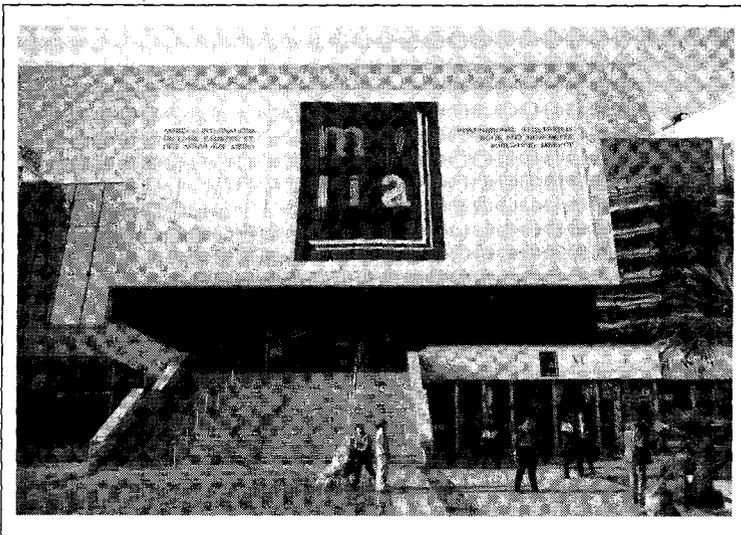


Milia '95: Die Messe für Neue Medien

Boris Brenner



Zum zweiten Mal stand die südfranzösische Stadt Cannes im Blickpunkt Multimedia-Interessierter. Vom 13.–16. Januar 1995 trafen sich knapp 700 Aussteller aus 41 Ländern, um ihre neuen Produkte vorzustellen. Den etwa 6500 Besuchern wurde neben der Messe auch ein Konferenzprogramm geboten mit Diskussionsrunden, Workshops und Panels.

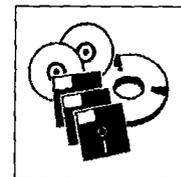
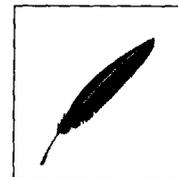
Hardwarehersteller waren nur wenige auf der Milia vertreten. Doch nicht nur deshalb fiel Philips mit seinem CD-I-Player (*Compact Disc-Interactiv*) besonders auf. Das CD-I-System basiert auf der Idee, ein Gerät in das Wohnzimmer normaler Haushalte zu integrieren, das Anwendungen wie Computerspiele aber auch elektronische Stadtführer mit Text-, Ton- und Bildelementen abspielen kann, und dies alles ohne einen PC, der immer noch für viele eine Hemmschwelle darstellt. Bisher waren die Verkaufszahlen zumindest in Deutschland nicht sonderlich hoch. Ein wichtiger Grund hierfür war die geringe Zahl angebotener Software-Produkte. Auf der Milia hingegen wurde eine breite Palette von Programmen vorgestellt, die speziell für CD-I entwickelt wurden. Nicht zuletzt die Möglichkeit, gleichzeitig als Musik-CD-Player, Spielkonsole, elektronisches Informationssystem und nun auch als digitaler Video-Player eingesetzt zu werden, macht dieses Gerät durchaus attraktiv. Sollte es Philips jetzt noch gelingen, einen CD-I-Player zu entwickeln, der in Verbindung mit einem PC einsetzbar ist, so könnte dieses Produkt ein Medium mit Zukunft werden.

Im Bereich der *Multimedia-Software* gab es einiges zu sehen. Das Hauptproblem des Multimedia-Marktes zur Zeit ist weniger die Technologie, sondern vielmehr die Qualität der Produkte. Noch zu vielen Programmen sieht man an, daß mit bunten Bildchen, Videosequenzen und Animationen mehr gespielt wird, als daß sie sinnvoll eingesetzt werden. Auf der Milia war ein Trend hin zu qualitativ hochwertiger Software auszumachen, bei der in puncto Softwaredesign ein Schritt von der bloßen Medienaddition hin zu einer echten Medienintegration zu erkennen war.

Angeboten wurden natürlich Spielprogramme, die sich durch Stereosound-Qualitäten und ruckfreie Animation mit integrierten Videosequenzen gegenseitig übertrumpften. Doch darüber hinaus wurde eine große Anzahl *Lern- und Trainingsprogramme* gezeigt, für alle Altersstufen und zu fast allen Themengebieten. Computer based Training (CBT) oder zu deutsch Computerunterstütztes Lernen (CUL) wird, so hatte es zumindest auf der Milia den Anschein, die Lerngewohnheiten unserer Gesellschaft in naher Zukunft verändern.

Eine recht große Angebotspalette bot Bertelsmann Electronic Publishing. Vom "Bertelsmann Universallexikon" über die "Chronik des 20. Jahrhunderts", dem "Lexikon der Tiere" und einer Reihe teilweise vertonter Fremdsprachen-Taschenwörterbücher bis hin zu Weltatlas und Straßenkarten wurden Printprodukte nicht nur in eine elektronische Form auf CD-ROM überführt, sondern durch multimediale Elemente wie Tondokumente und Videosequenzen angereichert.

Marktanalysen und Prognosen zufolge ist der Multimedia-Markt einer der aufstrebendsten Bereiche überhaupt in der EDV-Branche. Doch sind es nicht mehr alleine CD-ROMs, die den Markt kennzeichnen. Ein Trend ganz besonderer Art ist im Bereich der *Online-Datendienste* zu verzeichnen.



Multimedia-Show in Cannes

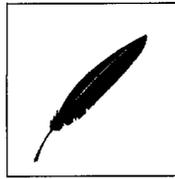
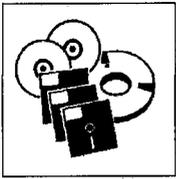
Philips' CD-I

*Multimedia-Software:
auf dem Weg zur
Medienintegration*

Computer based training

Die Bertelsmann-Palette

Boris Brenner studiert Informationswissenschaften mit dem Nebenfach Rechtsinformatik an der Universität des Saarlandes.



Online-Datendienste:
CompuServe ...

... Burdas "Europe Online" mit
Gateway zum Internet ...

... Apple's "eWorld" und Bill
Gates' "Microsoft Network"

Begleitendes
Konferenzprogramm ...

... rechtliche Fragestellungen

Verleihung des "MILIA D'OR"
in 8 Kategorien

Messe-Statistik

Ausblick: Milia '96

War in Deutschland lange Zeit Btx als einziger Online-Dienst für Jedermann angepriesen worden, so rückt seit kurzem der weltweit größte kommerzielle Online-Dienst-Anbieter CompuServe immer weiter in den Blickpunkt interessierter PC-Anwender. Der Nutzer soll sich hierbei mittels seines PCs über die normale Telefonleitung mit entfernten Rechnersystemen verbinden und dort Datendienste verschiedenster Art nutzen. So besteht beispielsweise die Möglichkeit, elektronische Post in Sekundenschnelle um die ganze Welt zu schicken oder auf Informationssysteme zu den verschiedensten Themengebieten – z. B. Sportinformationen, Nachrichten oder Börsenberichte – zuzugreifen. Ganze elektronische Zeitungen sind in diesen Netzen zu finden, aber auch Diskussionsforen zu nahezu allen Themen.

In dieses Marktsegment dringt nun auch Dr. Hubert Burda vor, der den Besuchern auf der Milia sein Konzept von *Europe Online* präsentierte, einem neuen europäischen Datendienst, der Computer-Nutzern in den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch multimediale Dienste bereitstellen wird. Ab Mitte 1995 will das überwiegend europäisch dominierte Online-Konsortium mit der Burda Verlagsgruppe an seiner Spitze hunderte neuer, interessanter Dienste mit speziell auf den europäischen Kulturkreis abgestimmten Inhalten anbieten. Neben Standardangeboten wie Electronic Mail und der Bereitstellung spezieller Foren zur Kommunikation sollen Angebote im Bereich Unterhaltung, Bildung, Home shopping und Home banking zur Verfügung gestellt werden. Besondere Attraktivität erlangt Europe Online durch die Verbindung von und zum Internet, dem weltweit größten nicht-kommerziellen Datennetz, das nicht zuletzt durch seine große Anzahl kostenloser Software sehr interessant ist.

Auch die großen Hard- und Softwarehersteller bieten dem euphorischen Onliner ihre Dienste an. So präsentierte *Apple* sein eigenes Datennetz *eWorld*, das besonders für die eingeschworene Gemeinde der Apple-Benutzer eine komplette Online-Infrastruktur zur Verfügung stellt mit dem Anspruch, ganz anders zu sein, als die anderen Dienste. Auch der Softwaregigant *Microsoft* versucht, sich in diesem Bereich mit seinem bald auch in Deutschland startenden Microsoft Network zu etablieren. Interessante Zeiten also für PC Nutzer, die in die große weite elektronische Datenwelt reisen möchten.

Einen zweiten Schwerpunkt der Milia '95 bildete das *Konferenzprogramm*. Neben neuen Marktstrategien wurden auch neue Ansätze und Probleme multimedialer Technologien diskutiert. Das Themenspektrum reichte von Fragen nach den Veränderungen im Bereich des klassischen Publizierens im Informationszeitalter über Themen wie Möglichkeiten zur Nutzung multimedialer Techniken in Lehre und Ausbildung bis hin zur Diskussion über ethische und rechtliche Fragen in bezug auf die Verwertung digitaler Bildwerke.

Gerade die Diskussionen im rechtlichen Bereich zeigten, daß noch viele juristische Probleme im internationalen Multimedia-Markt offen sind. Als besonders problematisch wurden hierbei die unterschiedlichen Urheberrechtsgesetze angesprochen. Besonders im Bereich der Online-Dienste führe diese Problematik zu immer mehr juristischen Fragestellungen. So könne z. B. ein multimediales Werk, das in den USA frei verkauft werden dürfe, beispielsweise in Frankreich aufgrund einer anderer Gesetzeslage nicht vertrieben werden. Aber auch Fragen der Manipulation von Bildmaterial oder die Verwendung von Bildern in sinnfremden Zusammenhängen wurden angesprochen.

Den krönenden Abschluß der Milia '95 bildete die erstmalige Preisverleihung des "MILIA D'OR". Nach klassischer Filmfestspiel-Manier wurden den Gewinnern die "Multimediafestspiel"-Preise für die besten Programme aus den insgesamt acht Kategorien Games, Children, Education, Art&Culture, Science&Nature, Reference, Self-Help&How-To und der Kategorie Professional verliehen.

Die Milia, eigentlich gedacht als Messe nicht nur für neue Medien, sondern auch für den klassischen Printbereich stand also ganz im Zeichen von Multimedialität. Organisator Reed Midem war zufrieden, die Ausstellerzahl stieg um 75 Prozent, die Besucherzahl um 66 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Aussteller aus dem Printbereich waren weniger zufrieden, da sie – ohne multimediale Unterstützung – ins Abseits des Interesses geraten waren. Für Multimedia-Interessierte hat sich der Besuch dieser Messe sicherlich gelohnt, nicht nur weil sie hier die Multimedia-Produkte von Morgen sehen und ausprobieren konnten. Wer die angebotenen Diskussionsrunden, Workshops und Panels besucht hatte, nahm wohl auch den einen oder anderen kritischen Aspekt des Multimedia-Zeitalters mit nach Hause.

Im nächsten Jahr findet sie wieder statt, die Milia. Vorläufiger Termin ist der 9. bis 12. Februar 1996. Der Besuch wird sich wieder lohnen, nicht nur der Messe wegen, sondern auch wegen der phantastischen Stadt Cannes. – Ein Wunsch zumindest bleibt zum Schluß: Legt die Milia vom kalten Winter in den warmen Sommer ...