

# INFORMATION TOTAL

**V**ollgas auf der Datenautobahn: Die Informations-Zukunft hat schon begonnen. Globale Dienste wie Internet und Comuserve werben mit der großen weiten Welt der unbeschränkten Information. In den USA ist Comuserve mit 2,4 Millionen Teilnehmern die Nummer Eins, gefolgt von Prodigy (2 Mio.) und „America Online“ (1 Mio.).

Information total? Allumfassende Verknüpfung aller verfügbaren Daten für die Wirtschaft? BDI-Präsident Hans-Olaf Henkel spricht euphorisch von „Hunderttausenden neuen Arbeitsplätzen“ in diesem Informations-Massenmarkt. Etwa jeder zehnte der rund elf Millionen PC in Deutschland hat über ein Modem eine Zufahrt zur Datenautobahn, in den USA ist heute schon jeder fünfte PC mit einem Modem ausgestattet. Ein lukrativer Markt also, dem eine große Zukunft sicher ist.

In Deutschland hat die Telekom ihrem antiquierten Datex-J-Dienst ein Facelifting verpaßt und ist heute mit rund 800 000 Teilnehmern der erfolgreichste Online-Dienst. IBM hat sein „Global Network“ seit November 1994 am Markt, Microsoft will mit einem eigenen Netzwerk folgen. „Europe Online“, ein Zusammenschluß europäischer Verlagshäuser, will ebenfalls noch dieses Jahr im Online-Geschäft mitmischen.

Bei Microsoft glaubt man, innerhalb von fünf Jahren in diesem neuen Konsummarkt fünf Milliarden Dollar Umsatz zu erzielen. Dazu beitragen soll eine aggressi-



HANS MEISTER

ve Marktstrategie im Kampf um Online-Kunden und Informationsanbieter. Ein Preiskrieg zeichnet sich schon heute ab – den Nutzer der Datenautobahn kann es freuen.

Die globale Informations-Infrastruktur wird sich in den nächsten zwei Jahren drastisch verändern, dazu gehört keine prophetische Gabe. Ob diese Informationsflut aber unsere Gesellschaft tatsächlich so nachhaltig verändern wird, wie manche das vorhersagen, dazu ist eher Skepsis angesagt.

Wer auch nur gelegentlich in Datex-J, Comuserve oder Internet auf Datenreise geht, kennt die Tücken der Datenautobahn und kann ein Lied von den Schlaglöchern auf diesem Highway singen. Je größer das Datenangebot ist, umso schwieriger ist es für den Nutzer, die Spreu vom Weizen zu trennen.

Fragen wie globale Netzsicherheit, Integrität der Anbieter, Datenschutz des Nutzers sind nur einige noch längst nicht ausgeräumte Stolpersteine auf diesem Weg. Dazu kommt ein Dickicht von unterschiedlichsten nationalen Bedingungen und Vorschriften für Netzbetreiber, Anbieter und Anwender.

Daß beim G-7-Gipfel der westlichen Industrienationen die Europäer auf eine eigene Informations-

Infrastruktur pochen und sich nicht einfach von den amerikanischen Superanbietern überrollen lassen wollen, macht deshalb durchaus Sinn. Wo Verquickung von Werbung und Information hin führt, dazu bieten manche kommerzielle TV-Stationen hinreichenden Anschauungsunterricht. Was ein undurchsichtiges Tarifgefüge anrichten kann, zeigen unseriöse Anbieter von Telefon-Sexgeflüster in vor polizeilichem Zugriff sicheren Drittländern.

„Information at your fingertips“, hat uns Bill Gates vor Jahren versprochen. Doch droht statt Just-in-time-Information der Datenkollaps, wenn keine globale „Datenpolizei“ über die Verkehrsströme wacht und entsprechende Verkehrsregeln aufstellt. Dafür sind neben den Netzbetreibern auch die Politiker gefordert, um schon absehbaren Wildwuchs zu beschneiden.

Klare Spielregeln und einklagbare Rechte nützen Netzbetreibern, Anbietern und Anwendern gleichermaßen. Wild-West-Manieren und unseriöse Anbieter verlocken niemanden zum Ausflug auf die Datenautobahn. Starke und marktnahe europäische Online-Dienste sind deshalb sicher kein Nachteil, wenn es um die anwenderfreundliche Ausgestaltung des neuen Informations-Zeitalters geht.