



Digitales Vergnügen, für das man immer noch ein feines Handgelenk braucht: Tim Höchel lädt zum Tischkicken in der Agentur in der Herzogstraße

Foto: Frank Eppler

Sie haben den Dreh raus

Eine Stuttgarter Agentur hat gemeinsam mit einer Firma aus Wäschenbeuren einen digitalen Tischkicker entwickelt

Sie haben den Dreh raus. Die Stuttgarter Agentur Full Moon hat mit der Firma Baudisch aus Wäschenbeuren einen Klassiker aufgepeppt. Und einen Tischkicker entwickelt, der ein Computerspiel ist, sich aber steuern lässt wie gewohnt.

VON FRANK ROTHFUSS

STUTT GART. Man braucht ein feines Handgelenk. Immer noch. Auch wenn die acht Drehgriffe in Computerchips münden; auch wenn die 22 Kicker nicht an Stangen hängen; auch wenn der Ball nicht klackert, sondern über einen Flachbildschirm huscht. Das Gefühl ist erstaunlich echt, und man hat den Eindruck, die Bewegung der Hand wird genau umgesetzt. „Schwäbische Wertarbeit“, sagt Tim Höchel, gemeinsam mit Sebastian Wiese Geschäftsführer der Eventagentur Full Moon, „und eine Weltneuheit.“ Mittlerweile eine patentierte.

Begonnen hat es mit einem Wettbewerb. Adidas wollte junge Leute überzeugen, sich mit ihren Produkten zu waschen, einzureiben und einzucremen. Full Moon reichte die Idee ein, mit einem digitalen Tischkicker durch die Märkte zu touren und Turniere zu veranstalten. „Wir haben gewonnen“, sagt Höchel, hatte aber ein Problem: „Wir hatten den Mund ziemlich voll genommen. Es gab keinen Kicker dieser Art.“

Es gab den Klassiker, den vermutlich der Franzose Lucien Rosengart vor gut 100 Jahren erfunden hat. Der Engländer Harold Charles Thornton meldete im Jahre 1922 für seinen Fußballtisch ein Patent an. Das Potenzial erkannt haben allerdings die Schweizer. Die Firma Kicker aus Genf baute und vertrieb die Tische, und überall, wo Deutsch gesprochen wird, setzte sich ihr Name als Synonym für das Spiel durch.

Klar, dass der Kicker auch zu Nullen und Einsen zerlegt wurde und als Computerspiel vermarktet wurde. Doch ohne großen Erfolg. Ein Tischkicker gehört in eine Kneipe.

Man muss ein Bier darauf abstellen, zu viert daran herumzerren- und ziehen, und die Handgelenke drehen können. „Das größte Problem war die Steuerung“, sagt Höchel. Über einen Messebauer kamen sie in Kontakt mit der Firma Baudisch Electronic GmbH in Wäschenbeuren, schwäbischen Tüftlern, die Bauteile für Flugzeuge oder Autos herstellen. Es galt, die Bewegungen am Handgriff in digitale Signale umzuwandeln. Man forschte und baute einen Chip um, der in der S-Klasse den Druck am Gaspedal misst und in die gewünschte Beschleunigung umsetzt.

Für die Industrie ist besonders die frei programmierbaren Bandenwerbung interessant

Die Steuerung gab es also, Flachbildschirme kaufte man im Elektromarkt, verkaufte sie und legte sie auf den eigens gebau-

ten Kasten. Fertig war der digitale Tischkicker. Ansonsten war klar: 22 Spieler müssen es sein. Der Rest ist frei programmierbar: Rasen oder Schnee, blaue oder rote Trikots und – für die Industrie besonders spannend – stets neue Bandenwerbung und neues Design. „Das ist alles individuell“, sagt Höchel, „man kann auch daheim seine Mannschaft gestalten und abspeichern.“ Und per Speicherkarte auf den Tischkicker laden.

Derzeit sucht man einen Vertriebspartner aus der Automaten- oder Spielzeugindustrie. Im Dienste der Werbung sollen sie weiter eingesetzt werden, aber auch in Kneipen. „Der Tischkicker ist eine aussterbende Art“, sagt Höchel, „wir wollen ihn neu beleben.“ Tausend Stück möchten sie fertigen, der Kaufpreis wäre dann etwa bei 1200 Euro. Anderswo glaubt man an den Erfolg. „Man hat uns auf Messen ausspioniert, speziell Asiaten haben wie wild fotografiert.“ So gibt es einen Nachbau aus Korea, „aber da flippert der Ball wild hin und her“. Ist halt keine schwäbische Wertarbeit.