

Fiese Täuschung im Netz

Das Geschäft mit falsch buchstabierten Webadressen floriert

VON BARNABY SKINNER

Die Medienverantwortliche bei McDonald's Schweiz muss lachen, als sie hört, wohin Nutzer umgeleitet werden, die Macdonalds.ch statt Mcdonalds.ch ins Adressfeld ihres Webbrowsers eingeben. Sie gelangen auf die tote Website Stuebi.org des Dorfmetzgers aus Matzendorf. Schon vor Jahren hat der Baselbieter Kleingewerbler die Webadresse als Witz registriert und seither Tausende Bürgerliebhaber umgeleitet.

Die Fehlleitung ist kein Einzelfall. Und nicht alle Fehlleitungen sind so harmlos wie bei Dorfmetzger Stübi. Beim sogenannten Typosquatting registrieren schlaue Nutzer abgeänderte Domains grosser Brands und spekulieren darauf, dass sich Nutzer bei der Eingabe der Originalwebadresse vertippen, sich so auf ihre gefälschte Site verirren und Werbung anklicken.

Mit sogenanntem Typosquatting werden Millionen gemacht

Das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) spricht auf Anfrage von einer höchst problematischen Praxis. In Deutschland wurde vom Bundesgerichtshof kürzlich entschieden, Typosquatting verstösse gegen das Wettbewerbsrecht. Es ging um die Site www.wetteronlin.de. Die Inhaber lenkten Besucher für ein kleines Entgelt auf eine Website um, die Krankenversicherungen verkaufte. Für das echte www.wetteronline.de ist das geschäftsschädigend. Das Gericht gab dem Kläger Recht.

Die Schweiz kennt noch keinen solchen Präzedenzfall. Das hat damit zu tun, dass Unternehmen davon ausgehen, der Markenschaden halte sich im überschaubaren Rahmen.

So führt Migross.ch heute auf eine Site mit Werbung des französischen Versandhändlers La Redoute. Nowartis.ch bietet Stelleninserate für «Erotic Dancers». Beide Sites gehören dem Zürcher Informatiker Roland Schweizer. Der gibt zu, dass er vor Jahren Dutzende Sites mit genau dieser Absicht registriert habe: mit fehlgeleitetem Webverkehr reich zu werden. Doch Schweizer sagt: «Die Rechnung ging nicht auf. Ich hole knapp die jährlichen Gebühren für die Website herein.»

Dennoch ist Typosquatting ein Millionengeschäft. Nicht für den Informatiker Schweizer, sondern für Unternehmen wie die deutsche Sedo Holding, die sogenanntes Domain-Parking anbieten. Auch Roland Schweizer ist Sedo-Kunde. Das Unternehmen kümmert sich um die Verhandlungen mit Novartis oder Migros, sollte von den Unternehmen einmal ein Kaufangebot für die Site eintreffen. Und Sedo schaltet automatisierte Werbung auf die Site und streicht dafür von Roland Schweizer eine Provision ein, wenn jemand darauf klickt.

Für den Informatiker springen nur ein paar Franken jährlich heraus. Sedo aber verdient gross. Das Unternehmen gab gegenüber der SonntagsZeitung an, weltweit 4,3 Millionen Domains parkiert zu haben; einige 100 000 davon



Falsch buchstabierte Web-Adressen führen Nutzer auf Sites mit ungewollter Werbung

FOTO: EPA/KEystone

sind Schweizer Domains mit der Endung .ch. Letztes Jahr erwirtschaftete Sedo 170 Millionen. Eine Zahl, vor der grosse Schweizer Verlage vor Neid erblassen.

Noch dreister gehen andere vor. Wer zum Beispiel Aple.ch oder Ornge.ch in den Webbrowser eingibt, wird direkt auf eine Drittwebsite weitergeleitet: derzeit wahlweise auf Deindeal, die Gruppenkauffirma des Medienkonzerns Ringier, oder zum Onlinehändler Amazon. Hier liegen für das Seco mögliche Verstösse gegen das Markenrecht und das Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb vor.

Auch Tradedoubler weist jegliche Schuld von sich

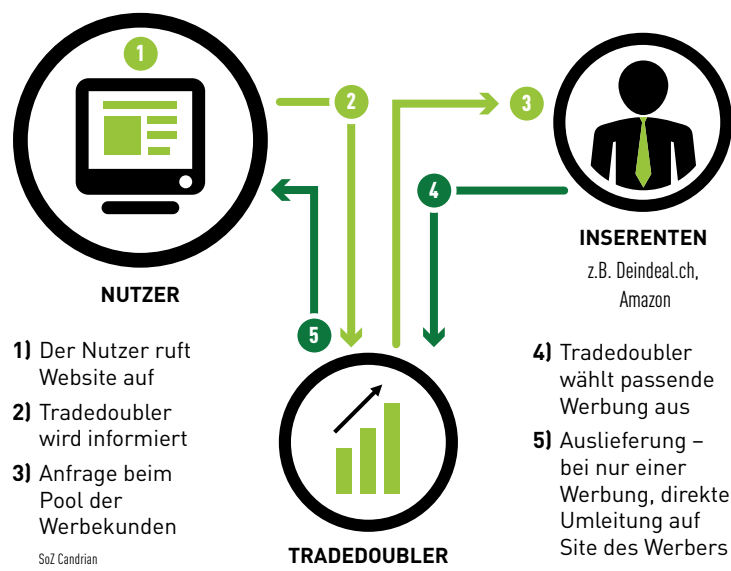
Deindeal.ch reichte auf Anfrage den Schwarzen Peter weiter. «Wir haben unseren Partner über die Sites Aple.ch und Ornge.ch informiert», sagte Tobias Egli, Marketingchef bei Deindeal. Deindeal könne nicht vollumfänglich steuern, auf welchen Sites ihre Werbung erscheine. Deindeal zahlt also in anderen Worten für Werbung, die sie gar nicht will.

Mit dem Partner ist Tradedoubler gemeint, eine schwedische Online-Werbeagentur. Sie liefert aus einem Pool von Werbekunden automatisch Banner oder Textwerbung aus, wenn jemand eine Website aufruft. Die Inhaber von Aple.ch und Ornge.ch haben diese Technologie so eingestellt, dass jeweils nur ein Werbekunde aus dem Pool ausgewählt wird und ein Besucher direkt auf die Website dieses Kunden umgeleitet wird. So sichern sie sich das Werbeeinkommen, das sonst klickbasiert verteilt wird.

Doch auch Tradedoubler weist jegliche Schuld von sich. Die Sites seien in ihrem Pool nicht registriert. Derzeit werde die Sachlage aufgearbeitet. «Richtig ist, dass das nicht rechtens ist und Tradedoubler solchen «Tricks» umgehend nachgeht und die Vorgänge untersucht, sobald diese Fälle auftauchen.» Besonders eilig scheinen es die Schweden nicht zu haben. Bei Redaktionsschluss gelangte man bei Eingabe von aple.ch noch immer auf Deindeal.ch.

Die Suche nach den Inhabern von Aple.ch und Ornge.ch verläuft im Sand. Die Domains gehören High Tech Invest. Ltd. und Fast Domains Ltd., Firmen mit Sitz auf den Seychellen, wo das Handelsregister nicht öffentlich ist.

So gerät man auf Abwege



New Yorker Polizei testet Google Glass

Die smarte Brille kann den Cops auf Streife Informationen wie Haftbefehle, Vorstrafen von Verdächtigen, Karten, Fotos und Grundrisse liefern

Man kennt ihn aus den «Terminator»-Filmen: den Cop, der alles sieht, alles weiss und erst noch verantwortlich handelt. Polizisten im wirklichen Leben könnten ähnliche Fähigkeiten erlangen, wenn sie sich Google Glass auf die Nase setzen.

Derartige Hoffnungen hegen in den USA mehrere Polizeidepartemente, die sich für Googles Testprogramm den brillenförmigen Mikrocomputer aufgesetzt haben. Das New York City Police Department (NYPD) habe im Dezember 2013 zwei Google-Glass-Exemplare angeschafft, bestätigt Sprecher Stephen Davis auf

Anfrage der SonntagsZeitung. «Wir evaluieren diese Geräte mit dem Ziel, nützliche Anwendungen herauszufinden.»

Die smarten Brillen könnten einem Polizisten auf Streife Informationen liefern wie Haftbefehle, Vorstrafen von Verdächtigen, Karten, Fotos oder Grundrisse. Gleichzeitig würde Google Glass das Vorgehen der Gesetzeshüter bei Verhaftungen oder Verkehrskontrollen aufzeichnen.

Dass das funktioniert, hat das Byron Police Department im US-Gliedstaat Georgia bereits bewiesen. Ein Praxistest in Zusammenarbeit mit der Firma Stalker Ra-



Im Einsatz: Google Glass macht «klare, nicht verwackelte Videos»

dar war positiv. Google Glass soll die Cops auf dem Schiessstand in keiner Weise behindern, berichtet Policeone.com. Die Brille habe ein «unüblich klares und nicht verwackeltes Video» einer Verhaftung geliefert. Auf einem Youtube-Clip ist das nachprüfbar: Man erlebt Aktionen der Cops direkt mit dem Auge des Polizisten (soz.li/MBXi).

Begeistert gibt man sich in Massachusetts, wo die Firma Wireblue Google Glass von 15 Polizeikörpern testen lässt. Andrew Jurwich vom Norwood Police Department schätzt an der Brille, dass der Polizist nichts in den

Händen halten muss. Er glaubt, dass Glass bis in fünf Jahren breit verwendet werden dürfte.

Datenschützer beurteilen das revolutionäre Gerät differenziert. Die Videofunktion von Google Glass könne sowohl die Polizei als auch die Bürger vor Misshandlungen schützen, glaubt Jay Stanley von der Bürgerrechtsorganisation ACLU laut «USA Today». «Aber ich weiss nicht, ob die Menschen wollen, dass die Polizei auf der Strasse ihre Gesichter erkennt und ihnen Etiketten bezüglich Risiko verpasst.» Bei Schweizer Polizeikörpern sind Google-Brillen noch kein Thema. MARTIN SUTER