TeleHome interaktiv : auf die Akzeptanz kommt es an!

Autor(en): **Gysling, Hannes**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **75 (1997)**

Heft 9

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

TeleHome interaktiv: Auf die Akzeptanz kommt es an!

Wie kann man Multimedia möglich machen? Mit dieser Frage befasste sich der Münchner Kreis auf seinem jüngsten Kongress. Das etwas ungewöhnliche Generalthema lautete «TeleHome interaktiv». Prof. Dr. Jörg Eberspächer, Vorstandsmitglied des Münchner Kreises, erläuterte «TeleHome» als einen Sammelbegriff, der den häuslichen Gebrauch moderner Telekommunikationsmedien umfasse. Während Telefon und Fernsehen seit langem selbstverständlich seien, kämen heute die neuen Medien mit ihren vielfältigen Einsatzmöglichkeiten hinzu, sei es für Bildungsaufgaben, für Unterhaltung, für Bankgeschäfte oder für die Informationsbeschaffung. Ein neues Element bilde die Interaktivität durch das Vorhandensein eines Rückkanals. In der neuen Medienszene sieht Eberspächer zwei Grundformen:

- Die Nutzung durch «Lean-back». Gemeint ist das Fernsehen, das in einigem Abstand vom Endgerät genutzt wird.
- Die Nutzung mittels «Lean-forward», das heisst durch unmittelbares Sitzen am Computerbildschirm, den man mittels Maus oder Touch-Screen steuert.

Dabei zeichnen sich auch Mischformen ab, so dass mit einer Konvergenz der Grundplattformen (Fernsehgerät und PC) zu rechnen ist. Welche Techniken sich durchsetzen werden, ist jedoch heute noch unklar. Das hängt von verschiedenen Faktoren ab, nämlich wie man Multimedia für den Benutzer akzeptabel machen kann. Die Technologie ist im Prinzip vorhanden. Entscheidend ist, den Nutzen zu aktivieren. Multimedia-Märkte aber bestehen aus sehr komplexen Wertschöpfungsketten. Um die privaten Nutzer zu erreichen, müssen die Wertschöpfungsketten entsprechend verknüpft werden. Multimedia erschöpft sich nicht im digitalen und interaktiven Fernsehen. In vielen Bereichen des täglichen Lebens sind neue Möglichkeiten für die Nutzung multimedialer Telekommunikations-Dienstleistungen gegeben:

- Im Bildungswesen werden klassische Lernkonzepte ergänzt. Sie ermöglichen breiten Anwenderschichten zusätzliche Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung.
- Der Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen wird ebenso tangiert wie Unterhaltung und Informationsgewinnung.
- Die traditionelle Trennung von Arbeitswelt und privatem Umfeld wird durch neue Formen der Telearbeit zusehends aufgehoben.
- In der Gesundheitsvorsorge und der Betreuung alter Menschen eröffnen sich zahlreiche Perspektiven.

Wo liegt der Mehrnutzen für den «Homo connectus» (vernetzter Mensch)? Und was ist er bereit, dafür zu zahlen? Gibt es stabile Geschäftsfelder mit Mehrwert für den Kunden? Die bisher gesammelten Erfahrungen sind vielfältig: Kein Mensch weiss tatsächlich, wie man Multimedia vermarktet. Es macht unendliche Mühe, mehrwertfähige Informationen zusammenzutragen. Aber Internet im Wohnzimmer wird voraussichtlich nicht die «grosse Dampfwalze» sein. Erst die zweite Generation mit höheren Übertragungsgeschwindigkeiten könne das Bild ändern. Aber nicht nur der Mehrwert des Gebotenen bestimmt die Akzeptanz, sondem auch die leichte Bedienbarkeit der Systeme. Daher die Forderung von Prof. Dr. Eberhard Witte, dem Vorstandsvorsitzenden des Münchner Kreises: Die neuen Systeme müssten nicht kinderleicht, sondern seniorenleicht zu bedienen sein. Datenschutz, Verbraucherschutz und Missbrauchschutz verbessern die Nutzer-Akzeptanz. Ohne Akzeptanz gibt es auch kein Geschäft, kein Wirtschaftswachstum und keine Arbeitsplätze.

Wie sich die Arbeitswelt durch die Telekommunikation verändert und welche Chancen uns damit geboten werden, zeigen wir in drei Beiträgen am Beispiel von Telearbeit in der vorliegenden Ausgabe. Dabei kommt klar zum Ausdruck, dass man sich zurzeit in einem gewaltigen Umwandlungsprozess befindet, und das alles in einem atemberaubenden Tempo. Dabei stehen wir noch ganz am Anfang einer Entwicklung, in deren Verlauf wir in der Telekommunikation wahre Quantensprünge erleben werden. Das globale Dorf, in das wir schon vor einiger Zeit eingezogen sind, wird zum globalen Haus.

Hannes Gysling