Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Begleituntersuchung zum VIDEOTEX-Betriebsversuch : ein Überblick

Autor(en): **Browa, Hans / Fischer, Hans-Rudolf / Itin, Peter**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales**

Band (Jahr): **- (1986)**

Heft 2

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790451

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

III. Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Begleituntersuchung zum VIDEOTEX-Betriebsversuch: ein Überblick

I. Ausgangslage und Rahmenbedingungen des Betriebsversuches (Detailinformationen siehe Kapitel O des Schlussberichts)

VIDEOTEX gehört zu den Mikroelektronik-bedingten «neuen Technologien», die von der Bevölkerung und in der Öffentlichkeit in bezug auf ihre gesellschaftliche und volkswirtschaftlichen Auswirkungen ambivalent beurteilt werden. Vor diesem Hintergrund hatte die Begleituntersuchung auf folgende Fragen Antworten zu geben: «Wie ist die Akzeptanz von VIDEOTEX am Markt, und welche Auswirkungen auf die Mediensituation, die Volkswirtschaft und die privaten Haushalte lassen sich im Betriebsversuch feststellen?»

Mit dem VIDEOTEX-Betriebsversuch wurde technisch und anwendungsseitig Neuland betreten. Die Systempartner (PTT, Informationslieferanten, Rechenzentren, Geräteindustrie und andere mussten neue Aufgaben bewältigen, innerbetrieblich zum Teil neue organisatorische Lösungen finden und eine Koordination und Zusammenarbeit unter den Systempartnern entwickeln.

II. Marktsituation von VIDEOTEX (Kapitel 1 des Schlussberichts)

Ende September 1985 erfasste die Statistik des Betriebsversuchs 2212 Informationsbezüger und 204 Informationslieferanten. Die Informationsbezüger waren zu 30% private, zu 70% geschäftliche Teilnehmer und stammten zu 85% aus der Deutschschweiz. Die geschäftlichen Teilnehmer schalteten VIDEOTEX durchschnittlich etwa 20mal pro Monat jeweils 11 Minuten ein, die privaten Teilnehmer 15mal 18 Minuten. Das Angebot der Informationslieferanten umfasste rund 30 000 Seiten, davon 75% reine Abrufseiten.

Die Haupterwartung der Informationsbezüger war, dass sie nützliche Informationsdienstleistungen erhalten und wichtige Erfahrungen im Umgang mit dem neuen System sammeln können. Bankeninformationen und Telebanking waren mit Abstand die meist genutzten Anwendungen. Dies ist unter anderem eine Folge der systematischen Entwicklungsarbeit der Banken, die zum Beispiel parallel zur Angebotserstellung eigene Kunden als Informationsnachfrage und Versuchsteilnehmer rekrutiert haben.

Für 40% der Informationsbezüger hatten sich die Erwartungen im Betriebsversuch erfüllt. Die wichtigsten Gründe für Unzufriedenheit lagen bei Mängeln, die dem System zugeschrieben werden, beziehungsweise die den Zugang zu den Informationen betreffen (unbefriedigende Geschwindigkeit und Bedienerführung), bei Mängeln im Angebot und bei den Kosten beziehungsweise dem Preis-/Leistungsverhältnis von VIDEOTEX. 70% der Informationsbezüger würden die Abschaffung von VIDEOTEX bedauern; es werden grosse Erwartungen in die Zukunft gesetzt.

Für Informationslieferanten besteht der Hauptnutzen von VIDEOTEX in neuen Marktmöglichkeiten. Der Betriebsversuch diente stark dem Gewinnen erster Erfahrungen und wird als wichtiger Lernschritt für die Zukunft verstanden. Diese Zukunft ist im grundlegenden Wandel des «Informationssektors» zu sehen, bei welchem der Nachfrager stärker als bisher die Information (Quelle, Umfang), den Nutzungszeitpunkt und Nutzungsort seinen Bedürfnissen entsprechend wählen kann. Für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung von VIDEOTEX schlagen die Teilnehmer eine Vielzahl von konkreten Verbesserungen vor (zum Beispiel intelligentes Suchen und Finden, Dienstedifferenzierung usw.).

III. Auswirkungen von VIDEOTEX auf die Medien (Kapitel 2 des Schlussberichts)

VIDEOTEX ist nicht als Massenmedium («Sendemedium»), sondern als individueller, interaktiver Abrufdienst einzustufen. VIDEOTEX wird von den Teilnehmern des Betriebsversuchs als etwas ganz anderes als die bisherigen Medien, allenfalls als Ergänzung zu den Zeitungen empfunden.

20 Unternehmen aus dem Pressesektor nahmen am Betriebsversuch als Informationslieferanten teil. VIDEOTEX wird von diesen kaum für publizistische Zwecke eingesetzt, sondern mehr zur Ausdehnung der unternehmerischen Handlungsfelder (zum Beispiel Stadtinformationssysteme). VIDEOTEX kann die Presse bei den Kleinanzeigen im Stellen-, Liegenschafts- und Autooccasionsmarkt konkurrenzieren, da auch Branchenfremde und Direktanbieter (zum Beispiel Liegenschaftsvermittlungsbüros) tätig werden. Kurzfristig ist die Presse nicht gefährdet; inwieweit sie längerfristig Einnahmenverluste zu erwarten hat, wird kontrovers beurteilt.

Eine Trennung von Werbung und Information ist sachlich nicht möglich und aus der Sicht der Benutzer auch nicht zweckmässig. Vor allem publizistische Angebote sind nur schwer als solche erkennbar. Aus Sicht der Informationsbezüger ist die Glaubwürdigkeit des Informationsange-

bots ausschlaggebend. Sie wird über die Anbietererkennung mittels Firmenlogo beurteilbar. In diesem Zusammenhang bahnt sich eine Veränderung in der Rolle der Medienschaffenden an, da sich für aktive Informationssuchende die Möglichkeit verbessert, Informationen an der Quelle beschaffen, vergleichen und bewerten zu können.

IV. Volkswirtschaftliche Auswirkungen von VIDEOTEX (Kapitel 3 des Schlussberichts)

VIDEOTEX ist eine «Value-added-Dienstleistung», die den Informationslieferanten und der PTT «zusätzliche Wertschöpfungen» und den Informationsbezügern einen Zusatznutzen bringen muss.

Im Betriebsversuch wurden keine Arbeitsplatzrationalisierungen durch VIDEOTEX durchgeführt. Vielmehr schaffte VIDEOTEX neue Arbeitsplätze, Aufgaben, Firmen und Dienstleistungen. Allein die Informationslieferanten investierten bisher etwa 40–50 Mio. Franken in die Entwicklung von VIDEOTEX-Angeboten. Viele Unternehmen hatten im Betriebsversuch Schwierigkeiten, die VIDEOTEX-bedingten neuen Arbeitsplätze qualifiziert zu besetzen, zufriedenstellende externe Beratung und geeignete Ausbildung für die Mitarbeiter zu erhalten.

50% der Informationslieferanten sind Klein- und Mittelbetriebe mit weniger als 50 Beschäftigten. Sie konnten sich über VIDEOTEX neue Kundenkreise erschliessen und eine überregionale Bekanntheit erwerben. Spezielle Zugangsprobleme zu VIDEOTEX wurden von ihnen nicht gesehen, wobei auf kostengünstige Einsatzmöglichkeiten durch sogenannte Mantelapplikationen («Umbrellas») hingewiesen wurde. Grössere Schwierigkeiten hatten Non-Profit-Organisationen, denen es meist an Geldern und Personal für VIDEOTEX fehlte.

In der deutschen Schweiz, insbesondere im Raum Zürich, wird VIDEOTEX stärker eingesetzt als in anderen Regionen. Am 9. Oktober 1985 kamen rund 44% der angemeldeten Informationsanbieter und 45% der Informationsbezüger aus dem Raum Zürich. Regionalwirtschaftlich kann kurzfristig ein Ungleichgewicht bei der Verteilung und Wahrnehmung von Chancen, aber auch von Risiken und Kosten festgestellt werden.

V. Auswirkungen von VIDEOTEX auf die Privathaushalte (Kapitel 4 des Schlussberichts)

Innovative Eigenschaften kennzeichnen die am Betriebsversuch teilnehmenden Privatpersonen: Sie gehören höheren Bildungsschichten an, sind besonders kommunikativ und gegenüber Neuem aufgeschlossen.

VIDEOTEX wird von ihnen als aktives Informationsmittel und nicht als passives Unterhaltungssystem gesehen und genutzt: «Vor dem Fernseher kann man einschlafen, vor VIDEOTEX nicht» (Ein Teilnehmer eines Gruppengesprächs).

Die Gewährleistung des Datenschutzes wird von 88% der Teilnehmer als wichtig erachtet, insbesondere im Bereich des Telebankings.

VIDEOTEX hat nach Ansicht von 82% der Befragten keine Veränderung in der Familienkommunikation zur Folge. Eine «soziale Isolation» durch die VIDEOTEX-Nutzung wird angesichts der kurzen Einschaltzeiten und der insgesamt begrenzten Anwendungszwecke nicht als Gefahr bezeichnet (zum Beispiel kann «Teleshopping», der Einkauf über VIDEOTEX, nur zu einem geringen Teil die Tätigkeit und Funktion des Einkaufens im Geschäft ersetzen).

Besondere «Berührungsängste» und Vorbehalte gegenüber VIDEOTEX haben Frauen (nur 5% der Informationsbezüger sind Frauen) und die über 50jährigen. Die jüngeren Generationen sind gegenüber VIDEOTEX aufgeschlossen. Für breite Bevölkerungskreise wird VIDEOTEX in der heutigen Form als noch zu umständlich, zu teuer und zu wenig nützlich beurteilt. Unter entsprechenden Bedingungen könnte VIDEOTEX in Zukunft zur Lerntechnologie und Telekommunikation «für Jedermann» werden.

Basel, Ende Dezember 1985

IBFG Interdisziplinäre Berater-
und Forschungsgruppe Basel AG

Hans Browa, Hans-Rudolf Fischer,
Peter Itin, Leopold Kohn
unter Mitarbeit von Christoph Binkert,
Hans-Rudolf Schulz, INFOMAR AG, Basel.