Welt voraus

Auf dem stagnierenden Markt für Diktiergeräte will ein Newcomer die Branchenführer aufschrecken.

Gut dreißig Mark, so errechnete der Frankfurter Ausschuß für wirtschaftliche Verwaltung in Wirtschaft und öffentlicher Hand e. V., kostet ein Geschäftsbrief von einschlägiger Länge — wenn eine Stenotypistin vom Chef zum Diktat bemüht wird. Lächerliche fünf Mark kostet der gleiche Brief, wenn der Chef auf Kassette spricht und ihn im Schreibpool schreiben läßt.

Für das Diktieren und Schreiben einer DIN-A4-Seite, so fand das Posttechnische Zentralamt in Darmstadt heraus, werden mit Hilfe von Diktiergeräten 20 Minuten gebraucht, mit dem Stenogrammblock 39, mit Langschriftvorlage 44 Minuten.

Derart stille Reserven im Büro aber haben die Absatzplaner der Büromaschinenbranche bislang noch nicht so recht aktivieren können. Denn in Deutschlands klimatisierter Arbeitswelt regiert Konventionelles.

Als Barrieren, die einer konsequenten Anwendung moderner Bürotechnik im Wege stehen, haben die Hersteller vor allem psychologische Gründe ausgemacht: Scheu vor dem Mikrophon, die Sorge, nicht gleich druckreif formulieren zu können, und die Angst, menschlichen Kontakt zu den Bürodamen einzubüßen.

Auch die Bürodamen selber haben ihre Einwände, Diktierer, die in ihr elektronisches Gerät nuscheln oder lange Pausen für den Zug aus der Zigarette einlegen, sind unbeliebt. Gesammeltes Schweigen macht den Schreibsaal nervös.

„Das ist wie mit dem Pfeifenrauchen", weiß Günter Schröder von der Fürther Grundig AG, „man macht erst eine ganze Menge Fehler, ehe man merkt, wie schön das ist."

Den Spaß an ausgefeilter Technik im Büro aber hat, zum Kummer der Branche, von etwa drei Millionen geschätzten Diktierern bislang nur jeder fünfte entdeckt. Pro Jahr lassen sich derzeit in der Bundesrepublik deshalb kaum 200 000 Geräte absetzen, davon ist jedes zweite ein Taschengerät für 300 bis 400 Mark.

Zwar nutzen zahlreiche westdeutsche Behörden, ermuntert durch den Bundesrechnungshof, bereits weitgehend Kassetten-Diktaphone, um die Amtspersonen von zeitraubendem Schriftverkehr zu entlasten. Auch Anwälte und Notare sprechen Korrespondenz, Klageschriften und Urkunden-Texte gern ins Mikrophon und überlassen routinierten Schreibkräften die Diktatbänder.

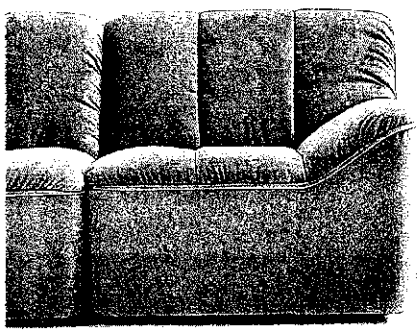
Diktiergerät mit Mikrophon: „Wie schön das ist"

Aber nach wie vor werden die Büros in Wirtschaft und Verwaltung vor allem von Bleistifttätern beherrscht, die ihre Gedanken nur schwarz auf weiß weitergeben möchten.

Längst haben die Diktiergeräte-Anbieter deshalb erkannt, daß sie mehr als Hardware liefern müssen, wenn sie Diktierer und Schreibkräfte überzeugen wollen, daß „die Zeit der Postkutschen und gemütlichen Schreibstuben" — so ein Arbeitsheft der Philips GmbH — „endgültig vorbei ist".

Die großen Anbieter wie Philips und Grundig suchen deshalb in Spezialkursen Vieldiktierern die rechten Umgangsformen am Mikrophon beizubringen; sie leiten zum exakten Sprechen an und mühen sich um einheitliche Regeln für das Phonodiktat. Lehrer, Mediziner, Betriebsräte werden in Kam-

„Klare und ehrliche Formen zu gestalten ist unser Prinzip. Qualität zu machen, die Konsequenz daraus." COR



Wo Sie »Alpha« sehen können, erfahren Sie von COR, 4840 Rheda. Den COR-Katalog 4407 bekommen Sie kostenlos dazu.

COR
Sitzkomfort

pagnen aufgeklärt, die Verkäufer des Fachhandels mit allen technischen Finessen vertraut gemacht.

Um Verkaufsargumente sind die Produzenten dabei nicht verlegen. Nachdem sie in zahlreichen Büros den Schreibkräften genau auf die Finger gesehen und den Chefs mit der Stoppuhr in der Hand zugehört hatten, konnten die Marktforscher besonders die Zeit- und Kostenersparnis beim Einsatz von Diktiergeräten eindrucksvoll vorrechnen.

Mit technisch komplizierten, aber leicht bedienbaren Geräten, die Diktat, Kontrolle und Korrektur aufnehmen, aber auch mit teuersten Aufnahmegeräten mit mehreren Dutzend Kassetten, die sich vom Telephon aus bedienen lassen, wollen die Hersteller der Wirtschaft die Rationalisierung im Büro nahebringen.

Der westdeutsche Bürofachhandel wird dabei bislang unangefochten von den Marktführern Grundig (Marktanteil: etwa 45 Prozent) und Philips (Marktanteil: etwa 35 Prozent) beherrscht. Seit Beginn des Jahres aber möchte ein Neuling, die amerikanische Firma Lanier, dabeisein, wenn die Deutschen ihre Liebe zum Diktieren entdecken.

In den Vereinigten Staaten ist Lanier mit einem Marktanteil von rund 30 Prozent seit langem die Nummer eins. In der Bundesrepublik stammt nicht einmal ein Prozent aller verkauften Diktiergeräte von dem US-Unternehmen.

Das soll sich nach dem Willen der Amerikaner rasch ändern. In Großbritannien nämlich hat Lanier, dessen Geräte überwiegend in Japan gefertigt werden, gerade vorgeführt, wie sich in 15 Monaten ein Marktanteil von zwölf Prozent erobern läßt. Diesen Erfolg möchten die Lanier-Manager in der Bundesrepublik wiederholen.

Mit aggressiven Verkaufsmethoden, mit Sonderrabatten für die Händler (die etwa an einem Taschengerät für knapp 400 Mark rund 150 Mark verdienen sollen) und mit massiver Werbung will Lanier nach den Worten seines deutschen Verkaufsförderers Peter Margies „dem Handel wieder eine Motivation geben".

Auch mit neuen Geräten wollen die Amerikaner die deutsche Konkurrenz das Fürchten lehren. Das modernste Lanier-Stück — ein Aufnahmegerät, das von jeder Telephonzelle auch außerhalb der betreffenden Firma steuerbar ist — aber eilt westdeutscher Technik so weit voraus, daß die Bundespost es einstweilen nicht zulassen kann.

Was nämlich die Amerikaner an Modernismen auf den Kontinent bringen wollen, ist in der Fernmeldeordnung der Post nicht vorgesehen und auf der Gebührentafel unbekannt. ◆

So verwählt selbst der Chef kostbare Zeit

Elf Ziffern bis zum Leiter der Zweigstelle in München. Eine nach der anderen. Und dann: besetzt. Vier Ziffern bis zu einem Sachbearbeiter im Haus. Eins-zwei-drei-vier. Nochmal München. Null, acht, neun, sieben, fünfmal die zwo, sechs, und noch eine zwei. Tüt-tüt-tüt. Immer noch besetzt. Da geht vielleicht Zeit drauf...