

RATGEBER



Dieter Eugster,
Mobilkom-Experte

Schwarzweiss ist out, bunt ist in

Farb-Handys erobern die Welt

Nicht nur die Covers sind bunt, auch die Displays werden immer farbenprächtiger. Handys mit Schwarzweiss-Bildschirmen droht das gleiche Schicksal wie dem guten alten Schwarzweiss-Fernseher. 2003 wird das Jahr der Handys mit Farbbildschirm.

Noch 2002 verfügten – weltweit gesehen – nur 16 Prozent aller verkauften Mobiltelefone über einen Farbbildschirm. Heuer werden es laut dem Marktforschungs-Unternehmen iSuppli bereits 38 Prozent sein. Auf den ersten Blick erscheint diese Statistik sogar sehr niedrig gegriffen, da in Europa bis auf wenige Ausnahmen nur noch «bunte» Handys verkauft werden. In den Entwicklungsmärkten (China, Indien etc.) aber sind nach wie vor SW-Handys verbreitet.

Extras wie MMS und Digitalkamera steigern Umsätze

Angetrieben wird das Wachstum von bunten Einsteigerhandys mit Extras wie MMS-Funktion und Digitalkamera. Vor allem in China, Indien und in den USA konnten Nokia & Co. ihre Umsätze steigern.

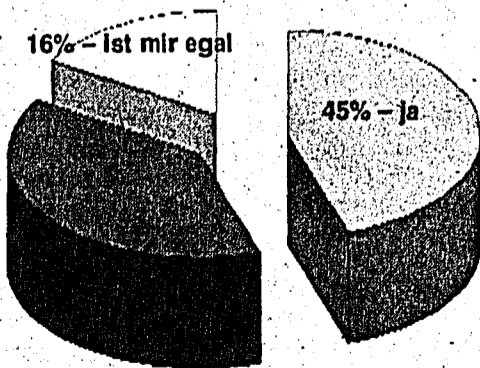
Die erfolgreiche Technologie in den Farb-Displays nennt sich Color-Super-Twist-Nematic-LCDs (CSTN). Mit dieser Technologie kann man bis zu 65 000 Farben darstellen, der Vorteil ist zudem, dass sie deutlich weniger Energie verbrauchen. 2006 werden diese Displays von der TFT-LCD-Technologie abgelöst. Sharp stellt diese Woche übrigens mobile LC-Farbdisplays vor, die bis zu einem Blickwinkel von 160 Grad ein klares Bild erlauben. Die Technologie nennt sich Mobile Advanced Super View LCD und kommt jetzt schon in TV-Flachbildschirmen zum Einsatz.

multimedia@powersurf.li

INTERNETUMFRAGE

Resultat der Internetumfrage auf www.volksblatt.li von der letzten Woche (97 Stimmen):

Die SVP verlangt, dass Christoph Blocher in den Bundesrat gewählt wird. Sind Sie dafür?



Die Frage ab heute: Halten Sie die geplante Optimierung des Verkehrs an der Landstrasse Vaduz mit zwei neuen Ampelanlagen an der Austrasse/Meierhofstrasse und Austrasse/Heuweg für sinnvoll?

www.volksblatt.li

Paket für Web-Designer

Dreamweaver, Flash und Fireworks in neuem Design

FRANKFURT/MAIN – Microsoft, Adobe und Macromedia helssen die drei Unternehmen, deren Software das Gesicht des World Wide Webs prägt. Der kleinste der drei hat jetzt seine zum Paket gebündelten Programme nach einhalb Jahren neu aufgelegt: Das Macromedia Studio MX 2004 präsentiert sich in einer übersichtlicheren Aufmachung und bietet in seinen verschiedenen Teilen eine Reihe interessanter neuer Funktionen, die dem Web-Designer das Leben erleichtern.

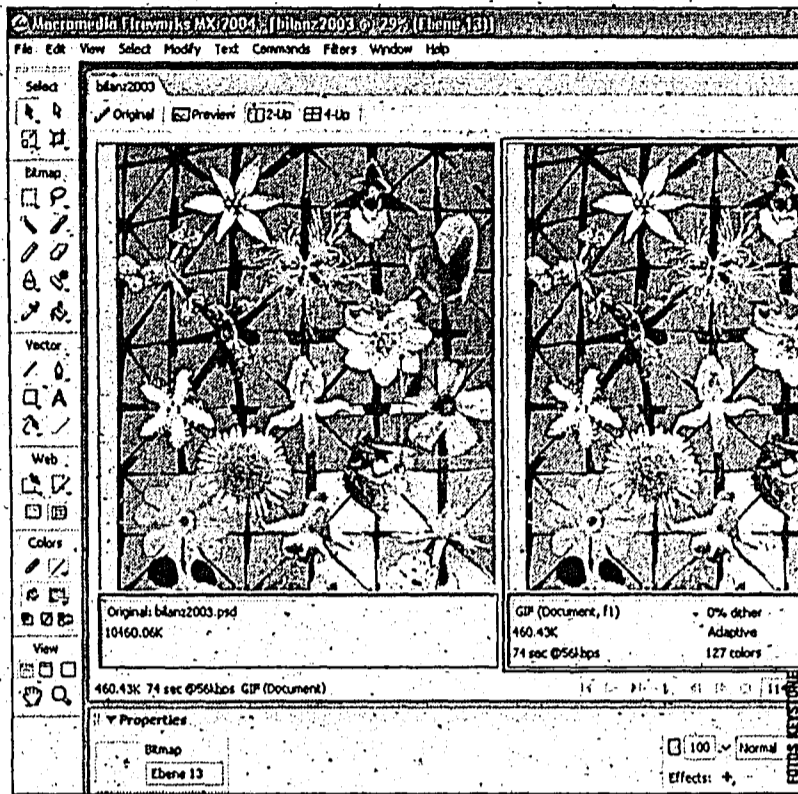
• Peter Zschunke/AP

Fünf einzelne Programme umfasst das Macromedia-Studio: Mit dem Dreamweaver werden einzelne Web-Seiten oder ganze Web-Sites erstellt. Flash ermöglicht animierte und interaktive Web-Angebote. Fireworks ist ein auf die Bedürfnisse der Web-Designer abgestelltes Bildbearbeitungsprogramm. Mit Freehand werden Grafiken erzeugt. Und mit ColdFusion können Anwender mit direktem Zugriff auf den Web-Server Skripte für die dynamische Web-Seiten-Gestaltung erzeugen. Hier wird der HTML-Code «on the fly» entsprechend den Anforderungen der Site-Besucher erzeugt.

Die Programme können unabhängig voneinander eingesetzt werden, verfügen aber auch über Schnittstellen zu den anderen Werkzeugen. So lassen sich etwa die Fireworks-Funktionen direkt aus Dreamweaver oder Flash heraus aufrufen.

Browser-Check

Zu den nützlichsten Neuerungen bei Dreamweaver MX 2004 gehört



Das Bildbearbeitungsprogramm Fireworks: Der Photoshop für Web-Designer.

ein Browser-Check: Die Software prüft für jede erstellte Web-Seite, ob irgendein Browser Probleme mit der Darstellung haben könnte. Zeile für Zeile wird untersucht, ob ältere Browser wie der noch relativ häufig genutzte Netscape Navigator 4.7 einen bestimmten HTML-Tag oder eine CSS-Anweisung nicht verstehen.

Weit mehr Änderungen als beim Dreamweaver gibt es aber beim neuen Flash. Die Multimedia-Software erfordert einigen Aufwand an Einarbeitung, kommt mit neuen «Verhaltensweisen» aber auch dem Einsteiger entgegen. Damit lassen sich jetzt jedem Objekt interaktive Funktionen zuweisen: Ein Mausklick auf ein Bild spielt Musik ab, startet ein Video oder öffnet eine

Web-Adresse, ohne dass dafür eine einzige Zeile Code geschrieben werden müsste.

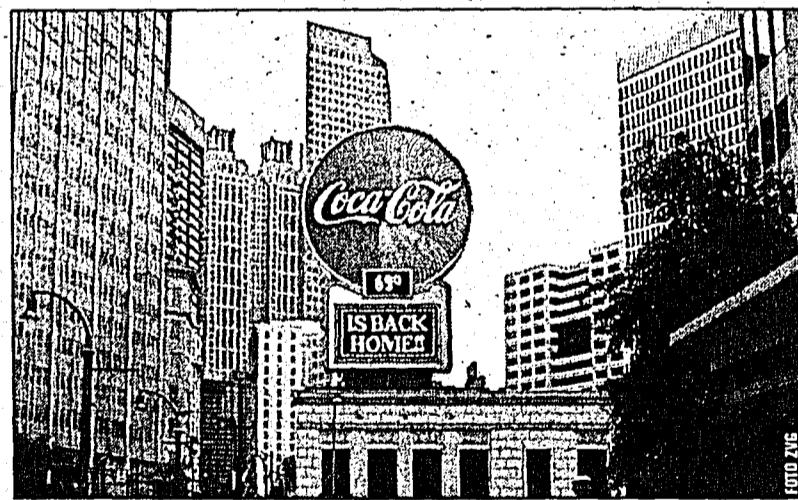
Photoshop für Web-Designer

Das Bildbearbeitungsprogramm Fireworks ist gewissermassen der Photoshop für Web-Designer. Es erfüllt alle professionellen Anforderungen wie die Arbeit mit Ebenen und Plugins, hat dabei aber stets die Veröffentlichung auf einer Web-Seite im Blick. So kann man mit einem Mausklick ein Foto zusätzlich in einem Web-Format anzeigen und prüfen, ob der gewählte Kompressionsfaktor noch erträglich und die geschätzte Download-Zeit akzeptabel sind. Für den Upload ins Netz verfügt das neue Fireworks nun auch über einen eigenen FTP-Client.

Coca-Cola Hightech-Flaschengeist

Nahrungsmittelkonzern setzt auf «Marketing by GPS»

CANBERRA – Der Nahrungsmittelkonzern Coca-Cola hat für die derzeit stattfindende Rugby-Weltmeisterschaft in Australien eine ungewöhnliche Kampagne entwickelt, die auf Hightech in der Flasche setzt. Dabei warten Handys der Marke Benefon auf die glücklichen Gewinner.



Coca-Cola wartet mit einer revolutionären Marketingkampagne auf.

Die Mobiltelefone sind in einer eigens präparierten Coca-Cola-Flasche eingebaut und mit GPS ausgestattet. Aktiviert der Gewinner die vermeintliche Cola-Flasche, kann er sofort mit Satellitenortung gefunden werden.

Der Einbau von Satelliten-Tracker und Handy stellt nach Angaben des örtlichen Promotion-Managers Richard Plumpton eine grosse technische Herausforderung dar, berichtet AustralianIT. Die Einheiten mussten robust genug sein, um wochenlangen Aufenthalt in Kühltruhen oder Getränkeautomaten zu überstehen. Darüber hinaus durften sich die derart «umgebauten» Flaschen weder in Aussehen noch im «Feeling» von einer normalen Coca-Cola-Flasche unterscheiden.

In Zusammenarbeit mit der Marketingagentur Momentum Worldwide wurde ein Benefon-GPS-Handy in speziell designte Flaschen eingebaut, die sich in der Mitte aufschrauben lassen. Jede der Hälften ist mit cola-farbenem Wasser gefüllt mit einer Aushöhlung in der Mitte, in der sich das Handy befindet. Nachdem der Gewinner den normalerweise «richtigen» Schraubverschluss geöffnet hat, sieht er die Anweisung, das Etikett

(das das Gewinde in der Flaschenmitte umhüllt) zu entfernen und die Flasche in der Mitte aufzuschrauben. Dann wird das Handy entnommen, die GPS-Antenne ausgezogen und ein bestimmter Alarmknopf gedrückt. Binnen kürzester Zeit kann damit der Kampagnen-Leiter den Standort des Gewinners orten. Das Coca-Cola mit dem Handy-Flaschengeist hat einen Wert von rund 1500 Australischen Dollar (913 Euro).

KURZ-NEWS

US-User säubern Festplatten

NEW YORK – Die scharfe Gangart der US-Musiklobby gegen Filesharer führt zu einer «Säuberungsaktion» ungeahnten Ausmasses. So haben alleine im August 1,4 Mio. US-Haushalte sämtliche digitalen Musik-Files von ihrer Festplatte entfernt, berichtet das Wall Street Journal. Die Zeitung beruft sich in ihrem Bericht auf Erhebungen des Marktforschungsinstitutes NPD Group.

Die Marktforscher leiten ihre Schätzungen aus einem laufenden Projekt ab, in dem die Computer-Aktivitäten von Haushalten untersucht werden. Insgesamt nehmen 10 000 Haushalte freiwillig an dem Forschungsvorhaben teil. NPD schätzt, dass in 35 Mio. US-Haushalten Musikfiles auf dem Computer gespeichert werden. Damit haben in einem einzigen Monat vier Prozent der User ihre Festplatte von den kompromittierenden Dokumenten gesäubert.

Erstmals Strafe wegen Werbeanrufe

WASHINGTON – In den USA sind erstmals Strafen wegen unerlaubter Werbeanrufe ausgesprochen worden. Wegen eines Verstosses gegen die so genannten «Do not Call»-Regeln hat die US-Aufsichtsbehörde Federal Communications Commission (FCC) 780 000 Dollar Strafe gegen den Telekom-Riesen AT&T verhängt. Dem Konzern wird vorgeworfen, in mehreren Fällen gegen die neuen Regeln verstossen zu haben.

Nach den Erhebungen hat AT&T bei insgesamt 29 Konsumenten in 78 verschiedenen Angelegenheiten unerwünschte Werbe-Anrufe getätigt, obwohl sich diese Kunden zuvor solche Anrufe verboten hätten. Die FCC hatte eine Untersuchung gegen die Telemarketing-Praktiken des Konzerns gestartet, nachdem es in den vergangenen Monaten über 300 Beschwerden von Konsumenten gegeben hatte. Die nunmehr nachgewiesenen 78 Verstösse sollen mit jeweils 10 000 Dollar geahndet werden, schreibt die Aufsichtsbehörde.

Matrix-Trilogie endet mit globaler Attacke

LOS ANGELES – Der dritte und letzte Teil der Science-Fiction-Trilogie Matrix endet gestern Mittwoch in einer globalen Kino-Attacke. Mit seinem präzise synchronisierten Kinostart in Lichtspiel-Theatern von den USA über China bis Österreich setzt der Film nach seiner Vermarktung auch hier neue Massstäbe. In Los Angeles konnten Fans des Kult-Spektakels bereits um sechs Uhr morgens die Kinosäle stürmen. In New York startet der Film um neun Uhr vormittags, hier zu Lande um 15 Uhr.

ANZEIGE



www.gmgn.net.li
Internet & Intranet-Lösungen

Projektierung
Software-Entwicklung
Programmierung
Schaan / Buchs

ANZEIGE

Herbstaktion!
Sie sparen mind.

219.- CHF

powersurf
der beste weg ins internet!

lie.comtel
eine Marke der LKW

Mehr Infos unter www.lie-comtel.li oder Tel. 236 17 40