

# Das Einkaufs-Netz

Autor(en): **Giussani, Bruno**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin**

Band (Jahr): - **(1999)**

Heft 42

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-967629>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Bruno Giussani (bruno@giussani.com),  
Journalist, Spezialist für  
Medienfragen, Internet-Kolumnist  
der «New York Times».



## Das Einkaufs-Netz

**G**emäss einer neuen Untersuchung haben 800 000 Schweizerinnen und Schweizer von zu Hause aus Zugang ins Internet. Hinter dieser Zahl verbirgt sich ein langer Weg, den das Web – die kommerziellste Seite des Internets – in den knapp fünf Jahren seines Bestehens zurückgelegt hat.

So kam es in den Anfängen vor, dass an einem Abend unter Freunden der in neuen Technologien versierte Gastgeber seine neusten Entdeckungen im Netz präsentierte. Er schloss sein Modem an und lud (langsam) Bilder von fernen Planeten vom Nasa-Server herunter oder zauberte Kunstwerke aus einem virtuellen Museum oder – wer hat es bei den ersten Gehversuchen im Internet nicht versucht? – erotische Fotos ins Wohnzimmer. Die Tatsache, dass es möglich war, Bilder aus einem fernen Computer zu uns nach Hause zu holen, genügte, um uns zu verblüffen und zu amüsieren und uns stundenlang über die möglichen und wahrscheinlichen Folgen debattieren zu lassen.

Kürzlich war ich bei anderen Freunden zu Gast, als eine Bekannte von ihren neusten Erfahrungen im Internet-Shopping berichtete: CDs, Bücher, Flugtickets. Ein anderer berichtete von Golfclubs und Hotelreservierungen. Es stellte sich heraus, dass alle schon mindestens einmal übers Netz eingekauft hatten, dass bei niemandem die Kreditkartennummer missbraucht und dass die bestellten Artikel mehr oder weniger fristgerecht ausgeliefert worden waren.

Daraufhin begannen wir über Vor- und Nachteile der verschiedenen Online-Läden zu diskutieren, wie Le Shop ([www.le-shop.ch](http://www.le-shop.ch)) und Migros Shop ([www.migros-shop.ch](http://www.migros-shop.ch)), Versteigerungssites wie QXL ([www.qxl.com](http://www.qxl.com)) oder Ibazar ([www.ibazar.fr](http://www.ibazar.fr)), Bücherverkäufer und Börsen-

makler: Ist es einfacher, über Etrade ([www.etrade.com](http://www.etrade.com)) oder WebStreet ([www.webstreet.com](http://www.webstreet.com)) sein Portefeuille zu verwalten und Transaktionen vorzunehmen? Welche Site offeriert die besseren Informationen und Analysen?

In der Diskussion zeigte sich aber auch ein neues Problem: Das exponentielle Wachstum des elektronischen Handels (und der Zahl der Sites) macht den Einkauf via Internet immer schwieriger, weil der Vergleich der Produkte, der Preise und der Verkaufsbedingungen äusserst anstrengend geworden ist.

Deshalb lassen sich manche von den grossen Namen leiten. Um ein Buch zu kaufen, wenden sich zum Beispiel viele direkt an Amazon ([www.amazon.com](http://www.amazon.com)),

obschon die bekannteste Internet-Buchhandlung weder die billigste noch die schnellste ist. Wie kann man aber das günstigste Angebot finden? Indem man ein automatisches Vergleichssystem verwendet. Das von zwei Studenten der Universität Heidelberg entwickelte Acses ([www.acses.com](http://www.acses.com)) ist in meinen Augen das beste. Es vergleicht die Buchpreise auf etwa vierzig Sites, berücksichtigt im Unterschied zu seinen Konkurrenten aber auch die Versandkosten und Lieferzeiten. Dies erlaubt der Käuferin und dem Käufer, zwischen einem höheren Preis für eine raschere Auslieferung und einem günstigeren Angebot mit entsprechend längeren Lieferfristen zu wählen. Dabei steht Amazon praktisch nie zuoberst auf der Liste.

B.G.