

MULTIMEDIA  
KOMPAKT

INTEL

## Virtual Film Festival

Der Chiphersteller Intel veranstaltet unter dem Titel „Intel Virtual Film Festival“ auf YouTube ein Gewinnspiel für Freizeit-Filmemacher. Man parodiert einen Film oder dreht einen eigenen witzigen Film (max. drei Minuten, vorzugsweise englisch, Deadline 17. Juni). Filme werden auf [www.youtube.com/intelfilmfestival](http://www.youtube.com/intelfilmfestival) gestellt. Der technisch raffinierteste und originellste Film wird Ende Juni mit einer Reise zu den Filmfestspielen Venedig belohnt. Außerdem sind Multimedia Notebooks mit Intel-Prozessoren zu gewinnen.

APPLE

## Neue iMacs

Apple hat seine Modellreihe des All-in-One Desktop-Computers iMac mit 20- bzw. 24-Zoll-Displays aktualisiert. Ausgestattet mit den neuesten Intel Core 2 Duo Prozessoren und der schnellsten, je in einem iMac verbauten Grafikkarte ist der iMac ab 999 Euro erhältlich. Er beinhaltet Prozessoren mit bis zu sechs Megabyte L2-Cache und einen 1066 MHz schnellen Frontside-Bus sowie zwei Gigabyte RAM als Standardarbeitspeicher in fast allen Modellen.

NAVIGATION

## Neue TomTom-Modelle

TomTom, Anbieter mobiler Navigationslösungen, bringt zwei neue Highend-Modelle auf den Markt: das GO 930 Traffic und das GO 730 Traffic. Sie bieten neben einer Freisprechfunktion die Navigationssoftware von TomTom mit Fahrspurassistent und Map Share. Autofahrer werden über einen RDS-Verkehrsinformationsempfänger mit Stau-meldungen versorgt. Dank der IQ-Route-Technologie können Nutzer auf die effizienteste Routenplanung zugreifen. Das GO 930 mit Karten von 34 europäischen Ländern, den USA, Kanada und Russland kostet 499 Euro (GO 730: 31 europäische Länder, 449 Euro).

DER MOBILE  
VIDEO-TIPP

FOTO: LARS REINWANN

■ Wollen Sie wissen, wie WELT KOMPAKT entsteht und die Macher dieser Zeitung kennen lernen?

Dann versäumen Sie nicht unseren täglichen Videopodcast: Die Filme gibt's im Internet und auch per QR-Code direkt auf das Handy. Im Internet abrufbar unter: [youtube.com/fschmiechen](http://youtube.com/fschmiechen) [welt.de/wk-blog](http://welt.de/wk-blog)



## Die Freiheitsstatue ist

Auf WhatsYourPlace können Nutzer virtuell Grundstücke kaufen – für die

**Berlin** – Die Welt hat einen Preis: Der erste Hektar kostet 9,95 Euro. Jeder weitere 2,50 Euro. Für ganz Europa muss man 2,6 Milliarden hinlegen. Nur Deutschland: 95 Millionen Euro. Gäbe es einen gestörten Menschen, der diese Summen zahlen würde, das Geschäftsmodell von WhatsYourPlace(.de) wäre gescheitert. Denn bei dem Internet-Portal, das seit Ende 2007 online ist, geht es um virtuellen Grundstückshandel real existierender Orte (die Google-Maps anzeigen kann) – und



WYP-Gründer Thomas Lampe

das integriert in eine Art soziales Netzwerk. Die Nutzer können virtuell Grundstücke kaufen, sie wie in einem Wiki mit Texten und Bildern beschreiben und so ande-

ren vorstellen. Sie können aber auch ihre Erlebnisse an den Orten notieren. „So soll eine Weltkarte von persönlichen Erlebnissen entstehen“, erklärt einer der beiden Gründer, der Volkswirt Tobias Lampe (29). Entscheidend sei, dass die Welt aufgeteilt wird unter den Usern. Denn das Gefühl von Besitz schaffe erst die Qualität der Seite, meint Lampe.

Der Weg von der Idee bis zum Onlineauftritt kosteten ihn und seinen Freund Christian Weese (32) mehr als 50 000 Euro. Allein

Google kassiert 10 000 Euro jährlich. Mitte 2009 sollen Gewinne gemacht werden. Einen wirklichen Handel mit den virtuellen Grundstücken werde es jedoch erst in ein bis zwei Jahren geben: „Wenn sich eine Knappheit an relevanten Orten einstellt und es keine vernünftige Alternative mehr gibt.“ Bislang gibt es 1000 Grundstücksbesitzer auf WhatsYourPlace. Der beliebteste verkaufte Ort der Welt ist die Freiheitsstatue. Platz zwei: das „Herz von Berlin“.



FOTO: PA/ BILDAGENTUR HUBER

Auf WhatsYourPlace ist die Freiheitsstatue von Amerika das beliebteste Grundstück der Erde

## Das Internet auf dem Weg zum wichtigsten Medium

Studie: Aus Konsumenten werden Prosumenten – Fernsehen gerät ins Hintertreffen

**Düsseldorf** – Der Medienkonsum hat sich nachhaltig verändert: Konsumenten werden zu Prosumenten. Diese konsumieren nicht nur Informationen, sondern produzieren sie auch selbst. Das zeigt eine Studie der Unternehmensberatung IBM Global Business Services und der Universität Bonn.

Wichtige Erkenntnisse: Das Fernsehen wird vom Internet verdrängt und die Werbeindustrie muss nun umdenken. Denn wenn es um Kaufentscheidungen geht, dann ist das Internet über alle Altersgruppen hinweg bei fast zwei Dritteln der Deutschen erste Wahl für die Recherche. Rund 30 Prozent konsultieren hier die Zeitungen und nur etwa 5 Prozent das Fernsehen.

Als wichtigstes Medium hat

sich das Internet bei den unter 25-Jährigen etabliert, über alle Altersgruppen hinweg liegt hingegen noch das Fernsehen mit 33 Prozent auf Platz eins, aber gefolgt vom Internet mit 25 Prozent, den Zeitungen mit 21 Prozent und den Zeitschriften mit 14 Prozent – Schlusslicht ist das Radio mit nur 3 Prozent. Laut Studie verkommt



Immer mehr Internetnutzer werden zu Produzenten

das Fernsehen – wie bereits bei Radio geschehen – immer mehr zum „Nebenmedium“.

Durch die interaktiven Möglichkeiten des Internet entwickeln sich die Deutschen immer stärker vom Konsumenten zum Prosumenten. Prosumenten konsumieren nicht nur Informationen, sondern produzieren diese auch. Beispielhaft hierfür sind Internet-Erfolgsgeschichten wie Wikipedia, MySpace oder YouTube, kleinere Plattformen wie Lokalen oder PlebsTV versuchen nachzuziehen.

Vor allem junge Internetnutzer spielen dabei eine Vorreiterrolle: Etwa 40 Prozent der unter 30-Jährigen sind heute entweder als Prosument aktiv oder daran interessiert. Bei der älteren Internet-Generation ist es immerhin noch

etwa ein Viertel der Befragten, die zum „Prosumenten-Dasein“ tendieren. Dabei reizen fast 80 Prozent der Befragten die Freude am Gedankenaustausch und der Spaß an der Erstellung von Beiträgen (knapp 50 Prozent).

Laut Studie stelle der Prosument eine neue Herausforderung für Unternehmen dar, die in eine Zwei-Wege-Kommunikation münde. Die mit dieser Entwicklung einhergehenden Machtverschiebungen zwischen den Teilnehmern der Wertschöpfungskette für Werbung sowie die aktive Rolle der Mediennutzer brächten neue Chancen für Geschäftsmodelle mit sich. So würden etwa Communities oder Social Networks enormes Potenzial als Werbeplattform besitzen.

# verkauft

## Emotionen oder um Geld zu verdienen

### Kaufen und Verkaufen – So funktioniert's

- Jedes Grundstück, das die virtuelle Weltkarte **Google Maps** anzeigt, kann von einem WhatsYourPlace-Mitglied gekauft werden.
- Ist ein Verkaufspreis angegeben, gilt dieser als fix. Ein anderer Käufer kann die **Transaktion** automatisch abwickeln.
- Sofort nach dem Kauf eines Grundstücks kann ein beliebiger **Wiederverkaufspreis** angegeben werden.
- Mögliche Kaufinteressenten sind Unternehmen, die ein Grundstück für **Werbebotschaften** nutzen wollen.
- Das Grundstück kann auch für **unverkäuflich** erklärt werden.
- Der bislang höchste Verkaufspreis war ein mittlerer **dreistelliger Betrag**.

■ Politiker, Blogger, Hausbesitzer: Mark Seibert (32), Wahlkampfleiter der Linkspartei in Berlin-Kreuzberg kaufte das **Willy-Brandt-Haus**, die SPD-Zentrale in Berlin (7500 qm groß) für 9,95 Euro. „Die Linke Friedrichshain-Kreuzberg hat den Laden gekauft“, schreibt er in sein Blog. Die Sozialdemokraten können Millionen auf den Tisch legen – es ist unverkäuflich.



■ Bono-Fan Nicki Vysocky hat das Anwesen des **U2-Sängers** (2200 qm) am 22. April 2008 gekauft. „Mein Schatz hat mir dieses Grundstück geschenkt als Andenken an einen wunderschönen Kurzurlaub in Dublin im März dieses Jahres. Und jetzt bin ich stolzer Eigentümer dieses erinnerungsträchtigen Platzes und werde der Urkunde natürlich einen Ehrenplatz verleihen. Nur mit Bono muss ich mich noch über die Mietkonditionen einigen.“



■ Jörg Stephan (29) aus Bautzen hat sich das lokale Wahrzeichen (22 200 qm) von Bautzen gesichert. „Ich habe mir das virtuelle Grundstück vom Reichtum gekauft, da sich große Teile meines bisherigen Lebens rund um den Turm abspielten.“ Stephan ist auch Besitzer des **Wembley-Stadiums in London**, der Dresdener Semperoper, dem Buckingham Palace und des Burj al-Arab in Dubai. Insgesamt gehören ihm 281 500 qm der Erde.



In 80 Prozent der Fälle ließ sich aus der Bewertung der Gangbilder die sexuelle Orientierung der Probanden ablesen

## Ab 20 wird der weibliche Gang unsexy, der männliche ab 30

**Bochum** – Der Mensch achtet sehr auf den Gang anderer Menschen. Zu dieser Erkenntnis ist jetzt ein Forscher der Universität Bochum gekommen. Welche Gangart jemand besonders attraktiv findet, hängt von seiner sexuellen Orientierung ab. Denn es gibt typisch weibliche und typisch männliche Gangarten. Schon ab vier Jahren unterscheidet sich der Gang von Jungen und Mädchen.

Die Forscher arbeiteten mit der Punktmännchen-Methode. Hierzu wurden 27 Jungen und 27 Mädchen zwischen vier und 16 Jahren 35 reflektierende Punkte am Körper befestigt. Neun Kameras zeichneten die Geher auf.

Die Wissenschaftler interessierten sich auch für die Frage, welche Gangarten als besonders attraktiv empfunden werden. Und: ob Pädophile besonders Kinder-Gangarten attraktiv fin-

den. Es zeigte sich, dass Probanden mit nicht pädophiler Orientierung den durch Punktmännchen präsentierten Gang von Kindern durchweg unattraktiv einschätzen. Erst ab einem Alter von 20 wirkt das Gangbild attraktiv. Danach wird der weibliche Gang wieder unattraktiver, bei Männern sinkt die Anziehungskraft des Gangbilds erst ab 30 Jahren wieder. Homosexuelle fanden den Gang gleichgeschlechtlicher Läufer attraktiv, Heterosexuelle den des anderen Geschlechts.

König konfrontierte auch 51 Straftäter mit Gangbildern. Davon waren 21 wegen Kindesmissbrauchs verurteilt worden. Sie beurteilten die Gangbilder von Kindern meist als sehr attraktiv. Insgesamt ließ sich in 80 Prozent der Fälle aus der Attraktivitätsbewertung der Gangbilder die sexuelle Orientierung belegen.

MEDIZIN

### Kinder von Alkoholikern

Rund 2,6 Millionen Kinder und Jugendliche leben bundesweit mit alkoholkranken Eltern zusammen. Dazu kämen mindestens 40 000 Kinder drogenabhängiger Eltern, sagt der Geschäftsführer des Fachverbandes Drogen und Rauschmittel, Jost Leune, beim 31. Bundesdrogenkongress.

### Forscher tunen Fettburner

Australischen Forschern ist es bei Mäusen gelungen, durch die genetische Veränderung von Fettzellen den Stoffwechsel zu beschleunigen. Dabei wurde ein Enzym namens Angiotensin aus den Zellen entfernt. Die Mäuse fraßen daraufhin so viel wie unveränderte Artgenossen, verbrannten aber mehr Kalorien, wog im Schnitt ein Fünftel weniger und hatten 50 bis 60 Prozent weniger Körperfett. Medikamente, die das betreffende Enzym ausschalten, gebe es bereits.

### GÜRTLERS GESAMMELTE GRÜTZE

■ *Den alten Assyrern war vor etwa 4000 Jahren Eisen etwa fünfmal so wertvoll wie Gold. Um goldene Schmuckstücke besonders kostbar zu machen, wurden sie deshalb mit Eisen verziert.*

MEHR GRÜTZE: WWW.WELT.DE/GRUETZE

Anzeige

## Leser gewinnen Karten für „iTunes Live: Berlin Festival“

**Berlin** – WELT KOMPAKT verlost 100 Eintrittskarten für das „iTunes Live: Berlin Festival“, bei dem insgesamt 30 Bands an 15 Abenden in Berlin auftreten. Karten für diese Gigs mit nur 500 Besuchern stehen nicht zum Verkauf, sondern werden von iTunes und seinen Medienpartnern verlost. Folgende Leser haben jeweils zwei Karten gewonnen:



■ Die Gewinner für das Konzert am 6. Mai mit Klee und Nevio: Kathleen Voigt (Berlin), Nadine Brache (Hamburg), Rene Weinmann (Hannover), Martin Unger (Großhansdorf), Inga Schlömer (Frankfurt).

■ Die Gewinner für das Konzert am 7. Mai mit den Gruppen Revolverheld und Radiopilot: Martin Wrobel, Mandy Schultz (beide Berlin), Ariane Kallhardt (Frankfurt), Silke Grobstieg (Duderstadt), Jeannette Hönicke (Fredersdorf).

Alle Angaben sind ohne Gewähr. Die Gewinner werden von iTunes jeweils fünf Tage vor den Konzerten benachrichtigt.

■ Die Gewinner für das Konzert am 5. Mai mit Katie Melua und Clueso: Josef Jurzyk (Groß-Zimmern), Alexander Schulz (Fürstenwalde), Vanessa Dech (Köln), Maike Radel (Hönow), Ralf Lang (Augsburg).

**moving now  
moving forward  
moving faster  
moving together**

Informieren Sie sich über unsere strategischen Ziele: Der Haniel-Geschäftsbericht 2007 liegt für Sie bereit. **Wir bleiben in Bewegung.**

**HANIEL**