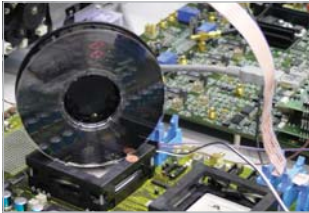


IBM stellt neue Backup-Tapes vor

Sichern auf 35 Terabyte

Unscheinbar, aber ein echtes „Datenmonster“: Dieses Magnetband speichert bis zu 35 TB Daten. Foto: IBM



Magnetbänder hatten lange Zeit eine Monopolstellung inne, wenn es um das Sichern großer Datenmengen ging. Mit der Entwicklung moderner Festplatten und der Kombination durch NAS-Lösungen gerieten die Bänder immer jedoch aus der Mode – auch deshalb, weil die sogenannten LTO-Cartridges

aktuell nur ein maximales Fassungsvermögen von 1,6 Terabyte aufweisen. Dass man damit nicht einmal eine einzige große Festplatte mit 2 TB spiegeln kann, macht die Lösung in der Tat wenig attraktiv. Das könnte sich demnächst aber ändern, denn IBM hat gemeinsam mit Fujitsu einen Prototyp entwickelt, mit dem sich die 20fache Menge der Daten der derzeit größten LTO-Laufwerke speichern lassen. Da-

mit würde sich der Speicherplatz eines LTO-Bandes auf 35 Terabyte erhöhen. Nur zur Orientierung: Dies entspräche der Textmenge von circa 35 Millionen Büchern. Um diese aufzubewahren, würde man ein Bücherregal in einer Länge von etwa 400 Kilometern benötigen. Wann es die Bänder zu kaufen gibt und mit welchen Preisen Interessenten rechnen müssen, gab das Unternehmen noch nicht bekannt. ■

Paymorrow garantiert die Bezahlung der Bestellung zu 100 Prozent

Der Kauf auf Rechnung zählt bei den Kunden zu den beliebtesten Zahlungsarten, bedeutet für den Webeseller jedoch ein enormes Risiko. Paymorrow (www.paymorrow.de) bietet Shopbetreibern nun ein Modell an, mit dem sie die Zahlungsart völlig risikolos anbieten können. Wir sprachen mit dem Geschäftsführer Klaus Gildhorn.

Was bietet Paymorrow Webesellern konkret an?

Klaus Gildhorn Die paymorrow GmbH wickelt als externer E-Commerce-Servicer für Online-Händler die risikoreiche Bezahlart „Rechnungskauf“ komplett ab. Als technische Grundlage wurde ein spezifisches internetbasiertes System entwickelt, welches sich aus Schnittstellen (Plug-ins), Webservices, Risikomanagement-, Debitorenmanagement- und Abrechnungssystemen zusammensetzt. Über diese Plattform betreibt paymorrow eine bislang einmalige Kombination aus E-Payment-Services und Kreditversicherungsleistungen, die für alle Beteiligten (Online-Käufer, Online-Händler und Servicer) herausragende Vorteile bietet: Sicherer Handel im E-Commerce ohne Preisgabe von vertraulichen Konto- oder Kreditkartendaten, höhere Konversionsraten, vollere Warenkörbe, signifikante Umsatzsteigerungen (nachweislich > 20 Prozent), zuverlässiger Cashflow und integrierte Zahlungsgarantie.

Wie läuft der „Kauf auf Rechnung“ in der Praxis ab?

Klaus Gildhorn Der konkrete Ablauf im Shop stellt sich wie folgt dar: 1. Paymorrow wird als Bezahlfverfahren vom Käufer ausgewählt. 2. Innerhalb weniger Sekunden wird die Akzeptanzprüfung für den jeweiligen Warenkorb durchgeführt. 3. Sollte die Prüfung ein negatives



Klaus Gildhorn,
Geschäftsführer
paymorrow

Ergebnis bringen, werden dem Käufer die alternativen Bezahlmethoden für diese Transaktion angeboten. 4. Bei positiver Prüfung erhält der Shop die Mitteilung, dass er die Ware verschicken kann. Paymorrow garantiert die Bezahlung der Bestellung zu 100 Prozent spätestens nach Ablauf des 30-tägigen Zahlungsziels. 5. Auf der Rechnung wird vom Shop die spezifische Verrechnungskontonummer ausgegeben, die der Käufer bei der Überweisung des Rechnungsbetrages verwenden soll. 6. Paymorrow rechnet wöchentlich mit dem Händler die eingehenden Zahlungen der Käufer und die fälligen Garantiezahlungen ab. 7. Käufer, die innerhalb der vorgegebenen Zahlungsfrist von 30 Tagen nicht bezahlt haben, werden zunächst mit freundlichem Nachdruck um den Ausgleich der offenen Forderung gebeten. Sollte nach weiteren 30 Tagen kein Ausgleich erfolgt sein, wird der Vorgang von unserem Inkassopartner weiterbearbeitet.

Gibt es Mindestanforderungen, die angeschlossene Onlineshops erfüllen müssen? Etwa einen Mindestwarenkorbwert oder Ähnliches?

Klaus Gildhorn Der Warenkorbwert sollte bei Neukunden mindestens 10 Euro und maximal 1.500 Euro betragen.

Mit welchen Kosten müssen die Webeseller rechnen?

Klaus Gildhorn Die paymorrow-Prämie richtet sich nach der Risikoklasse der im Shop angebotenen Artikel. Sie beträgt zwischen 5 Prozent und 6 Prozent des effektiv abgewickelten Rechnungsbetrages. Weitere Kosten wie z. B. Monatsgebühr oder Transaktionskosten kommen nicht hinzu – nur eventuell einmalig für das Shop-Plug-in.

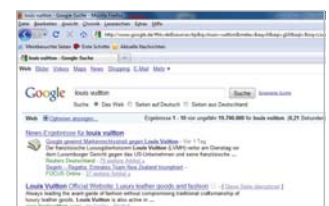
Keine Haftung: EuGH spricht Google frei

Nachdem sich bereits etliche nationale Gerichte mit dem Thema befassen mussten, hat nun der Europäische Gerichtshof ein Grundsatzurteil zum Streitfall „Markenrechtsverletzungen bei Google AdWords – Werbeanzeigen“ getroffen. Geklagt hatte die Inhaberin der Gemeinschaftsmarken „Vuitton“, „LV“, „Louis Vuitton“

sowie der Inhaber der französischen Marke „Eurochallenges“. Diese sahen ihre Markenrecht als verletzt an, da bei Eingabe ihrer Marken in der Suchmaschine Google im Anzeigenbereich Werbung von Mitbewerbern erschien. Daraufhin hatten die Markeninhaber gegen Google geklagt. Die Richter lehnen eine Haftung seitens Google jedoch ab. Die Begründung: Es liegt keine markenmäßige Nutzung von Google vor, wenn anderen die

Möglichkeit eingeräumt wird, mit Markennamen von Konkurrenten identische Zeichen als Schlüsselwörter auszusuchen und anhand dieser sodann von Google gespeicherten Begriffe später die Werbeanzeigen einzublenden. Diese Vermittlung sei lediglich ein Referenzierungsdienst, weswegen keine markenrechtlichen Ansprüche geltend gemacht werden könnten. Allerdings ließen die Richter offen, ob Google im Einzelfall nach na-

tionalem Recht haftbar gemacht werden könnte.



Die US-Suchmaschine Google und Louis Vuitton liegen schon seit längerem im Clinch. Die aktuelle Runde hat Google gewonnen