



413,7 MILLIONEN Internet-Nutzer gab es Ende 2000 weltweit (Computer Industry Almanac); 4 MILLIARDEN statische Webseiten waren Ende 2000 abrufbar (Uni Berkeley);

100 MILLIONEN Computer bildeten Anfang 2001 das Internet (Forrester); 7,5 BILLIARDEN Byte sind

Technik

Als in den Achtzigern der PC zum Büromöbel wurde, glaubten viele, der Kampf mit Hard- und Software werde zumindest ihr Privatleben verschonen. Es kam viel schlimmer: Das Internet fügte noch den Kampf mit den Seiten des World Wide Web hinzu, und das in den eigenen vier Wänden.

Da zwängten sich aufwendige Bilder und Werbebanner durch ohnehin überlastete Internet-Zugangsleitungen, führten unverständliche Menüs in die Irre und Links ins Nichts, und nach zehnmal Durchklicken in einem Online-Shop fühlte sich mancher User, als habe er sich in einem zehnstöckigen Parkhaus verlaufen. „Grafik steht immer noch zu sehr im Mittelpunkt. Aber der Webhype kam ja auch aus der Grafik-Ecke“, sagt Verena Giller, Geschäftsführerin von Cure (cure.at) in Wien, das die Benutzbarkeit von Informationssystemen erforscht. Viele Seiten seien nach wie vor überfrachtet mit Informationen, die Strukturen von Websites seien zu oft denen der Unternehmen nachgebildet, die den User überhaupt nicht interessierten. „Je größer der Konzern, desto schlimmer“, so Giller.

Der berüchtigte „Browserkrieg“ zwischen David Netscape und Goliath Microsoft – den der Software-Riese mit einem Marktanteil seines Internet Explorers von circa 80 Prozent längst gewonnen hat – komplizierte die Lage lange Zeit zusätzlich. Beide bauten in den eigentlich universellen HTML-Standard für den Aufbau von Websites Elemente ein, die das Programm des Konkurrenten nicht richtig verarbeiten konnte. Hier unterschied sich das Web nicht von den Anfangstagen anderer Technologien, etwa dem Kampf um den Standard für Videorekorder.

Während schlechtes Webdesign nach wie vor sein Unwesen treibt, dürfte der Kampf konkurrierender Standards der Vergangenheit angehören. „Es ist schon erstaunlich, welcher Konsens jetzt herrscht“, sagt Klaus Birkenbihl, der das World Wide Web Consortium (w3.org) in Deutschland repräsentiert. Die technische Basis der Zukunft ist die Datensprache XML, die – anders als das bisherige HTML – Inhalte und Darstellung fein säuberlich trennt. Eine Neuerung, die nicht nur von akademischem Interesse ist. Denn XML ermöglicht zwei künftige Großbauten im Internet: die „Web Services“ und das „semantische Web“.

Web Services verbinden verschiedenste Computerarten über das Internet, die bislang nicht direkt miteinander kommunizieren konnten, etwa den Großrechner mitsamt Datenbank eines Konzerns, den PC eines Büroangestellten und das Internet-Handy eines Außendienstmitarbeiters. Damit soll der elektronische Handel zwischen Unternehmen, der schon jetzt 80 Prozent des E-Commerce-Umsatzes ausmacht, erst richtig in Fahrt kommen.

Für den Normal-User interessanter ist das semantische Web, an dem der Brite Tim Berners-Lee, Erfinder des WWW, und andere Forscher bereits arbeiten (sci.am.com/2001/0501issue/0501berniers-lee.html). Es soll eins der Hauptprobleme des Internets deutlich verringern: dass Suchmaschinen in den Millionen Seiten zu selten die gewünschte Information finden. Künftige Web-Inhalte werden, für den User unsichtbar, im Seiten-Code mit ausgeklügelten Markierungen versehen, die Begriffen einen Kontext

Das Ende der Netz-Pubertät

Nach dem Dotcom-Hype: DIEWOCHE nennt die Unarten des Webs und zeigt, wie das Internet erwachsen wird

VON NIELS BOEING

hinzufügen. „Kohl“ wird so, für Suchmaschinen klar erkennbar, entweder als Alt-Kanzler oder als Gemüse gekennzeichnet.

Im Verbund mit weiteren schon existierenden Technologien wie der Universal-Programmiersprache Java und dem Prinzip von Rechner-zu-Rechner-Netzwerken – bekannt durch die heiß umstrittenen Musiktauschbörsen Napster und Gnutella – sehen die IT-Trendforscher von Forrester Research dann sogar eine ganz neue Phase des Internets heraufziehen: das „X-Internet“. Das X steht für „executable“, ausführbar. Webserver schicken nicht mehr nur Seiten, sondern auch kleine ausführbare Programme mit. Die sollen etwa dem Online-Shopper das Leben leichter machen: Wer mehrere Bücher kaufen will, klickt nicht mehr für jedes auf Kauf-Buttons, sondern zieht die Abbildungen der Buchcover einfach mit der Maus in seinen Online-Warenkorb – genauso wie wir heute selbstverständlich auf PC-Oberflächen Dateien zwischen Ordnern hin- und herbewegen.

Handel

„Märkte sind Gespräche“, lautete der erste Satz des aufsehenerregenden Chuetrain-Manifests (duetrain.org) von 1999, das das Selbstverständnis des modernen Digital-Konsumenten umriss. Online-Märkte sind offenbar besonders schwierige Gespräche, denn so richtig miteinander waren viele Firmen gegenüber ihren potenziellen Internet-Kunden bislang nicht.

Kontakt-E-Mail-Adressen oder Hotline-Nummern verstecken sich zu oft in abgelegenen Winkeln der Firmenseiten – wenn sie nicht gar fehlen. In einer im April veröffentlichten Studie von Egin.com, US-Hersteller von Kundenservice-Software, war dies bei knapp 20 Prozent der untersuchten Unternehmen der Fall. 45 Prozent der erreichbaren Firmenseiten schafften es nicht, die E-Mail eines Kunden innerhalb von fünf Tagen zu beantworten. Aus realen Geschäften würde jeder spätestens nach drei Minuten der Missachtung durch die Verkäufer wütend rausrennen.

Der Umkehrschluss – nämlich Online-Shops mit ewig grinsenden virtuellen Verkäufern (Avataren) zu bevölkern, die dem User dank „künstlicher Intelligenz“ die Produkte erklären – war allerdings ebenso fragwürdig. Wollte

„Die wichtigste Erkenntnis? Mit Inhalten lässt sich kaum Geld verdienen“

CHRISTOPH MOHN
Lycos Europe (www.lycos.de)

man sich mit diesen Bitwesen etwa schon wieder den Kunden vom Leib halten? „Avatare werden nicht akzeptiert werden“, ist sich Matthias von Bechtolsheim, Mitglied der Geschäftsleitung der Unternehmensberatung Arthur D. Little, sicher.

Die anderen Sargnägel im Dotcom-Hype sind schnell aufgezählt. Die Finanzierung von Informationsangeboten und reinen Web-Dienstleistungen durch Online-Werbung ist gescheitert: In den USA ist der Preis für 1000 Banner-Klicks auf bis zu 70 Cent gefallen. Online-Handel ohne eine funktionierende, also teure Logistik aus Lagern und Lieferservice ist in der echten Welt ist unmöglich. Und irgendwie soll ja auch bezahlt werden: mit Software wie dem unlängst abgeblasenen E-Cash, die erst zu Hause installiert werden musste? Bitte nicht. Mit Eingabe der Kreditkartennummer? Ungern. Also kaufen viele dann doch im Laden.

Zurück zum Start: Nutzungsgebühren, seit Jahren eigentlich verpönt, kommen wieder. Yahoo-Deutschland-Chef Peter Würtenberger dachte auf der diesjährigen Internet World in Berlin laut darüber nach, und erste Online-Services wie die Echtzeit-Übersetzungshilfe Babylon oder die Surfhilfe Quickbrowse führen sie schon ein. So wird Babylon mit allen Funktionen im Jahres-Abonnement rund 20 Dollar kosten; wer nichts zahlen will, bekommt eine abgespeckte Version.

Wer keine Bits, sondern reale Waren verkaufen will, muss den umgekehrten Weg gehen: den Kunden Geld schenken – und zwar die Zugangskosten für die Zeit, die sie im Online-Shop verbringen. Zumindest hier zu Lande, wo Flatrates dank der Monopolmacht der Deutschen Telekom auf der „letzten Meile“ zum Verbraucher wieder vom Markt verschwunden sind. Der US-Versandhändler Lands End bietet deutschen Usern seit sechs Monaten über eine 0800-Einwahlnummer kostenfreies Stöbern im Produktsortiment. Ergebnis: „Free-Surfer verbringen ein Drittel mehr Zeit auf den Land's-End-Seiten als Kunden, die ihre Verbindung selbst zahlen“, sagt Marketing-Chef Frank Kriegl. Die Aufmerksamkeit des Users – das scheuere Reh, so lockt man es also hervor. Unter surf0800.de gibt es bereits ein Mini-Portal, von dem aus man gebührenfrei neun Online-

„Was nicht funktioniert hat? Dollar-Noten im Netz für 85 Cent zu verkaufen“

ROB GLASER
Real Networks (www.real.com)

Shops betreten kann – darunter Software E-Mail-Verkehr und Website-Aufrufe aufzeichnen können.

Auch online zahlen klappt, wenn es kinderleicht ist, nicht im Netz manipuliert werden kann und an Vertrautes anknüpft. Beispiel Paybox: Hier wird der User, der sich mit Kontonummer bei Paybox angemeldet hat, beim Online-Bezahlen auf seinem Handy angerufen und bestätigt den Vorgang durch Eingabe eines Pin-Codes.

Eine andere Lösung: Prepaid-Karten, wie es sie schon seit Jahren für das Telefonieren gibt. Einfach die 16-stellige Geheimzahl freubehalten und im Online-Shop eingeben, der Betrag wird dann vom Kartenguthaben (z. B. 50 Mark) abgebogen. Die österreichische Paysafecard kommt ab Mitte Juni auf den Markt, die Telekom will im Herbst mit der „Micromoney“-Karte nachziehen. Dass Bertelsmann die Paysafecard unterstützt, ist kein Zufall. Denn für Content-Anbieter könnte dies die ideale Technik werden, um Kleinbeträge von beispielsweise 90 Pfennig für einen Artikel einzuziehen – Beträge, deren Einzugs per Bank oder Kreditkarte ökonomisch unsinnig war.

Privacy

Das Internet hat einen Keller, in dem liegen Leichen – Datenleichen. Mit ihnen wurden bereits Milliarden von Mark umgesetzt. Denn von detaillierten User-Datensätzen erhoffen sich Online-Händler Anschluss darüber, wie man geizige Websurfer ansprechen muss, um den ersehnten Kaufreflex auszulösen. Erhoben werden die Daten nicht nur direkt bei einer Seitenregistrierung. Wer mit dem Browser eine Web-Adresse aufruft, übermittelt dabei auch Informationen über seinen Rechner und die benutzte Software. Der umstrittenste Sammler ist die legale, von Netscape entwickelte Technologie der Cookies – kleine Dateien, mit deren Hilfe sich User identifizieren lassen und die im Verbund sogar Surfprofile erstellen können.

Zwar sind die Unternehmen in vielen Ländern, besonders in der EU, durch Bestimmungen des Datenschutzes gehalten, die User über den Umfang der Datenhaltung und ihre Verwendung zu informieren. Dass das noch nicht so richtig klappt, belegte die Verbraucher-schutzorganisation Consumers International in ihrem Anfang des Jahres veröffentlichten Privacy-Report (consumersinternational.org/news/pressreleases/privreport.pdf). Immerhin 42 Prozent von gut 500 untersuchten Daten sammelnden Sites hielten es nicht für nötig, über ihre Aktivitäten aufzuklären. Andererseits boten nur 16 Prozent den Usern die Möglichkeit, ihren Datensatz zu löschen.

Und nicht nur die Wirtschaft ist datenhungrig, auch Geheimdienste und Behörden drängen mit aller Macht auf eine lückenlose digitale Überwachung. Das Online-Magazin „Telepolis“ berichtete kürzlich, T-Online, AOL und einige kleinere Internet-Provider hätten bereits Strafverfolger unterstützt. Was bislang möglicherweise nur Gefälligkeits waren, könnten nach einem Entwurf der rot-grünen Koalition zur Telekommunikations-Überwachungsverordnung Pflicht werden: Deutsche Provider müssten dann in ihren Servern und Routern – den Knotenrechnern, über die der Datenverkehr im Netz läuft – Schnittstellen installieren,

über die Behörden mit geeigneter Software E-Mail-Verkehr und Website-Aufrufe aufzeichnen können.

E-Demokratie

Ahnungslose Opfer sind die Internet-Nutzer allerdings nicht mehr. Privacy – das Recht, allein zu sein – ist inzwischen unter den surfenden und abstinenden US-Bürgern gleichermaßen Internet-Thema Nummer eins, zeigt der jüngste der alljährlichen Internet-Reporte der Universität von Kalifornien in Los Angeles (cep.ucla.edu/pages/internet-report.asp). „Das Datenschutzbewusstsein steigt“, konstatiert auch Burkhard Nedden, Datenschutzbeauftragter von Niedersachsen.

Inzwischen stehen auch einige brauchbare Programme für sicheres Surfen und Mailen zur Verfügung. Einen Überblick gibt die Technikseite des von Schleswig-Holstein initiierten „Virtuellen Datenschutzbüros“ (datenschutz.de/technik/tbemen/?id=1376). „Allerdings muss die Anwendungsfreundlichkeit solcher Software noch erheblich gesteigert werden“, fordert Nedden.

Große Hoffnung setzen er und viele andere Privacy-Bewusste unter anderem in den P3P-Standard, den das World Wide Web Consortium im Dezember nach mehrjähriger Entwicklungszeit freigegeben hat (w3.org/P3P). Der funktioniert so, dass ein Web-Nutzer künftig in einem Formular seines Browsers einfach eintragen kann, welche Daten er preisgeben möchte, ob nur Name und E-Mail-Adresse oder auch die Postanschrift. Dieses Formular wird dann vom Web-Server vollautomatisch mit der P3P-kompatiblen Privacy-Erklärung etwa eines Online-Shops verglichen. Sind die beiden Formulare im Konflikt, weil der Shop zu viel wissen will, poppt ein Warnfenster auf, und die Verbindung wird nicht hergestellt. Für User bietet Youpowered.com ein Programm an, mit dem ein P3P-Formular ausgefüllt werden kann. Site-Betreiber können den P3P Policy Editor von IBM nutzen.

Unumstritten ist die P3P-Lösung allerdings nicht. Die US-Privacy-Organisation Epic (epic.org) hält sie für einen technokratischen Ansatz, der darauf verzichte, Datenschutz wirklich durchzusetzen. Sites könnten nun den User nach dem „Friss oder stirb“-Prinzip zwingen, unzumutbar niedrige Standards zu akzeptieren oder mit einem leeren Browser-Fenster Vorlieb zu nehmen.

Als zweite wesentliche Schutztechnologie sieht Thilo Weichert, stellvertretender Datenschutzbeauftragter von Schleswig-Holstein, Systeme zum anonymen Surfen wie den Java Anon Proxy (anon.inf.tu-dresden.de). Dies ist eine an der TU Dresden entwickelte digitale Tarnkappe. Gibt man „unter“ ihr etwa www.bol.de in das Adressfeld des Browsers ein, wird die Anfrage durch ein Netz

„Fernsehen ist ein Medium für Propaganda, Internet ist ein Medium für Verschwörung“

ESTHER DYSON
Edventure Holdings (edventure.com)

aus Zwischenservern geschleust – der Server des Online-Buchhändlers kann die Spur zum User nicht mehr zurückverfolgen.

Die Entdeckung der digitalen Neuen Welt

Die Entdeckung der digitalen Neuen Welt war von Anfang an mit einem Traum verbunden: dass etablierte Politik außen vor bliebe und die Demokratie zu ihren arthenischen Wurzeln der Basisdemokratie zurückkehre. Auf dem virtuellen Forum sollten alle die Tagespolitik diskutieren und auch gleich online über sie abstimmen können.

„Die E-Commerce-Rechnung wurde oft ohne den Kunden gemacht. Viele Online-Shops sind nur ein anstrengender Hindernislauf zur virtuellen Kasse“

WOLFGANG MACHT
Netzpiloten (www.netzpiloten.de)

Doch spätestens seit der chaotischen Wahl der fünf Webnutzer-Repräsentanten für das Direktorium der „Netzregierung“ Ican (icann.org) ist Ernüchterung eingetreten. Nur ein Bruchteil der vielen Millionen User registrierte sich, noch weniger gaben ihre Stimme ab, und ob sich wirklich nur die Wahlberechtigten mit Kennwort und Pin-Code einloggen, wurde nicht überprüft.

Der Gießener Politikwissenschaftler Claus Leggewie wies daraufhin, dass „E-Votes“ im großen Stil zwei Kriterien demokratischer Wahlen nicht erfüllten: Sie seien weder geheim noch gleich. Abgesehen davon, dass auf Grund der Architektur des Netzes selbst bei Einsatz sicherer Verschlüsselungsverfahren hundertprozentige Anonymität nicht zu gewährleisten ist, haben nicht alle Bundesbürger Zugang zum Internet. So wird wohl die Online-Wahl irgendwann eine zeitgemäße Alternative zur Briefwahl werden, aber nicht den Gang in die Wahllokale ersetzen.

In einer nicht ganz so spektakulären Variante kann elektronische Demokratie allerdings Wirklichkeit werden. Bei Abstimmungsprozessen in überschaubaren Gemeinschaften wie Vereinen. Hier seien die Sicherheitsanforderungen nicht so hoch wie bei einer Bundestagswahl, hebt Axel Zerdlck, Medienökonom an der Freien Universität Berlin, hervor. Und im „E-Government“ wird die Beziehung zwischen Bürgern und Behörden neu gestaltet. Mit der vor gut zwei Wochen in Kraft getretenen Neufassung des Signaturgesetzes ließe sich etwa die Ummeldung des Autos vom PC aus mit einigen Bits rechtskräftig unterschreiben.

Mag sein, dass viele Bürger dies nicht nutzen werden, weil – wie Kritiker einwenden – die technischen Voraussetzungen für elektronische Unterschriften zu umständlich und zu teuer sind. Aber zahlreiche Behörden

MEHR ZUM THEMA
WIRTSCHAFT
Die deutsche Internet-Industrie
SEITE 13

richten im Internet bereits virtuelle Schalter und Wartezeimer ein. Dort muss niemand antreten, nur um ein Formular abzuholen.

Dies passt genau mit einer Entwicklung der vergangenen Jahre zusammen, die sich ganz offline abspielte: Die Einrichtung der Bürgerbüros. In ihnen legen Kommunen ehemals getrennte Ämter zusammen. Ganz gleich, ob man einen neuen Personalausweis oder einen Kindergartenplatz beantragen will, alles findet im selben Gebäude statt. Und demnächst auch auf demselben Server.

„Keiner sieht das Internet mehr als riesige Gelddruckmaschine. Das ist bereits Phase zwei“

OLIVER SINNER
Sinner Schrader (sinner-schrader.com)

im Internet und in Datenbanken gespeichert (Forrester, BrightPlanet); 37 MILLIONEN Deutsche wollen nicht ins Internet gehen (D21); 5 PROZENT der deutschen User haben einen Hochgeschwindigkeits-Zugang (Parv);

PETER GLASER

Die unerfüllte Romantik 2.0

Das Internet ermöglicht Entblößung wie Selbstfindung – doch viele sind dieser kommunikativen Herausforderung nicht gewachsen



E-Mail, Chat und elektronische Diskussionen haben die Art, wie wir miteinander umgehen, verändert. Die körperlose Kommunikation wirkt wie eine Wahrheitsdroge. Plötzlich fällt es leicht, fremden Menschen tiefe Einblicke in das eigene Wesen zu geben. Neben dem Austausch banaler Benachrichtigungen können wir im Netz ausprobieren, was geschieht, wenn wir uns unversteht zeigen.

Die zentrale Sehnsucht des 19. Jahrhunderts war, durch die Liebe von Institutionen, Konventionen und Alltag erlöst zu werden und zur Natur zu gelangen. Das 20. Jahrhundert hat dann scheinbar alle Tabus der menschlichen Seele aufgedeckt und ins Scheinwerferlicht gestellt. So sind wir nun überrascht von der Wiederentdeckung der Sehnsucht, uns natürlich und unverstellt zu zeigen. Die elektronische Kommunikation erlaubt es uns, im Schutz von Distanz und Anonymität einen Teil unseres Geheimnisses zu offenbaren – in seiner scheuen, liebesleichten Größe und all seinen Abgründen.

Weil wir im Netz die Möglichkeit haben, uns so zutiefst zu öffnen, spielt auch der Datenschutz eine so bedeutende Rolle. In einem Raum, in dem die Identität einer Person in gewissem Sinn vollständig durch ihre Worte definiert wird, kommt der Redefreiheit eine noch größere Bedeutung zu als in der körperlichen Welt.

E-Mail ist leicht und schnell und macht ein bisschen süchtig; echten Talkoholismus gibt es eher im Chat. Gestik, Mimik, Stimme – alle höflichen kommunikativen Zwischentöne reduzieren sich bei der elektronischen Kommunikation auf ein paar Zeilen am Bildschirm. Die stellen eine reizvolle Herausforderung an unser Einfühlungsvermögen dar. Wer ist das, der mir da gegenübersteht? Frau oder Mann, alt oder jung, blöd oder nett?

Durch das Fehlen eines direkten Visavis entwickelt sich allerdings auch das Missverständnis zu nuklearer Macht. Debattenstränge („threads“) werden viel zu schnell hitzig („flames“) und verlieren sich oft wochenlang in einem grauen Rauschen aus rabiatem Rhabarber. Die Möglichkeit, im Netz exzessiv aus sich herauszugehen, hat auch Schattenseiten. Immer wieder entdecken User das soziale und egoistische Vergnügen, mal so richtig die Sau rauszulassen. Verbalradikale, Nervtöter und Gemeinschafts-Saboteure erproben neue Formen von Sozialversagen, die es im nicht-digitalen Raum nicht gibt. Die schmale Bandbreite digitaler Texte hat zwar eine phantastische Hebelwirkung als Auslöser, aber sie ist

denkbar ungeeignet, aufgewählte Gemüter zu besänftigen.

Andererseits blüht die Romantik wieder auf, mitten im Orkanauge der Hochtechnologie, eine selbstbewusste Reaktion auf den übermächtigen Rationalismus der modernen Welt. Digital sind wir alle schön.

Die euphorische Spielfreude mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten ist inzwischen aber weitgehend in die nüchternen und pragmatischen Anforderungen des Alltags ausgelassen. Dadurch sind die Erwartungen weniger überzogen, das Internet erscheint nicht mehr als strahlende, bessere Welt. Aber es macht auch weniger Spaß. Chaten kann auch die technisch aufwendigste Art sein, sich gemeinsam zu langweilen.

Und was den einen als Spaß erscheint, ist für andere nur eine destruktive Geste. So sind die von ehrenamtlichen Administratoren betreuten Server des Internet Relay Chat (IRC) in den vergangenen Jahren zunehmend zum Übungsgelände pubertierender Datenrowdy's geworden, die sich mit „war scripts“ beschließen und reguläre Unterhaltung unmöglich machen. Nach und nach geben die Server-Betreiber auf.

Bereits zu Zeiten des Internet-Vorläufers ARPANet hatten die Computerwissenschaftler festgestellt, dass die hilfreiche menschliche Kommunikation der fundamentalste Fortschritt war, den das Netz zu bieten hatte: „Es ist zu kurz gedacht, dass Netzwerke Computer miteinander verbinden. Sie verbinden Menschen miteinander, die Computer als Medium verwenden. Der große Erfolg des Internets liegt nicht im Technischen, sondern im Menschlichen begründet. E-Mail ist vielleicht kein besonders großer Fortschritt in der Informatik, aber es ist ein vollkommen neuer Weg für Leute, die miteinander kommunizieren wollen.“

Allerdings gibt es Bereiche, in denen wir im Netz erstaunlich wenig Fortschritte gemacht haben. „Die ursprüngliche Vision war die eines Informationsraums, in dem man sowohl lesen als auch schreiben kann und Information in beide Richtungen fließt. Zu so einer Art von kollaborativem Bereich ist das Web noch nicht geworden“, konstatiert Tim Berners-Lee, der Schöpfer des World Wide Web.

Was Kommunikation ist? Wenn's gut läuft, sprudelt der träge, flüchtige Lauf der Lebenszeit als dichte, leuchtende Essenz. Vielleicht besteht das Geheimnis des Redens einfach darin, dass man etwas zu sagen hat, egal wie viele Maschinen dazwischenstehen.

E-MAIL: peter.glaser@wocbe.de

10 MILLIARDEN E-Mails gehen täglich durchs Internet (IDC); 91,2 PROZENT aller US-User sorgen sich um Kreditkartensicherheit im Netz (UCLA); 27 MILLIARDEN EURO investierten Venture-Capital-Fonds im Jahr 2000 in Europa (Apax Partners)

61,2 PROZENT der deutschen Web-Nutzer nutzen das Internet von zu Hause (Post); 90 PROZENT aller europäischen User gehen per Analog-Modem oder ISDN online (Pan European Internet Mo-

ILLUSTRATION: ERIC COMOS; FOTO: JELIA SPOREK