uns. Wir haben uns mit dem Kunden entwickelt, kennen die Produkte in- und auswendig und haben immer Freude an neuen Herausforderungen.“ Mitbewerber, die so ein breites Portfolio anbieten könnten, gebe es in diesem Bereich nur wenige. „Wir haben hier eine Nische besetzt und pflegen langjährige Kooperationen mit Bestandskunden.“ Wie so oft in der sachsenanhaltischen Firmenlandschaft begegnet man mit Horst Andrä einem Unternehmer, der bescheiden auf seine Erfolge blickt. „Wir

wissen, was wir leisten können. Und unsere Kunden wissen das auch und schätzen die Professionalität. Uns selbst auf die Schulter zu klopfen, das passt nicht zu unserer Mentalität.“

Auch Spiele-Fans kommen auf ihre Kosten. Corporate Games, also Spiele, mit denen Unternehmen ihre Produkte virtuell und spielerisch darstellen können, gehören zum Portfolio. Neben der reinen Information kom-



Bild: Rendering Blaue Klammer BOA-H

Videos zu Tecmotion
auf Vimeo finden
Sie über diesen
QR-Code:



Dieser QR-Code
führt sie direkt
auf die Website:



»UNS SELBST AUF DIE SCHULTER ZU KLOPFEN, DAS PASST NICHT ZU UNSERER MENTALITÄT.«

Horst Andrä, Geschäftsführer Tecmotion

men hier Emotionen und Wettbewerbsgeist zum Tragen. Sehr viel Freude bereitet dem Tecmotion-Team die Entwicklung des sogenannten Futureboards. Auf zwei beweglich gelagerten Surfboards können Spieler gegeneinander antreten und den Parcours einer eigens geschaffenen virtuellen Welt abfahren. Eingebaute Sensorik überträgt die Bewegungen der Spieler und macht sie auf einem Bildschirm sichtbar. Es gilt, in kurzer Zeit möglichst viele Produkte einzusammeln. Die Mitarbeiter haben große Freude an derartigen Projekten, die auf Messen und Veranstaltungen die Kommunikation mit Gästen ganz automatisch anfachen.

Bild: Horst Andrä im Gespräch



Die Pandemie hat den Wirkungskreis der Firma nur vergrößert. „Virtuelle Welten werden besonders in der gegenwärtigen Situation verstärkt nachgefragt. Unsere Kunden erleben nun den wirklichen Nutzen der Visualisierung für effektives Marketing.“ Mit einem Blick in die freundlichen Gesichter der Profis ist klar: Auch die Herausforderungen der Zukunft wird man mit Leidenschaft meistern. 