

## Firmen suchen Standard für 3D-Grafik

HANDELSBLATT, 21.4.2004

ruk BARCELONA. Intel, Boeing, Adobe und mehr als 30 weitere Unternehmen wollen einen Standard für 3D-Grafik entwickeln, damit dreidimensionale Abbildungen ebenso leicht auf allen Computern wiedergegeben werden können wie digitale Musik, Videos oder Fotos. Die Firmen haben dazu das 3D Industry Forum gegründet. Angestrebt werde ein Dateiformat, wie beispielsweise JPEG, mit dem Bilder heute auf PCs ebenso verarbeitet werden können wie im Internet und sogar auf dem Handy.

Interaktive 3D Grafik wird heute schon für den Austausch von Ideen auf breiter Basis genutzt. Doch noch gibt es eine Reihe technischer Schwierigkeiten. Obwohl die verfügbare Bandbreite und die Leistung der Computer in den Unternehmen deutlich zugenommen hat, verhindern fehlende Standards, dass die 3D-Abbildungen von allen Grafik-Programmen auf allen Rechnern dargestellt werden können.

„Die heute beschlossene Zusammenarbeit zwischen so verschiedenen Industrien wie dem Flugzeugbau, der Softwarebranche und den Herstellern von Halbleiter markiert einen bedeutenden Schritt für die Verfügbarkeit von 3D Grafik“, sagte Intels Chief Technology Officer Pat Gelsinger auf einem Entwicklerforum in Barcelona.

Mit einem universellen Standard für die Nutzung der 3D-Dateien, wie sie etwa beim Produktentwurf anfallen, könnten nicht nur Unternehmen, sondern auch Schulen interaktive Simulationen im Unterricht einsetzen. Zudem könnten die Grafiken in elektronische Bedienungsanleitungen eingebunden werden. Und Nutzer von Online-Katalogen könnten Produkte auf Basis von 3D-Modellen, die beim Entwurf der Produkte generiert wurden, vor dem Kauf am PC ausprobieren.

# Der Boom der Online-Tagebücher

Deutsche Anbieter hoffen auf stürmische Entwicklung ähnlich wie in den USA – Finanzierung vornehmlich durch Werbung

FINN MAYER-KUCKUK

HANDELSBLATT, 21.4.2004

DÜSSELDORF. Die Anbieter von Online-Tagebüchern, auch Weblogs genannt, verzeichnen schnell wachsende Nutzerzahlen. „Jeden Tag kommen in Deutschland 80 Weblogs dazu, im Dezember waren es erst 40“, sagt Nico Lumma von der Orangemedia.de GmbH. Auf einem Netzrechner dieser Agentur für Online-Werbung laufen Daten aus so gut wie allen deutschen Internet-Journalen zusammen, einsehbar unter [www.blogg.de](http://www.blogg.de).

Diesen Daten zufolge hat die Zahl der Weblogs in Deutschland am Montag die Zahl 10 000 überschritten. In den USA laden bereits 2,5 Millionen solcher Seiten zum Lesen ein. Google hat im vergangenen Jahr den Weblog-Anbieter Blogger.com für einen vermutlich zweistelligen Millionenbetrag gekauft – das macht auch europäischen Betreibern Hoffnung auf Gewinne. Der Profit hängt jedoch davon ab, ob sich hier ähnlich viele Menschen dafür begeistern lassen, ein Weblog zu pflegen.

Die Tagebuchschreiber – auch Blogger genannt – veröffentlichen, was ihnen widerfährt und ergänzen ihre Notizen durch Tipps zur Pflege von Zungenpiercings, Urlaubsfotos oder ihre Meinung zum neusten Kinofilm oder zur Politik. Ältere Einträge rutschen nach unten und landen in einem Archiv. Leser sind aufgefordert, den Inhalt der Seiten zu kommentieren. Damit macht der Kommentierende zugleich auf sein eigenes Weblog aufmerksam, das als Link vom Kommentar aus mit einem Klick erreichbar ist. So entsteht eine Welt von Texten, die miteinander vernetzt sind.

Die Seiten wirken trotz ihrer spontanen Entstehung aufgeräumt – der Inhalt wird automatisch sortiert. Um all diese Funktionen bereitzustellen, laufen hinter der Seite auf



Liebes Tagebuch... Früher waren die zarten Gedanken der Teenager geheim. Heute schreiben sie für Millionen potenzieller Leser.

## Die Sphäre der Internet-Tagebücher

■ **Weblog:** Logbuch im World Wide Web. Seite, auf die der Autor unkompliziert täglich Eintragungen hinzufügen kann, die das aktuelle Datum tragen. Teilnahme der Leser ist möglich.

■ **Blog, Blogger:** Kurzform von Weblog, Weblog-Verfasser.

■ **Unterschiede:** Weblogs sind starr und haben meist nur einen Autor. Kommentare erscheinen nur auf Anforderung. Ein Wiki ist

eine Homepage, an der alle Nutzer mitschreiben können – die Struktur ändert sich ständig. Newsgroups wiederum sind nicht zeitlich auf einer Seite organisiert, sondern thematisch.

■ **Anbieter in Deutschland:** [www.20six.de](http://www.20six.de), [www.blogger.de](http://www.blogger.de), [www.blogg.de](http://www.blogg.de), [www.twoday.net](http://www.twoday.net), [www.bloggo.de](http://www.bloggo.de), [www.blogall.de](http://www.blogall.de).

■ **Ein Weblog über Weblogs:** [www.bloghaus.net](http://www.bloghaus.net).

dem Server aufwendige Programme. Versierte Surfer benutzen ein kostenloses oder sehr preiswertes Programm, binden es in ihre Homepage ein und ändern es so, wie sie es haben möchten.

Doch nicht immer fallen Mitteilungsbedürfnis und Computerkenntnis zusammen. Weniger bewanderte Nutzer können die Hilfe von Webseiten in Anspruch nehmen, die ihnen alles Nötige zur Verfügung stellen. Passionierte Weblog-Fans bieten solche Dienste auch ehrenamtlich an, aber mit steigender Beliebtheit der Seelenschau im Internet treten auch kommerzielle Anbieter auf den Plan.

Die Knallgrau New Media Solutions GmbH in Wien betreibt die Weblog-Seite Twoday.net und setzt auf eine Mischung aus Werbung und Gebühren. „Etwa neun Prozent der 2 500 Blogger bei uns zahlen für den Dienst“, sagt Projektleiter Michael Schuster. 91 % der Nutzer akzeptieren Werbung. Wer sein Weblog lieber ohne Störungen präsentieren will, muss bei Twoday.net fünf Euro pro Monat für die einfache Version unter dem Domainnamen des Anbieters oder 20 Euro für mehr Speicher und eine eigene Domain ausgeben. Der Umsatz mit den Weblogs lasse jedoch noch sehr noch

zu wünschen übrig: „Reich werden wir damit nicht.“

Die werbefinanzierten Weblogs des Marktführers 20six.de haben mehr Funktionen als die der anderen Anbieter. Handy-Freaks beispielsweise können ihre neuesten Geistesblitze und Fotos auch per Mobiltelefon aus dem Café auf ihre Seite schicken. Für 20six.de arbeiten fünf Programmierer. Tochterseiten gibt es für Frankreich, die Niederlande und Großbritannien. Mitgründer Stefan Glänzer ist überzeugt, dass der Aufwand sich rentieren wird. Er sieht den Weblog-Markt in Deutschland heute an dem Punkt, an dem er in den Vereinigten Staaten im Jahr 2000 war. Damals nahm die Zahl der Nutzer sprunghaft zu, amerikanische Anbieter wurden profitabel. Bei 20six.de in Hamburg decken die Einnahmen allerdings bisher allenfalls die Kosten für den Datenverkehr.

Nokia will jetzt auch von der Beliebtheit der Tagebücher profitieren und bietet ab Sommer dieses Jahres eine Software an, die der Nutzer parallel auf seinem Nokia-Telefon und dem PC installiert. „Lifeblog“ soll Handyfotos, Texte und Videos so sortieren, dass jeder sein Leben lückenlos online dokumentieren kann – abrufbar für jeden Internetnutzer.