



Gut versorgt

Deutschen Rückstand machte die Münchener Unternehmensberatung Dr. Höfner aus: Pro Kopf der Bevölkerung seien 1983 in den USA zehnmals soviel Mikrocomputer für gewerbliche Zwecke verkauft worden wie in der Bundesrepublik.

Bei Heimcomputern stehen wir wesentlich besser da: Bis Ende 1984 hatte Commodore nach eigenen Angaben in der Bundesrepublik rund 700.000 Heimcomputer verkauft — 100.000 VC 20 und 600.000 64er. In den USA wurde etwa das Dreieinhalbfache davon abgesetzt, rund 2 Millionen 64er und 1,1 Millionen VC 20. Geht man davon aus, daß die Vereinigten Staaten etwa die vierfache Bevölkerungszahl haben, und daß der Commodore-Marktanteil in beiden Ländern ungefähr gleich groß ist, dann kann man sagen: Die Deutschen sind mit Heimcomputern etwa gleich gut versorgt (oder gleich stark daran interessiert) wie die Amerikaner. Diese Schlußfolgerung läßt sich auch dann noch aufrechterhalten, wenn man berücksichtigt, daß in den USA häufig Systeme wie Apple II oder IBM-PC als »Homecomputer« verwendet werden.

Hier zeigt sich eine Tücke der Statistiken: Wir werden uns an neue Bedeutungen bekannter Begriffe gewöhnen müssen. Der Heimcomputer wird daheim, der Bürocomputer im Büro benutzt — über die Art und Leistungsfähigkeit des Grundgerätes sagen solche Bezeichnungen in Zukunft noch weniger aus als heute. Und da die Leistung der kleinen billigen Computer zunimmt (auch von Commodore soll es ja 1985 leistungsfähigere Modelle geben), wird künftig für viele berufliche Anwendungen ein »Heimcomputer« ausreichen. Damit werden sich die privat gewonnenen Erfahrungen noch sehr viel direkter als bisher auf den Computer im Betrieb anwenden lassen.

Michael Pauly, Chefredakteur

MCI Mail: die schnelle Post

In den USA gibt es private Postbeförderungsunternehmen mit einem erstaunlichen Angebot. Wir wollen am Beispiel der MCI Mail zeigen, was diese Firmen zu leisten imstande sind. Vor allem soll aber der C 64 über das Datex-P-Netz an diesem Service teilnehmen.

Briefe, genau genommen deren Laufzeit zum Empfänger, sind nicht nur hier in der Bundesrepublik ein ständiges Ärgernis und ein Dauerthema in den Tageszeitungen. In den USA sind die (Post-) Wege naturgemäß noch länger und die staatliche US-Mail muß sich häufig vorwerfen lassen, eine »Snail-Mail«, eine Schneckenpost zu sein. Und wenn es bei uns in Deutschland darum geht, ob ein 80-Pfennig-Brief nun wirklich am nächsten Morgen vom Briefträger ausgetragen wird oder nicht, dann geht es in Amerika darum, ob der Brief mit »Federal Express Overnight Delivery« für 14,00 Dollar (43 Mark) nun wirklich über Nacht von New York nach San Francisco gelangt.

Wen wundert es da, daß in den USA das Geschäft mit der privaten Postbeförderung blüht. In TV-Werbespots stechen sie sich gegeneinander aus, einer ist schneller und sicherer als der andere.

Den Vogel abgeschossen, und man könnte fast meinen, das Wappentier der USA sei damit gemeint, hat zweifellos ein Unternehmen, das schon seit Jahren mit ihren preiswerten Telefon-Fernleitungen der großen »Ma Bell« beziehungsweise der AT & T Konkurrenz macht: MCI. Diese Gesellschaft ist inzwischen so mächtig, daß sie eine große und bekannte Kommunikations-Gesellschaft, die Western Union (WUI) mit ihren Telex-Netzen geschluckt hat. MCI hat also eine Tochtergesellschaft gegründet: die MCI Mail — The nation's new postal system.

Seit rund einem Jahr gibt es MCI Mail, und die Anzahl

der Benutzer vermehrt sich geradezu nach dem Schneeball-System. Der Grund: die Postbeförderung von MCI braucht nur Sekunden! Das Geheimnis: elektronische Postfächer, also »Mailboxen« mit den Zusatzdienstleistungen eines riesigen Kommunikations-Apparates, seinen Datenleitungen, Druckerstationen, Telegrammboten und Telexnetzen. Und das Ganze zu erschwinglichen Preisen.

In Ausgabe 10/84 von 64er hat Thomas Obermair über »Datex-P und ausländische Netzwerke« berichtet. Auf der Kenntnis dieses Artikels baut der folgende Bericht auf und setzt insofern Wissen über das Funktionieren von Datex-P, dem PAD, einer NUI und so weiter voraus.

Die jährliche Grundgebühr, die Annual Mailbox Fee, beträgt 18 Mark, auf den Monat umgerechnet also 1,50 Dollar oder rund 4,50 Mark.

Einen »Kurzbrief« von bis zu 500 Zeichen abzuschicken kostet 0,45 Dollar oder 1,35 Mark, ein Brief von bis zu 7500 Zeichen (etwa 4 Druckseiten) je 1 Dollar, also 3 Mark. Eine Speicherbenutzungsgebühr gibt es nicht. Es ist also völlig egal, wie lange der Brief im Speicher »lagert«. Das »Abholen« der Briefe aus dem Speicher ist kostenlos. In den meisten Städten der USA gibt es Telefonnummern, unter denen MCI Mail zum Ortstarif erreichbar ist. Wohnt man in ländlichen Gebieten, benutzt man eine sogenannte WATS-line, eine Telefonnum-

mer mit der Vorwahl 800, bei der der Angerufene, also MCI Mail, die Gebühren übernimmt. Dieser Service ist dann allerdings mit 15 Cents pro Minute in der nächsten Monatsrechnung wiederzufinden.

Mit diesen Gebühren ist damit innerhalb der USA der ganz Spaß bezahlt. MCI Mail wäre aber kein typisch amerikanisches System, wenn es nicht zusätzlich eine Vielzahl von erstaunlichen Möglichkeiten böte, die der Bequemlichkeit ihrer Kunden entgegenkäme. Und zusätzlicher Service kostet natürlich Geld. Und das ist es, was man auch dort verdienen möchte, denn kein Postsystem der Welt, ob nun staatlich oder privat, arbeitet nur für den »Spaß an der Freude«.

Es fängt an mit dem Service »Mail Alert«. Für einen zusätzlichen Dollar ruft MCI Mail den Briefempfänger an, um ihn auf den Posteingang aufmerksam zu machen.

Und was ist, wenn der Briefempfänger nun gar kein »Postfach« bei MCI Mail hat? Kein Problem: Für einen Dollar mehr wird der Brief in der nächsten Großstadt ausgedruckt und mit der staatlichen Post als »First Class Mail« zugestellt. Das ist in der Regel nach 24 Stunden der Fall. Für 8 Dollar kann man sogar die Zustellung mittels Kurier am nächsten Tag verlangen, vorausgesetzt, der elektronische Brief wurde bis 23.00 Uhr eingespeichert. Und für ganz eilige Sachen gibt es noch den 4-HOUR-Service. Für sage und schreibe 30 Dollar, also 90 Mark wird die Zustellung in den ganzen USA per MCI-Mail-Boten in spätestens 4 Stunden garantiert.

Wie sehen diese gedruckten Briefe aus? Nun, im Normalfall, zum oben genannten Preis, handelt es sich um Briefpapier mit MCI-Briefkopf. Dazu wird Name und Adresse des Absenders gedruckt, dann Name und Anschrift des Empfängers, anschließend der Text und die Unterschrift in Druckschrift. Aber: Für 20 Dollar pro Jahr kann man auch seinen eigenen Briefkopf einspeichern lassen, der sogar grafische Darstellungen enthalten