

HAUSTÜRGESCHÄFTE IM CYBERSPACE

Wissen Sie, worüber ich mich zur Zeit am meisten ärgere? Nicht über teure Telefongebühren. Mich ärgert die Fantasielosigkeit der Top-Manager großer Online-Anbieter. Immer wenn die hohen Herren auf gutbesuchten Expertenforen über die Zukunft von Online-Diensten reden, fällt ihnen nichts weiter ein als Homeshopping. Einige verbinden die bevorstehende Online-Evolution fast ausschließlich mit interaktivem Fernsehen. Aber nicht etwa für individuelle Fernsehprogramme (Video on demand) oder gebührenfreie Datenverbindungen (bidirektionale TV-Mailboxen), sondern für GEZ-pflichtige Kaufrausch-Tuner als Einweg-Bestellmöglichkeit für Hausfrauen mit Fernsehkonsole auf dem Küchentisch.

Der Information-Superhighway ist für einige Projektverantwortliche nichts weiter als eine Infrarotpiste, um dem Modem-, ISDN- oder TV-Onliner über billige Werbesendungen per Fernbedienung viel Geld für Haustürgeschäfte im Cyberspace aus der Tasche ziehen zu können.

Dabei hätte ich gar nichts dagegen, wenn es meiner Familie möglich wäre, lästige Routineeinkäufe im Supermarkt online zu erledigen und frei Haus geliefert zu bekommen. Aber darauf will sich wohl niemand einlassen. Ausgerechnet solche Einkäufe, die Spaß machen und für die man sich deshalb gern Zeit nimmt, soll man online erledigen.

Per Electronic-Cash wollen sie dann abkassieren – wo einige der selbsternannten Visionäre Jahre gebraucht haben, um überhaupt Kreditkarten zu akzeptieren.

Ich meine aber, daß selbst über das Jahr 2001 hinaus noch keine Hausfrau ihre Kaffeemaschine online bestellen und schon gar nicht per e-Cash sofort bezahlen wird. Und von einigen Insidern einmal abgesehen, die genau wissen, was sie wollen und was es kosten darf, wird auch Otto Normalverbraucher die elektronische Katze nicht im Sack kaufen, sondern immer noch direkt und vor Ort nach möglichen Alternativen suchen.

Dennoch glaube ich an die Online-Evolution – auch im kommerziellen Bereich. Diese wird aber sicher nicht von scheinbar hightech-offenen Alterspräsidenten, den Erfindern von Fortschrittsbremsen wie dem Rundfunkstaatsvertrag, oder von rezessionsgeplagten Geschäftsführern nahe dem Pensionsalter mit ihrem Wirtschaftswunderdenken der 50er Jahre dirigiert werden, sondern von unseren Kids. Die bestimmen heute schon, wo es künftig lang gehen wird. Deshalb wundere ich mich immer wieder, weshalb die großen Tagungen zu solchen Themen stets ohne Vertreter der Gameboy-Generation stattfinden. Haben die Online-Manager vielleicht Angst vor der unbekümmerten technischen Überlegenheit ihrer jugendlichen Zeitgenossen?

Ich denke, es wäre besser, sich vom zwanghaften Herbeireden eines neuen, scheinbar milliardenschweren Wirtschaftszweigs zu lösen. Statt dessen sollte man die wirklichen Drahtzieher – Youngsters, die aus ihrem eigenen Anwenderdasein gelernt haben und als potentielle Jungunternehmer echte Marktlücken im Cyberspace erschließen – einfach mal machen lassen.

Thomas Jannot, Chefredakteur



„Ausgerechnet solche Einkäufe, die Spaß machen und für die man sich deshalb gern Zeit nimmt, soll man online erledigen.“