

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 38 (1986)
Heft: 23

Artikel: Nach der Abschaffung von Videotex in Kanada
Autor: Meier, Urs
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931390>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.01.2025

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

1990 ins entscheidungs-, das heisst kauffähige Alter kommen wird.

Wie berechtigt dieses Hoffen auf die Jugend sein könnte, zeigte die Umfrage. Die Kinder der Videotex-Abonnenten hatten nämlich wortwörtlich «spielend», das heisst über Bildschirmspiele Zugang zu Videotex gefunden. Die erfolgreiche Überschwemmung der Kinderzimmer mit Unterhaltungselektronik käme also auch Videotex zugute.

«Neue Gesellschaft»

Wer braucht nun also Videotex? Die Banken, die PTT, die Privatwirtschaft, geschlossene Benützerkreise, der Mann von der Strasse, die Telekommunikationsindustrie oder die Jugend? Und wessen Bedürfnisse werden letztlich ausschlaggebend sein?

Bei Gegnern wie Befürwortern herrscht, wenn auch mit unterschiedlichen Vorzeichen, gleichermassen Ungewissheit über die zukünftige Entwicklung von Videotex im speziellen und der informatisierten Telekommunikation im allgemeinen. Das spiegelt sich auch in einem Gedanken, den Videotex-Förderer Markus Kutter bei der Einweihung des ersten öffentlichen Videotex-Terminals in Basel anfangs September äusserte. Über die Wirkung neuer Medien meinte er unfreiwillig zweideutig: «Da entsteht todsicher eine neue Gesellschaft und niemand weiss, wohin diese Gesellschaft führt.» ■

Urs Meier

Nach der Abschaffung von Videotex in Kanada

Nach drei Jahren brach Kanada den Versuch ab, ein Videotex-System aufzubauen. Der Vergleich mit Entwicklungen in anderen Ländern verdeutlicht, wovon der Erfolg dieses Neuen Mediums abhängt. Anstelle des öffentlich organisierten und geförderten Videotex setzen sich in Kanada möglicherweise private Bildschirmtext-Systeme durch.

Wie in verschiedenen anderen westlichen, vor allem europäischen Ländern begann auch in Kanada zu Beginn der achtziger Jahre die versuchsweise Einführung Neuer Medien. Die grösste medientechnische und gesellschaftliche Innovation versprach das System Videotex (dies die offizielle internationale Bezeichnung), also der interaktive Telefon-Bildschirmtext. Kanada verwendete dafür den Namen «Telidon», was nicht nur den weltweiten Begriffssalat bei den Neuen Medien mit einer weiteren Wortschöpfung anreicherte, sondern auch die technische Eigenständigkeit der kanadischen Version hervorhob. Die Förderung von Telidon war Teil einer speziell im Medienbereich höchst aktiven Technologiepolitik. Die urbanen Ballungszentren wurden mit Wachstumsraten von jährlich um die zehn Prozent rasant verkabelt (heute sind in städtischen Gebieten 80 bis 90 Prozent der Haushalte angeschlossen).

In der Entwicklung von Fernmelde- und Rundfunksatelliten gehörte Kanada lange zu den

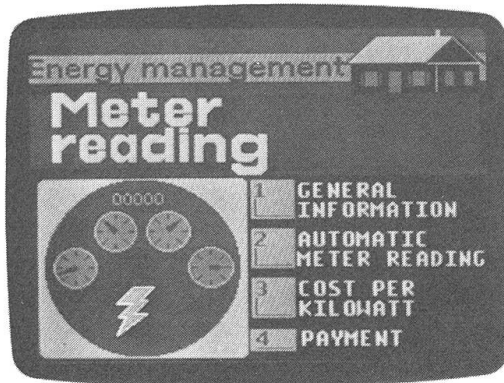
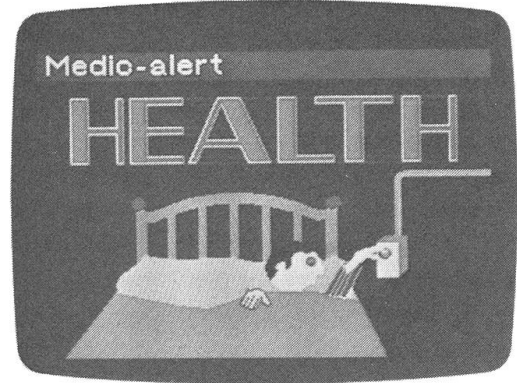
führenden Ländern. Mit dem hausgemachten Videotex-System hoffte die kanadische Regierung die einheimische Informatikbranche zu stimulieren und einen Exportschlager zu lancieren. Entsprechend den hohen Erwartungen veröffentlichten die Behörden kühne Prognosen. Ende 1981 stellte die Regierung einen Fahrplan auf, nach dem Telidon in der Region Montreal binnen eines Jahres als voll ausgebautes, breit genutztes System durchgeboxt werden sollte.

Für diese scharfe Gangart gab es nicht nur industriepolitische Gründe. Kanada steht, was die Medien betrifft, unter massivem und unmittelbarem Einfluss der Vereinigten Staaten. Die kommerziellen Medienunternehmen der USA betrachten Kanada als ihren Hinterhof. Ausser Quebec, das seiner Frankophonie eine gewisse Distanz zum benachbarten Riesen verdankt, ist Kanada der kulturellen McDonaldisierung und den Werbefischzügen aus dem Süden ausgeliefert. Mit der Forcierung der Eigenständigkeit in der Medieninfrastruktur hoffte Kanadas Regierung die Chancen zur Wahrung der kulturellen Identität des Landes zu verbessern.

Was Radio und vor allem Fernsehen betrifft, sind die Ergebnisse dieser Politik greifbar geworden; allerdings in ambivalenter Weise. Einerseits ist es gelungen, das riesige Land mit Hilfe von Fernmelde- und Rundfunksatelliten vollständig mit eigenen Programmen zu versorgen. Andererseits hat dies gleichzeitig dazu geführt, dass nun auch US-Programme in grosser Zahl überall empfangen werden können. Die Nutzung kanadischer Programme ist deshalb anteilmässig gesunken und beträgt bei der Fernsehunterhaltung nur drei Prozent.

Telidon, bei dem Kanada – nicht zuletzt als Kompensation

Alarmanlage, Beleuchtung und anderes kann mit «Video-way» überwacht und gesteuert werden. Speziell Kranken und Behinderten dient das System mit einem medizinischen Notruf.



für das ewige Nachsehen im Rundfunkkonkurrenzkampf – einen klaren Vorsprung herauszohlen wollte, ist von den Bildschirmen bereits wieder verschwunden. Nach den Wahlen vom September 1984 verfügte die Regierung ein rigoroses Sparprogramm. Das erfolglose Telidon fiel dem Rotstift zum Opfer, und es überlebte den Entzug der staatlichen Fürsorge nicht.

Misserfolg trotz Spitzentechnik und kreativer Programme

Schon technisch ist Videotex nicht gleich Videotex. Der Vorgang der Codierung und Decodierung der Bildinformation kann nach unterschiedlichen Standards abgewickelt werden. Die erste weitverbreitete Videotex-Norm war das System PRE-STEEL aus Grossbritannien, dem Ursprungsland von Videotex. Das Verfahren wurde zunächst auch in der Bundesrepu-

blik Deutschland und in der Schweiz übernommen. Es gab der Bildschirmgrafik die bekannte Klötzchenstruktur und liess nur eine beschränkte Farbauswahl zu. Die Schweiz wie auch die BRD stellten dann auf die neue europäische CEPT-Norm um, die Farben und Formen differenziert darstellen kann, aber dadurch den Bildaufbau verlangsamt und die Herstellung von Videotex-Programmen verteuert.

Das kanadische Telidon basierte gewissermassen auf einem technischen Mittelweg: Der NAPLPS-Standard erlaubt bessere Bilder als das PRE-STEEL-Verfahren, funktioniert aber in der Nutzung dennoch wesentlich schneller als der CEPT-Videotex. Ausserdem ist mit NAPLPS eine verhältnismässig einfache und billige Herstellung von bewegten Bildschirmgrafiken möglich. Dem Telidon wurden denn auch hervorragende technische Eigenschaften attestiert. Zum kommerziel-

len Grosse Erfolg reichte es der kanadischen Eigenentwicklung trotzdem nicht. Die Durchsetzung technischer Normen im Informations- und Kommunikationsbereich ist in erster Linie eine Frage der wirtschaftlichen und politischen Macht und nicht der technischen Qualität. Heute wird die auf dem NAPLPS-Standard basierende Technik für Computergrafik angewendet. Fernsehanstalten benützen sie für die kostengünstige Erzeugung elektronischer Trickbilder.

Die Schnelligkeit des Telidon beim Bildaufbau ermöglichte es, Programme praktisch als Videospiele zu gestalten, nämlich als Bildschirmgrafiken mit kontinuierlich bewegten Elementen, die rasch auf Steuerbefehle des Benützers reagieren. Ein interdisziplinäres Team der Universität Montreal baute auf diesen Gestaltungselementen ein ebenso umfangreiches wie raffiniertes sozial- und präventivmedizinisches Lernprogramm auf.

Der Benutzer kann Lebensläufe spielen und nimmt so auf unterhaltsame Weise ganz nebenbei eine Menge geschickt aufbereiteter Informationen mit über Krankheits- und Unfallrisiken, vorbeugende Massnahmen, Gesundheitspolitik usw. Dieses Telidon-Programm erreicht sein Ziel ohne Moralisieren und Missionieren. Die distanzierte Kommunikationsform des Bildschirmtextes wird hier als Vorteil ins Spiel gebracht. Die Präsentation ist so sachlich, dass sie keine Widerstände auslöst, und so locker-vergnügend, dass die Benutzer sich gern damit beschäftigen. Das Programm wird heute, nach dem Ende von Telidon, als Computerspiel in Wartezimmern, Schulen, Bibliotheken und anderen öffentlichen Einrichtungen angeboten.

Gründe des Scheiterns

Telidon hat trotz der zu Beginn starken Förderung durch den Staat alle optimistischen Prognosen Lügen gestraft. Einer der Gründe ist die allen Videotex-Systemen gemeinsame Zielsetzung, informatisierte Kommunikationsvorgänge in den *Privathaushalten* heimisch zu machen. Offensichtlich ist aber das Bedürfnis nicht sehr gross, Bankgeschäfte, Einkäufe, Ferienbuchungen und anderes mehr zuhause am Bildschirm abzuwickeln. Ein paralleles Phänomen ist das der privaten Benutzung von Mikrocomputern. Dazu gibt es eine Untersuchung der Universität Montreal. 1983 war in Kanada der Boom der Home- oder Mikrocomputer auf einem Höhepunkt. 880 Käufer solcher Geräte wurden damals und zwei Jahre später wieder befragt. Die Ergebnisse zeigten, dass nur die berufsbezogene Nutzung der Kleincomputer die erste Neugierphase überdauerte. Vereinzelt Versuche, die



Aus dem Medien-Magazin
«CHIPS & Kabel» (Berlin),
Mai/Juni 1986

Geräte für den Privatgebrauch einzusetzen, hatten keinen Bestand. Übertragen auf Videotex dürfte dies etwa heissen: Nicht einmal diejenige Bevölkerungsgruppe, die den neuen Technologien ein aktives Interesse entgegenbringt, ist an der Nutzung moderner elektronischer Informationstechnik für *private* Zwecke besonders interessiert. Die Hürde, die Videotex in diesem Bereich zu nehmen hat, ist demnach recht hoch.

Das Schicksal von Telidon hat, so urteilt jedenfalls die kanadische Quartalszeitschrift «Videotex World», die Grenzen einer Medienpolitik aufgezeigt, die das Feld der Kommunikation und Information allein unter dem Gesichtspunkt des Marktes beackert. «Marktforschung kann

Ihnen nur zeigen, was *nicht* geht», heisst es da an die Adresse der Macher, und weiter: «Eine der Schwierigkeiten liegt darin: Um Benutzer über solche neue Dienste befragen zu können, muss man sie ihnen erst erklären; und es ist sehr schwierig, vielleicht gar unmöglich, diese Produkte neutral zu erklären, ohne zugleich die Idee der Produkte zu propagieren. Dies führt selbstverständlich zu Resultaten, die zugunsten des Produktes voreingenommen sind» (Martin Lane in «Videotex World», Herbst 1986). Wegen dieses «selling by explaining» und des Neuheitseffekts sei es praktisch unmöglich, aus Videotex-Versuchen sichere Marktinformationen zu erhalten. Der Autor stellt ausserdem fest, für

den Benutzer zähle nicht die Technik an sich, sondern einzig deren sinnvolle Anwendung. Zumindest anfänglich sei es nicht gelungen, einer breiten Schicht genügend solche nutzbringenden Programme anzubieten, so dass Videotex ungewollt das Flair von «Snob Line» angenommen habe.

Ohne Staat geht bei Videotex nichts

In allen Ländern stagniert Videotex. Einzige Ausnahme ist *Frankreich*. Bald zwei Millionen Minitels (kompakte und billige Einheiten mit Bildschirm und Tastatur) sind im Land verteilt. Die Franzosen feiern Erfolge mit ihrem Rezept, eine Art Deux-chevaux der Informatik auf Staatskosten allen in die Wohnung zu stellen. Die dabei verwendete Technik ist weit vom Raffinement der CEPT- oder NAPLPS-Norm entfernt, und die Anwendungen sind nicht so vielseitig wie im Schweizer Videotex oder im deutschen Bildschirmtext. Aber die Sache funktioniert und scheint problemlos akzeptiert worden zu sein. Die Minitel-Flut ergoss sich genauso undiskutiert über das Land, wie auch bis vor kurzem der forcierte Ausbau der Kernenergie in Frankreich kein Gesprächsthema war.

Das Geheimnis dieses Erfolges liegt nicht nur an der Nonchalance, mit der man in Frankreich mit Technik umzugehen pflegt, sondern auch daran, dass die Minitel-Hausse ein staatlich verordnetes Ereignis ist. Das französische Télétel-System musste sich nicht auf dem Markt behaupten, war ursprünglich nicht einmal auf Akzeptanz angewiesen, sondern wurde von der Post durchgesetzt. Sie hatte ganz einfach damit angefangen, in etliche Regionen anstelle von Telefonbü-

chern Minitels abzugeben – gratis.

Diese zentralistische Effizienz wird ausserhalb Frankreichs von Videotex-Betreibern mit Neid beobachtet. Kanada hat das genaue Gegenbeispiel inszeniert, das demonstriert: Sobald die staatliche Förderung ganz ausbleibt, verschwindet Videotex. Wenn der Staat durch seine Postbetriebe nicht mit zahlreichen Vorleistungen die Hauptlast des Risikos übernimmt, ist an die Einführung eines Systems wie Videotex offenbar kaum zu denken.

Nimmt man Frankreich und Kanada als Gegenpole, so befindet sich die Schweiz irgendwo zwischendrin. Die Förderung von Videotex durch die PTT in den vergangenen Jahren war zu gering, um dem System zum Durchbruch zu verhelfen, und zu gross, um es absterben zu lassen. Etwas weiter kam der Bildschirmtext in der BRD (dank einem zeitlichen Vorsprung von etwa drei Jahren und einem erheblich grösseren Engagement der Deutschen Bundespost), aber er stagniert heute ebenfalls.

Der Schweizer Videotex kann nicht stehenbleiben, wo er jetzt angelangt ist. Die Informationsanbieter können auf Dauer nur dabeibleiben, wenn die Zahl der Benutzer um ein Vielfaches steigt. Dies aber, so muss man aus den ausländischen Erfahrungen wohl schliessen, ist nur möglich, wenn die PTT und der Staat sich für den erstrebten kommerziellen Durchbruch ganz erheblich engagierten. Die Videotex-Betreiber wünschen

denn auch vom Staat möglichst large Regelungen, um den Dienst für Anbieter interessant zu machen (kein Datenschutz, keine Werbevorschriften) und von der Post höchste Leistungsfähigkeit zu Vorzugspreisen (allenfalls zulasten anderer Postdienste). Es ist anzunehmen, dass mit den nächsten zu erwartenden Entscheidungen (Videotex-Verordnung des Bundesrates) die Weichen faktisch gestellt sein werden: entweder in Richtung «Kanada» oder in Richtung «Frankreich».

Auch in Kanada geht es weiter

Die Absage an Videotex bedeutet nicht, dass die Verbindung von Informatik und Telekommunikation sich nicht weiter entwickeln würde. Das Beispiel Kanada zeigt mögliche Richtungen auf. Der hohe Verkabelungsgrad legt eine Verlagerung des Bildschirmtext-Systems vom schmalbandigen Telefonnetz auf das breitbandige Rundfunk-kabelnetz mit seiner viel höheren Übertragungskapazität nahe. Für diesen Weg hat sich die private Kabelfirma Videotron in Montreal entschieden. Unter dem Namen *Videoway* führt sie zur Zeit ein interaktives System ein, in dem folgende Dienste integriert sind:

- (abonnierte Spielfilm-Programme)
- Vermittlung von Radio- und Fernsehprogrammen
- Pay-TV
- ein dem schweizerischen Teletext ähnlicher Bildschirmtext mit 20000 Seiten
- Videotex-Dienste wie Homebanking, Wohnungs- und Occasionsmarkt
- Alarm- und Überwachungsdienste (zum Beispiel zur optimalen Steuerung von Heizungsanlagen)
- Überspielen von speziell be-

ZOOM zu Videotex

Die Nummern 5/84 und 16/85 enthalten Dossiers zum Thema Telefon-Bildschirmtext (Videotex). Mit Fernseh-Bildschirmtext (Teletext) befasste sich Urs Meier in ZOOM 3/84.

stellten Programmen in den Videorecorder oder in den Mikrocomputer (sogenannte Downloading)
– elektronische Post.

Videoway ist zur Zeit in 1700 Haushalten in einer Suburb von Montreal installiert und umfasst vorderhand Rundfunk, Pay-TV, Bildschirmzeitung und Mailbox (elektronische Post). Die übrigen Dienste werden laufend ergänzt, und die Zahl der Anschlüsse wächst angeblich rasch.

Neben diesem an die Rundfunkverkabelung gebundenen System spielen *private Computernetze* eine ständig grössere Rolle. Dies gilt insbesondere für die USA, aber auch für Kanada. Die Benützer verbinden sich via Telefon mit einem Grossrechner, einem sogenannten Host-Computer, der im Prinzip dieselben Funktionen erfüllt wie eine Videotex-Zentrale. Das System ist effizienter, billiger und flexibler als Videotex. Es genügt beispielsweise ein winziger tragbarer Computer, um über einen Akustikkoppler oder direkt über die Steckdose von jedem beliebigen Telefonanschluss aus mit dem Host-Computer Kontakt aufzunehmen. Besonders die Mailboxes haben in Nordamerika grosse Bedeutung erlangt und verdrängen im geschäftlichen Bereich Briefpost, Telex und sogar Telefongespräche.

Videotex ist also keineswegs *die* Möglichkeit, in die elektronische Zukunft einzusteigen, und wenn Videotex die Hürde nicht schafft, ist diese Zukunft deswegen noch nicht verbaut. ■

Thema

Video-Kunst

Claudia Acklin

Vom elitären Getto ins Fernsehen

Lange Zeit handelte man Video-Kunst als «schwieriges Medium», viele Künstler verstanden ihre Arbeiten als «Anti-Fernsehen». Zuerst in den USA, heute auch in Europa wird aber ein Trend hin zum Massenmedium beobachtet. Im deutschen Video-Schaffen wurden beispielsweise dieses Jahr folgende Tendenz festgestellt: «ein verstärkter Drang zu erzählerisch, fernsehgerechten Arbeiten» oder der Versuch «mit eigenständigen, oft experimentell-assoziativen Erzählstrukturen Fernsehen zu beeinflussen» (Uwe Rüth, Marl). – Diese Entwicklung von der Video zur TV-Kunst gibt auch in der Video-Szene Schweiz Anlass zu Diskussionen. Diesen Sommer standen die Video-Wochen im Wenkenpark von Riehen bei Basel unter dem Motto «Künstler – Fernsehen – Museum». Die Veranstalter organisierten ein Gespräch zwischen privaten Produzenten, Fernsehleuten, Vermittlern und Video-Schaffenden: ein Versuch, eine Gesprächsbasis für die Zukunft herzustellen.

«Shut the Fuck up» wirft ein Männerkopf, in Nahaufnahme vor dem gestreiften Hintergrund des farbensynchronisierenden TV-Testbildes, aufgebracht seinem Publikum entgegen; seine Stimme überschlägt sich fast. In einem blau-temperierten Studiораum spielen Orchestermusiker in blauen Fräcken seichte Musik, einige nackte Frauen wälzen sich dazu in blauer Farbe und hinterlassen bei diesem «*Happening in blue*» ihren Körperabdruck an der Wand. Wieder erscheint ein Männerkopf auf dem Monitor.

Diese Bilder waren im November 85 im Amsterdamer Kabelfernsehen zu empfangen. Das beschriebene Band der amerikanischen Künstlergruppe General Idea war eine der Auftragsarbeiten für die multimediale Veranstaltungsreihe «Talking back to the media», die die Stadt Amsterdam und das niederländische Kulturministerium ermöglicht hatten. Künstler aus den Bereichen Film, Foto, Plakat, Audio- und Video-Kunst sollten in ihren Arbeiten das abgebrochene Gespräch mit den Massenmedien wiederaufnehmen. General Idea taten dies fast als Publikumsbeschimpfung, ganz in der Tradition jener Künstler, für die die Bilder des Fernsehens und die eingeschlifenen Sehgewohnheiten seines Publikums Angriffspunkte zur Dekollage und Demontage boten (zum Beispiel die Fluxus-Bewegung anfangs der siebziger Jahre in Deutschland und in den USA). Auch das Videoband von General Idea persifliert steril inszenierte Fernsehbilder und führt vor, mit welcher lauwarmer Sauce das Massenmedium selbst provokativ gemeinte Aktionskunst übergossen und ihr damit jegliche Spitze nehmen kann. Das Band verdeutlicht einen spezifischen Konflikt: das spannungsgeladene Verhältnis zwischen Fernsehen und bil-