

Gestrandet im Netz



**Online Geschenke
einkaufen –
ein schwieriges
Unterfangen, wenn
man es eilig hat.
Nur mit dem Laptop
auf Sylt ausgerüstet,
hat Autorin Katja
Gußmann
beim Bestellen im
Internet viel Leid,
wenig Freud, erfahren.**

Sturmflutwarnung auf Sylt. Den ganzen Tag über hustet mir der Radiosprecher alle Stunde die gleiche Nachricht ins Ohr. Auch der Blick auf den windgebeutelten Weihnachtsbaum draußen sagt mir, der Weihnachtseinkauf in Westerland fällt flach. Seit einer Woche drücke ich mich um den Geschenkekauf – und heute ist schon der 17. Dezember! Aber ich bin ja ein moderner Mensch mit abgeschlossenem Hochschulstudium, lebhaft im Informationszeitalter kurz vor der Jahrtausendwende. Wozu habe ich meinen Laptop mit integriertem Modem im Urlaub mit, wenn nicht zum Einkaufen?

Es ist abends viertel vor acht, ich stecke das Kabel in die Telefonbuchse, und los geht's. Die erste Adresse im Netz ist für mich die Lebensmittelabteilung von Karstadt: www.my-world.de. Ich muss dringend was Leckeres zu essen bestellen, denn pünktlich zum Fest fahre ich heim nach Frankfurt, da will ich nicht kurz vor Ladenschluss noch in den Kühltheken wühlen... Erst kommt die Homepage – klar. Der Seitenaufbau erreicht leider keine Sturmgeschwindigkeit. Endlich erscheint der Warenüberblick.

Ich greife ziel-sicher in die virtuelle Fleischtheke. Komisch, dass ich keine Gans finde – doch kaum habe ich das gedacht, kreuzt ein Hirsch-Saftbraten die Seite, da schlage ich zu. Tiefgefroren, 750 Gramm für 27,90 Mark. Per Mausclick lege ich ihn in den Warenkorb. Vielleicht noch einen Wein? Ich wechsle die Seite und stöbere im Flaschenregal. Jeder Wein hat eine Beschreibung: „sanft, fast seidig mit großem Nachdruck“ – das gefällt mir, ein Klick, und der 1986er Cabernet Sauvignon aus Spanien landet für 18,99 Mark in meinem Einkaufswagen. Eigentlich hätte ich gerne noch mehr, aber beim Blick auf die Uhr stellt sich ein seltsames Stress-

gefühl ein – fast eine dreiviertel Stunde für einen tiefgefrorenen Braten und eine Flasche Wein? Dafür hätte ich im Minimal auch nicht länger gebraucht, selbst mit Schlange stehen. Aber es wäre keineswegs so schick und modern gewesen – sagt mir meine innere Jahr-2000-Stimme.

Jetzt schnell ein paar Geschenke. Verlockend klingt die Shop-Adresse www.kauf-rausch.de. Doch zunächst rauscht es bestenfalls in der Leitung: Wieder beginnt das Warten. Ihr Bilderlein kommet oh kommet doch schnell – geht es mir durch den Kopf, aber alle Beschwörung hilft nicht. Ich klicke. Und warte. Und warte. Und warte. Und klicke. Und warte. Da – ein Bild !!! Wieder weg. Vor lauter Ungeduld habe ich zu oft geklickt und den Computer aus der Fassung gebracht. Er weiß gar nicht mehr, was er aufrufen soll. Sorry. Nach einer kleinen Ewigkeit erscheint er dann: der Tankwart als Aufstellfigur in Lebensgröße für schlappe 699 Mark. So stark ist meine Liebe zu schrillen Dingen dann doch nicht. Inzwischen rollen die Bilder über den Schirm, ich scrolle, was das Zeug hält – ein Kunststoff-

tablett mit eingelegten Margariten, das wäre doch was für meine Freundin Petra. Oder doch lieber eine Kondomvase? Ich

***Schnelligkeit ist
immer noch ein kritischer
Faktor im Internet.***

kann mich nicht entscheiden und vertage den Kauf, schließlich ist es bereits zehn vor neun, und langsam schmerzen meine Augen.

Ich wechsle jetzt auf sichere Seiten und kaufe ein Buch bei www.bol.de (der schmerzverzerrte Blick meines Buchhändlers trifft mich innerlich). Das geht erwartungsgemäß flott. In zehn Minuten habe ich den gewünschten Titel gefunden und bestellt, 'Mein Jahrhundert' von Günther Grass wandert in den Warenkorb. Endlich ein Erfolgserlebnis. Jetzt fühle ich mich wieder gestärkt für ein Abenteuer und will die Einkaufsberatung von

Karikatur:
Andreas W. Schmitt

Gestrandet im Netz



www.netzmarkt.de – dem ersten Kaufhaus im Internet, so die Eigenwerbung – in Anspruch nehmen. Ich soll ein paar Angaben zu der zu beschenkenden Person machen: Alter und Geschlecht. Mehr nicht? Nein. Dann noch die Preiskategorie, ab geht's. Die Enttäuschung erfolgt sofort: Die Antwort erhalten Sie per E-Mail. So lange will ich nicht warten und denke mir, kauf ich halt ein Herrenparfüm, da mach' ich nichts verkehrt. Ich suche die Drogerieabteilung auf. Hm. Unter was könnte sich Parfüm verbergen? Da steht was mit Paris, das muss es sein. Angeklickt, die Seite kommt, und mit ihr ein 'Weihnachtsmann-Figurenkondom' zum Setpreis von 25 Mark. Schlagartig wird mir klar, dass ich die Abteilung Pariserland völlig missverstanden habe.

Lieber auf Bewährtes zurückgreifen: Otto. Die haben ja im Versandhandel schon Erfahrung, also rufe ich www.otto.de auf (wir schreiben 21.07 Uhr). Ich zappe mich durchs Sortiment und bleibe schließlich bei der Herrenunterwäsche hängen – ordentlich präsentiert im Passbildformat, per Klick auf Bildschirmfülle zu vergrößern. Doch das dauert. Und dauert. Und dauert. Und ich stelle fest: Das beste Bild kann mein Bedürfnis nach taktilen Reizen nicht befriedigen. Ich war noch nie ein Katalogkäufer, bin eher der Wühltischtyp. Aber da der Minutenzeiger unerbittlich vorwärts rückt, entscheide ich mich doch für ein paar schwarze Boxershorts. Einen Blick riskiere ich noch auf die Otto-

Sonderangebote: Mein Herz schlägt schneller – ein Kunststoffhündchen in Dalmatineroptik, das dank eingebautem Bewegungsmelder bellen kann. Toll. Dass es so was Schönes gibt?? Ich greife zu. Die Bestellung geht problemlos, und der Eindruck verstärkt sich, Otto ist ein Profi.

Zwischenbilanz: ein Hirschaftbraten, eine Flasche Wein, ein Buch, eine Unterhose, ein bellender Plastikhund. Jetzt fehlt noch eine CD. Ich probiere www.cd4you.de aus und gebe 'Bartoli' ein, ein Freund von mir ist ein großer Fan der Sängerin. Und siehe da: 44 Titel sagt das Suchergebnis. Angezeigt wird allerdings nur einer, die restlichen 43 CDs finde ich trotz Hochschulabschluss nicht. Kurzer Prozess: Ich gebe www.Amazon.de ein, und schon lacht mich tatsächlich Frau Bartoli selbst vom CD-Cover an – die Musikredaktion von Amazon weiß, was derzeit 'in' ist. Ich bestelle, obwohl mich ein flaues Gefühl beschleicht, weil ich meine Kreditkartennummer angeben muss.

Es ist bereits zehn nach zehn. Meine Augen fühlen sich inzwischen eckig an, aber bevor ich sie schließe, starte ich doch noch einen Versuch beim kauf-rausch, will das Blümchentablett bestellen. Ich finde es relativ schnell wieder und setz' ein Häkchen neben dran. Dann lasse ich mir meinen Warenkorb anzeigen: leer. Wie bitte? Das gibt's doch nicht. Wieder zurück, wieder angeklickt. Nichts. Kurzzeitig ist mein Ehrgeiz geweckt, das Ding in den Einkaufswagen zu bugsieren. Ich

Einkaufen im Internet

81,9 Prozent von 16.000 befragten Internetnutzern in Europa schätzen am Einkauf im Internet vor allem die Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten. Wie das Marktforschungsunternehmen für interaktive Medien Fittkau & Maaß ermittelte, stuften 72,3 Prozent die Sicherheit beim digitalen Geldverkehr als unzureichend ein. Immerhin rund zwei Drittel der befragten Internet-Nutzer schätzen das Netz als stressfreie Einkaufszone.

Online- Verkaufszahlen 1999 Deutschland in Mio. DM*

Auktionen	318
Bücher	234
Computer	232
Unterhaltungs-Elektronik . .	148
Textil	119
CD's/Videos/Tickets	69
Sport & Spiel	25
Lebensmittel	23

* geschätzt

Quelle: Boston Consulting Group

scheitere ein ums andere Mal, und schließlich siegt die Müdigkeit. Es ist halb elf, fast drei Stunden hat mein Einkaufsbummel gedauert, am meisten gebummelt hat dabei allerdings der Seitenaufbau im Netz. Fazit: Den nächsten Einkauf bestreite ich ganz bestimmt nicht im, sondern mit Einkaufsnetz.

KATJA GUSSMANN

E-Mail: Red-LZSpez@dfv.de

P.S: Alle bestellten Waren kamen pünktlich vor Weihnachten in Frankfurt an. Die E-Mail mit Geschenk-vorschlag traf auch ein. An erster Stelle: eine Druckerpatrone.