

Bildschirmtext – Computerwissen für alle?

Geld überweisen, Waren bestellen, Reisen buchen – das alles und mehr sollen die Bundesbürger demnächst zu Hause erledigen können: Von September an will die

Post den Bildschirmtext, die Kommunikation über den Fernseher, bundesweit einführen. Bis 1986 sollen bereits eine Million Teilnehmer am Computer-Netz hängen.

Die Firma Rosa-Rot-Diskret-Versand verspricht auf dem Bildschirm in einer Annonce: „Welches Bi-Paar sucht Partner? Er, 45, erfüllt alle Wünsche.“

Pastor Stephan G. Brass aus Hildesheim tröstet die Fernsehgemeinde mit der Schautafel „Verzweifeln Sie nicht, es gibt eine Antwort“.

Die Willicher Hannen-Brauerei bittet per Bildschirm die Bürger um „Ihre Unterschrift für das Reinheitsgebot“ beim Bier.

Solche und zahlreiche andere Angebote, Ratschläge oder Hinweise sind bisher rund 8000 Bundesbürgern in Berlin und Düsseldorf vorbehalten. Möglich wurde das ungewöhnliche TV-Programm durch eine neue Offerte der Bundespost, die bei dem exklusiven Zirkel unter dem Namen Bildschirmtext getestet wurde.

Das, was der Bildschirm seit fast drei Jahren in Berlin und Düsseldorf zusätzlich zum normalen Fernsehprogramm zu bieten hat, soll bald überall in Deutschland über die Mattscheibe flimmern. Im

September, nach der Funkausstellung in Berlin, beginnt die Post mit der bundesweiten Einführung von Bildschirmtext.

Bis Ende dieses Jahres können rund 50 Städte und Gemeinden die Text-Informationen empfangen. Ende 1985 sollen schon 750 Orte an das neue Kommunikationsnetz angeschlossen sein. Drei Viertel aller Bundesbürger hätten dann die Möglichkeit, den Fernseher auf eine völlig neue Art zu nutzen.

Dann, so meinen Medienexperten, haben die Bundesbürger den ersten Schritt in die elektronische Kommunikationsgesellschaft vollzogen. Diese weitere Technisierung der Haushalte, so der Bochumer Medienforscher Helmut Kromrey, „dürfte einen stärkeren Wandel in der Alltagskultur einleiten als die Ausweitung von Fernsehprogrammen“.

Im Unterschied zu Breitbandkabeln, die erst noch mit großem Investitionsaufwand installiert werden müssen, steht für Bildschirmtext bereits ein flächendeckendes Kabelnetz zur Verfügung. Btx, so das Kürzel für das neue Informationsangebot, könnte sich deshalb schneller durchsetzen als alle anderen geplanten Medien.

Bildschirmtext, vor fast zehn Jahren in England als Viewdata entwickelt, entsteht durch die Verbindung von Telefon und Fernsehapparat. Zwischen beide Geräte wird von der Post ein kleines Zusatzgerät geschaltet (einmalige Anschlußgebühr: 55 Mark).

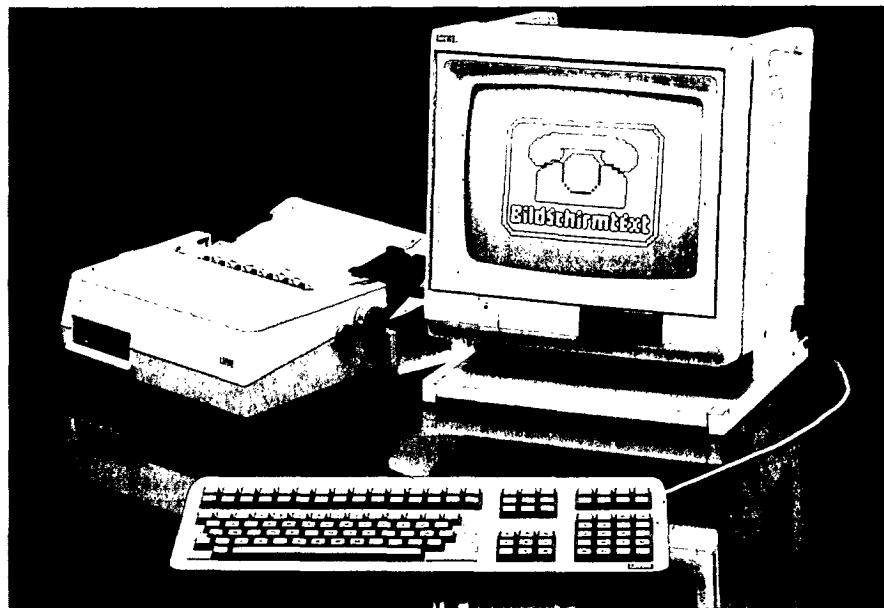
Dieses sogenannte Modem wandelt die über die Telefonleitungen kommenden Impulse in Datensignale um. Die Signale werden von einem Zusatzteil im Fernseher, dem Decoder, in Form von Schrift und Bild auf dem TV-Schirm sichtbar gemacht.

Wenn ein Bildschirmtext-Teilnehmer sein Fernsehgerät einschaltet und die Telefonnummer 190 wählt, erreicht er die nächstgelegene Bildschirmtext-Zentrale der Bundespost. Über diese Leitung erhält er Zugang zu einem riesigen Informationsangebot, das in den Postcomputern gespeichert ist.

Ein Inhaltsverzeichnis, Suchbaum genannt, soll dem Btx-Kunden helfen, sich in dem weitverzweigten Computerlabyrinth von Information, Werbung und Dienstleistungsangeboten zurechtzufinden. Mit der Zahlentastatur seiner TV-Fernbedienung kann sich der Kunde anhand des Suchbaums zu der von ihm gewünschten Information vorarbeiten –



Bildschirmtext-Kundin: Hilflös im Computer-Labyrinth?



Bildschirmtext-Fernseher, Zubehör*: „Wandel in der Alltagskultur“

* Die Tastatur wird für Buchungen, Überweisungen und ähnliches gebraucht. Mit dem Drucker (l.) können die elektronischen Aufträge schriftlich festgehalten werden.

er kann aber auch jede Informationsseite direkt anwählen, ähnlich wie mit einer Telefonnummer.

Jede Btx-Seite umfaßt 24 Zeilen mit je 40 Zeichen, die mit Buchstaben, farbigen Graphiken oder bunten Rasterbildern gefüllt sind. So unterschiedlich die Seiten gestaltet werden können – immer sind die Bilder auf der Mattscheibe stumm und unbeweglich. Für Bewegung oder Ton reicht die Übertragungskapazität der Telefonleitung nicht aus.

Die Informationen auf dem Bildschirm – und das ist gleichfalls ein Novum – stammen nicht von den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten, sondern von Behörden, Verbänden und Privatunternehmen, von Banken und Zeitungsverlagen, von Handwerksbetrieben und Versandhäusern. Sie alle können die Speicherplätze der Postcomputer gegen eine Gebühr mieten.

Da der Btx-Anschluß nicht nur den Zugriff auf die in den Postcomputern direkt gespeicherten Seiten ermöglicht, sondern auch die Durchwahl zu den Datenbanken der angeschlossenen Firmen erlaubt, ist die Palette der Anwendungsformen unübersehbar groß.

Einer der entscheidenden Vorteile von Bildschirmtext gegenüber Videotext, der bereits seit 1980 mit einem Zusatzteil im Fernseher bundesweit zu empfangen ist, liegt im Dialog von Privatleuten mit Computern der Postzentrale oder mit den Datenbanken externer Rechner.

Mit Hilfe der Jedermann-Datenbank können die Bundesbürger Fahrpläne und Börsenkurse, Kurznachrichten und Veranstaltungshinweise, Sonderangebote von Supermärkten und Informationen der Stiftung Warentest individuell und zu jeder Zeit in Sekundenschnelle auf den heimischen Bildschirm zaubern.

Der Btx-Kunde kann Versandhaus-Kataloge elektronisch durchblättern und das Gewünschte sofort bestellen; er kann Reisen buchen, Rechnungen bezahlen und den aktuellen Stand des Girokontos ermitteln.

Btx degradiert jedes Lexikon zu einem hoffnungslos veralteten Nachschlagewerk – denn kein gedrucktes Buch kann so aktuell sein wie das Telelexikon. Schließlich bietet der neue Postservice den Bundesbürgern die Möglichkeit, an jeden anderen Btx-Teilnehmer elektronische Grüße zu übermitteln.

Vor allem Ärzte, Apotheker, Buchhändler und Versicherungsvertreter werden, so meint die Post, Btx auch beruflich nutzen. Unternehmen mit vielen Zweigstellen könnten allen Außenstellen den Zugang zum hausinternen Computer in der Firmenzentrale ermöglichen.

Die fast unbegrenzten Möglichkeiten des Mediums werden dafür sorgen, so die Post, daß sich Bildschirmtext innerhalb weniger Jahre zu einem preiswerten Massendienst ausdehnt. Und wenn erst einmal eine genügend große Zahl von Btx-Kunden am Netz hängt, dann werde Bildschirmtext, so der ehemalige Postminister Hans Matthöfer, „einer Lawine gleich unaufhaltsam weiterwachsen“.

Die Lawine soll schon bald ins Rollen kommen. Noch in diesem Jahr will die Post 40 000 Btx-Anschlüsse verlegen. Bis Ende 1986 sollen rund eine Million Teilnehmer, darunter 400 000 Privathaushalte, an das Netz angeschlossen werden. Bis zum Ende der achtziger Jahre möchte die Post weit mehr als drei Millionen Btx-Leitungen schalten.

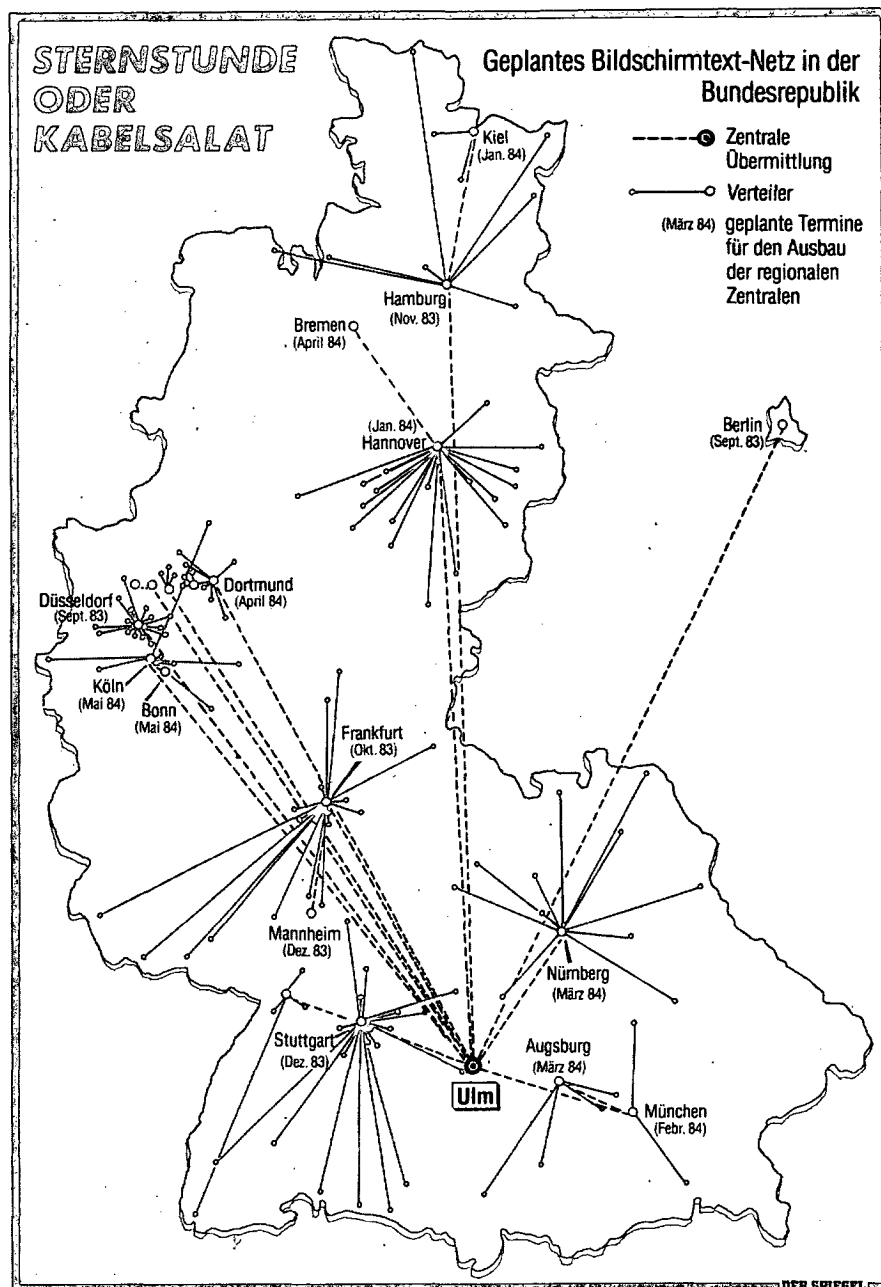
Für den Staatskonzern und für die Gerätefirmen eröffnet sich damit ein Milliarden-Markt. Allein die Post will bis 1986 rund 500 Millionen Mark ausgeben. Alles in allem, so hat das Beratungsunternehmen Diebold errechnet, erreicht Btx in den Anfangsjahren „ziemlich müheles ein Investitionsvolumen von zwei bis drei Milliarden Mark“.

Medienexperten indes bezweifeln, daß Btx sich so rasch ausbreitet und ein so schnelles Geschäft wird. Statt mit einer Million Teilnehmer in drei Jahren rechnen sie allenfalls mit 600 000.

Die Skepsis ist nicht unbegründet. Bis jetzt ist nicht einmal sicher, ob Btx am 1. September bundesweit eingeführt werden kann. Alle Planungen basieren auf einem Kabinettschluß der sozialliberalen Koalition, der erst am 21. März vom zuständigen Post-Verwaltungsrat gutgeheißen werden soll.

Drei Tage vorher wollen die Ministerpräsidenten der Länder noch einem Staatsvertrag zustimmen, in dem zahlreiche wichtige Details, etwa Datenschutzbestimmungen oder die Kennzeichnung von Werbung, geregelt werden.

Für Unsicherheit bei den Btx-Anbietern sorgte die Post durch ihre Gebührenpolitik. Erst Mitte Januar, acht Mo-



*Frankreichs
schönstes
Silber*

*Tradition,
Qualität und Stil*
Christofle
Orfèvre à Paris
seit 1830

Informationen und Händlerverzeichnis:
Christofle Deutschland GmbH
6000 Frankfurt/M. · Feldbergstr. 12
Für Österreich: Fa. Paul Prem
Stelzhamnergasse 4 · A-1030 Wien

nate vor dem Start, gab Postminister Christian Schwarz-Schilling bekannt, wie teuer der Tele-Informationsdienst für Anbieter und Teilnehmer werden soll.

Wer zukünftig über Telefon den Fahrplan oder das Kinoprogramm auf den Bildschirm wählen will, muß eine monatliche Grundgebühr von acht Mark und die zusätzlichen Telephonegebühren (Ortstarif) bezahlen.

Die Btx-Rechnungen der Anbieter richten sich nach dem Verbreitungsgebiet. Ein Händler, der seine Informationen nur regional kundtun will, muß neben 50 Mark monatlicher Grundgebühr pro Seite täglich eine Speichergebühr von 1,5 Pfennig berappen. Bei hundert Seiten kommen für den Regionalanbieter bis zu 2000 Mark im Jahr zusammen.

Teurer wird es für die bundesweiten Anbieter, etwa Verbände, Banken und Verlage. Sie müssen für ein Hundert-Seiten-Programm schon mindestens 5000 Mark im Jahr an die Post überweisen. Versandhäuser wie Quelle oder Otto und die Herausgeber von Lexika, die 10 000 Seiten und mehr belegen, um ihre Angebote einigermaßen komplett auf dem Bildschirm präsentieren zu können, müssen sich auf eine jährliche Btx-Rechnung von rund 300 000 Mark einstellen.

Verglichen mit den Kosten für Versandhaus-Kataloge oder für Anzeigen in regionalen Tageszeitungen, erscheint der Btx-Preis nicht überzogen. Dennoch reagierten die Unternehmen mit Protesten auf die Gebührenstaffel. Vor allem mittelständische Anbieter finden die Gebühren unangemessen hoch.

Eine weitere wichtige Entscheidung für die bundesweite Btx-Einführung fiel ebenfalls in letzter Minute. Erst am 15. Dezember legte die Post die letzten Details für den neuen technischen Standard des Bildschirmtext-Decoders fest.

Anders als in den Feldversuchen, bei denen die Post mit dem britischen Viewdata-System arbeitete, soll künftig ein international abgestimmter Standard verwendet werden: Dieser sogenannte CEPT-Standard gewährleistet nicht nur eine bessere Telekommunikation über die innereuropäischen Grenzen hinweg – er erlaubt auch, mehr Zeichen zu senden, und könnte sich eines Tages, ebenso wie die Pal-Norm beim Fernsehen, weltweit durchsetzen.

Um die Funktionen des CEPT-Standards nutzen zu können, müssen die Decoder, die in den TV-Geräten die Telefon-Signale in Bilder umsetzen, völlig neu konstruiert werden. Und das dauert. Denn preiswerte Decoder sind nur zu verwirklichen, wenn die Gerätehersteller alle Vorteile der Mikroelektronik nutzen: Sie müssen einen Chip entwickeln, der in riesigen Stückzahlen hergestellt werden kann.

Die Entwicklung eines solchen Chips ist überaus kompliziert. Nur ein einziges



Entwickler Heine, Mißbach
Aufregung in der Branche

Unternehmen, die Philips-Tochter Valvo, wagte sich an die Arbeit für dieses wichtige Bauteil heran. Nicht einmal Siemens ließ sich von dem möglichen Milliarden-Geschäft locken.

Valvo aber konnte erst Anfang 1982, als die wesentlichen Parameter von CEPT festlagen, mit den Arbeiten für den sogenannten Eurom-Chip beginnen. Seit Monaten ist deshalb klar, daß bei der Einführung im September 1983 kein preisgünstiger Btx-Decoder – 1977 rechnete die Post noch mit einem Preis von 200 bis 500 Mark – lieferbar sein wird.

Inzwischen geht die Elektronikindustrie davon aus, daß der Eurom frühestens Ende 1984 genutzt werden kann. Anfang 1985, so rechnet die Post, könnten dann Fernseher mit Btx-Anschluß zu einem Mehrpreis von 500 bis 600 Mark gegenüber einem normalen Gerät verkauft werden. Später soll der Mehrpreis auf 300 Mark fallen.

Auch der Decoder, den die Bosch-Tochter Blaupunkt im Herbst vorstellte, ist nicht für den Massenmarkt geeignet. Der „Mini-Jumbo“ benötigt 300 Chips. Ein Btx-Fernseher samt Eingabetastatur kostet deshalb bei Blaupunkt rund 14 000 Mark.

Wegen der Decoder-Probleme geriet denn auch der ganze Btx-Zeitplan in Gefahr. Die Bundespost zog deshalb im Herbst ernsthaft in Erwägung, den europäischen Standard wieder abzuspecken oder den Start um ein Jahr zu verzögern. Denn auch die Zentralrechner in der Btx-Zentrale in Ulm, die von dem Computeriesen IBM geliefert werden, können bis zur Funkausstellung noch längst nicht alle Funktionen erfüllen.

Daß die Post dennoch schon im Herbst mit Btx beginnen kann, hat sie einem der kleinsten deutschen Fernsehhersteller zu

verdanken, der fränkischen Firma Loewe. Die Loewe-Entwickler Kurt Heine und Hilmar Mißbach haben sich nicht auf den Eurom verlassen, sondern unter strenger Geheimhaltung einen eigenen Decoder entwickelt, der mit 30 Chips auskommt und kaum größer als eine Zigarrenkiste ausfällt.

Dadurch kann Loewe den Mehrpreis für den Bildschirmtext-Fernseher auf rund 1000 Mark drücken. Das ist zwar immer noch eine stolze Summe. Dennoch sorgte die Loewe-Entwicklung in der Branche für Aufregung. Denn den Kronachern ist es nun wohl als einzigem Anbieter möglich, bei der Funkausstellung in Berlin Btx-Fernseher (66 cm) für 3000 Mark zu verkaufen.

Loewe-Chef Helmut Ricke setzt dennoch vor allem auf die professionelle Kundschaft, die für rund 6000 Mark mit einem Bildschirmtextgerät samt Eingabetastatur bedient werden soll. Vom Geschäft mit Privathaushalten erhofft sich der Loewe-Mann vorerst nicht viel.

Die Skepsis gründet sich auf die Ergebnisse der Versuche in Düsseldorf und Berlin. In Düsseldorf hatte die Post im November 1979 eine halbe Million Bürger aufgefordert, sich zur Teilnahme an den Btx-Versuchen zu bewerben. Es kamen aber nur 2800 Rückmeldungen, von denen sich schließlich gut 1500 am Versuch beteiligten.

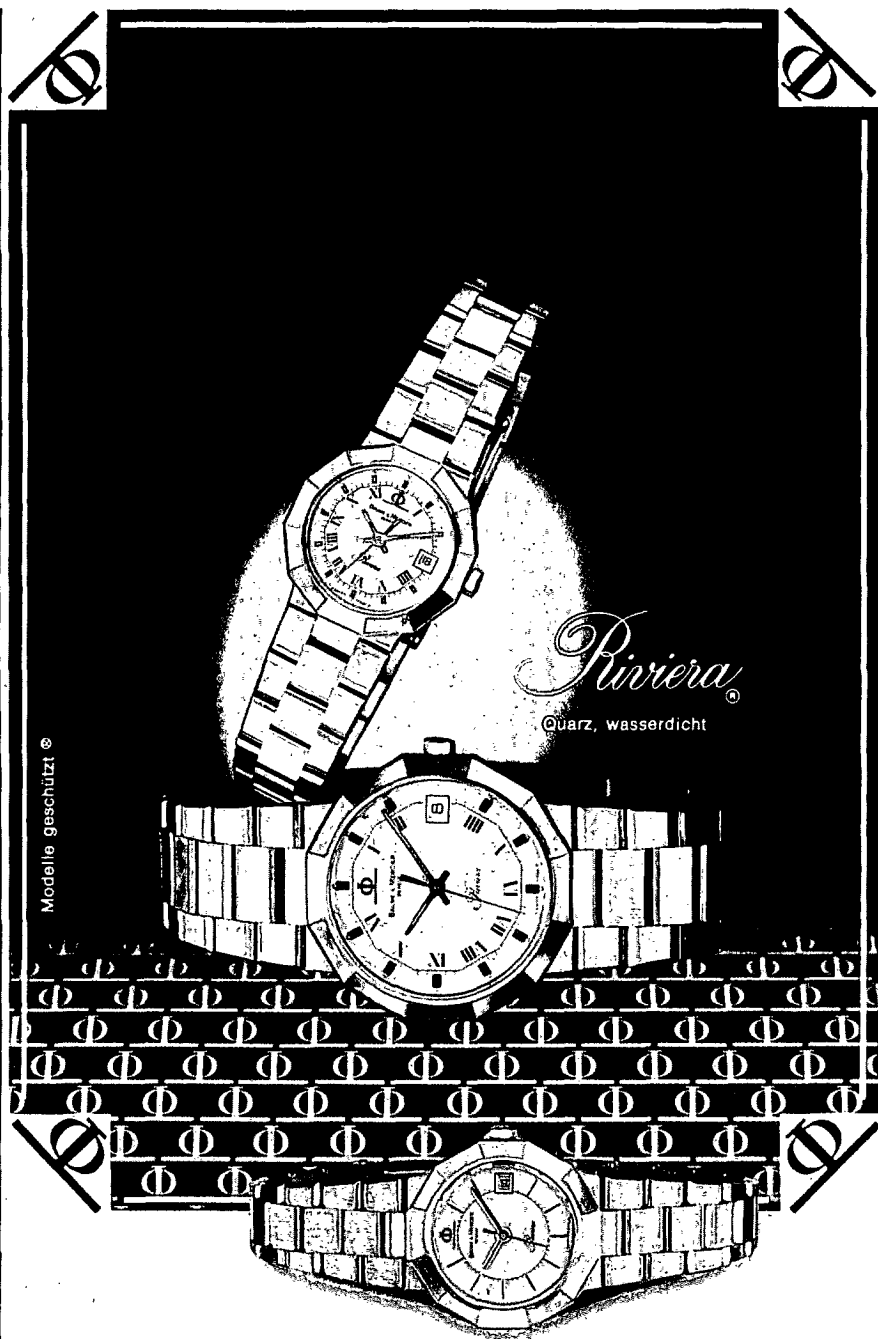
Selbst die Btx-Freaks, die täglich viele Stunden vor der Mattscheibe mit dem liebevoll „Jo-Jo“ genannten Postcomputer spielen, sind oft von dem neuen Medium enttäuscht. Sie mäkeln über mangelnde Aktualität wie über den zeit- und aufwendigen Suchvorgang, und sie fordern eine Begrenzung der Werbung.

Bei vielen Teilnehmern war die Faszination des neuen Mediums schnell verflogen. Nach anfänglicher Neugier spielen sich die meisten inzwischen nur noch einmal pro Woche einen Btx-Text ins Heim – in der Regel nicht mehr als für eine halbe Stunde.

Dennoch gehen die Fachleute davon aus, daß sich das neue Bildschirmangebot durchsetzen wird – wenn auch wohl langsamer, als es sich manche Btx-Propagandisten heute vorstellen; und das muß nicht unbedingt von Schaden sein.

Das neue Kommunikationsmittel ist nämlich bestens geeignet, einige zehntausend weitere Jobs, etwa im Handel oder bei den Banken, wegzurationalisieren. Wenn die Banküberweisung daheim eingetippt werden kann, wenn die Versandhausbestellung am Bildschirm aufgegeben wird, dann kostet das wieder einige Arbeitsplätze.

Akut gefährdet wären zum Beispiel die rund hunderttausend Beschäftigten in den Lotto- und Toto-Annahmestellen. Wenn Bildschirmtext erst einmal bundesweit verbreitet ist, können nämlich auch die Glückszahlen vor der Mattscheibe eingetippt werden. ♦



Die Marke Ihres Erfolges...


BAUME & MERCIER
GENEVE
1830

Verkauf durch die führenden Fachgeschäfte.

Farbbroschüre erhältlich bei:

BAUME & MERCIER GmbH - Postfach 639/2 - 6050 Offenbach/Main
 Österreich: Hellmut REISS - Parkring 10 - 1010 WIEN I

4134