

Kurzschluß bei der Post

Der teure Ausbau des Fernmeldenetzes könnte sich zum Flop entwickeln

27. Januar 1989, 8:00 Uhr

AUS DER ZEIT NR. 05/1989



Von Marie-Luise Hoffmann und Ludwig Siegele

Für die Postreklame haben sich die Werbeberater von Minister Christian Schwarz-Schilling etwas ganz Besonderes einfallen lassen: Plüschtiere, Babies und sympathische Hotelportiers verkünden auf großen bunten Zeitungsseiten derzeit das neue ISDN-Zeitalter. Die Anzeigenkampagne soll um Verständnis für eine neue Fernmeldetechnik werben, die der Postminister für eine "Frage der wirtschaftlichen Existenz unserer Nation" hält. Wie ISDN, das neue Kommunikationsnetz, indes funktioniert, bleibt dem Zeitungsleser ein Rätsel. Den Poststrategen muß bald sehr viel Überzeugenderes einfallen, sonst könnte "das größte Vorhaben, das die Post jemals unternommen hat", so Schwarz-Schilling, zum Ladenhüter verkommen.

Denn mit dem *Integrated Services Digital Network* wissen die meisten Postkunden noch immer nichts anzufangen. "ISDN ist eine überzeugende Lösung, für die das Problem zur Zeit noch gefunden werden muß", sagt dann auch Werner Knetsch, Geschäftsleiter für Informationstechnik beim Beratungsunternehmen Arthur D. Little International in Wiesbaden. Schon kursieren in der Fachwelt verballhornende Langformen des Kürzels: *Innovations subscribers don't need* – Neuerungen, die keiner braucht.

Das muß den Minister hart treffen. "Wer hier nicht mitzieht, wird in den neunziger Jahren auf der technologischen Bühne nicht mehr zu sehen sein", betonte er noch jüngst in einem Interview mit der *Wirtschaftswoche*. Die Computer- und Fernmeldebranche stößt ins gleiche Horn. "Es geht ja schließlich um den Aufbau eines Nervensystems für Unternehmen und Volkswirtschaft", faßte kürzlich Nixdorf-Chef Klaus Luft seine hochgestochenen Erwartungen zusammen. Und es geht auch um einen Riesenmarkt: Bald sollen nach Lufts Schätzungen weltweit rund 500 Milliarden Mark im Jahr für Telekommunikation ausgegeben werden, ein großer Teil davon für ISDN.

Entsprechend groß sind zumindest die technischen Anstrengungen des Gelben Riesen, um beim weltweiten ISDN-Wettlauf ganz vorne dabei zu sein. In diesen Tagen nehmen in acht Städten bereits ISDN-Ortsvermittlungsstellen ihren Dienst auf; es starteten Stuttgart, Hamburg und Hannover. Und 1993 werden sich Bürger und Unternehmen bundesweit an das Netz anschließen können. Schätzungsweise zwanzig Milliarden Mark soll das Projekt kosten.

Schon bald könnte sich dann folgendes ereignen: Wer Montag morgens nicht so ausgeruht wie üblich am Schreibtisch sitzt, kann sich störende Gespräche leicht vom Halse halten. Er drückt die Taste "Ruhe vor dem Telephon". Anrufer müssen sich dann mit einer Ansage zufriedengeben: "Wegen wichtiger Arbeiten kann ich im Moment leider nicht ans Telephon gehen." Nur der dienstreisende Chef wird nicht kaltgestellt: Die Nummer – soweit bekannt – ist entsprechend einprogrammiert. Wenn der sich dann tatsächlich meldet, können ihm schon während des Gesprächs die angeforderten Unterlagen zugefaxt werden. Kurz danach bekommt er aus einem Personalcomputer die neuesten Umsatzzahlen überspielt. Und schließlich erscheinen Videobilder von gerade fertiggestellten Produktmustern auf seinem Monitor.

Solch komfortable Telekommunikation ermöglicht eine vergleichsweise einfache technische Idee: die Digitalisierung. Auf diese Weise soll das über hundert Jahre alte Fernmeldenetz komplett modernisiert werden. Heute überträgt die Post Gespräche noch analog. Für Texte und Computerdaten gibt es deshalb spezielle digitale Übertragungswege. Künftig wird auch Sprache in Nullen und Einsen zerhackt. Damit kann die Post praktisch neuen Wein in alte Schläuche fassen: Für ISDN, also die Übertragung von Texten, Bildern, Computerdaten und Sprache in einem Netz, braucht sie zwar neue Vermittlungsstellen, aber keine neuen Fernmeldekabel. Sie kann also die alte Infrastruktur nutzen.

Statt der schnöden Telephonbuchsen wird es künftig die "universelle Kommunikationssteckdose" (Postwerbung) geben. Bis zu acht verschiedene Endgeräte lassen sich dort einstöpseln und zwei davon gleichzeitig betreiben. Der Spaß ist allerdings nicht ganz billig. Zwar tickt der Einheitszähler bei allen Kommunikationsformen genauso schnell wie beim heutigen Telephonieren. Doch die Gebühr für einen Hauptanschluß ist mehr als doppelt so hoch: 74 Mark im Monat. Und die passenden Apparate muß sich der ISDN-Teilnehmer auch noch zulegen. Ein "Komforttelephon" mit einigem Schnickschnack wie Display und diversen Funktionstasten kostet bei der Post mindestens 700 Mark.

Dennoch rechnet der Staatsbetrieb mit reger Nachfrage. Bis Mitte der neunziger Jahre würden voraussichtlich rund 1,5 Millionen Teilnehmer an seinem neuen Netz hängen, gab sich Helmut Schön, bei der Post für den Fernmeldebereich

zuständig, auf einer Sitzung des Postverwaltungsrats im November optimistisch. In ihrer "Potentialabschätzung" setzt die Fernmeldebehörde darauf, daß zunächst vor allem "Geschäftskunden" ans neue Netz gehen.

Nicht nur die wenig attraktiven Gebühren könnten der Post einen Strich durch diese Rechnung machen. "Man darf nicht davon ausgehen, daß die potentiellen Anwender ebensolche Technik-Freaks sind wie die Anbieter des ISDN", brachte Heia Prostedter, Geschäftsführerin des Roland Berger Forschungs-Instituts in München, schon vor einem Jahr das bundesdeutsche ISDN-Dilemma auf den Punkt: Für geniale Technik allein gibt noch niemand Geld aus.

Die Geschäftskunden wollten genau wissen, was das neue Netz bringt, betont die Münchner Marktforscherin: "Auf den konkreten Nutzen kommt es an." Den sehen aber vor allem die mittelständischen Unternehmen noch nicht - weil ihnen meistens das nötige Know-how fehlt, um aus ISDN-Bausteinen ein passendes Kommunikationsgebäude für den eigenen Betrieb zu bauen.

Die Manager der Dalli-Werke, eines mittelständischen Waschmittel- und Kosmetikherstellers in Stolberg nahe Aachen, erkannten schnell, daß ISDN für einen Anwender alles andere als "verblüffend einfach" (Postwerbung) ist: Über 2500 Seiten Dokumentation, 250 Seiten Ausschreibung und 43 Konferenzen in achtzehn Monaten brauchten sie, um ein maßgerechtes Konzept für ihre neue ISDN-Anlage zu entwickeln.

"Im ersten Vierteljahr haben wir uns nur mit Organisationsfragen beschäftigt, ganz und gar nicht mit der Technik", berichtet Gerd Cagol, von Dalli bestellter Berater. Er und seine Auftraggeber mußten eine völlig neue "Kommunikationsarchitektur" entwickeln, sozusagen die Technik auf den internen Informationsfluß des Unternehmens abstimmen.

Zunächst setzten die Dalli-Leute ihre hauseigene ISDN-Anlage dazu ein, das Telephonieren innerhalb des Unternehmens komfortabler zu machen. Dann verbanden sie etwa die Abteilung Waschmittelverpackung mit ihrem Rechenzentrum, um Produktionsdaten ohne große Investition in teure Spezialleitungen direkt übertragen zu können. Und wenn der Betrieb 1991 ans öffentliche ISDN-Netz gehängt wird, dann sollen Außendienstmitarbeiter bei Kundengesprächen schneller auf Informationen zugreifen können.

Die Post kann es sich zum Teil selbst zuschreiben, daß es bisher nur wenige ISDN-Pioniere wie Dalli gibt. Das meinen jedenfalls die Berater von Arthur D. Little. In einer nicht veröffentlichten Studie für das Postministerium zogen sie kürzlich eine ernüchternde Bilanz: Der Staatsbetrieb müsse sich schleunigst darum kümmern, ISDN gezielt an den Mann zu bringen. Sonst sei "die Wahrscheinlichkeit sehr groß", daß es - gemessen an den Erwartungen der Post - ein Flop wird.

Die Aussagen in aufwendigen Anzeigen und teuren Hochglanzbroschüren seien "zu abstrakt". Anwendungen könnten nicht "vorgezeigt, ja noch nicht einmal glaubwürdig beschrieben werden". Schwarz-Schilling und seine Untergebenen hätten bisher auch selbst "keine Klarheit darüber, was sie eigentlich vermarkten" wollen, vermuten die Experten von Arthur D. Little. Bekamen sie doch von "Schlüssel-Mitarbeitern" der Post reichlich Merkwürdiges zu hören: "ISDN wird ein ganz böser Flop." Oder: "Wir haben ein gutes Verhältnis zu ISDN, weil es uns gar nicht tangiert."

Tatsächlich gehen die verantwortlichen Postler die Vermarktung ihres Prestigeprojektes erstaunlich lässig an. "Diese Diskussion ist mir unverständlich", sagt Peter Kahl, Leiter der Projektorganisation ISDN. Ein einzelner Dienst wie Bildschirmtext (Btx) könne beim Verbraucher vielleicht durchfallen – nicht aber ISDN; denn das Kürzel stehe ja für ein ganzes Netz mit einer Vielzahl von verschiedenen Angeboten. "Die Gefahr eines Flops sehe ich daher nicht."

Auf Anregung der Wiesbadener Berater hat die Post jetzt allerdings doch beschlossen, sich "intensiv mit ISDN-Anwendungen zu beschäftigen" (Kahl). Konkret: Zusammen mit interessierten Unternehmen und Kommunikationsberatern sollen Anwendungspakete für einzelne Branchen geschnürt werden. Welchen Beitrag die Post dabei genau leisten will – das steht aber noch nicht endgültig fest. Auch "eine finanzielle Beteiligung wird erwogen", beschreibt der ISDN-Koordinator die Beschlußlage.

In jedem Fall hoffen die Postplaner, daß von außen Projekte an sie herangetragen werden. Dabei denken sie an Dienste wie "Selfac". Das Kürzel steht für die Idee von Verlegern, eine elektronische Zeitung zu produzieren: Die soll nicht mehr zentral gedruckt und dann verschickt, sondern den Abonnenten über ISDN direkt auf ihr Telefax-Gerät gespielt werden.

Zum Fernkopieren im ISDN gibt es mittlerweile auch eine Reihe von günstigen Endgeräten. Sonst aber sind die Preise für ISDN-Apparate happig. Und die Auswahl ist dürftig – vor allem bei solchen Geräten, die sich gerade für das integrierte Netz anbieten: Mehrdienste-Terminals, mit denen man sich etwa in Btx einklinken, Texte versenden und auch telephonieren kann, sind rar und umständlich zu bedienen.

Post und Hersteller schieben sich den Schwarzen Peter für die Angebotslücke gegenseitig zu: "Die Akzeptanz eines Fernmeldenetzes hängt ganz entscheidend von der Attraktivität der Endgeräte ab", mahnte Schwarz-Schilling Initiativen bei den Produzenten an. "Die Post muß ein Signal geben", kontert Peter Berwing, Produktplaner für ISDN-Endgeräte bei Siemens. Dabei denkt er an attraktive Anschlußgebühren: Nur so ließe sich eine große Zahl von Teilnehmern an das Netz locken.

Das "Henne-Ei-Problem" (Schwarz-Schilling) müsse die Post schleunigst selbst aus der Welt schaffen, fordert auch Franz Arnold, der in früheren Jahren bei der Post für den Fernmeldebereich zuständig war: Sie sollte eine Million Endgeräte kaufen und günstig auf den Markt werfen. "Das bringt zwar einmalig 300 Millionen Mark Verlust, aber auch den nötigen Auftrieb für ISDN", meint der Experte, der heute bei der Beratungsfirma Scientific Control Systems (SCS) arbeitet. Die Kosten dieser Geburtshilfe seien jedenfalls viel geringer "als die Zinsverluste durch ein ISDN, das zu langsam in Gang kommt".

Mit diesem Vorschlag will sich freilich sein ehemaliger Kollege Kahl nicht anfreunden: "Das ist nicht das Allseligmachende. Da kann man sich beliebig am Markt vorbeibewegen." Die Skepsis beruht auf Erfahrungen: Um den dümpelnden Bildschirmtext flottzumachen, orderte der Staatsbetrieb vor zwei Jahren rund 90 000 sogenannte Multitels. Noch heute verstaubt ein großer Teil der Geräte in den Lagern der Post. Daß die Hebammen-Methode aber durchaus funktionieren kann, zeigt das Beispiel Frankreich. Mit kostenlosen Endgeräten hat die französische Fernmeldebehörde ihr Minitel, das Gegenstück zum deutschen Bildschirmtext, zu einem Massendienst mit weit über drei Millionen Teilnehmern gemacht.

Die Post hofft dagegen, daß langfristig einzelne Dienste von allein für den Massenerfolg von ISDN sorgen. Ein Zugpferd soll dabei das Bildtelefon sein. Ab 1990 wird der Dienst angeboten. Und schon heute wirbt der Staatsbetrieb mit rührenden Spots für das neue Angebot: Endlich kann die Oma mit ihren Enkeln nicht nur sprechen, sondern sie kann sie auch sehen. Doch die Qualität des neuen Dienstes ist noch bescheiden. Denn zunächst wird sich der Bundesbürger praktisch mit einem Standbild zufriedengeben müssen.

Ob alt und jung bei den Plänen des Ministers mitmachen, darf noch aus anderen Gründen bezweifelt werden: "Vorsicht Kamera" als Normalzustand könnte die Verbraucher eher schrecken. "Sogar totale Technik-Freaks winken bei dieser Vorstellung ab", sagt der Sozialwissenschaftler Detlef Müller-Böling, Professor an der Universität Dortmund. Da werde es "erhebliche Anlaufschwierigkeiten" geben, prophezeit der anerkannte Akzeptanzforscher.

Und Akzeptanzprobleme sagen Fachleute nicht nur bei der Bildkommunikation voraus: Das ganze Netz samt der Technik könnte beim Bürger durchfallen, warnten schon 1986 Karl-Heinz Neumann und Thomas Schnöring, Mitarbeiter des Wissenschaftlichen Instituts für Kommunikationsdienste der Deutschen Bundespost in Bad Honnef. "Es handelt sich immerhin um eine Großtechnologie, die mit Wachstumsargumenten in der Öffentlichkeit begründet wird und die Assoziation zum Überwachungsstaat zuläßt." In Sachen Datenschutz ist das Problembewußtsein der Postgewaltigen freilich bis heute nicht sehr ausgeprägt. Die Post müsse Daten speichern, heißt es in der

Behörde, um die Gebühren berechnen zu können. Die Informationen würden aber nur für eine begrenzte Zeit gesammelt und dann wieder gelöscht.

Skepsis ist dennoch angebracht. Wenn demnächst über das Computernetz der Post nämlich nicht nur Telephonate geführt, sondern auch elektronische Zeitungen abgerufen werden können, elektronisches Einkaufen möglich und die Abwicklung von Bankgeschäften üblich wird, dann lassen sich aus diesen Verbindungsdaten Persönlichkeitsprofile ersehen. Ohne einen speziellen Datenschutz könnte der Ausbau des Fernsprechnetzes deshalb dem Minister sogar eine Verfassungsklage bescheren, vermuten einige Wissenschaftler, darunter auch Herbert Kubicek, Hochschullehrer für angewandte Informatik an der Universität Bremen. Seit Jahren weist er auf die Probleme hin, die die neue Technik mit sich bringen wird. Wenn alles so kommt, wie bisher noch geplant, könnte "das ISDN zum schnellen Brüter der Nachrichtentechnik" werden, vermutet der Bremer Professor (Interview mit Professor Herbert Kubicek in der nächsten Ausgabe).