

und McCaw gerade „ihre Midlife-crisis durchleben“. Teledesic, so Anderson, „wird nicht funktionieren“.

In der Innovationsdiaspora Deutschland waren die Experten der Telekom von dem Projekt erst mal „ziemlich überrascht“, wie Klaus Hummel, Geschäftsführer bei der Mobilfunk-Tochter DeTeMobil bestätigt. Trotzdem gibt Hummel der Idee durchaus Chancen, er denkt dabei aber nicht nur ans Telefonieren. Ohne Angebote wie Filme auf Abruf oder Videokonferenzen würde sich der Aufwand nicht lohnen.

Ein globales Telefonangebot, allerdings mit nur 66 Satelliten, will in vier Jahren der Konkurrent Motorola verwirklichen. „Iridium“, so der Name des Projekts, soll etwa 3,4 Milliarden Dollar kosten. Die Kunden sollen dank Iridium

unter einer einheitlichen Telefonnummer jederzeit und überall auf dem Globus erreichbar sein – für drei Dollar Gebühr pro Gesprächsminute.

Im Unterschied zu Teledesic beschränkt sich Motorola mit Iridium zunächst nur auf die Vermittlung von Sprache und Fax mit tragbaren Telefonen. „Mit Teledesic“, sagt Iridium-Vizepräsidentin Candace Johnson, „haben Gates und McCaw eine tolle Idee in die Welt gesetzt, egal ob der Plan auch tatsächlich realisiert wird.“

Ehe McCaw mit seinen 840 Satelliten Geld verdienen könnte, wären in der Tat noch ernste technische Probleme zu lösen. „Wenn Teledesic nur zehn Prozent seiner Satelliten im Jahr verliert, müssen sie 84 neue positionieren, um ihren Dienst am Laufen zu halten“,

sagt Barry Goodstadt von der Firma EDS.

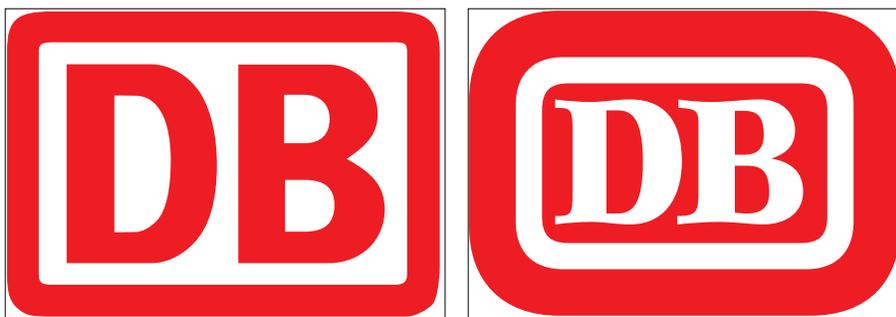
Weil die Teledesic-Satelliten auf einer niedrigen Umlaufbahn kreisen, sind sie zwar relativ günstig zu positionieren. Die Gefahr aber, daß sie ihren Orbit verlassen, ist größer.

Von Nörglern läßt sich McCaw nicht beeindrucken. „Das wichtigste an Träumen ist, daß sie wahr werden. Schweißgebadet aufwachen möchte ich nicht“, sagt er. Trotzdem riskieren weder er noch sein Partner Gates viel Geld: Jeder hat nur ein paar Millionen Dollar in das Projekt investiert.

Der Großteil des nötigen Kapitals soll, so ein Sprecher der Firma, schließlich von den „Herstellern und Regierungen kommen, die das System bauen und betreiben wollen.“ □

Zu viele Busenbogen

Designer-Streit um das neue Bahn-Signet



Neues, altes Bahn-Logo: „Straffung, Aufrichtung, Schlankung“

Keinem Lokführer und keinem Schlafwagenschaffner war bislang aufgefallen, daß er mit dem Bahn-Emblem auf der Mütze für eine „hohe feminine Anmutung“ sorgte.

Der Stuttgarter Design-Professor Kurt Weidemann, 71, sah's auf einen Blick. Insgesamt 28 Rundungen zählte er in dem 1952 entworfenen Logo – „Busenbogen“, „Hüftbogen“ und „Schwangerschaftsbogen“; ganz miserabel schienen ihm die vier „runden Ecken“, die „tiefenpsychologisch Entscheidungsschwäche“ symbolisierten.

Seit Jahresanfang, seit es die Deutsche Bahn AG gibt, hat der Staatsbetrieb ein neues Signet. Rund 25 Millionen Mark hat die Einführung des Emblems gekostet; statt der weiblichen Rundungen – laut Weidemann „zu schlaff“ – hat

der Stuttgarter Designer „Straffung, Aufrichtung, Schlankung“ geschaffen.

Diesem „gewissermaßen erigierten Zeichen“, spottete der Berliner Typograph Erik Spiekermann, 46, in der Fachzeitschrift *Form*, fehle „jede Emotion, wie Männern, die bekanntlich ja auch nicht mit dem Bauch, sondern einem weiter unten gelegenen Körperteil fühlen“.

Selten haben sich zwei Designer so heftig angegiffet wie die beiden Stars unter Deutschlands Typographen. In dieser Woche schlägt nun Weidemann in *Form* zurück, weil ihn Kollegen aufgefordert hätten, „die Revolverschnauze von dem Spiekermann“ nicht zu schonen.

Selten hat auch ein neues Signet derartige Kontroversen ausgelöst wie das Logo der Bahn AG. „Schlicht“ sei die Schrift, lobt Weidemann sein Werk, „streng und

sachlich“. „Von einem vergangenen Geist“ zeuge das Logo, findet Spiekermann, „so bieder und rückständig“.

Wie die Kesselflicker streiten sich die beiden international bekannten Schrift-Gestalter. Spiekermann hat, unter anderem, Schriften für die Deutsche Bundespost und AEG entwickelt, Weidemann hat die Erscheinungsbilder von Fir-

men wie Daimler-Benz oder Zeiss geprägt. Ein neues Schriftbild für die Bahn zu entwerfen schmeichelt dem Ego jedes Grafikers.

Der Stuttgarter Professor, so vermutet Spiekermann, habe vor allem deshalb den Auftrag erhalten, weil er mit dem Bahn-Chef Heinz Dürr gut bekannt sei. Weidemann ist Berater des Daimler-Benz-Vorstands, dem Dürr früher auch angehörte.

Sein Honorar für die Gestaltung des Bahn-Signets, versichert Weidemann, sei „mit 200 000 oder so“ keineswegs unangemessen. Dafür, stiehlt Spiekermann, habe der Professor „eine Scheiße“ abgeliefert.

Der Kollege, gibt Weidemann zurück, solle lieber seine eigenen Entwürfe betrachten: „Spiekermann hat selbst einen derartigen Scheiß wie die Schrift für die BfG: Bank gemacht.“