

Zeitschrift:	Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber:	Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band:	36 (1984)
Heft:	5
Artikel:	Von der Schwierigkeit, sich in die eigenen Angelegenheiten zu mischen : wirtschaftliche Interessen und Sachzwänge bestimmen die Entwicklung der Informationstechnologie
Autor:	Loretan, Matthias
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-932431

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Von der Schwierigkeit, sich in die eigenen Angelegenheiten zu mischen

Wirtschaftliche Interessen und Sachzwänge bestimmen die Entwicklung der Informationstechnologie

Am Anfang war alles ganz einfach. Wir schreiben das Orwell-Jahr 1984. Die Horrorvisionen vom Überwachungszentrum, von den medientechnologisch vernetzten, in ihren Schachtelwohnungen isolierten Konsumenten, die angepasst an eine kalte, anonyme, unsichtbar allgegenwärtige Apparatur funktionieren – diese Horrorvisionen sind allgegenwärtig in der Trivialkultur und in politischen Debatten. Ohne Risiko, unmodern zu scheinen, können wir Videotex ablehnen, uns weigern, uns auf dieses Netzwerk einzulassen. Eine gewisse Angstkultur ist in Strategie: Wegschauen.

Der persönliche Verzicht, er ist ehrenwert. Doch er allein genügt nicht. Wenn nur alle Strausse ihre Köpfe in den Sand steckten, nicht wenige würden auf Kabel stossen. Die Zukunft, die man durch Ignorieren verhindern wollte, hat schon begonnen.

Erbost darüber, dass Zeitgeschichte sich ohne das Zutun der Strausse abgespielt hat, steigen sie wieder in die Geschichte ein, und erheben sich rachsüchtig über die tapsigen ersten Schritte der neuen Kindermedien: Man hält sich auf über die Unbeholfenheit von frischbackenen Lokalradio-Moderatoren, man glaubt schier wieder an den lieben Gott, wenn er nur an seinem Himmel die Satelliten ins Weltall verschwinden lässt. Schadenfreudig nimmt man die Ernüchterung zur Kenntnis, die bei vielen privaten Videotexnutzern in Deutschland eingetreten ist, weil die Informationsanbieter nur wenig Brauchbares in viel Ramsch kunstvoll verstecken. Skeptiker prophezeien gar einen Reinfall von Videotex, sie verwandeln ihren Wunsch in eine Prognose. Irgendwie unbegriffen läuft so Geschichte ohne die ewig Gestirnen ab, ihnen bleibt nur die elitär überhebliche Abwendung. Die Gestaltung der gesell-

schaftlichen Prozesse wird somit anderen überlassen.

Warum sich so heftig von den Altmodischen abgrenzen? Weil man gestern vielleicht selbst dazugehörte und eben erst über Nacht wie von einem bösen Traum erwacht ist.

Mit der Peitsche der äusseren die innere Kolonialisierung erzwingen

So rhetorisch gespreizt moralisierende Medien- und Technikapokalypsen daherkommen, so erpressbar ist letztlich die Angst, die radikale Entweder-oder-Haltung, die dahintersteckt. Die Propagandisten der neuen Medientechnologien haben es längst aufgegeben, die Apostel des Verzichts auf ihrem Feld, in ihren hehreren Argumentationen zu schlagen. Sie packen sie an ihrer Achillesferse, ihrer Angst, und polen diese für ihre Zwecke um. Angst ist leicht manipulierbar, der pathetische Rigorismus wird zu einem unschlüssig schwankenden Zögern, Denkblockaden machen die Entscheidungen zwischen dem alles oder nichts zufällig.

Unvermittelt fällt die Logik der Sachzwänge ein: Weltweit herrscht Wirtschaftskrise. Der Schock über die Beschäftigungseinbrüche in der Schweizer Uhren- und Metallindustrie sitzt tief in den Knochen. Auf der Suche nach neuen Wachstums- und Entwicklungsmöglichkeiten bieten sich vor allem die Computer- und Telekommunikationsindustrie an.

Unter diesem ökonomischen Gesichtspunkt ist die Einführung von Videotex als Verbund zwischen Computer und Telekommunikation schier ein Sachzwang. Gegen ihn zu verstossen hiesse, sich von der wirtschaftlichen Entwicklung abzukoppeln. Die damit verbundenen Vorstel-

lungen sind wiederum mit Angst besetzt, mit der Angst, den eigenen Arbeitsplatz zu verlieren oder auf die Annehmlichkeiten des zivilisierten Lebens zu verzichten und einen entbehrungsreichen Überlebenskampf als Neanderthal erfristen zu müssen – so nun die umgekehrte Horrorvision.

Das Spiel der Strausse steht unentschieden. Und warum im Zweifelsfall sich nicht an den lebenstüchtigen Optimismus der Macher halten? Sie bestreiten nicht, dass die neuen Medientechnologien Probleme nach sich ziehen. Sie geben zu, dass Videotex als Nabelschnur des gläsernen Bürgers die Datenschutzproblematik verschärft oder als Rationalisierungsmedium Jobs killt. Doch wie unter der Hand verwandeln sie alle Probleme in «Herausforderungen», denen die einzelnen und die Gesellschaft sich stellen muss. Die Propagandisten von Videotex schätzen dabei das Innovationstempo so ein, dass der Politik genügend Zeit bleibt, einen vernünftigen Ordnungsrahmen zu schaffen. Der schwarze Peter ist somit fürs erste von der Wirtschaft weggeschoben.

Motoren der Sachzwänge

Statt wegzuschauen und bloss Opfer der bösen Verhältnisse zu werden, empfiehlt sich für Bürger und Medienkritiker ein anderes Vorgehen: nämlich die vorgegebenen Sachzwänge kritisch aufzunehmen, sie als Laie zu den eigenen Angelegenheiten machen und diese der öffentlichen politischen Diskussion zuzuführen. Eine Möglichkeit, die Sachzwänge zu entflechten, kann darin bestehen, nach den Motoren dieser Sachzwänge, den wirtschaftlichen Interessen zu fragen, die die Einführung der neuen Medientechnologien vorantreiben und an ihrer konkreten Ausgestaltung wesentlich beteiligt sind. Die Wirtschaft der Industrienationen steckt in einer Krise. Die gegebenen Produktionsweisen und Absatzstrategien sind infolge Sättigung der Märkte und/oder äusseren Konkurrenzdrucks an ihre Grenzen gelangt. Das forcierte wirtschaftliche Wachstum hat zudem ökologische Grenzen erreicht: Die Rohstoffe

werden knapp, und die natürliche Umwelt darf nicht mehr beliebig belastet werden.

In dieser Krisensituation werden die Fortschritte in den Technologien Computer und Telekommunikation von den Wirtschaftsleuten mit Interesse verfolgt und vorwärtsgetrieben. Ohne grundlegendes ökologisches Umdenken gebiert die freie Marktwirtschaft quasi eine technische Antwort auf ihre vielleicht schwerste Krise: Zum einen etablieren sich die Computer- und die Telekommunikationsindustrie als neue Wachstumsbranchen, welche die Rohstoffreserven schonen. Quarzsand für die Herstellung der Glasfasern gibt es wie Sand am Meer. Die zunehmende Kopfarbeit schliesslich scheint zumindest der äusseren Umwelt verträglich. Zum anderen erzeugt die Anwendung von Computer und Telekommunikation gigantische Rationalisierungen, die wiederum Produktivitätssteigerungen hervorbringen und damit das wirtschaftliche Wachstum ankurbeln. Die Krise wäre fürs erste abgewendet.

Information ist neben Rohstoffen und Arbeit zu einer wesentlichen Ressource für die Industriegesellschaften geworden, die sich zu eigentlichen Informationsgesellschaften entwickeln. Der Kommunikationssektor (der sogenannte Quartärnärbereich) wird für das Bruttonsozialprodukt und für die Arbeitsplätze von entscheidender Bedeutung. In den USA sind heute ungefähr die Hälfte der Beschäftigten in diesem Bereich tätig, in Japan, England, der Bundesrepublik und der Schweiz rund ein Drittel.

Weltkrieg der Kommunikation

Beim Computer- und Telekommunikationsmarkt geht es um grosse Happen. Das amerikanische Magazin «Business-Week» vom letzten Oktober schätzt die Summe, die 1983 weltweit für Telekommunikationsausrüstung ausgegeben wurde, auf 59 Milliarden Dollars. Bis 1988 soll der jährliche Markt gar auf 88 Milliarden klettern.

«Le monde» veröffentlichte eine vierteilige Serie (11.–14. Januar 1984) unter dem

Titel «La guerre mondiale de la communication». Darin wird plastisch und gut dokumentiert der Kampf um die Absatzmärkte in diesen Wachstumsbranchen geschildert. Dabei geht eine eigentliche Offensive von Amerika aus, das seine führende Stellung als Industrienation in diesen zukunftsträchtigen Bereichen zurückerobern und ausbauen will. Die amerikanischen Firmen profitieren dabei von dem riesigen Binnenmarkt, der – die Bereiche Informatik und Kommunikation zusammengenommen – 150 Milliarden Dollar ausmacht.

Was den Computersektor betrifft, so ist IBM weltweit führend (Umsatz 1982: 34 Milliarden Dollar). Auf dem Gebiet der Informatik ist Europa nur ein Zwerg. Er beherrscht nur 30 Prozent des eigenen Marktes und nur etwa 10 Prozent des Weltmarktes.

Auf dem Gebiet der Telekommunikation stehen die Chancen besser: Zwar belegen auch hier die Amerikaner die ersten beiden Plätze mit Western Electric (Umsatz 1982: 12 Milliarden Dollar), einer 100prozentigen Tochter der privatwirtschaftlich organisierten Telefon- und Telegrafengesellschaft ATT (Umsatz 1982: 65 Milliarden), und mit ITT (5,5 Milliarden). Immerhin folgen die Europäer auf den Plätzen drei (Siemens: 4,5 Milliarden), fünf (Ericsson, Schweden: 2,1 Milliarden) und sieben (Philips: 2 Milliarden). Standard Telephon und Radio (STR), das Tochterunternehmen der ITT in der Schweiz, setzte 1982 nur gerade 250 Millionen Franken um.

Angesichts dieser Zahlen kommen einem Laien Zweifel, ob die Schweizer Industrie auf dem freien und hart umkämpften Markt dieser Wachstumsbranchen bestehen kann. Bei diesen hochentwickelten Technologien kommt es weniger auf individuellen Erfindergeist als auf konsequent organisierte Forschungs- und Entwicklungsprozesse an. In bezug auf die Entwicklung von Know how und auf den entsprechenden Kapitalbedarf, haben die grossen Unternehmen einen riesigen Vorteil. Allein die neun Prozent des Umsatzes, die IBM jährlich für Forschung und Entwicklung einsetzt, machen über drei Milliarden Dollar aus. Das ist mehr als die Hälfte des Umsatzes (2,5 Milliarden

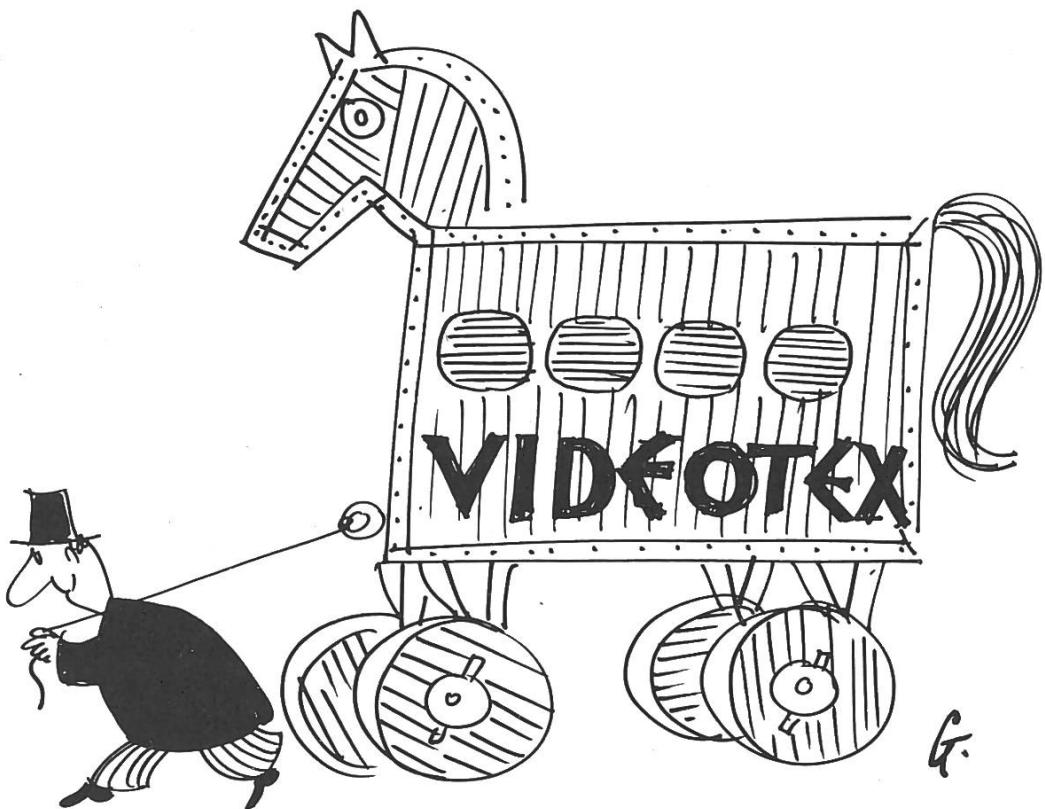
Franken), den die rund 40 Schweizer Firmen, die im Fernmeldesektor tätig sind, 1982 zusammen erwirtschafteten.

Chancen der europäischen Telekommunikationsindustrie

Europa ist für die Amerikaner vor allem als Absatzmarkt interessant. Den Markt mit der Computer-hardware beherrschen sie weitgehend. Die europäischen Produzenten müssen sich damit begnügen, Nischen auszufüllen. Ihre Stärke besteht nicht in der Massenproduktion, sondern in den auf die Probleme der Benutzer massgeschneiderten Lösungen. Im Bereich der Telekommunikation, wo die Europäer stärkeren Widerstand leisten können, suchen amerikanische Firmen die Zusammenarbeit. So sind im Sommer 83 zwei Kooperationen bekanntgeworden. Die schwedische Firma Ericsson tat sich mit dem achtgrössten amerikanischen Computerhersteller Honeywell (Umsatz: 1,7 Milliarden Dollar) zusammen. Noch spektakulärer ist das Joint-Venture zwischen ATT und Philips. Der holländische Konzern bringt in das Gemeinschaftsunternehmen sein weltweites Vertriebssystem ein und dürfte als einheimisches Unternehmen der ATT vor allem den Zutritt zum europäischen Markt erleichtern. ATT ist im übrigen mit 25 Prozent an dem berühmten europäischen Datenverarbeitungsunternehmen Olivetti beteiligt.

Im Bereich der Fernmeldetechnik ist das Eindringen der amerikanischen Firmen in die abendländischen Märkte schwieriger, weil hier die staatlichen Regiebetriebe der europäischen PTT's die grössten Auftraggeber darstellen. So gehen 40 Prozent des Umsatzes (2,5 Milliarden Franken) der Schweizer fernmeldetechnischen Industrie mit ihren 50 000 Beschäftigten allein auf die Käufe der PTT zurück.

Die staatlichen oder halbstaatlichen Netzverwalter orientieren sich bei ihren Auftragerteilungen nicht nur am freien Markt und verhökern ihre Bestellungen nicht einfach an die billigsten Anbieter. In ihrer Unternehmenspolitik sind sie der



nationalen Souveränität verpflichtet. So können zum Beispiel nur Unternehmen mit Sitz oder Niederlassungen in der Schweiz grössere Anlagen für das PTT-Netz erstellen und warten. Daneben spielen für das Geschäftsverhalten des gelben Monopols auch regionalpolitische (flächendeckende Versorgung zu gleichen Preisen), medienpolitische (reduzierte Taxen für Presse), industrie- und beschäftigungspolitische Kriterien eine Rolle.

Lehrstück IFS-Projekt

Im Bereich der Übertragungstechnik wird es in diesem Jahrtausend vor allem zwei grosse Entwicklungsschübe geben: Zum einen sollen alle Übertragungsleistungen in digitaler Form (als computerisierte Ja–Nein – Information) durchgeführt werden. Die weitflächige Einführung eines solchen Netzes umfasst sowohl den Telefon- wie den Datenverkehr. Beim Videotex werden damit langfristig die Modemfunktionen wegfallen. Die zweite Entwicklungsrichtung stellt die Glasfaser-technik dar, die ein breitbandiges, inte-

griertes Netz ermöglicht. Ein einziges Paar von Lichtwellenleitern kann gleichzeitig bis zu 1920 Telefongespräche übertragen. Weil über die digitale Glasfaser auch bewegte Bilder transponiert werden können, ist es möglich, über dieses leistungsfähige Netz folgende bisher über verschiedene Kanäle laufenden Dienste zusammenzufassen: Telefon-, Daten-, Radio- und Fernsehkommunikation.

Allein für den Bau des neuen integrierten Fernmeldesystems (IFS) rechnet die Schweizer PTT mit einem Investitionsvolumen von weit über drei Milliarden Franken, verteilt auf eine Ausbauzeit von über zehn Jahren. Statt die Apparaturen einfach einzukaufen, versuchte man zusammen mit den drei Schweizerfirmen Hasler, Siemens Albis und STR das System im Eigenbau zu entwickeln. Nach 13jähriger Entwicklungsarbeit mit Investitionen von gegen 200 Millionen Franken brach der PTT-Verwaltungsrat das Projekt allerdings im letzten Juni ab. Man hatte die eigenen Kapazitäten überschätzt. Mit geballteren Mitteln gingen ausländische Konkurrenten zum Grossangriff über, so dass die Schweizer Techniker hoffnungs-

Suchbaum des Schweizer Betriebsversuchs

- 1 Handel und Versand**
 - 1.1 Wohnen, Haushalt
 - 1.2 Lebensmittel
 - 1.3 Bekleidung, Schmuck, Uhren
 - 1.4 Unterhaltungselektronik, Foto, Film
- 2 Landwirtschaft**
 - 2.1 Landwirtschaft, Tiere, Garten
- 3 Gesundheit**
 - 3.1 Medizin, Gesundheit, Körperpflege
- 4 Produktion, Industrie, Gewerbe**
 - 4.1 Industrie, Gewerbe
 - 4.2 Dienstleistungen
 - 4.3 Wirtschaftsinformationen
 - 4.4 Arbeit und Beruf
- 5 Finanzmarkt**
 - 5.1 Banken, Versicherungen
 - 5.2 Immobilien und Bauen
- 6 EDV, Informations- und Datenmarkt**
 - 6.1 EDV
 - 6.2 Bürotechnik
- 7 Bildungswesen**
 - 7.1 Ausbildung, Erziehung
 - 7.2 Kunst, Kultur
- 8 Medien**
 - 8.1 Presse, Radio, TV
- 9 Freizeit, Tourismus, Verkehr**
 - 9.1 Freizeit, Sport, Hobby, Unterhaltung
 - 9.2 Tourismus und Gastgewerbe
 - 9.3 Verkehr, Transportmittel
- 10 Behörden und öffentliche Organisationen**
 - 10.1 Öffentliche Verwaltung, Politik, Recht
 - 10.2 Organisationen, Vereine
 - 10.3 Lebenshilfe, Soziales, Kirchen
- 11 Innovatoren**

Copyright: Generaldirektion PTT

los ins Hintertreffen gerieten und die Chancen, die einheimische Entwicklung exportieren zu können, stark schwanden. Trotz Unterstützung der PTT ist damit die Hoffnung auf diese helvetische Eigenproduktion der Fernmeldeindustrie zer-
ronnen.—Im November letzten Jahres hat nun die PTT die drei ehemals am IFS-Projekt beteiligten Firmen damit beauftragt, über Lizenzen das Know-how zu impor-

tieren und das System in der Schweiz zu bauen.

Versuche, die Deregulierung der PTT zu erzwingen

Diese stark an volkswirtschaftliche Interessen gebundene Geschäftspolitik der europäischen PTT's ist aber nicht nur den amerikanischen Herstellern der Informationstechnologien ein Dorn im Auge. Auch grosse, meist transnational tätige Konzerne und ihre interessengerichteten Verbände (International Telecommunications Users Group [INTUG] und die Association Suisse des utilisateurs du téléphone [ASUT]) versprechen sich von einer Abschaffung der PTT-Monopole, insbesondere einer Privatisierung wenigstens der internationalen Telefon- und Datennetze eine enorme Verbilligung ihrer Kosten für den Datentransport. Ihre Potenz als Kunden solcher Dienstleistungen ist gewaltig. Im herkömmlichen amerikanischen Telefonmarkt erbringen vier Prozent der Geschäftsgrosskunden 64 Prozent des Fernverkehrsumsatzes, während 43 Prozent aller Teilnehmer nur für 0,6 Prozent des Gesamtumsatzes gut sind. American Express zum Beispiel gibt mit 350 Millionen Dollar jährlich zwischen vier bis fünf Prozent ihrer Einkünfte für den Datenaustausch aus. Als Minimalforderung verlangen die Interessenverbände der Multis die Einführung von Kostenpreisen ohne Postsubventionierung anderer staatlicher Dienste wie etwa die Briefbeförderung und drohen damit, ihre Kommunikationszentren in Länder mit für sie billigeren Tarifen zu verlegen.

In der Tat könnte ein speziell auf diese zahlungskräftigen Kunden ausgelegter Informationstransport deren Aufwendungen stark reduzieren. Opfer einer solchen kaufkraftgerichteten Marktaufteilung wären zum einen die kleinen Benutzer sowie die Länder der Dritten Welt, die sich zum Teil kaum mehr leisten könnten, ihre öffentlichen Dienste an die teuren internationalen Übertragungswege (z. B. via Nachrichtensatelliten und Übersee-Leitungen) anzuschliessen. Zur Zeit profitieren Dritt Welt-Länder noch von Verein-



Übersicht und Suchbaum beim deutschen Betriebsversuch. Im Vergleich zum Schweizer Suchbaum (vgl. Kasten Seite 16) fällt auf, dass sich das deutsche Inhaltsverzeichnis (noch) stärker nach publizistischen Kriterien richtet.

barungen der U.I.T., jenem UNO-Gremium, das zum Teil nach Kriterien der ausgleichenden Gerechtigkeit die internationale Telekommunikation weltweit regelt.

Videotex als Dampfmedium

Als Verbund von Computer, Telefonnetz und Fernseher ist Videotex technisch anspruchslos. Die Investitionen der PTT in den Betriebsversuch sind nur gerade mit 18 Millionen Franken veranschlagt. Der grösste Brocken, nämlich 13 Millionen Franken für die Zentralenausrüstungen, gehen an die ITT-Tochter STR. Zwar werden sich diese Investitionen erhöhen, wenn Telefon-Bildschirmtext als nationaler Dienst eingeführt wird, jedoch wird Videotex von seinen Anschaffungskosten her für die PTT ein billiges Medium bleiben.

Nach einer kurzen Einführungszeit dürfte Telefon-Bildschirmtext für die PTT schnell rentabel werden. Das bestehende Telefon- und Datennetz kann besser ausgelastet und durch zusätzliche Gebühreneinnahmen technisch modernisiert werden. Durch diesen klugen Ausbau gewinnen die PTT langfristig Terrain gegenüber jenen privaten Kabelnetzbetreibern

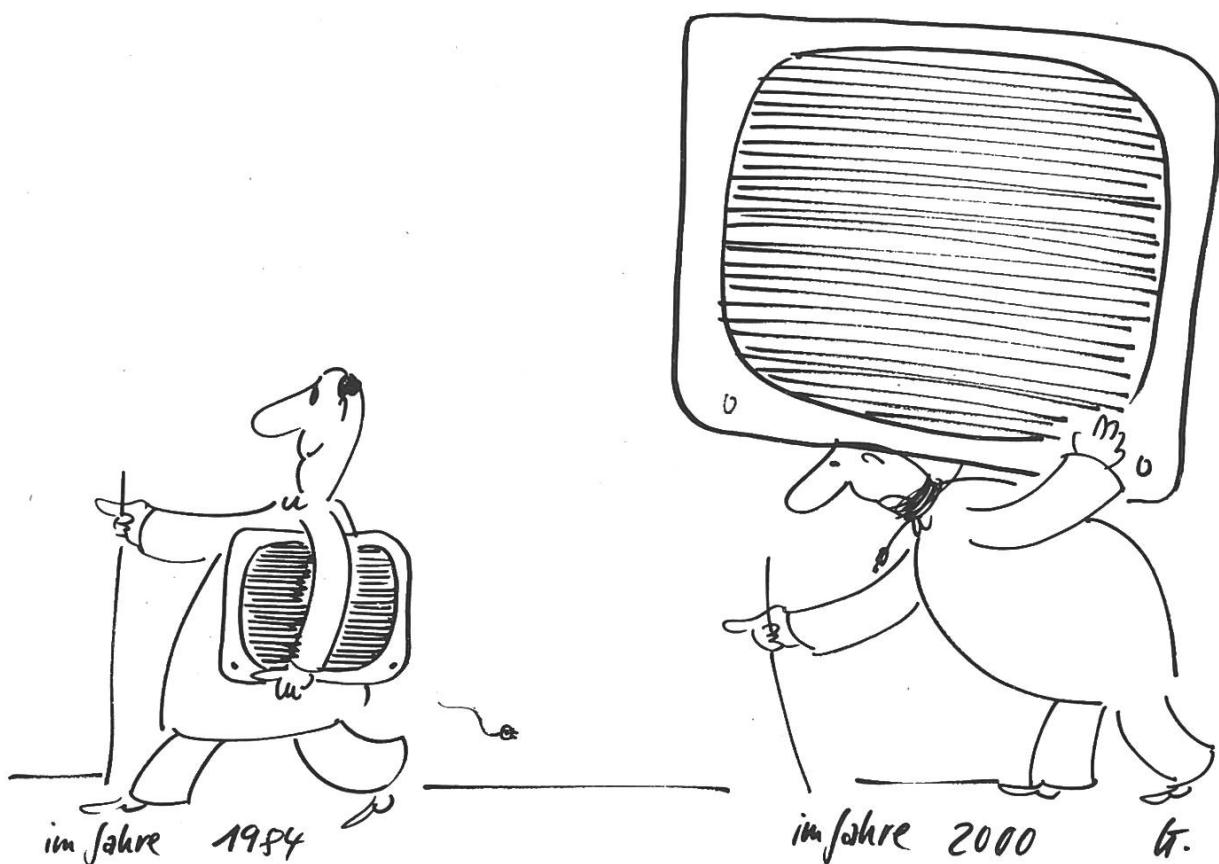


zurück, die heute vor allem städtische Agglomerationen mit zusätzlichen Radio- und Fernsehprogrammen versorgen. Zusammen mit den anderen Datenübertragungsnetzen dürfte Videotex schliesslich zu einer Strukturveränderung innerhalb der PTT führen, indem die personalintensiven Postdienste rationalisiert und zu Gunsten der kapitalintensiven rentablen Telekommunikation abgebaut werden. Aufs Ganze gesehen trägt die frühzeitige Einführung von Videotex dazu bei, die Stellung der PTT gegenüber allfälligen Privatisierungsabsichten zu festigen – die Frage ist nur zu welchem sozialen Preis.

Ausserhalb der PTT-Domäne wirkt Videotex als Stimulus für das Geschäft mit den Endgeräten. Während im professionellen und halbprofessionellen Anwendungsbereich von Bildschirmtext die Computerindustrie zum Zuge kommt, kann die Unterhaltungselektronik ihren ausgetrockneten Fernsehgeräte-Markt durch videotextüchtige Apparaturen für die privaten Haushalte neu beleben.

Videotex als Jobkiller und Werbemedium

Die revolutionäre Brisanz von Videotex erschliesst sich jedoch erst durch seine Anwendungsmöglichkeiten. Zusammen mit anderen fernmeldetechnischen Datenübertragungen ist Telefon-Bildschirmtext ein Rationalisierungsmedium par excellence. Besonders effizient lässt sich Videotex bei dezentral organisierten Unternehmen einsetzen, die Außenstel-



len mit aktuell aufgearbeiteten, aber wenig umfangreichen Informationen versorgen. Ergänzt mit Kleincomputern kann etwa der Grosshandel über Videotex mit seinen klein- und mittelständischen Abnehmern eine effiziente Geschäftskommunikation führen. Ähnliches gilt für die Verbindung der Versicherungen von ihrem Hauptsitz zu den Vertretern, die bei der Kundenbetreuung unterstützt und von verwaltungstechnischen Routinetätigkeiten entlastet werden. Die konsequente Verlängerung dieser Entwicklungslinie ist schliesslich die informationstechnisch gestützte Heimarbeit. Erfahrungen in Deutschland zeigen (vgl. auch den Suchbaum des Schweizer Betriebsversuchs), dass – ähnlich wie bei der Geschichte des Telefons – die geschäftliche Anwendung von Videotex in den ersten Jahren überwiegt, ja dass letztlich die kommerzielle Nutzung zum Schlüssel für die Verbreitung des neuen Mediums in den Privathaushalten wird. Ist einmal dieser Schritt getan, so bietet Videotex vielfältige Möglichkeiten der Absatzförderung. Der überwiegende Teil der Angebote beim deutschen Betriebsversuch war schlicht Werbung.

Videotex: Testfall für den Einstieg in die Informationsgesellschaft

Videotex ist technisch möglich, seine wirtschaftliche Nutzung chancenreich. Ob die Einführung und die Anwendung des neuen Mediums auch nach sozial-ethischen und gesellschaftspolitischen Kriterien wünschenswert sind, bleibt eine offene Frage. Bis heute haben vor allem die Geschäftswelt und kommerzielle Informationsanbieter seine Entwicklung bestimmt. Die privaten Einzelnen wurden fast ausschliesslich als Konsumenten für angebotene Waren und Dienstleistungen, allenfalls auch als Klienten von Lebenshilfeangeboten angesprochen. Als Staatsbürger waren sie bisher wenig gefragt. Eine öffentliche Diskussion über Chancen und problematische Auswirkungen von Videotex fand in der Schweiz noch nicht statt. Der Betriebsversuch ist eine gute und zugleich späte Gelegenheit, sich aktiv politisch der eigenen Angelegenheiten bewusst zu werden und sich darin einzumischen. Der Medienkritik käme hier Hebammenfunktion zu.

Matthias Loretan