

Speicherplatz bei Yahoo unbegrenzt

San Francisco. – Yahoo bietet den fast 250 Millionen Nutzern seines kostenlosen Mail-Dienstes künftig unbegrenzten Speicherplatz. Damit setzt sich Yahoo von den beiden grössten Rivalen Google und Microsoft ab, die ihren Nutzern derzeit 2,8 bzw. 2,0 Gigabyte bieten. Bei Yahoo war die Mail-Kapazität bislang auf 1,0 GB beschränkt. Dieses Limit soll ab Mai schrittweise aufgehoben werden. AOL hat den grenzenlosen Speicher schon im Sommer vergangenen Jahres eingeführt. (ap)

Elite-Xbox neu im Konsolenrennen

Redmond. – Microsoft hat in den USA eine neue Version seiner Spielkonsole Xbox vorgestellt. Die Xbox 360 Elite hat eine Festplatte mit 120 Gigabyte und einen verbesserten Videoausgang für hochauflösende Bilder (HDMI). Sie soll Ende April auf den Markt kommen. Die bisherige Version der Xbox 360 hat nur eine 20-GB-Festplatte. Sie lag im Januar und Februar in den USA auf Platz 2 im heftig umkämpften Markt der Spielkonsolen. Am meisten verkauft wurde Nintendos Wii-Konsole. (ap)

Neue Version von OpenOffice

Frankfurt/Main. – Das freie Büroprogramm OpenOffice ist jetzt in der Version 2.2 erschienen. Sie soll sich durch ein wesentlich professionelleres Schriftbild auszeichnen, wie das OpenOffice-Projekt mitteilte. Erweitert wurde auch die Funktionalität des integrierten PDF-Konverters. Zudem wurden einige potenzielle Sicherheitslücken beseitigt. OpenOffice gibt es kostenlos für die Betriebssysteme Windows, Linux, Solaris und Mac. (ap)

<http://de.openoffice.org/>

20 Millionen Vista-Lizenzen

New York. – Microsoft hat sein neues Betriebssystem Windows Vista im ersten Monat mehr als 20 Millionen Mal abgesetzt. Damit habe sich das neue Windows mehr als doppelt so schnell verkauft wie die Vorgänger-Version XP, teilte der Softwarehersteller mit. (sda)

Preissuchmaschinen helfen nicht nur Preise vergleichen

Preisvergleichsdienste im Internet gehören zu den beliebtesten und meistbesuchten Seiten überhaupt. Mit Preise.ch bewegt sich seit Kurzem ein neuer Akteur auf dem Markt – und der kann einiges mehr als nur Preise vergleichen.

Von Hans Bärtsch

Wer einen neuen Laptop zu kaufen beabsichtigt, eine Digitalkamera, einen MP3-Player oder einen Flachbildschirm, der wird heutzutage auch ausserhalb eines realen Verkaufsladens fündig. Die Online-Shops boomen, gerade im Bereich Unterhaltungselektronik. Aber in welchem Shop kauft man am günstigsten ein? Bei dieser Frage helfen Internet-Preissuchmaschinen weiter, von denen Toppreise.ch und Preissuchmaschine.ch zu den bekanntesten gehören. Seit letztem Herbst gibt es einen neuen Player unter den Preisvergleichsdiensten: Preise.ch. «Bei uns steht nicht allein der Preisvergleich im Vordergrund», sagt Verkaufsleiter Simon Hengartner, «sondern eine umfassende Dienstleistung für den Konsumenten.»

Preise.ch ist Teil des Internet-Portals Suche.ch. Suche.ch wiederum ist das meistbesuchte Internet-Branchenportal der Schweiz. Hinter Suche.ch steht die Crea Swiss AG, ein Unternehmen mit gut zwei Dutzend Mitarbeitern, das seinen Sitz in St. Gallen hat.

Bis sechs Produkte im Vergleich

Was genau sind nun die von Hengartner angesprochenen «umfassenden Dienstleistungen»? Die Konsumenten sollen sich im virtuellen Laden umsehen können wie im Discounter um die Ecke. Dazu gehören die Leis-



Suchen und finden: Suche.ch ist ein neuer, aber bereits sehr erfolgreicher Internet-Preisvergleichsdienst. Bild Nadja Simmen

tungsmerkmale der Produkte, welche in so genannten Datenblättern bis ins Detail beschrieben sind. Speziell und einzigartig bei Preise.ch können bis zu sechs Produkte anhand deren Datenblätter miteinander angeschaut und verglichen werden. Selbstverständlich gehören auch Links auf Testberichte dazu. Dazu – und das hebt Preise.ch von andern Preissuchmaschinen qualitativ ebenfalls ab – sind die Online-Shops bewertet. Das hilft, die «faulen Eier» unter ihnen zu erkennen – beispielsweise Händler, die zwar rasch kassieren, aber nur sehr verzögert liefern, oder bei denen die Garantieleistungen nicht stimmen.

Filter zur Eingrenzung der Suche

Wie praktisch die von Preise.ch angebotenen Vergleiche sind, sei an einem Beispiel erläutert. Wer auf der Suche

nach einer Digitalkamera ist, kann einen Filter einstellen, der die Suche eingrenzen hilft. Gefiltert werden können Hersteller, Digitalkameratyp, Monitor diagonale, optischer Zoom und Pixelauflösung. Und auch beim Preis kann eine Minimal- und eine Maximalvorstellung eingegeben werden. Nebst den technischen Informationen und dem Preis spielt natürlich auch die Verfügbarkeit eines Gerätes eine entscheidende Rolle. Preise.ch bietet diesbezüglich ebenfalls einen Topservice.

Obwohl erst ein paar Monate alt, sind bei Preise.ch bereits rund 50 Händler angeschlossen, im Angebot stehen über 100 000 Produkte. Wer auf dem Preisvergleichsdienst etwas gefunden hat, wird direkt auf den gewählten Online-Shop geleitet, wo er den Kauf dann tätigen kann. Nicht verglichen werden bei Preise.ch die Angebote von Discountern wie M-Electronics, Fust, Interdiscount oder Media-Markt. Grund sind die seitens der Discounter fehlenden Daten. Der Datenabgleich mit den Online-Shops passiert automatisiert und praktisch im Stundenrhythmus.

Es geht auch mit dem Handy

Seit Dezember bietet das Portal Suche.ch auch den Preisvergleich per Handy an. Wer ein internetfähiges Mobiltelefon sein eigen nennt, kann in Sekundenschnelle (und kostenlos) Preise verschiedener Produkte und Anbieter in Erfahrung bringen. Es fal-

len lediglich die Gebühren für die Datenübertragung (20 bis 80 Rappen pro Anfrage) an.

Wie sieht Simon Hengartner die Zukunft von Preisvergleichsdiensten? Äusserst optimistisch. Der heutige Online-Anteil im Einzelhandel sei erst so etwas wie die Spitze eines Eisberges. Es werde zu weiteren Verlagerungen in Richtung virtuelles Einkaufen kommen – vor allem angesichts der heutigen Jugend, die mit Computer und Internet, mit Wikipedia und Google aufgewachsen ist. Entsprechende Zahlen für die Schweiz sind zwar keine verfügbar, es dürfte sich aber in etwa verhalten wie in Deutschland, wo eine Studie des Marktforschungsinstituts E-Marketer «bis 2010 eine Verdoppelung des Anteils Online-Verkäufe am gesamten Einzelhandelsumsatz auf zehn Prozent» prognostiziert. Eine andere Studie besagt (ebenfalls für Deutschland) bis 2010 eine Steigerung sämtlicher online bestellter Waren auf 145 Milliarden Euro – von 46 Milliarden im vergangenen Jahr. Hengartner glaubt auch an eine Ausweitung des Internetgeschäfts. Beispiel Haushaltgeräte: Heute würde noch kaum jemand eine Waschmaschine online bestellen. In nicht allzu ferner Zukunft dürfte das das Normalste der Welt sein. Und Suchmaschinen, sprich Orientierungshilfen wie Preise.ch, braucht es dann noch umso mehr.

www.preise.ch – www.suche.ch

Diverse Finanzierungsmodelle

Wie finanzieren sich Internet-Preissuchmaschinen eigentlich? Es gibt verschiedene Modelle. Entweder zahlen die den Suchmaschinen angeschlossenen Händler bei jedem Besuch, sprich Klick, eines Vergleichers ein paar Rappen – unabhängig, ob es zu einem Kauf kommt oder nicht. Modell 2 ist, dass eine Vergütung erst dann fällig wird, wenn ein Kunde auch «angebissen», d. h. ein

Produkt gekauft hat. Preise.ch respektive das dahinterstehende Internet-Portal Suche.ch geht einen dritten Weg: Es erhält von den angeschlossenen Online-Shops eine Monatspauschale, die Verkaufsleiter Simon Hengartner mit 100 Franken beziffert. Dieses Modell hat den Vorteil, dass der Konsument auf Suche.ch bzw. Preise.ch garantiert werbefrei surfen kann. (hb)

Offener MP3-Standard statt Musik mit Maulkorb

Seit Jahren basteln Plattenfirmen und Download-Portale an Konzepten für den Kopierschutz von digitaler Musik herum. Keine Technik hat bisher alle Beteiligten restlos zufrieden stellen können.

Von Peter Zschunke

Frankfurt/Main. – Songs von den Rolling Stones, Norah Jones, Coldplay oder Kylie Minogue können ab Mai bei iTunes ohne jede Einschränkung heruntergeladen werden. «Die Verbraucher haben uns gesagt, dass sie bereit sind, einen höheren Preis für digitale Musik zu zahlen, die sie auf jedem Player hören können», sagte EMI-Vorstandschef Eric Nicoli nach dem dieser Tage unterzeichneten Abkommen mit Apple. Beobachter wie der Analyst Carl Gressum vom Marktforschungsinstitut Ovum sprechen

von einem mutigen Schritt, der sicherlich von den anderen drei grossen Konzernen Sony/BMG, Universal und Warner aufmerksam beobachtet werde.

«Die Front der Befürworter eines Digitalen Rechte-Managements (DRM) beginnt zu bröckeln», erklärte das zur Deutschen Telekom gehörende Download-Portal Musicload bereits vor dem EMI-Abkommen mit iTunes. «Ohne ein technisch einfaches Produkt kann sich der legale Downloadmarkt nicht in dem gewünschten Masse entwickeln», sagte Musicload-Manager Joachim Franz dazu auf Anfrage. «Klar ist aber auch, dass unsere Partner aus der Musikindustrie ihr Urheberrecht geschützt wissen wollen. Wir müssen gemeinsam eine Lösung finden, die beide Aspekte berücksichtigt.» Ärgerlich für die Verbraucher ist es vor allem, wenn ein legal gekaufter Song nur deswegen nicht mehr abgespielt werden kann,

weil man sich einen anderen MP3-Player zugelegt hat. Die rasche Folge von neuen und preiswerteren Abspielgeräten macht die Forderung nach «Interoperabilität» immer dringlicher – darunter versteht man die Möglichkeit, Download-Musik auf jeder Art von Player zum Klingen zu bringen.

Diese Forderung macht auch nicht

Halt vor Platzhirsch Apple, der die Branche mit iPod und iTunes nicht nur in Bewegung gebracht hat, sondern auch weiter anführt. Verbraucherschützer aus Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Norwegen haben sich zusammengeschlossen, um Apple zu einer Lockerung seiner Nutzungsbedingungen zu bringen. «Verbraucher haben ein Recht,

online gekaufte Musik auf Abspielgeräten ihrer Wahl spielen zu können», erklären die Initiatoren. Apple setzt in seinem Online-Shop eine DRM-Technik ein, die nur der iPod unterstützt. Das Übertragen auf andere Player ist nur über den Umweg möglich, eine CD mit Songs im MP3-Format zu brennen. Apple-Chef Steve Jobs reichte den schwarzen Peter allerdings flugs an die grossen Musikanbieter weiter: iTunes könne für andere Player geöffnet werden, falls die Plattenfirmen auf DRM verzichteten. Die Verbraucher sollten sich daher an die vier Grössten der Branche wenden.

Ein Verzicht auf DRM hätte auch ganz praktische technische Vorteile. Gerätetests zeigen, dass die Batterieleistung eines MP3-Players einige Stunden länger reicht, wenn der Prozessor des Geräts nicht erst bei jedem Song komplizierte DRM-Algorithmen berechnen muss.

Alben einfacher vervollständigen

San Jose. – Apple will den Kauf von ganzen Musikalben in seinem Online-Shop iTunes attraktiver machen. Wer schon eines oder mehrere Stücke eines Albums gekauft hat, bekommt dies nun über die Funktion «Alben vervollständigen» auch angerechnet. Bislang musste noch einmal der ganze Preis des Albums be-

zahlt werden. Somit hatte man einige Titel doppelt und musste sie zwei Mal bezahlen. Angerechnet wird der Kauf eines Titels aber nur innerhalb von 180 Tagen nach dem Kauf eines Einzelsongs. In der Startphase gilt dies für die Dauer von 90 Tagen für alle in den vergangenen vier Jahren gekauften Songs. (ap)