

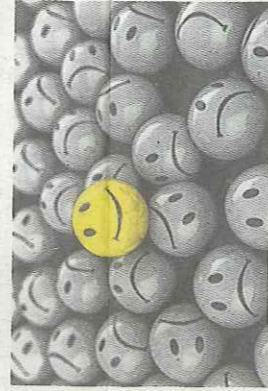


Absolut wasserdicht

Foto: ÖÖN

„Loksak“ schützt vor Wasser und Schmutz

WIEN. In Zeiten wie diesen ist das Smartphone immer dabei. Die Anwendungsvielfalt zahlloser Apps haben das Handy zum ständigen Begleiter in der Freizeit und beim Sport gemacht. Handys sind aber gleichzeitig komplexe technische Geräte, die vor den Elementen geschützt werden müssen. Die amerikanische Firma Loksak hat nun eine spezielle Schutzhülle auf den Markt gebracht, mit der das Handy bis 60 Meter Tiefe wasserdicht versiegelt bleibt. „Loksak“ ähnelt auf den ersten Blick einem Gefrierbeutel, ist aber wesentlich resistenter. Hinzu kommt, dass sich der Touchscreen von Smartphones oder ähnlichen Geräten problemlos durch die Hülle hindurch bedienen lässt. Der „Loksak“ ist in verschiedenen Größen erhältlich. So können beispielsweise auch Tablets geschützt werden. Für drei Stück muss man je nach Größe 9,90 bis 13,90 Euro bezahlen.



Freude am Schreiben.

Foto: Colourbox

Gefühlsvolles Schreiben:

Der Smiley ist 30 Jahre alt

PITTSBURGH. Man mag es ihm nicht ansehen, aber der Smiley ist bereits dreißig Jahre alt. Erstmals benutzt wurde das auf der Seite liegende Lächeln von Professor Scott E. Fahlman. Der Forscher überlegte, wie man Gefühlsregungen am Bildschirm einfach und effizient ausdrücken könnte. Vor allem ironisch oder sarkastisch gemeinte Beiträge werden in geschriebener Form oft nicht als solche erkannt. Mittels dreier Zeichen schuf Fahlman ein Lächeln, um geschriebenen Humor kenntlich zu machen. Er schrieb im Forum seiner Universität in Pittsburgh: „Ich schlage folgende Zeichen-Sequenz für Spaßmacher vor: :)“. Lest es seitwärts.“ Auch das Gegenteil :(rief Fahlman ins Leben. Der Rest ist Geschichte.

Schnell kamen neue Emoticons, wie Smileys auch genannt werden, hinzu. Heute gibt es für jede Gefühlslage den passenden Smiley, von lauthals lachend :-D über Zunge zehnd :-P bis verärgert >:-(. Vor allem in der SMS fand der Smiley ein ideales Verbreitungsgebiet. Die ursprüngliche Beschränkung auf 160 Zeichen machte es notwendig, sich platzsparend auszudrücken. Abkürzungen wie „LOL“ (engl.: *laughing out loud, laut lachen*) ergänzten die Smileys. Gemeinsam bilden Smileys und Kürzel einen fixen Bestandteil der Schreibkultur von E-Mail, Chats, Foren und sozialen Netzwerken.



X-Net-Gründer Nikolaus Dürk (Mitte) und das Team hinter SNOGG.ME.

Foto: X-Net

Ein Künstlertraum: Mit SNOGG.ME ohne Plattenfirma zum eigenen Album

Linzer Firma ermöglicht Künstlern, eigene CDs zu produzieren und direkt zu verkaufen

Von Leander Bruckbögg

Das MP3-Geschäft boomt. Downloads sind mittlerweile beliebter als CDs. Viele unbekannte Künstler wollen diesen Trend nutzen und sind auf iTunes oder Amazon vertreten. Doch inmitten der Flut an verfügbaren Titeln ist es nicht leicht, von Käufern gefunden zu werden. Hinzu kommt, dass viele Bands keine Plattenfirma mehr im Rücken haben, die für sie die Werbetrommel rührt.

Viele Künstler gewinnen ihre Anhänger immer noch auf altmodische Weise - auf Konzerten. Die CD hat dort einen hohen Nutzen, da Sie neue Fans gleich kaufen und mit nach Hause nehmen können. Wenn der Verkauf von Angesicht zu Angesicht erfolgt, ist eine CD deutlich hochwertiger als etwa ein Download-Code. Hier setzt die neue Plattform SNOGG.ME an. Das

Projekt der Linzer Firma X-Net, die mit ihren CD-Robotern bekannt geworden ist, erlaubt es Künstlern, Alben in Kleinauflage zu produzieren und direkt zu verkaufen.

Vereinfachtes Urheberrecht

X-Net hat dazu in zweijähriger Entwicklungsarbeit eine Plattform aufgebaut, die auch für Computerneulinge leicht zu bedienen ist. Der Künstler registriert sich auf SNOGG.ME und kann sofort ein Album zusammenstellen. Besonders stolz ist X-Net-Gründer Nikolaus Dürk auf die automatische Klärung des Urheberrechts. So wird eine allfällige Abgabe an die Austro Mechana - etwa bei einem gecoverten Lied - automatisch abgerechnet.

Zu einem guten Album gehört ein ansprechendes Cover. SNOGG.ME bietet die Möglichkeit, professionell vorgefertigte Designs hochzuladen. Alternativ

kann der Künstler sein Cover mittels Online-Editor selbst gestalten. Die Bedienung ist einfach und intuitiv. Wer schon einmal im Internet ein Fotobuch zusammengestellt hat, wird sich auch hier schnell zurecht finden. Als Hülle stehen drei Varianten zur Verfügung, beim Booklet kann die Seitenzahl gewählt werden. Den Vergleich mit CDs „aus dem Geschäft“ braucht SNOGG.ME nicht zu scheuen, besonders das Digisleeve aus Karton beeindruckt mit ausgezeichneter Druckqualität.

Selbst ist der Verkäufer

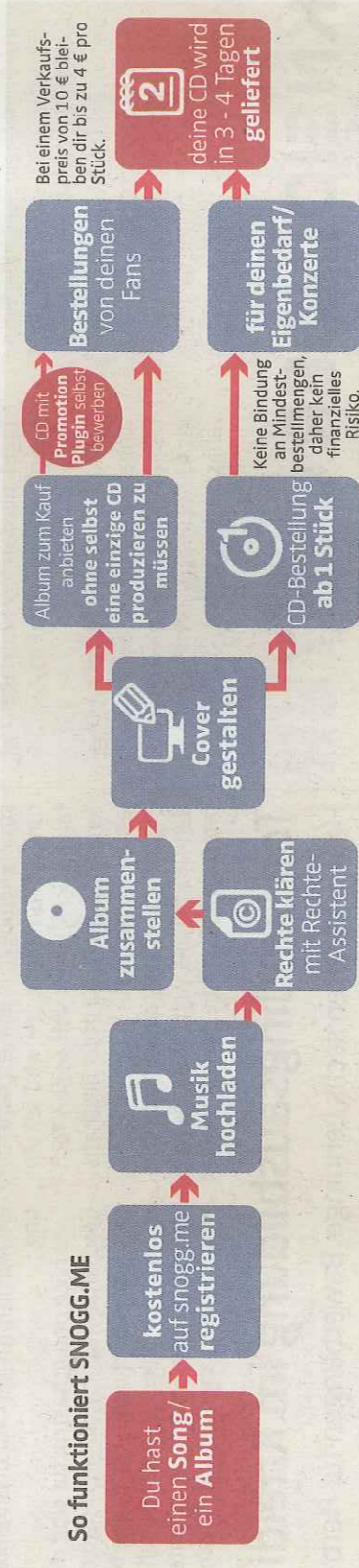
Hat der Künstler die Lieder für sein Album hochgeladen, die Rechte geklärt und das Cover gestaltet, kann er die CD zum Verkauf freigeben (siehe Grafik unten). Dabei kann er den Preis selbst bestimmen. Der Gewinn ergibt sich durch den Verkaufspreis abzüglich Produktionskosten und etwaiger Abgaben. Von diesem Ge-

winn erhält SNOGG.ME 25 Prozent, der Rest geht an den Künstler. Die Bezahlung erfolgt mittels EPS, Paypal oder per Kreditkarte. Kauft ein Fan eine CD, wird diese sofort produziert und per Post versandt. Nach spätestens vier Werktagen ist das Album beim Käufer. Alternativ kann sich der Künstler selbst Kopien seines Albums bestellen und direkt verkaufen - etwa bei Konzerten.

Der Künstler kann seine Alben mittels eines vorgefertigten Plug-Ins auf seiner Website oder Facebook-Fanseite bewerben. Eine Funktion zum Probieren ist ebenfalls eingebaut.

SNOGG.ME erlaubt es auch „Kleinen“, wie etwa Schülerbands oder Musikkapellen, ohne Vorabinvestition eigene Alben zu erstellen und direkt an Freunde und Fans zu verkaufen.

www.snogg.me: Gestalten Sie Ihr eigenes Album.



Grafik: ÖÖN, SNOGG.ME

Wer weiß mehr - das Internet oder der Partner?

Umfrage: Viele Nutzer wissen nicht, dass das Internet zahlreiche Daten über sie sammelt

WIEN. Im Internet werden Informationen gefiltert und durch Algorithmen auf jeden User zugeschnitten. Wer sich auf Amazon Produkte ansieht, braucht sich nicht zu wundern, wenn diese später als Werbung auf einer anderen Website wieder auftauchen. Doch auch einfache Suchergebnisse, beispielsweise auf Google, können von Nutzer zu Nutzer verschieden sein. So

werden männliche Nutzer bei einer Suche nach dem Wort „Euro“ deutlich öfter Seiten zur Fußball-Europameisterschaft zu Gesicht bekommen als Frauen.

Ablehnung und Unwissen

Im Rahmen einer von der Telekom in Auftrag gegebenen SORA-Umfrage wurden die Österreicher zum Thema angepasster Inhalte im

Netz befragt. Dabei zeigte sich, dass viele Internet-User personalisierte Inhalte und Empfehlungen nicht als hilfreich empfinden (59 Prozent). Je jünger die Befragten und je höher das Bildungsniveau, desto größer ist die Akzeptanz für angepasste Inhalte. 43 Prozent der Nutzer wissen allerdings gar nicht, dass die Ergebnisse von Google und Co auf den jeweiligen Nutzer abgestimmt werden. Eine große Mehrheit der Befragten glaubt, dass der Partner mehr über die eigenen Vorlieben, wie etwa Musikgeschmack, politische Einstellung, Einkaufsgewohnheiten und erotische Vorlieben, weiß als das Internet. Viele Nutzer vergessen dabei, wie viele Daten Suchmaschinen wie Google über ihre Nutzer sammeln und speichern.