

# Im Netz sind nicht alle gleich

Nutzer von iPhone oder iPad zahlen bei Online-Bestellungen mehr – zumindest auf manchen Plattformen. Und auch sonst werden wir im Internet nicht alle gleich behandelt.

RALF HILLEBRAND

WIEN. Ein Lungauer und ein Anifer wollen in den Urlaub. Beide wählen denselben Weg, um ihren Flug nach Kreta zu buchen: Dasselbe Buchungsportal wird zur selben Zeit angesteuert, auch die gewählte Flugverbindung ist ident. Dennoch kann ein Flug deutlich mehr kosten als der andere. „Internationale Onlineshops zeigen Konsumenten unterschiedlich teure Produkte an. Oder gar die gleichen Produkte zu verschiedenen Preisen“, beschreibt Wolfie Christl. Der Wiener Datenexperte hat sich im Auftrag der Arbeiterkammer mit der „Kommerziellen digitalen Überwachung im Alltag“ beschäftigt. Die unterschiedlichen Preise im Netz orientieren sich demnach am Online-Verhalten der Nutzer, Standort-Informationen und den benutzten Geräten.

Belegbar sei etwa, dass bestimmte Anbieter Produkte für all jene Kunden teurer machen, die von Apple-Geräten aus surfen, also etwa von einem iPad oder einem MacBook. Die jeweilige Plattform gehe schlicht von der Prämisse aus, dass sich Besitzer eines Apple-Geräts höhere Preise leisten können. „Beim Online-Reiseportal Orbitz wurden bei Nutzung eines Mac-Computers bis zu 13 Prozent teurere Hotels angeboten“, ergänzt Christl. Auch beim US-Bürobedarfshändler Staples wurde eine Preisdifferenz von acht Prozent festgestellt. Doch das ist beileibe nicht die Spitze des Eisbergs: Christl verweist auf eine Studie der Technischen Universität Barcelona, die Preisunterschiede bis zu 166 Prozent nachweisen konnte. Diese bauen jedoch nicht auf dem verwendeten Gerät auf, sondern auf der „geografischen Verortung des Nutzers“. Wer von einer „besseren Gegend“ auf den jeweiligen Webshop zugegriffen hat, bekam teurere Angebote.

Auf SN-Anfrage bestreiten die hierzulande populärsten Plattfor-



Wer von einem Mac aus bestellt oder bucht, bekommt andere Preise als ein PC-Nutzer.

men, die Preise nach Gerät oder Verortung zu gestalten. „Bei uns gelten für alle Kunden dieselben Preise, nur Prime-Kunden erhalten Spezialangebote“, sagt etwa Christian Blum, Public-Relations-Manager bei Amazon. Die Modeplattform Zalando und die Reisesuchmaschine Checkfelix bestreiten ebenso, individuelle Preise auszugeben.

Die Arbeiterkammer hält dagegen – zumindest teilweise: „Vergleichbare Fälle können wir auch für Österreich belegen. Jedoch können wir nicht nachweisen, dass es bewusst gemacht wurde“, sagt Daniela Zimmer, Internetexpertin bei der AK Wien. Treten unterschiedliche Preise auf, seien andere Erklärungen schnell gefunden, etwa dass sich der Preis einer Flugreise der Nachfrage entsprechend plötzlich verändert habe. Ein vergleichbares Beispiel aus Österreich kann Zimmer dennoch nennen: „Wir hatten einen Fall, bei dem einem einkommensstarken Wiener eine Kredit-

karte verwehrt wurde.“ Die Arbeiterkammer machte sich daraufhin bei der Telefonauskunft der Kreditkartenfirma schlau. „Uns wurde gesagt, dass die Ablehnung mit der Wohnadresse, die der Mann online angegeben hatte, zusammenhängen könnte.“ Der Akademiker wohnte in einer Großsiedlung,

„Im Grunde kann man sich selbst kaum noch wehren.“

Daniela Zimmer, Arbeiterkammer

deren Anrainer als weniger kreditwürdig angesehen wurden. Auch wenn diese Begründung in einem Statement der Firmenleitung später widerrufen wurde, verunsichern solche Fälle den Kunden zumindest.

Wie kann sich der Nutzer nun gegen solche Praktiken wehren? „Im Grunde kann man sich selbst kaum helfen“, sagt AK-Expertin Zimmer.

Sebastian Mahr, Anwalt bei der Wiener Kanzlei PHH, sieht immerhin eine gewisse rechtliche Handhabe: „Sofern Kunden feststellen, dass das online bestellte Produkt bei Verwendung eines anderen Geräts billiger gewesen wäre, könnten sie binnen 14 Tagen ab Erhalt der Ware vom Vertrag zurücktreten.“

Der AK ist indes Transparenz ein besonderes Anliegen. „Wenn ich für dieselbe Flasche Wein das Doppelte zahle wie mein Nachbar, will ich das zumindest wissen“, sagt Zimmer. Die Preisgestaltung im Netz öffne der Diskriminierung Tür und Tor. Um dem entgegenzuwirken, startet die AK noch heuer eine Testreihe, um die „flexible“ Preisgestaltung besser belegen zu können. Die Ergebnisse sollen helfen, die Online-Praktiken zu hinterfragen, sagt Zimmer: „Es kann nicht sein, dass wir über die Preisgebung nicht aufgeklärt werden.“

KLICKFIT  
Ralf Hillebrand

## Auch das iPhone zeichnet unsere Bewegungen auf

Die schlechte Nachricht vorweg: Gegen höhere Online-Preise für Nutzer von Apple-Geräten (siehe Artikel links) kann man sich kaum wehren. Bei jedem Zugriff auf eine Website wird automatisch ausgewiesen, mit welchem Gerät wir surfen. Wenn man aber alternative Browser wie Tor oder Hornet verwendet, kann man verhindern, dass der eigene Standort übertragen wird. Und wer vermeiden will, dass auch das Smartphone brav alle Aufenthaltsorte protokolliert, sollte die Ortungsfunktion des Handys deaktivieren. Dies funktioniert bei Android in den Einstellungen unter „Standort“ sowie bei iPhones über die Menüpunkte „Datenschutz“ und „Ortungsdienste“. All jene Android-Nutzer, die die Funktion nicht deaktivieren, bekommen übrigens seit Kurzem den eigenen Bewegungsablauf auf Google Maps aufgezeigt. Und das erschreckend genau.

Anregungen um die Digitalwelt?  
RALF.HILLEBRAND@SALZBURG.COM

## Das neue Windows ist auf dem Markt

REDMOND. Microsoft hat gestern, Mittwoch, mit der Auslieferung von Windows 10 in insgesamt 190 Ländern begonnen. Das neue Betriebssystem bietet erstmals eine einheitliche Plattform für alle Geräte, also auch Smartphones und Tablets. Auf dem PC kehrt das beliebte Startmenü in erweiterter Form zurück. Nutzer von Windows 7 und Windows 8.1 erhalten das Upgrade auf die neue Software innerhalb eines Jahres kostenlos. Für den Einsatz in Unternehmen soll Windows 10 ab 1. August verfügbar sein. SN, dpa

## WhatsApp lässt Freunde verstummen

Das Android-Update bietet einige neue Funktionen für Nutzer.

MENLO PARK. WhatsApp kann ab sofort noch mehr – zumindest auf Android-Smartphones. Das neueste Update der Messenger-App ermöglicht den Kunden eine noch individuellere Nutzung. Nun können nicht nur Gruppen-Chats für eine gewisse Zeit stummgeschaltet werden, sondern auch einzelne Chat-Kontakte. Eine weitere Neuerung ist das Kennzeichen einer „ungelesenen“ Nachricht, die lediglich überflogen wurde, jedoch nicht sofort beantwortet wird. Zu guter Letzt kann jeder einzelne Kontakt mit einem völlig individuellen Benachrichtigungston versehen werden.

Ob und wann die Neuerungen auch für Apples iPhone und iPad eingeführt werden, ist noch nicht bekannt. kplp

# Selbst Google hat keine Chance gegen Facebook

Das soziale Netzwerk Google+ steht vor dem Aus. Gibt es kein Rezept gegen den Branchenkrösus?

NIKOLAUS KLINGER

SALZBURG, WIEN. Ist das der Anfang vom Ende? Knapp vier Jahre nach dem Start droht Google+ das Aus. Zwar hat das soziale Netzwerk mittlerweile rund 2,2 Milliarden Nutzerprofile angehäuft, doch nur neun Prozent von ihnen posten laut US-Analysen auch öffentlich Inhalte. Der Großteil verwendet demnach sein Profil bloß, um andere Google-Dienste wie etwa die Videoplattform YouTube zu nutzen. Bislang war die Anmeldung bei Google+ nötig, um auf YouTube Videos hochladen und kommentieren zu können. Diese Zwangsmemberschaft entfällt künftig, wie der Internetreise diese Woche mitteilte.

Ein weiterer Sargnagel für das unbeliebte Netzwerk, das im Sommer 2011 als Facebook-Konkurrent startete: Wer über ein Konto bei Google+ verfügt, dieses aber nicht mehr nutzen will, bekommt künftig neue Möglichkeiten, die öffentlichen Profile wieder zu löschen.

Die Gründe für den Misserfolg von Google+ liegen für Judith Denkmayr auf der Hand. Die Leiterin der Wiener Social-Media-Agentur „Digital Affairs“: „Google+ hat einfach niemand gebraucht. Es bietet zu wenig Innovatives.“ In Aufmachung und Funktionalität orientierte sich das Google-Netzwerk zu offensichtlich an Facebook. Aber: Für viele Menschen, die schon auf Facebook mit Freunden und Verwandten verbunden sind, ist ein zweites soziales Netzwerk zu mühselig. „Google hat es nicht geschafft, ein eigenes Rezept zu finden – es gibt keinen Grund, von Facebook auf Google+ zu wechseln“, sagt Denkmayr. Dass Google sein Netzwerk wie im Fall von YouTube mit aller Kraft auf den Markt drücken wollte, verbesserte zwar die Nutzerzahlen, jedoch nicht das angegratzte Image.

Google selbst will (noch) nicht vom Scheitern eines seiner größten Experimente sprechen. „Google+ kann sich endlich auf das konzentrieren, was es schon jetzt am bes-

ten tut: Millionen von Nutzern auf der Welt und ihre Interessen verknüpfen“, schreibt Google-Manager Bradley Horowitz im Firmen-Internetblog. Es klingt nach Durchhalteparolen. „Als soziales Netz-



Auch Google+ konnte Facebook nicht den Rang ablaufen. BILD: SN/DAPD

werk ist Google+ Geschichte“, sagt Denkmayr. Einzelne Funktionen wie die Videofunktion „Hangouts“ könnten laut der Expertin freilich überleben und in anderen Google-Produkten Verwendung finden. „Die Software ist leicht zu bedienen, die Aufmachung nett gemacht. Vielleicht überlebt Google+ ja als Social Intranet in Büros“, sagt Denkmayr.

Facebook dürfte mit dem schlechenden Ende des Google-Netzwerks bis auf Weiteres seine Vormachtstellung sicher haben. Wie der Branchenkrösus künftig zu knacken ist? „Es gilt ein Alleinstellungsmerkmal zu finden und keine Facebook-Kopie“, sagt Denkmayr. In der Nische können einige Angebote bereits punkten: Ravelry etwa ist das größte Netzwerk für Häkel- und Strickfreunde, die Plattform LinkedIn dient der Pflege von Geschäftskontakten. Und selbst das totgesagte Google+ hat noch seine Fans: Zocker des Handyspiels „Ingress“ nutzen das Netzwerk zum regen Austausch.