

...mein Papi seinen Mauser Genius so gern hat. Sie brauchen sich nur mal draufzusetzen. Dann wissen Sie auch warum.

MAUSER
genius

Ich möchte den genius kennenlernen und bitte um Informationen.

Name/Firma _____

Abt. _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Mauser Waldeck AG
3544 Waldeck 2

Blumen aufs Grab

Statt 150 000 Gebührenzahler, wie von der Post gewollt, gewann das neue Medium „Bildschirmtext" nicht einmal 25 000 Teilnehmer. Dem Postminister Schwarz-Schilling droht ein neuer Flop.

„Bildschirmtext ante portas", verkündete Bundespostminister Christian Schwarz-Schilling. Die Gerätefirma Loewe Opta sah „die größte Informationsrevolution seit der Erfindung des Buchdrucks" heraufziehen – 150 000 Teilnehmer wurden schon im ersten Jahr für den neuen Textdienst der Post erwartet, der über die Telephonleitung auf den heimischen Fernsehschirm kommt.

Das war beim Start, im Herbst 1983. Jetzt gab ein Sprecher des Postministeriums zu, daß sich „die Erwartungen nicht erfüllt haben": Nur 24 957 Teilnehmer zahlten Ende vorigen Monats Gebühren für „Bildschirmtext" (Btx).

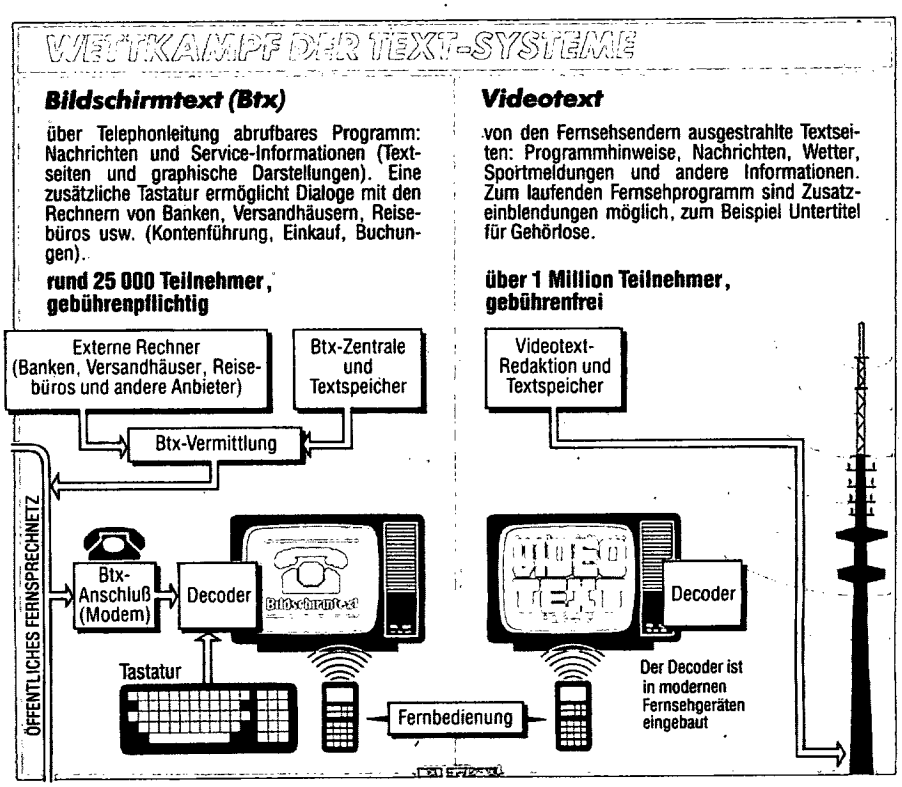
Schwarz-Schilling droht nach dem Steckenbleiben seiner Kabelstrategie und der allgemeinen Kritik an der unpünktlichen Postzustellung ein neuer spektakulärer Flop. Die Mittel, die der gelbe Riese bis 1987 in das Btx-System stecken will, rund eine Milliarde Mark, könnten sich als gigantische Fehlinvestition erweisen. Dabei hatte alles so optimistisch begonnen. „Bildschirmtext, damit Sie's leichter haben", warb die Post. Per Knopfdruck könne der Kunde vom Sofa aus Reisen buchen, Waren kaufen und das Bankkonto führen. Zwei Zusatzgeräte, fürs Telephon (Modem) und fürs TV-Gerät (Decoder), genügen zum Empfang, der 65 Mark einmalige Anschlußgebühr, Monatsbeiträge von acht Mark und Nutzungsgebühren nach Zeittakt kostet.

Weil aber die Nachfrage des Publikums so gar nicht hielt, was sich die Post versprochen hatte, soll nun mehr Werbung her, mehr Anreiz für die Kunden.

Btx-Anbieter vom Tiefkühl-Heimservice bis zum baden-württembergischen Innenministerium versuchen seit einigen Monaten, mit allerlei Rätseln und Spielchen für Btx Stimmung zu machen. Den Gewinnern winken Traumreisen, Partysets oder auch mal „ein dekoratives Vögelchen".

Gemeinsam mit Geräte-Industrie, Handel und Anbietern will auch die Post mehr Anschlußfreude schaffen. Letzte Woche wurden im Testgebiet Hamburg erstmals 500 Demonstrationsgeräte aufgestellt, an denen der Verbraucher ertasten soll, daß Btx für ihn von Nutzen ist. Die Hamburger Oberpostdirektion ist „ganz optimistisch", daß er das begreift.

Die Deutsche Postreklame hat anläßlich der „Btx Hamburg Woche '85" zu einem Spiel eingeladen, bei dem es neben anderen Preisen acht Postsparbücher mit 1000 Mark zu gewinnen gibt, und per Wurfsendung wurden alle Hamburger Haushaltungen über das neue Angebot aufgeklärt. Wenn die Aktion mehr Btx-Anmeldungen bringt, wird das Bonner Postministerium auch anderswo mit Gewinnspielen auf Kundenfang gehen. Ein großangelegter Propaganda-Feldzug ist ohnehin geplant, denn alle Anzeigenkampagnen haben bislang wenig bewirkt. Bis in die Betriebe will der Minister die widerstrebenden Verbrau-

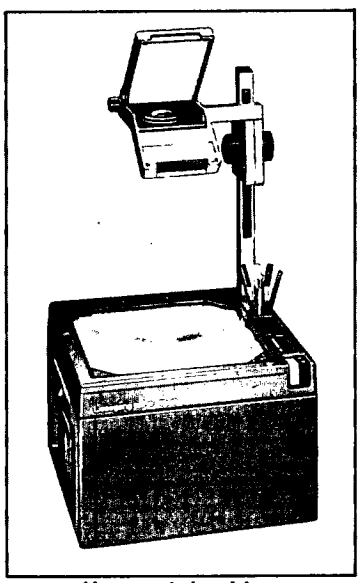


Wenn Sie bei der Overhead-Projektion keine Kompromisse mehr machen wollen:

Liesegang trainer.

trainer heißt das neue Overhead-Projektoren-Programm, mit dem Liesegang neue Maßstäbe setzt:

- alle Funktionsschalter liegen bedienungsfreundlich direkt neben der Arbeitsfläche.
- Schärfenausgleich über das gesamte Bildfeld bei Aufwärtsprojektion.
- Lampenhausjustierung und Lampenschnellwechsel bequem von außen zugänglich.
- versenkbare Haltestifte gewähren exakte Vorlagenjustierung.



Liesegang trainer deluxe

Unser Projektoren-Programm:

Dia-Projektoren (für Pocket-, Kleinbild- und Mittelformate). Ton-Dia-Projektoren. Episkope. Zeichen-Episkope. Overhead-Projektoren. Mikrofilm-Lesegeräte und -projektoren.

Liesegang

Spezialfabrik für Projektions- und Vergrößerungs-Geräte
Ed. Liesegang · Volmerswerther Straße 21
Postfach 5205 · D-4000 Düsseldorf 1
Telefon (02 11) 39 01 - 1 Telex 8 582 434

cher verfolgen lassen. „Btx-Präsentationsgruppen" sollen dort die schwache Nachfrage ankurbeln, weil die Kundschaft zu Hause nicht mitspielt.

Den Grund für die Misere suchen die Postler mal wieder in fremdem, nicht in eigenem Versagen. Vor allem beklagen sie die „zurückhaltenden Aktivitäten der Anbieter", zu wenig attraktive Bildschirmtexte und den hohen Preis der Btx-geeigneten Fernsehgeräte, über 2500 Mark. Zur Zeit, meint Eric Danke, Btx-Referatsleiter im Postministerium, sei es „sinnlos, die privaten Teilnehmer zum Fernsehhändler zu schicken".

Die Gerätehersteller sind ihrerseits verärgert und geben der Post die Schuld. Das Fernmeldetechnische Zentralamt in Darmstadt, argumentiert der Fachverband Unterhaltungstechnik, baue bei der Zulassung von Geräten „unnötige Hürden" auf. Auch die „Trivial-Werbung" der Post sei nicht geeignet, den Kundenstamm zu vergrößern.

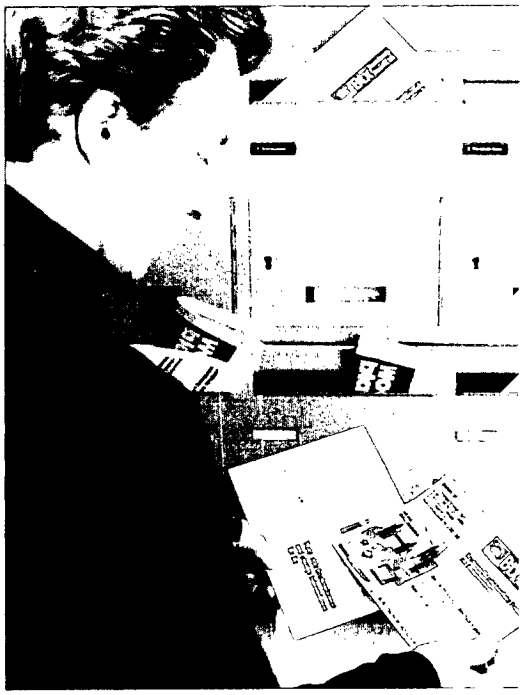
Bei den knapp 3700 Btx-Anbietern breitet sich Frust aus. Noch kann der Kunde zwar bei der Stadtbäckerei Engelbrecht in Bremerhaven Roggenbrot und Stachelbeertorte via Btx bestellen, und die Deutsche Bundesbahn bietet „rosarote Elefanten" – 30 Zentimeter lang, 20 Zentimeter hoch – zum Kauf an. Die Bundesregierung berichtet unter „*21121#" mit schwarzrotgoldenem Balken und Adler über „Aktuelles aus Bonn". Und auf Tafel „*54411483#" klärt die CDU darüber auf, daß Btx „die Medienlandschaft bereichert" – eine Art Selbstbefruchtung des Systems.

Im Mai gar wurde das erste Töchterchen aus einer Ehe bejubelt, die über eine Bekanntschaftsanzeige im Btx zustande gekommen war. „Eine Liebe in Deutschland", gratulierte das „Bildschirmtext-Magazin", „eine Liebe durch Bildschirmtext".

Doch die sprühende Begeisterung ist vielen längst vergangen, die ersten Großanbieter ziehen sich zurück. Der Bundesverband Deutscher Zeitschriftenverleger etwa hat sich zu der Erkenntnis durchgerungen, daß das gebührenpflichtige Telephon-Medium Btx dem kostenlosen Videotext des Fernsehens unterlegen sein wird (siehe Schaubild Seite 88).

Videotext, auf der sogenannten Austastlücke der TV-Wellen ausgestrahlt, bietet Schriftzeilen zum Fernsehen für Hörgeschädigte ebenso wie die neuesten Nachrichten, den Wetterdienst oder Programmhinweise und erreicht derzeit weit über eine Million Zuschauer, mehr als vierzigmal soviel wie Btx.

„Btx hat als Zeitungsmedium keine Zukunft", meint Friedhelm Haak, Geschäftsführer der Dialog Medien GmbH & Co., eines Unternehmens der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung" („HAZ"). Das Verlagshaus reduzierte seine Btx-Mannschaft für die „HAZ"-Nachrichten um zwei Drittel. Der Axel Springer Verlag, einer der größten Anbieter, hat sein Programm kostenspa-



Btx-Werbung der Bundespost*
Vögelchen für den Kundenfang

rend eingedampft. Und der Berliner Wissenschaftsverlag de Gruyter stoppte ein medizinisches Nachschlageprogramm, weil jede Seite durchschnittlich nur einmal monatlich abgerufen wurde.

Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung" dagegen weitete ihr Programm noch einmal aus, sie bietet nun allwöchentlich ein neues Gedicht. Im Mai wählte die Literaturredaktion beispielsweise „café niederegger" von Doris Runge aus:

hinter rüschen runzeln brüssler spitzen
gezuckert gepudert
die alten Damen
vom kränzchen
legen den kaffeelöffel
auf die untertasse
sanft
wie sonntags
die blumen aufs grab

Auch in anderen Branchen, die Btx ausprobieren, wurde der Kaffeelöffel bereits auf die Untertasse gelegt. Daimler-Benz hat sich aus dem Medium abgemeldet. Das Volkswagenwerk mochte sich zu einem Textangebot bislang gar nicht entschließen, eine Leitseite bittet: „Haben Sie noch etwas Geduld."

Die Deutsche Shell fand die Nachfrage nach technischen Tips und den Öffnungszeiten der Tankstellen, laut Firmensprecher Hans Erhard Hanky, „nicht so doll" und klinkte sich beim Publikum aus. Und der Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken spricht unumwunden von einem „Flop".

Doch es gibt auch einige bessere Erfahrungen. So bewertet die Noris-Verbraucherbank die Resonanz bei 7000 Btx-Kunden als gut. Dafür macht sich das Geldgewerbe seit längerem Sorge

* Postwurfsendung zur „Btx Hamburg Woche '85".

um die Sicherheit des neuen Systems. Daten-Freaks des Hamburger „Chaos Computer Clubs" bewiesen vergangenen November, daß die Hamburger Sparkasse mit einem Btx-Trick übers Wochenende um 135 000 Mark zu erleichtern war.

Computer-Fans bietet Btx, im Gegensatz zu den meisten anderen, viel Vergnügen. So prozessierte die Landespostdirektion Berlin jüngst gegen den Btx-Anbieter Lothar Portugall, der letztes Jahr durch „unsinniges massenhaftes Testkopieren" (Klageschrift) die Btx-Leitzentrale in Ulm „unbrauchbar" gemacht hatte. Die Post rechnete vor, daß der Beklagte durch die technische Störung drei Diplom-Ingenieure, einen Fernmeldehauptsekretär und einen Amtmann insgesamt 42 Stunden auf Trab gebracht hatte, und begehrte Schadenersatz.

Postkunde Portugall erbrachte mit dem Eingeben von 166 400 Btx-Seiten den Beweis, daß der Ulmer Zentralrechner seinen Anforderungen nicht standhielt. Doch er mußte, wäre der Computer so leistungsfähig gewesen wie amtlich behauptet, mit dem Blackout nicht rechnen, entschied das Gericht. Die Klage gegen Portugall wurde abgewiesen.

Problematischer noch als die technischen Mängel – zum Start war der IBM-Zentralrechner eine Zeitlang nicht funktionsfähig – ist die Qualität des Btx-Angebots. Als die „Badische Telezeitung" 1018 private Nutzer nach ihrer Meinung fragte, nannten zwar gut drei Viertel Btx ein „notwendiges zusätzliches Medium". Die Qualität der Programme aber beurteilten selbst diese Btx-Pioniere zu 69,4 Prozent als „mäßig".

Das schlechte Echo vernahmen Kritiker gern, denen Btx aus ganz anderen Gründen mißfällt: Datenschützer warnen vor Risiken, Gewerkschaften rechnen seit Jahren vor, daß eine massive Btx-Nutzung durch Handel und Dienstleistungsgewerbe mehr als eine Million Arbeitsplätze vernichten könnte. Bezeichnend ist die Entscheidung von Shell, die Btx-Seiten zur Publikumsnutzung zwar abzubestellen, das Medium aber firmenintern weiter zu nutzen.

Arbeitslosen- und Mieterinitiativen, Mediengruppen und Grüne starteten im Frühjahr eine Aktion „Keine Akzeptanz – Boykottiert das Bildschirmtextsystem der Bundespost!"

Gemessen an der Zahl der potentiellen Btx-Nutzer, den 25 Millionen Telephonbesitzern, kommt die allgemeine Zurückhaltung schon jetzt einem Verbraucherboykott gleich: Noch im Herbst versprach Postminister Schwarz-Schilling, in zehn Jahren werde man fast zehn Millionen Btx-Teilnehmer geworben haben, von Januar bis Mai dieses Jahres jedoch stießen monatlich nicht einmal 1000 neue Kunden hinzu.

Bei diesem Tempo würde es noch gut 838 Jahre dauern, bis die Wunschvorstellung des Ministers Wirklichkeit wird. ◆

