

MULTIMEDIA-NEWS

MP3 schon zehn Jahre alt

ERLANGEN – Der bekannte Dateiname .mp3 wurde vor zehn Jahren am Fraunhofer IIS (Institut für Integrierte Schaltungen) eingeführt. Wissenschaftler haben sich damals als Abschluss langjähriger Entwicklungsarbeiten am so genannten Audiokompressionsverfahren zu dieser Namensgebung entschlossen.

Bei einer internen Befragung hatte sich der Name durchgesetzt und avancierte schnell zum Synonym für «ISO MPEG Audio Layer 3». Seit 1992 wird das Format von der ISO-Standardisierung vor jeder Veränderung geschützt.

MP3 wurde zunächst von der Industrie nicht ernst genommen, weil sie die Technologie für nicht einsetzbar hielt, aber die Entwicklung erwies sich bald als entscheidender technologischer Fortschritt. Bis heute hat kein anderes Format MP3 als digitalen Musikdatenträger ablösen können.

Der Unterhaltungselektronik erschloss sich mit den MP3-Playern schliesslich ein völlig neuer Markt, dessen Wachstum heute noch nicht seinen Höhepunkt erreicht hat. Für das Jahr 2006 werden über 80 Mio. Geräteverkäufe erwartet. (pte)



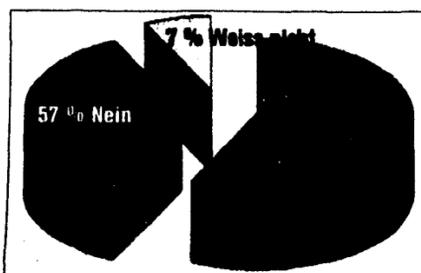
Konzerte live im Internet

NEW YORK – Ab Herbst des Jahres bieten America Online und XM Satellite Radio Live-Shows direkt über Internet und Satellit an, berichtet die New York Times. Kevin Wall, Produzent der «Live 8»-Übertragungen, wird das Projekt leiten. Eine Vielzahl der Konzerte wird in Zusammenarbeit mit der AEG, einer Tochterfirma des Promotionsunternehmens Anschutz Company, ins Web gestellt werden. AEG verspricht sich ein lukratives Geschäft mit der Vergabe von Lizenzen der Live-Übertragungen an grosse Internetfirmen, sowie durch den Verkauf von Werbung in Zusammenhang mit den Konzerten. Download-Plattformen sollen geschaffen werden und von den eingenommenen Geldern sollen auch die Künstler zukünftig profitieren. Für die Konzertindustrie eröffnen sich durch die Direktübertragungen neue Möglichkeiten, um mehr Geld zu verdienen. Clear Channel, der grösste Konzertpromoter der USA, will 25 Prozent des Werbebudgets in Online-Projekte investieren und plant in Zusammenarbeit mit Yahoo einen Newsletter, der Musikfans über kommende Events informieren soll. (AP)

INTERNETUMFRAGE

Resultat der Internetumfrage auf www.volksblatt.li der letzten Woche (174 Stimmen):

Macht sich bei Ihnen schon Ferienstimmung breit?



Die Frage ab heute: Denken Sie, dass Lance Armstrong an der Tour de France noch abzufangen ist?

www.volksblatt.li

# Action und Taktik

## Future Tactics: The Uprising – Actiongame im Comicedesign

MÜNCHEN – Future Tactics: The Uprising ist ein Actionspiel mit Taktikmomenten von Publisher JoWood. Nachdem die Erde im Chaos versunken ist, machen sich einige Kämpfer auf den Weg, um die Monster die sich auf dem Planeten eingestastet haben zu vertreiben. Mit zerstörbaren Levels, anscheinlicher Comicgrafik und insgesamt 18 verschiedenen Kämpfern offert das Spiel dem Vorbild Worms nach.



In Future Tactics steuert der Spieler Rebellen, die sich gegen die ausserirdischen Herrscher auflehnen ...

Die Zeiten in denen die Menschen mit Autos durch die Vorstädte fahren, abends Fernsehen guckten und am Wochenende in die Kirche gingen sind vorbei. In der Zukunft haben grüne Monster die Erde besetzt und niemand weiss genau, woher sie kommen. Versklavt und entmutigt schüften die Menschen für die neue Autorität. Widerstand zeigen nur wenige mutige Kämpfer, wie der junge Low mit seinem Vater und seiner Schwester Pepper. Erst im Laufe der Kampagne kommen weitere Rebellen zu ihrem Team hinzu.

Dem Spieler stehen drei verschiedene Spielmodi zur Verfügung. Im Trainingslager kann man ohne Zeitdruck das Schiessen und Bewegen der Charaktere üben. Die Kampagne handelt von Lows Familie, die sich gegen die ausserirdischen Monster zur Wehr setzt und im Schlachtmodus kann man kurze Gefechte gegen einen anderen menschlichen Gegner führen. Da

das Spiel rundenbasiert abläuft, spielt der zweite Spieler am gleichen PC. Einen Multiplayermodus über Netzwerk oder Internet gibt es nicht.

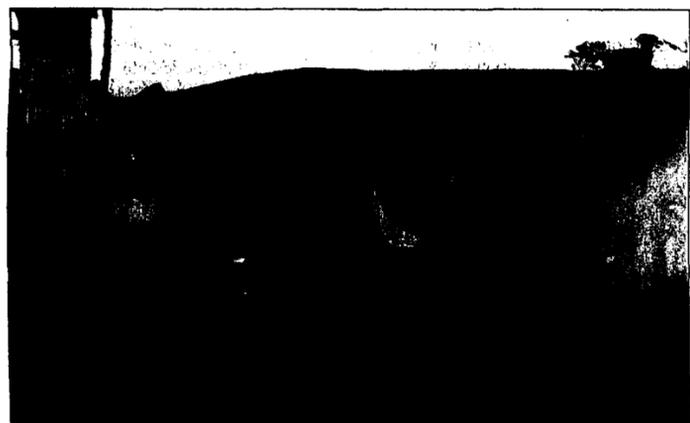
Jagd auf die Aliens

Ganz egal welchen der drei Modi man wählt, man startet immer mit seinen Spielern auf der 3D-Karte. Je nach Mission hat man einen oder mehrere Kämpfer, die man nacheinander steuert. Auch die Gegner sind bereits auf der Karte verteilt, in manchen Aufträgen muss man sich auch mit neu auftauchenden Monstern plagen. Die Ziele des Spielers sind ebenfalls überschaubar: mal muss er alle Gegner beseitigen, einen bestimm-

ten Punkt auf der Karte erreichen oder einen Gegenstand auf der Karte zerstören. Aber alles beginnt mit der Auswahl des Kämpfers. Ein farbiger Kreis zeigt dem Spieler den Bereich an, in dem man seinen Charakter bewegen kann. Man bewegt sich auf den verschiedenen Karten zwischen Bäumen, Steinen, Planwagen und Häusern vorbei, um eine gute Schusslinie vorzubereiten. Die feindlichen Monster wie Hubriks oder Gnarlaks sind verschieden stark – einige sterben nach einem Schuss während andere mehrere gute Treffer aushalten, bevor sie verschwinden. Gnarlaks nutzen ihre starken Laserkanonen gegen die Menschen, Hubriks haben Dynamit auf dem Rücken und versuchen den Gegner oder das im Weg stehende Gelände wegzusprennen.

Die Technik

Future Tactics hat einen interessanten Grafikstil, der schöne 3D-Grafik bietet, die streckenweise wie gezeichnet wirkt. Bombastische, farbenfrohe Explosionen gehören ebenso zum Repertoire wie Wettereffekte und die detaillierten Monster. Zwischensequenzen laufen in Spielgrafik ab und können dank Vorspulfunktion verkürzt werden. Gespeichert wird automatisch nach dem Abschluss einer Mission. (id)



... und sich auch in den abgelegensten Dörfern auf die Jagd nach den Aliens begeben.

# Kaum Unterschiede

## Frauen und Männer fast gleichauf in der Internet-Nutzung

FRANKFURT/MAIN – Frauen liegen bei der Internet-Nutzung mit den Männern fast gleichauf. Nach Ergebnissen der W3B-Studie des Marktforschungsunternehmens Fittkau & Maass sind 48 Prozent der deutschsprachigen Internet-Nutzer Frauen, 54 Prozent Männer.

In der Altersgruppe unter 30 Jahren gibt es prozentual sogar mehr weibliche als männliche Nutzer. Unter den Internet-Nutzern ab 50 Jahren sind Frauen mit weniger als 30 Prozent aber in der Minderheit.

Der gestiegene Frauenanteil im Netz macht diese natürlich für Online-Marketing und -Vertrieb zu einer interessanten Zielgruppe. Allerdings ist der Anteil der aktiven Online-Käufer unter den Männern mit 45 Prozent deutlich höher als unter den Frauen (38 Prozent). Auch bei den Einkäufen im Internet zeigen sich Frauen zurückhaltender. So ziehen Frauen die Zahlung per Rechnung (78 Prozent) deutlich der Nutzung der Kreditkarte (30 Prozent) vor.



Frauen sind fast so fleissige Internet-Surfer wie Männer.

Bei der Wahl der Online-Shops ziehen 50 Prozent der Frauen Web-Sites von Versandunternehmen oder Anbieter vor, die auch ausserhalb des Internet bekannt sind. Wenig überraschend ist, dass die Unterschiede zu den Männern in

den Produktbereichen Schmuck/ Accessoires, Dessous, Mode/Kleidung und Körperpflegeprodukte/Kosmetik besonders stark sind. Für die 20. WWW-Benutzer-Analyse W3B wurden mehr als 100 000 Internet-Nutzer befragt. (AP)

CHARTS

Single-Charts

Auch in dieser Woche nimmt der verrückte Frosch mit «Axel F» die Spitzenposition der Schweizer Single Charts ein. Auch auf den weiteren Positionen hat sich bis auf Mariah Careys Wiedereinstieg in die Top-10 nicht viel getan.

- Platz, Vorwoche, Interpret, Titel, Woche
- (1) Crazy Frog, Axel F, 8
  - (2) Akon, Lonely, 10
  - (3) Shakira feat. Alejandro Sanz, La tortura, 8
  - (4) Backstreet Boys, Incomplete, 6
  - (5) Banaroo, Dubi Dam Dam, 7
  - (6) Daddy Yankee, Gasolina, 12
  - (9) Gwen Stefani, Hollaback Girl, 5
  - (8) 2 Pac, Ghetto Gospel, 7
  - (13) Mariah Carey, We Belong Together, 2
  - (7) Black Eyed Peas, Don't Phunk With My Heart, 8

Die begehrtesten DVDs



Wie in der Vorwoche führt «Miss Undercover 2» die DVD-Charts an. Die Neueinsteiger «House of Flying Daggers» (Bild, 2) und «Hautnah» (4.) konnten sich vorne platzieren.

DVD Charts, Platz, Vorwoche, Titel, Genre

- (1) Miss Undercover 2, Comedy
- (Neu) House Of Flying Daggers, Action
- (2) Constantine, Thriller
- (Neu) Hautnah, Comedy
- (3) Ray, Drama
- (4) Finding Neverland, Fantasy
- (Neu) 24-Season 3, Thriller
- (5) Im Feuer-Einheit 49 – Ladder 49, Action
- (19) Traumschiff Surprise – Periode 1, Comedy
- (6) Blade 3: Trinity, Horror

Playstation-2-Charts



Die fünfte Ausgabe der legendären Tekken-Reihe (Bild) hat in den PS2-Charts die Spitze übernommen. Auf der Position 2 folgt das Spiel zur aktuellen Formel-1-Saison und das Action-Game «Medal of Honor European Assault».

Playstation-2-Game-Charts, Titel, Genre

- Tekken 5, Action
- Formula 1 2005, Racing
- Medal of Honor European Assault, Action
- FIFA Street, Sport
- Singstar The Dome mit Microphone, Hobby
- Gran Turismo 4, Racing
- Moto GP 4, Racing
- Madagascar, Action
- FIFA Football 2005, Sport
- Need for Speed Underground 2, Racing

ANZEIGE

Schaan Buchs  
gmg  
InterNet Projekte  
XML Web Services  
www.gmgnet.li | +41 81 750 6 272