

Dossier – TV.com

... und wer bitte soll das bezahlen?

Interaktivität, multimediale Services und Gruppenzwang stellen Konsumenten vor massive Probleme.

Wo sind die Zeiten hin, als ein Nakamichi-Deck als Non-plusultra der Hi-Fi-Technologie galt, das TV-Programm aus zwei gleich schlechten Sendern bestand, die ersten Videokassetten in drei Formaten auf den Markt kamen oder ein Atari als Spielkonsole galt? Von Vierteltelefonen, Lochkartencomputern oder vom ersten Walkman wollen wir erst gar nicht erzählen. Heute gilt jemand, der nicht über einen Breitband-Internet-Anschluss verfügt, als asozial, jemand, der kein Handy mit Videofunktion besitzt, als Technikverweigerer und jemand, der freiwillig aus einer begrenzten Anzahl von TV-Sendern wählt, als weltfremd oder Hinterwäldler. Über Dinge wie iPod, Online-Banking oder Internet-Shopping wollen wir nobel schweigen.

Die Welt verändert sich vor allem im Hoffnungsbereich Multimedia geradezu rasend schnell. PC sind schon Monate nach ihrem Kauf technologischer Schrott, Übertragungsbreiten für das World Wide Web steigern ihren Umfang wie die Oberweiten der Damen vom Pariser Folies Bergère, TV-Geräte werden im Jahresrhythmus obsolet, und das Mobiltelefon ist längst seiner ursprünglichen Basisfunktionalität enthoben. Schneller, besser, umfangreicher lauten die Schlagworte, denen sich der atem- und kaufkraftlose Konsument gegenüber sieht. Die aus Japan und Taiwan stammenden Ideen einer umfassenden Interaktivität und einer totalen Vernetzung des eigenen Heims zur Deckung künftiger Bedürfnisse führen zu einem knallharten Wettlauf der Anbieter und Konzerne, die sich Marktanteile und Führungspositionen sichern wollen.

Zwei Klassen

Auf der Strecke bleiben jene, die sich schon zu „Urzeiten“ eigentlich weder ein Nakamichi-Deck noch einen Atari wirklich leisten konnten. Denn Technologiefortschritt, multimedialer Super-GAU und damit verbundener künstlicher Bedarf sind keineswegs Allgemeingut. In Zeiten wirtschaftlicher Schwierigkeiten, bedingt durch Arbeitslosigkeit, Überschuldung oder Konsumgüterdeckung, kommt es auch durch den rasanten Anstieg eines Gruppenzwangs hinsichtlich der Beschaffung von multimedialen Geräten und Services zu manchem privatwirtschaftlichen Kollaps und zu einer Zwei-Klassen-Gesellschaft.

Das Problem ist eigentlich simpel. Sprechen wir erst gar nicht von der Divergenz zwischen dem multimedialen Anspruch und der verfügbaren, wirklich funktionierenden Realität. Vernachlässigen wir die Tatsache, dass die meisten Services und Angebote unausgegoren, fehleranfällig und pure Zukunftsmusik sind. Nehmen wir stattdessen das Mobiltelefon als Beispiel. Allein die heutigen Basisfunktionen Sprachtelefonie und SMS treiben unzählige Anwender in eine Schuldenfalle und wirtschaftliche Schwierigkeiten. Auch die Kabelbetreiber können von so manchen Fällen

berichten, in denen der Multikanal-TV-Genuss durch Exekutionen ein äußerst schwarz-weißes Ende fand. Für viele Menschen, die den Drang nach Deckung der von Werbung und Gruppenzwang massiv hervorgerufenen Bedürfnisse verspüren, steht letztlich nur eine wesentliche Frage im Raum: „Wer bitte soll all die neuen Gadgets bezahlen?“ HDTV-taugliche Digitalflachbildschirme wird es auch künftig nicht bei Tchibo günstig

zum Kaffeepackerl dazugeben. Ein guter Multimedia-PC, eine brauchbare Anlage kostet auch weiterhin eine Stange Euro Münzen. Wenn heutige Datenträger bald durch neue Technologien ersetzt werden, gilt es so manchen Sparstrumpf zu plündern, und die Decke der bislang viel zu günstigen Handy-Tarife ist sowieso bald erreicht. Das „mobile, interaktive Heim“ ist bei ernsthafter Betrachtung der Lage zudem überhaupt nur jenen vorbehalten,

die Business-Flüge oder die neueste Channel-Kollektion als normale Alltagskosten beziffern.

Der Mangel an finanzieller Machbarkeit stellt in Wirklichkeit die einzig echte Hürde zur Umsetzung einer flächendeckenden multimedialen Gesellschaft dar. Solange dieses Problem nicht gelöst wird, ist „Multimedialität für alle“ ein echtes Märchen.

Mario Koepl



VÖZ VERBAND ÖSTERREICHISCHER ZEITUNGEN

www.keineZeitung-keineAhnung.at

economy
Unabhängige Zeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft
 EIN MITGLIED DES VÖZ