



Ring frei

Im „heißen Herbst“ des Online-Geschäfts ist ein neuer Name aufgetaucht: Der Dienst America Online versucht sein Glück und tritt gegen CompuServe, T-Online und andere Mitbewerber an.

Ein neuer Onlinedienst will Deutschland erobern: der in Amerika neben CompuServe größte Onlinedienst America Online mit weit über drei Millionen Teilnehmern. Hierzulande wird er unter der Bezeichnung „AOL“ ins Rennen um die Gunst der Netsurfer gehen. Doch die Konkurrenz steht in den Startlöchern. Wer sich letztlich im Markt behauptet – Microsoft Network (MSN), CompuServe, T-Online, Europe Online oder AOL –, muß sich zeigen. Jeder Dienst hat ganz spezielle Vorzüge und Nachteile. Alle versuchen, Anbieter zu verpflichten, die für attraktive Inhalte sorgen.

Die Stärke von CompuServe etwa sind die zahlreichen Soft- und Hardwarefirmen, die hier ihre Foren pflegen. Dafür ist der Dienst eher technisch orientiert. MSNs Vorteil ist zweifellos die durch-

gängige Einbindung in Windows 95, die die Bedienung vereinfacht. Allerdings mangelt es nach wie vor an Anbietern.

Europe Online will das Informationsgeschäft mit einer eigenen Redaktion bestreiten und die elektronische Tageszeitung der Zukunft bieten. Außerdem soll die technische Grundlage (Interchange) zum Feinsten gehören. Aber zu sehen war noch kaum etwas; erst Anfang 1996 will man an den Start gehen.

T-Online schließlich verfügt hierzulande über die meisten Teilnehmer und rühmt sich einer breite Palette von Anbietern aus den verschiedensten Bereichen. Doch haftet dem Datex-J-Dienst noch immer ein recht altbackenes Image an, an dem die relativ schlichte Grafik schuld ist. Die neue KIT-Optik, die den Dienst auf das zeitgemäße Niveau grafi-

scher Benutzerführungen hebt, setzt sich nur langsam durch. Allerdings offeriert T-Online bisher als einziger Dienst Electronic Banking, also die Kontoführung mit Hilfe eines Modems.

Jüngst stellte sich AOL nach einer erstaunlich kurzen Betatestphase der Öffentlichkeit vor. Verantwortlich zeichnet der Medienkonzern Bertelsmann, der sich mit AOL nun auf ein neues Geschäftsgebiet wagt. Bertelsmann berechnet für die Teilnahmegebühr lediglich eine monatliche Pauschalgebühr. Zusätzliche Kosten für bestimmte Serviceleistungen wie etwa beim Microsoft Network entstehen nicht.

Wie hoch der Preis für den Teilnehmer liegt, stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest. „Das kann sich noch am Tag vor der Eröffnung ändern“, so ein AOL-Mitarbeiter. Immerhin galt bisher als offizielle Sprachregelung, daß die Monatsgebühr auf jeden Fall „deutlich unter 20 Mark“ liegen werde. Auch die Telefongebühren will der Dienst möglichst niedrig halten, indem er insgesamt 51 Knotenrechner in Deutschland bereitstellt. Sie sind alle mit bis zu 28 800 bps (Bit pro Sekunde) zu erreichen; demnächst sollen die Knoten auch mit ISDN-Verbindungen ausgestattet werden.

AOL bietet eine relativ flexible Oberfläche, um die Angebote grafisch aufzubereiten. Es hängt letztlich von der Phantasie des jeweiligen Anbieters ab, wie attraktiv er sich präsentiert. Damit sich die Downloadzeiten trotzdem in Grenzen halten, verwendet AOL ein spezielles Bildformat von Grace & Johns, das noch bessere Resultate bei der Komprimierung erreichen soll als GIF oder JPEG.

Zudem müssen die Bilder eines Angebots nur einmal geladen werden. Danach liegen sie auf der Festplatte des lokalen PC und werden bei einem erneuten Besuch der entsprechenden AOL-Abteilung direkt von Festplatte geladen. Das spart Onlinezeit und geht deutlich schneller. Allerdings sollte man etwas Platz auf der Festplatte übrig haben.

Wie der Teufel hinter den armen Seelen, so sind zur Zeit vor allem die Newcomer unter den Onlinediensten hinter interessanten Informationsanbietern her. Das ist bei AOL nicht anders. Dort wird man in nächster Zeit viele bekannte Namen wiederfinden: beispielsweise den „Stern“, das Magazin „Geo“, „Capital“, das Wissenschaftsmagazin „P.M.“, die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, den Fernsehsender „Premiere“ oder auch ein Bertelsmann-Lexikon.

Deutsche Anbieter sammeln sich in America Online

Auch branchenfremde Unternehmen wie die Lufthansa, die Deutsche Bahn oder die Reiseagentur L'Tur sind mit dabei. Der Vogel Verlag steht ebenfalls nicht zurück: Die Redaktionen von CHIP, PC Online und WIN bieten dem Teilnehmer alles Wissenswerte rund um die aktuellen Hefte und darüber hinaus.

Pünktlich zur Eröffnung bietet CHIP Service und Information. Auf der Titelseite findet man die Buttons »Editorial«, »Shop«, »News«, »Service«, »WWW« und »Tools & Texte«. Diese Bereiche bilden das Rückgrat. Hier findet man zum Beispiel unter »News« das Neueste über Produkte und Entwicklungen in der Computerszene.

Ein wichtiger Bereich ist Tools & Texte mit Informationen zum aktuellen Heft sowie allgemeinen Shareware-Bibliotheken. Der Punkt WWW steht für World Wide Web. Mit Links ins WWW, wie sie monatlich im Heft in der Rubrik Netsurfing erscheinen, findet der Netsurfer hier den Zutritt zu ausgesuchten Homepages.

Ein Klick auf »Service« führt geradewegs zum Leserservice der Redaktion: aktuelle Termine, Informationen zur

Hotline, Gewinnspiele, der CHIP-Shop sowie ein Wegweiser durch das Münchner Redaktionshaus geben einen Überblick über Ansprechpartner und aktuelles Geschehen.

Sehr wichtig war den Schöpfern des CHIP-Angebots, Lesern und Teilnehmern die Gelegenheit zu geben, sich direkt an die Redaktion zu wenden. Dazu dienen die vielen »Feedback«-Buttons, die man innerhalb dieses Online-Angebots findet. Hinter ihnen versteckt sich ein E-Mail-Formular, mit dessen Hilfe Anregungen, Sorgen und Wünsche direkt an die Redaktion weiterleitet werden.

Der Pfeil schließlich führt in das Inhaltsverzeichnis der jeweils aktuellen Ausgabe mit kurzen Inhaltsbeschreibungen der wichtigsten Beiträge. Und der »Action«-Button? Lassen Sie sich überraschen. Ein Message-Board und Chat-Möglichkeit runden das Angebot ab. Denn CHIP versteht sich als offenes Forum für alle und will auch für die Teilnehmer untereinander die Möglichkeit schaffen, miteinander zu diskutieren und online zu plaudern.

Zusammen mit dieser CHIP-Ausgabe wird eine CD-ROM ausgeliefert, die das AOL-Programm enthält – übrigens inklusive der Grafiken für den CHIP-Dienst, so daß schon beim ersten Besuch nur geringe Ladezeiten anfallen. Die Installation ist einfach. Ist das Modem dabei eingeschaltet, versucht die Routine, das Fabrikat zu erkennen. Wer das nicht will, kann die Werte im ersten Fenster, das nach dem Start angezeigt wird, ändern. Dazu lassen sich mit Hilfe des Buttons »Einstellungen« der Einwahlknoten bestimmen (»Standort ändern«) und die Modemeinstellungen modifizieren.

Anders als in T-Online oder CompuServe läßt sich der Login-Vorgang nicht völlig automatisieren – zumindest bis zur letzten Betaversion der AOL-Software. Das Paßwort muß vor jedem Einwählen von Hand in das vorgesehene Feld eingegeben werden. Der Vorteil: Niemand kann sich mit einem fremden Account einwählen. Der Nachteil: Das Paßwort muß man sich schon merken.

Falls alles seine Richtigkeit hat, folgt ein Klick auf den Button »Anmelden«. Jedes Programm wird mit vordefinierter Nummer und Paßwort geliefert, beide müssen beim ersten Login angegeben werden. Danach kann sich jeder einen eigenen Teilnehmernamen und ein Paßwort aussuchen.

Geschafft. Jetzt begrüßt AOL den Neuankömmling mit dem Hinweis auf wartende Post (E-Mail) und andere Neuigkeiten, etwa eine neue Programm-

AOL-Einwahlknoten in Deutschland

Die fettgedruckten Einwahlknoten sollen beim Start auf jeden Fall verfügbar sein. Die anderen Knoten kommen nach und nach dazu.

Aachen	0241 / 91 35 00
Augsburg	0821 / 2 07 70 00
Berlin	030 / 24 71 97 00
Bonn	0228 / 9 14 15 00
Braunschweig	0531 / 2 38 45 00
Bremen	0421 / 1 65 62 00
Chemnitz	0371 / 4 49 91 00
Darmstadt	06151 / 3108 00
Dortmund	0231 / 91 23 14 00
Dresden	0351 / 8 66 30 00
Düsseldorf	0211 / 8 65 58 00
Erfurt	0361 / 5 65 70 00
Essen	0201 / 2 45 96 00
Flensburg	0461 / 9 03 47 00
Frankfurt/M.	069 / 29 70 53 00
Freiburg	0761 / 1 52 31 00
Gießen	0641 / 9 75 69 00
Göttigen	0551 / 3 83 16 00
Gütersloh	05241 / 94 76 00
Halle	0345 / 2 11 87 00
Hamburg	040 / 36 98 88
Hamm	02381 / 9 24 04 00
Hannover	0511 / 5 47 20 00
Kaiserslautern	0631 / 3 16 65 00
Karlsruhe	0721 / 9 32 37 00
Kassel	0561 / 7 09 05 00
Kiel	0431 / 1 22 26 00
Köln	0221 / 94 97 58 00
Leipzig	0341 / 9 64 84 00
Lübeck	0451 / 4 84 09 00
Magdeburg	0391 / 5 94 18 00
Mainz	06131 / 28 33 00
Mannheim	0621 / 4 20 14 00
Marburg	06421 / 17 35 00
München	089 / 43 66 25 00
Münster	0251 / 93 38 00
Nürnberg	0911 / 9 80 85
Oldenburg	0441 / 9 26 98 00
Osnabrück	0541 / 3 31 61 00
Paderborn	05251 / 13 62 00
Regensburg	0941 / 7 83 78 00
Reutlingen	07121 / 16 08 00
Rostock	0381 / 4 97 84 00
Saarbrücken	06806 / 91 95 00
Siegen	0271 / 3 38 32 00
Solingen	0212 / 2 52 17 00
Stuttgart	0711 / 2 55 98 00
Trier	0651 / 1 47 62 00
Ulm	0371 / 9 66 31 00
Wuppertal	0202 / 9 31 08 00
Würzburg	0931 / 3 22 04 00

version, die man sich vom Server herunterladen kann. Aber viel interessanter ist erst einmal die Übersicht über die wichtigsten Dienste. Zehn Basisdienste stehen zum Anklicken bereit: »Nachrichten«, »Kiosk«, »Treffpunkt«, »Internet«, »Computing«, »Reisen«, »Finanzen«, »Entertainment«, »International« und »Service«. Jede dieser Kategorien bietet



eine Sammlung von Verzweigungen, die einen ungefähren Eindruck von dem wiedergibt, was AOL zu bieten hat. Fast obligatorisch sind Chat-Ecken zu jedem Thema und Verzweigungen ins World Wide Web.

Einen Eindruck von der Vielfalt der Themen gibt die Option »Inhaltsverzeichnis« im Hauptmenü »Finden«. Ein Klick, und schon steht eine Suchfunktion zur Verfügung, die nach Eingabe von Stichworten eine Liste aller entsprechenden Dienste mit kurzen Beschreibungen zusammenstellt. Von den Kurzbeschreibungen aus kann man sogar direkt zum entsprechenden Angebot springen. Allerdings kennt der Suchservice bisher fast nur englische Begriffe. Je nachdem, wie sich die Situation bei deutschsprachigen Anbietern entwickelt, wird sich das hoffentlich ändern.

Jeder in AOL gebotene Service besitzt übrigens ein sogenanntes Keyword. Wer es kennt, kann direkt zum entsprechenden Dienst wechseln, ohne sich durch zig Menüs hangeln zu müssen. Für diesen direkten Sprung gibt's die Option »Kenn-

wort« im »Finden«-Menü. Keywords sind zum Beispiel »Startrek« für den Startrek-Club oder »tin« für das »Teacher's Information Network«, einem Netzwerk für amerikanische Lehrer.

Dieses Lehrernetzwerk ist nur ein Beispiel von vielen für eine Besonderheit, die America Online bislang auszeichnete: der Kontakt der Teilnehmer untereinander. Die Teilnehmer diskutieren hier Lehrpläne oder stellen Lernsoftware zum Download bereit. Der amerikanische Dienst war allerdings bisher nicht unbedingt ein Eldorado für Download-Fans. Das Hauptgewicht liegt eher auf der Kommunikation. Wie sich der Schwerpunkt in Deutschland entwickeln wird, ist noch völlig offen.



Finanzmärkte im Blick: Wer sich zum Beispiel über Währungskurse informieren will, kann dies auch in AOL tun

Ein Offlinemanager hilft, Onlinezeit und Gebühren zu sparen. Er findet sich im Menüpunkt »E-Mail« unter »Kurierdienst«. Mit seiner Hilfe lassen sich nicht nur E-Mails verschicken und empfangen,

sondern auch automatisch Nachrichten aus Internet-Newsgroups herausziehen und neue Beiträge abschicken.

Auch beim Organisieren der Downloads macht sich der Kurierdienst nützlich: Bei jedem Download kann man bestimmen, ob die Datei sofort oder später übertragen werden soll. Wer »später« wählt, kann mit dem »Archiv-Manager« die ausgesuchten Daten zu gegebener Zeit in einem Schwung auf den eigenen Rechner ziehen. So lassen sich interessante Programme und Dateien quer durch die AOL-Angebote sammeln und später downloaden, zum Beispiel zu einem definierten Zeitpunkt.

Eine Menge Einstellungen, um die Software auf individuelle Wünsche anzupassen, ist unter dem Menüpunkt »Mitglieder« in »Präferenzen« versteckt, beispielsweise für E-Mail, die Nutzung des World Wide Web oder die Chat-Kanäle.

Neu bei deutschen Onlinediensten ist die Funktion »Kindersicherung«, die sich ebenfalls unter dem Hauptmenüpunkt »Mitglieder« befindet. Bis Redaktionsschluß noch mit englischer Beschreibung,

lassen sich damit die lieben Kleinen von nicht gerade jugendfreien Chat-Kanälen und Internet-Newsgroups fernhalten.

AOL ermöglicht es dem Teilnehmer nämlich, für jeden Account bis zu vier weitere Unteraccounts mit eigenen Namen zu vergeben – etwa für noch weitere Familienmitglieder. Diese zusätzlichen Teilnehmerkennungen können jeweils mit einem eigenen Paßwort ausgestattet werden.

So erhält beispielsweise der Nachwuchs Unterkennungen mit eigenem Paßwort. Über die Funktion »Kindersicherung« kann der Hauptinhaber des Accounts dann die Zugangsmöglichkeiten für die Sprößlinge beschränken. Natürlich darf der Nachwuchs nicht das Paßwort der Hauptkennung wissen, denn sonst könnte er sich die jeweiligen Bereiche selbst wieder freischalten. Allerdings: Beim Chat lassen sich nicht einzelne Angebote blockieren; die Kindersicherung unterscheidet lediglich vier verschiedene Kategorien.

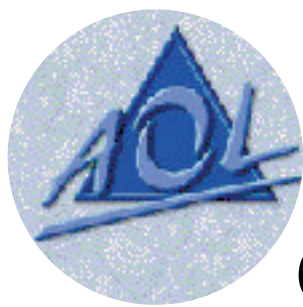
Im Mittelpunkt stehen bei AOL die Message-Boards und die Chat-Rooms.

Hier tauscht man auf Schwarzen Brettern Nachrichten mit Gleichgesinnten aus oder pflegt den Onlineplausch mit anderen Teilnehmern. Wie in Compuserve stellen sich ab und zu auch bekannte Größen des öffentlichen Lebens – zum Beispiel aus Film, Funk und Fernsehen – in sogenannten Konferenzen zum Gespräch zur Verfügung.

Gut geglückt ist die Einbindung des Internet. Aus jedem Service heraus lassen sich Verbindungen ins World Wide Web definieren. Die AOL-Software enthält einen kompletten WWW-Browser, der bei einer entsprechenden Verzweigung automatisch hochfährt und die jeweilige Webseite anzeigt. Auch die Newsgroups, FTP-, Telnet- und Gopher-Dienste sind vollständig in AOL eingebunden, so daß man sie sehr einfach nutzen kann.

Ob AOL nun der Dienst der Zukunft ist, das wird der Anwender entscheiden. Denn auch die Konkurrenz legt sich mächtig ins Zeug und versucht, sich als die bessere Alternative anzudienen. Das Spiel ist eröffnet.

Joachim Pich/Uwe Kauss 



300 Freistunden in America Online zu gewinnen

Große CHIP-Umfrage

Alles redet von Onlinekultur und Information Highway. CHIP will es etwas genauer wissen: Was erwarten Sie von Onlinediensten? Welche Inhalte interessieren Sie wirklich? Welche Services möchten Sie tatsächlich nutzen? Unter allen Einsendern verlosen wir 15mal 20 Freistunden für America Online, bei denen keine Gebühren außer den Telefonkosten anfallen. Viel Glück! Füllen Sie dazu einfach den Fragebogen aus und schicken oder faxen ihn an untenstehende Adresse.

1. Welche inhaltlichen Online-Angebote nehmen Sie in Anspruch? Tragen Sie bitte einen Wert zwischen 1 und 7 ein. 1 bedeutet sehr regelmäßig, 7 bedeutet nie.

Homebanking _____	Online-Chats _____
Diskussionen zu allgem. Themen _____	PC-Hilfestellung/Hotlines _____
Angebote für Kinder _____	Reiseinformation _____
Lernen/Weiterbildung _____	News _____
Onlinespiele _____	Produktbestellungen _____
Verlosungen/Gewinnspiele _____	Download von Software _____

2. Wie wichtig sind für Sie persönlich folgende Inhalte? Tragen Sie bitte einen Wert zwischen 1 und 7 ein. 1 ist besonders wichtig, 7 ist völlig unwichtig.

Homebanking _____	Online-Chats _____
Diskussionen zu allgem. Themen _____	PC-Hilfestellung/Hotlines _____
Angebote für Kinder _____	Reiseinformation _____
Lernen/Weiterbildung _____	News _____
Onlinespiele _____	Produktbestellungen _____
Verlosungen/Gewinnspiele _____	Download von Software _____

3. Wieviel darf ein Onlinedienst insgesamt für Sie pro Monat kosten? (ohne Telefongebühren)

☐ 0 bis 10 Mark ☐ 10 bis 20 Mark ☐ 20 bis 40 Mark
☐ mehr als 40 Mark (tragen Sie bitte die Summe ein) _____
☐ völlig egal

4. Welche Onlinedienste nutzen Sie derzeit? (mehrere Antworten möglich)

	privat	beruflich
Btx/T-Online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compuserve	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet/WWW über Provider	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mailboxen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Welchen PC-Typ benutzen Sie?

☐ 386er ☐ 486SX ☐ 486 DX/DX2/DX4
☐ Pentium ☐ Macintosh ☐ sonstige

6. Ist ein CD-ROM-Laufwerk angeschlossen?

☐ ja ☐ nein

7. Welchen Modemtyp nutzen Sie?

☐ 2400 bps ☐ 9600 bps ☐ 14 400 bps
☐ 28 800 bps ☐ ISDN

8. Geschlecht

☐ männlich ☐ weiblich

9. Alter

☐ 15 bis 20 ☐ 20 bis 30 ☐ 30 bis 40
☐ 40 bis 50 ☐ älter als 50

Wenn Sie am Preisausschreiben teilnehmen wollen, tragen Sie hier bitte Ihren Namen und Ihre Adresse ein. Mitmachen kann jeder, ausgenommen sind Mitarbeiter der Vogel Verlag und Druck GmbH & Co. KG und deren Angehörige. Einsendeschluß ist der 27.1.1996. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Vorname, Name: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____ Fax: _____

Datum und Unterschrift: _____

Ja, ich möchte auch weiterhin interessante Aktionen kennenlernen und in Kontakt bleiben. Ich bin damit einverstanden, daß Sie bis auf Widerruf meine Adreßdaten in Ihrem Computer speichern und sie gegebenenfalls für Informations- und Werbeaktionen der Magazine CHIP, WIN, PC Online und Business Computing einsetzen.

Datum und Unterschrift: _____

Bitte faxen oder senden an:
Redaktion CHIP, Online-Umfrage,
Poccistraße 11, 80336 München, Fax (089)746 98 12

