

Mehr Grauzonen als Klarheit?

Experten kritisieren die geplanten Multimedia-Gesetze

An der internationalen Datenautobahn Internet wird künftig kaum ein Unternehmen mehr vorbeikommen, wenn es auf dem Weltmarkt mitmischen will. Mit dem Regulierungseifer der Politik werden sich dagegen wohl nur die deutschen Betriebe auseinandersetzen müssen, die im Internet Geschäfte machen wollen. Denn sowohl der Bund als auch die Länder wollen in Kürze jeweils per eigenem Gesetz die Rahmenbedingungen für die multimediale Welt festlegen – ungeachtet der Tatsache, daß nationale Grenzen im weltumspannenden Datenverkehr keine Bedeutung haben. Die Skepsis von Unternehmen und Wissenschaftlern gegenüber den politischen Vorgaben wurde auf dem Multimedia-Kongreß in Stuttgart denn auch deutlich gemacht. „Dieses Gesetz hätte noch Zeit gehabt“, sagte etwa Bernd Schiphorst, beim Bertelsmann-Konzern für neue Medien verantwortlich. „Man hätte den Markt sich erst einmal unter bereits bestehenden Regeln etwa zum Jugendschutz oder zum Wettbewerb entwickeln lassen sollen.“

Zwar sieht das neue Bonner Multimedia-Gesetz vor, daß elektronische Angebote keiner besonderen Genehmigung unterliegen sollen. Auch sollen Geschäfte über das Internet nicht unter den Rundfunkbegriff fallen und damit keine Angelegenheit der einzelnen Bundesländer werden. Dennoch wollen die Länder einen eigenen Mediendienste-Staatsvertrag schließen, und die Unternehmen befürchten nun eine juristische Grauzone und Kompetenzgerangel. Denn der Gesetzestext schließt mit ein, daß manche Mediendienste doch der rundfunkrechtlichen Ordnung unterliegen können, wie der Hohenheimer Rechtsprofessor Armin Dittmann erläuterte. Für Bertelsmann-Manager Schiphorst ist das ein Horrorszenario: „Die elf Bundesländer werden sich nicht darauf verständigen können, was zu tun ist, und es wird eine Fülle von Prozessen geben. Damit werden die neuen Gesetze zum Investitionshemmnis, statt Investitionshürden abzubauen.“

Sorgen bereitet den Medienexperten auch, daß in den Gesetzen nicht endgültig

geklärt wird, wer für die im Internet publizierten Inhalte verantwortlich ist. Zwar ist klar, daß jedes Unternehmen für die von ihm selbst veröffentlichten Botschaften etwa unter dem Blickwinkel des Jugendschutzes zur Rechenschaft gezogen werden kann. Aber gilt dies auch, wenn bei einem sogenannten Link auf eine andere Firma hingewiesen wird, die auf ihrer Internet-Seite ein unsittliches Angebot macht? Und kann ein nichtkommerzielles Institut wie etwa eine Universität ihren Studenten zu Übungszwecken noch erlauben, eigene Internet-Seiten einzurichten, wenn sie für deren Inhalt eventuell mitverantwortlich ist? „Das ist eine unangenehme Grauzone“, sagte der Karlsruher Professor Gerhard Schneider, „wir werden das unseren Studenten jedenfalls nicht verbieten.“ Noch größer werde das Problem, wenn das Internet erst einmal mit dem Massenmedium Fernsehen verschmolzen ist. Angebote ausländischer Unternehmen würden von den deutschen Regeln nämlich nicht erfaßt. „Denen können wir nicht einfach den Hahn abdrehen“, warnte Schneider. Die Folge: Deutsche TV-Stationen würden verstärkt ins Ausland abwandern.

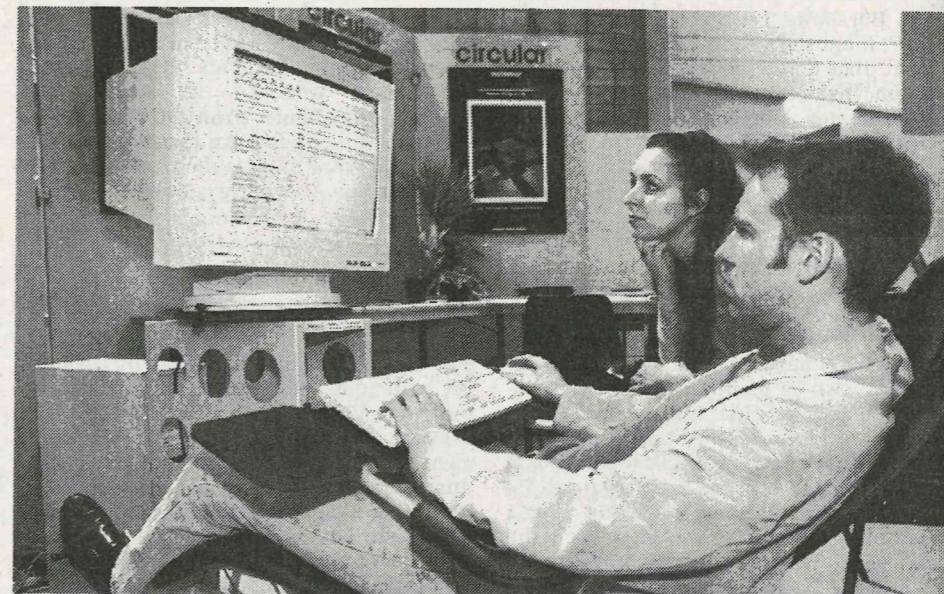
Statt auf politische Regulierungen setzen die Medienexperten deshalb auf die Selbstkontrolle durch die Unternehmen und die Internet-Nutzer. Wie das gehen kann, zeigt die unabhängige, nicht gewinnorientierte Organisation RSAC (www.rsac.org). Firmen können dieser Organisation ihre Internet-Seiten freiwillig zur Begutachtung anbieten. RSAC durchleuchtet diese Seiten etwa auf Sex und Gewalt. „Wir geben nur den Grad der publizierten Gewalt an, aber wir bewerten nicht, ob eine Seite zuviel davon hat“, erklärte der Direktor der Organisation, Stephen Balkan. Besorgte Eltern können anschließend prüfen, wie ein von ihren Kindern aufgerufenes Internet-Angebot von der RSAC bewertet wurde. Mehr als 25 000 Internet-Seiten seien bereits untersucht worden, davon 300 deutsche, sagte Balkan. Demnächst soll der freiwillige Kontrolldienst auch in deutscher Sprache abgerufen werden können. *Holger Paul*

Multimedia-Verein im Land gegründet

Unternehmen wollen Akzeptanz der neuen Technologien erhöhen – Ex-SEL-Vorstand Landsberg übernimmt Vorsitz

ino. STUTTGART. Baden-württembergische Unternehmen und Institutionen wollen die neuen Informationstechnologien stärker in das Bewußtsein der Bevölkerung bringen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde ein Multimediaverein mit dem Namen „Baden-Württemberg: Connected“ gegründet. Die Gründungsversammlung fand gestern Abend am Rande des Multimediakongresses auf dem Stuttgarter Killesberg statt. Zu den Gründungsmitgliedern gehören führende Unternehmen im Land wie IBM, Bosch, Zeiss, Alcatel SEL, die Landesgirokasse, SAP, die württembergische Versicherung, der Werkzeughersteller Trumpf sowie Universitäten. Zum Vorstandsvorsitzenden des Vereins wurde Peter Landsberg gewählt. Landsberg war zuletzt stellvertretender Vorstandsvorsitzender von Alcatel SEL; Ende Februar legte der 59-jährige überraschend das Amt nieder und zog sich ins Privatleben zurück. Weitere Vorstandsmitglieder sind der Chef der Hewlett Packard GmbH, Jörg Menno Harms, sowie der ehemalige IBM-Deutschland-Chef Edmund Hug. Die Geschäftsführung übernimmt Klaus Haasis, der auch Geschäftsführer der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG) ist.

„Wir sind besorgt, daß viele Menschen hierzulande den Nutzen der neuen Technologien nicht sehen“, sagte HP-Chef Harms während des Multimediakongresses. Viele Aktivitäten, die gestartet wurden, kämen



Der Multimedia-Verein will helfen, die Scheu vor dem Computer abzubauen. Foto: Weise

nur zögerlich voran. Als Beispiel nannte er die Ausrüstung der Schulen mit den neuen Techniken. Deshalb will der Verein jetzt konkrete Projekte in den Bereichen Bildung, öffentliche Verwaltung sowie geschäftliche Nutzung im Netz starten und

diese dann auch veröffentlichen. Damit soll die Akzeptanz der Informationstechnik erhöht werden. Gleichzeitig soll das Defizit, das Baden-Württemberg im Vergleich zu Bayern und Nordrhein-Westfalen habe, abgebaut werden.

CD-Rom-Hersteller Navigo wechselt Besitzer

Burda gibt unternehmerische Führung an Holtzbrinck ab – Zustimmung des Kartellamtes erwartet

ino. STUTTGART. Die beiden Verlagshäuser Burda in München/Offenburg und Georg von Holtzbrinck in Stuttgart legen ihre Aktivitäten bei CD-Rom zusammen. Rückwirkend zum 1. Mai habe Burda seine Tochtergesellschaft Navigo Multimedia KG vollständig in die Systema GmbH, die zum Verlagshaus Holtzbrinck gehört, eingebracht. Zugleich hat sich der Münchner Konzern mit einem Anteil von 25 Prozent an der Systema beteiligt, schreibt Burda in einer Mitteilung. Die Zusammenlegung der beiden führenden CD-Rom-Verlage in diesem Marktsegment bedürfe allerdings noch der kartellrechtlichen Genehmigung. Stefan Ziffzer, in der Holtzbrinck-Geschäftsführung zuständig für die elektronischen Medien, hat jedoch keine Zweifel, daß die Berliner Behörde die Fusion billigt.

„Wir haben unsere Kräfte gebündelt, um

den Markt zu bearbeiten“, sagte Ziffzer. Bisher habe das Geschäft mit CD-Rom keinem Hersteller „viel Freude gemacht“, so Ziffzer. Mit der „strategischen Zusammenarbeit“ würden beide Unternehmen dokumentieren, daß das CD-Rom-Engagement unverändert zukunftsträchtig sei. Das Umfeld für die silbernen Scheiben sei nicht schlecht, sagte der Holtzbrinck-Geschäftsführer. Denn die Ausstattung der Computer mit CD-Rom-Laufwerk werde immer mehr zu einer Selbstverständlichkeit. Systema und Navigo gelten als führende CD-Rom-Verlage. Die Holtzbrinck-Tochter hat im vergangenen Jahr einen „niedrigen zweistelligen Millionenbetrag“ umgesetzt. Navigo erzielte einen Umsatz von 5,5 Millionen DM. Beide Unternehmen haben bisher Verluste geschrieben. Navigo will in diesem, Systema im kommenden Jahr die Gewinnschwelle erreichen.

Auf der Lohn- und Gehaltsliste der beiden Gesellschaften stehen zusammen 45 Mitarbeiter. Für etwa 10 Prozent der Belegschaft könnten sich „Konsequenzen aus der Fusion ergeben“, sagte Ziffzer, ohne näher darauf einzugehen. Systema hat 100 Titel im Angebot, darunter der „Fischer Weltatlas“ und das „Lexikon des Internationalen Films“, wovon 15 000 Exemplare verkauft worden seien. In diesem Jahr sollen 30 neue Produkte auf den Markt kommen. Das Navigo-Programm umfaßt 43 Titel, darunter „Stephen Hawking – Eine kurze Geschichte der Zeit“ sowie der Bestsellerroman „Sofies Welt“. Navigo wurde als Gemeinschaftsunternehmen von Burda und Pro Sieben gegründet. Im Frühjahr hat der Fernsehsender sich zum Rückzug aus dem CD-Rom-Geschäft entschlossen, Burda übernahm daraufhin alle Anteile.

Firmen nutzen elektronische Vielfalt

Die Millionengrenze ist schnell erreicht

Werbeauftritt im Netz muß in ein Gesamtkonzept eingebettet sein / Von Klaus Zintz

„Zwölf Kilo haben die drei Katalogbände gewogen“, erinnert sich Thomas Falkenstein, Geschäftsführer der Concept GmbH in Karlsruhe. Das war, bevor seine Gesell-

kulation? Fotos, Aufrißzeichnungen mit genauen Maßen, eine Skizze mit den Aktionsradien verschiedener Schaufeln, auch kleine Videoclips sorgen für anschauliche

auf dem Notebook des Außendienstmitarbeiters aktualisiert, bei Bedarf kann dieser auch direkt vom Kunden aus in der Zentrale anfragen, welche Materialien verfü-

„Geplatzte Fusion hat keine Folgen für Bos-

METZINGEN (dpa/lsw). Das Scheitern der Fusion des italienischen Textilkonzerntes Marzotto SpA, Valdarno, mit der strieholding HPI hat auf die deutsch zotto-Tochter Hugo Boss AG in Metz keine eigenen Angaben keine Auswirkungen. „Wir haben schon in den vergangenen Jahren immer sehr eigenständig agieren können“, erklärte Boss auf Anfrage Metz. Marzotto hält nach frü Angaben 50,4 Prozent des Boss-Aktipitals. Wie berichtet war die Fusion e Ansprüchen und Bedingungen des lienenunternehmens Marzotto gesch Firmenchef Pietro Marzotto hätte dent der neuformierten GIM (Grup industriale Marzotto) werden sollen. Z gen berichteten, die Erben und Mitg der Familie Marzotto hätten sich ni nigen können.

Heine-Versand schneidet besser ab als die Branch

KARLSRUHE (dpa/lsw). Mit einem stelligen Umsatzzuwachs hat 1996 Heine-Gruppe nach eigener Einschätzung ihren Ruf als Wachstumslokomotive den europäischen Versandhändlertigt. Wie die Heinrich Heine Gm Karlsruhe mitteilte, konnten die i Gruppe zusammengefaßten Unterne Heine, Alba Moda in Bad Salzflun Eddie Bauer und Sport-Scheck, München, im abgelaufenen Geschäft eine Umsatzsteigerung um 13,2 Pr auf knapp 1,76 Milliarden DM ver nen. Dem nach eigenen Angaben auf signermode und anspruchsvolle Inne richtung“ spezialisierten Karls Heine-Versand gelang beim Umsatz Sprung über die Milliardengrenze: D löse sind um 6,2 Prozent auf knapp Milliarden DM gestiegen.

Remailing aus der Schwere nicht mehr möglich

BONN (AP). Das Verschicken von deutscher Absender aus einem Na land zurück nach Deutschland, das nannte Remailing, ist künftig aus ke Nachbarland der Bundesrepublik me gelassen. Ein Abkommen mit der Sc zer Post, nach dem das Remailing auf Alpenrepublik erlaubt war, lief Ende gangenen Jahres aus, teilte die Post A Bonn mit. Vor allem Unternehmen ihre Post aus dem Ausland nach Deu land schicken, versuchen die oft nie ren Postgebühren im Ausland zu n und damit bei Massensendungen erte Summen zu sparen.

Maschinenbauer O & K streicht 900 Stellen

DORTMUND (dpa). Der angeschlag Maschinenbauer O & K Orenstein Koppel AG in Dortmund will im Zuge Neuordnung bis 1998 weitere 900 Arb plätze streichen. Nach Abschluß der passungen werde das Unternehmen r 2500 Mitarbeiter beschäftigen, kündi & K in Dortmund an. Ende 1996 warer dem mehrheitlich zur Fried. Krupp Hoersch-Krupp gehörenden Maschi bauer noch 3400 Menschen beschäf Nach wie vor steckt der Hersteller

BILANZ 1996

