

Zwischen Blei-Zeit und E-Welt

Antworten auf eine E-Mail-Umfrage

Daniel Leutenegger, Chefredaktor *arbido*, stellte folgende Fragen:

– Wie hat sich Ihre eigene Arbeit zwischen Blei-Zeit und E-Welt konkret verändert (als PublizistIn, VerlegerIn, WissenschaftlerIn)?

– Wo sehen Sie welche Vorteile von Print/E in heutiger Zeit?

– Wie sehen nach Ihrer Einschätzung Verhältnis und Aufgabenteilung zwischen Print und E in 5 Jahren aus?

– Welche Bedeutung haben dabei:

a.) die Nutzenden

b.) die Informationsvermittelnden

(wie Bibliotheken)

c.) die kommerzielle Informationswirtschaft?

– Wie hat sich eventuell Ihr persönliches BenutzerInnen-Verhalten in den letzten 5 Jahren geändert?

Was denken Sie, wie sich Ihr persönliches Verhalten betreffend Print/E in den nächsten 5 Jahren verändern könnte?

«E-Publishing ist die Demokratisierung des Lesens und des Schreibens»

Hanspeter Lebrument

Pra?sident SCHWEIZER PRESSE

Verleger Su?dostschweiz

Mediengruppe AG

Chur

Als ich 1964 in den Journalismus einstieg, schrieben wir noch auf der Schreibmaschine. Die Texte brachten wir in die Satzabteilung zum Setzer an die Bleisatzmaschine.

Mit dem Fax – und spa?ter den ersten elektronischen Schreibgera?ten – a?nderte sich das Tempo. Alles ging plo?tzlich viel schneller.

*

Seit diesen fru?hen Anfa?ngen hat sich der Schreibprozess bei den Journalisten vera?ndert. Mit der Schreibmaschine musste man sich den Satz von Anfang bis Ende im Kopf u?berlegen, bevor man ihn ein- tippte. Auch die einzelnen Absa?tze wurden im Voraus geplant.

Seit wir mit Computern arbeiten, schreiben viele Journalisten einfach drauflos. Man kann nachtra?glich nicht nur einzelne Sa?tze vera?ndern, sondern ganze Absa?tze umstellen ...

*

Fu?r den durchschnittlich schreibenden Menschen gibt es nur Vorteile: Man spart Zeit; man kann a?ndern, umstellen, korrigieren.

Fu?r das Unternehmen war die Umstellung von Blei zu E-Publishing ein gewaltiger Schritt hin zur O?konomisierung des Druckvorstufenprozesses.

*

Fu?r die Alphabetisierung gibt es nur Vorteile. Wenn sich das E-Publishing weltweit bis in die hintersten Ecken durchsetzt, wird es keine Analphabeten mehr geben.

E-Publishing ist die Demokratisierung des Lesens und des Schreibens. Alles, was mit Lesen und Schreiben zusammenha?ngt, ist billiger, gu?nstiger und einfacher geworden.

*

Den Aristokraten wird es leidtun. Sie haben ihre Macht, die sie bei den Fähigkeiten Lesen und Schreiben hatten, eingebüsst. Brauchte man einst einen schönen Tisch, eine teure Feder und teures Papier, so steht man heute mit Jeans am Strassenrand und haut ein SMS ins Handy.

Jeder und alle machen das. Schreiben, mehr oder weniger gut, ist zu einer Sache des ganzen Volkes geworden.

Wer das Alphabet nicht kennt, kann das Handy nicht nutzen. Er wird zu einem Ausgeschlossenen der Gesellschaft ...

*

Printprodukte sind und bleiben etwas Handfestes; etwas, das man in Händen halten und überall mitnehmen kann. E-Publishing ist schnell und praktisch, ist aber auch etwas flüchtig. E-Publishing wird in den nächsten fünf Jahren sicher noch weiter zunehmen und klassische Printprodukte weiter bedrängen, sicher aber nicht verdrängen.

*

Unsere Redaktionen verwenden für die erste Recherche praktisch nur noch das Internet, um das Basiswissen zusammenzutragen. Nachher gehts im klassischen Stil weiter: Telefonrecherche, Recherche vor Ort usw.

Das Internet kann das Beziehungsnetz und das direkte Gespräch nicht ersetzen.

*

Ich denke, E-Publishing gehört zu den wichtigen Errungenschaften, das Leben angenehmer zu machen. Änderungen wird es insofern geben, weil die Jungen aus dem E-Publishing-Alter ihren Vorsprung gegenüber den Alten aus dem Schreibmaschinenzeitalter verlieren werden.

Bald werden auch die Alten jene sein, die im E-Publishing-Alter aufgewachsen sind.

Dann wird der Alte im Arbeitsmarkt zu einem weitaus gefährlicheren Konkurrenten für die Jungen als heute.

E-Publishing wird bereits in fu?nf Jahren die Alten wieder konkurrenzfa?higer und sexier machen.

contact: hlebrument@suedostschweiz.ch

«Die Informationswirtschaft wird zuku?nftig selbstbewusst auf allen Medien wirken und geeignete Kombinationen anbieten»

Peter Sta?mpfli

Mitinhaber und Delegierter des VR Sta?mpfli

AG Bern

Wie hat sich Ihre eigene Arbeit zwischen Blei-Zeit und E-Welt konkret vera?ndert?

Meine Arbeit wurde insgesamt wesentlich vereinfacht. Dank dem Zugriff auf die zentral abgelegten Daten von irgendwoher kann ich dort arbeiten, wo ich gerade bin; bin ich beruflich unterwegs, lassen sich viele Pendenzen im Zug, am Flughafen oder im Hotel erledigen.

Zudem erlaubt mir die Arbeit von zu Hause aus, dass ich Familien- und Arbeitszeit flexibler einteilen kann, zum Vorteil aller.

Der Aufwand zur Ablage, Archivierung und Suche von Dokumenten, Notizen usw. ist wesentlich einfacher geworden; dank E-Mail ist die schnelle und zeitgerechte Kommunikation vereinfacht.

Wo sehen Sie welche Vorteile von Print/E in heutiger Zeit?

Heute ist technisch fast alles machbar, wenn auch nicht alles Machbare sinnvoll ist. Die heutigen E- und Print-Technologien und deren Kombination erlauben es, aktueller, zielgenauer und effizienter zu kommunizieren.

Printprodukte, zielgenau versandt, ko?nnen mit elektronischen Publikationen begleitet werden – und umgekehrt.

Printpublikationen haben den Vorteil, dass sie u?berall leicht mitgenommen werden ko?nnen, energieunabha?ngig sind und eine grosse U?bersichtlichkeit bieten.

Die Bildqualität ist hervorragend und Papier hat etwas Sinnliches; ich zumindest lese vor dem Einschlafen lieber in einem Buch als ab dem Laptop. Printpublikationen sind persönlicher und können vielfältiger gestaltet werden als E-Publikationen.

E-Publikationen bieten den Vorteil der Aktualität. Zudem lässt sich besser gezielt suchen, z.B. in Nachschlagewerken und Produktkatalogen.

Wichtig ist aber, dass eine nicht gegen das andere auszuspielen. Die Kombination beider Medien kann die Endkunden ganzheitlich ansprechen, kann die Vorteile des einzelnen Mediums nutzen und kombinieren.

Wie sehen nach Ihrer Einschätzung Verhältnis und Aufgabenteilung zwischen Print und E in 5 Jahren aus?

Die Inhalte in Printprodukten werden gezielt ausgesucht. Sie werden zielgruppenorientiert gesteuert, Kunden können direkt und persönlicher als per E-Publikation angesprochen werden.

Printprodukte werden auch in fünf Jahren noch einen höheren emotionalen Wert aufweisen als elektronische Publikationen.

E-Publikationen hingegen erlauben, zusätzliche und aktuellste Informationen abfragen und diese rasch selektieren zu können.

Elektronische Produktkataloge gewinnen an Bedeutung, wohl zulasten kleiner Auflagen bei den gedruckten Nachschlagewerken.

Gedruckte Zeitschriften werden durch elektronische Angebote ergänzt, z.B. mit weiterführenden Links und leicht nutzbaren Archiven.

Welche Bedeutung haben dabei:

a.) die Nutzenden

Die Nutzenden werden darüber entscheiden, wie der Mix zwischen gedruckten und elektronischen Medien aussehen wird.

Die Bereitschaft, für sinnvolle, aufbereitete Inhalte zu bezahlen, wird steigen.

b.) die Informationsvermittelnden (wie Bibliotheken)

Sie werden nicht darum herumkommen, Inhalte, die langfristige Gültigkeit und/oder Nachschlagecharakter haben, sowohl elektronisch wie gedruckt zur Verfügung zu stellen.

Die Informationsvermittelnden werden neue Kombinationen von Informationen anbieten müssen. Die Verlinkung von Inhalten wird an Bedeutung stark zunehmen.

c.) die kommerzielle Informationswirtschaft?

Die Informationswirtschaft wird zukünftig selbstbewusst auf allen Medien wirken und geeignete Kombinationen anbieten.

Die professionellen Hersteller von elektronischen und gedruckten Publikationen werden endgültig keinen Unterschied zwischen beiden Informationsmöglichkeiten machen und zugunsten ihrer Kunden die Technologien gekonnt verbinden und einsetzen.

Wie hat sich Ihr persönliches Benutzerverhalten in den letzten 5 Jahren geändert? Was denken Sie, wie sich Ihr persönliches Verhalten betreffend Print/E in den nächsten 5 Jahren eventuell verändern könnte?

Bereits heute ist für mich das papierlose Büro zu 90 Prozent Wirklichkeit. Dieser Prozentsatz wird sich in den kommenden Jahren nicht gross ändern.

Allerdings hoffe ich, dass die Archivierung und Verwaltung von Daten einfacher und die einsetzbaren IT-Lösungen billiger sein werden.

Mit Sicherheit werden wir über noch einfachere und flexiblere Geräte verfügen, mit denen wir kommunizieren und arbeiten können.

In den kommenden acht bis zwölf Jahren werden wir beurteilen können, welchen Einfluss E-Papier haben wird. Ich gehe davon aus, dass dieser erheblich sein und die elektronischen Publikationen massiv vorantreiben wird.

Daher sind heute getätigte Investitionen in die professionelle Strukturierung von Informationen wertvolle Vorarbeiten für die Werterhaltung wichtiger Inhalte.

contact: peter.staempfli@staempfli.com

«Die Schnittstelle zwischen Produzent und Konsument verwischt weiter»

Andreas Von Gunten

Unternehmer, Bern

Wie hat sich Ihre eigene Arbeit zwischen Blei-Zeit und E-Welt konkret verändert?

Die Art und Weise der Zusammenarbeit mit anderen Menschen ist meines Erachtens der Bereich, der sich beim Wandel in der Medienwelt am stärksten verändert hat.

Dabei habe ich den Eindruck, dass wir in dieser neuen Art der Zusammenarbeit erst noch lernen müssen, mit den zusätzlichen Möglichkeiten so umzugehen, dass sich im Arbeitsprozess für alle Beteiligten Vorteile ergeben.

Ich mache die Erfahrung, dass zum Beispiel die Möglichkeit der schnellen Kommunikation dafür missbraucht wird, seine eigene Unorganisiertheit einfach auf den nächsten im Prozess zu übertragen.

Auch ich ver falle immer wieder dieser Sünde, aber ich habe in den letzten Jahren gelernt, mich nicht unter Druck setzen zu lassen und auch in der Zusammenarbeit mit anderen Menschen darauf zu bestehen, dass ich Herr über meinen Terminkalender bin.

Wo sehen Sie welche Vorteile von Print/E in heutiger Zeit?

E-Publishing ist dem klassischen Print in fast allen Bereichen überlegen. Der einzige Grund, warum es überhaupt noch Printprodukte gibt, ist beim Leser zu suchen. Es ist nach wie vor angenehmer, auf Papier zu lesen als am Bildschirm, aber auch das wird sich noch ändern.

Nur weil wir die Technologie, die das Papier ablöst, noch nicht gesehen haben, sollten wir nicht den Fehler machen, anzunehmen, dass diese nicht in absehbarer Zeit entwickelt wurde.

Wir dürfen nicht vergessen, wozu ein Printprodukt da ist.

Es transportiert Informationen, die von Menschen geschrieben oder gezeichnet wurden, damit andere Menschen diese Informationen zu einem anderen Zeitpunkt an einem anderen Ort lesen oder anschauen können.

E-Publishing vermag diese Aufgabe für alle Beteiligten, ausser zurzeit noch dem Leser, viel einfacher und komfortabler zu lösen.

Es gibt keinen Grund anzunehmen, dass nicht alles unternommen wird, das letzte Glied in der Kette so zu gestalten, dass das bedruckte Papier auf die Müllhalde der Geschichte geworfen werden kann.

Vielleicht dauert es noch 15, ja sogar 30 Jahre, aber es wird mit grösster Wahrscheinlichkeit so weit kommen.

Wie sehen nach Ihrer Einschätzung Verhältnis und Aufgabenteilung zwischen Print und E in 5 Jahren aus?

Kleinere Fachzeitschriften und tagesaktuelle News werden in fünf Jahren wahrscheinlich zum grössten Teil durch E-Publishing abgedeckt werden.

E-Book-Reader werden dann bereits einen beachtlichen Marktanteil haben und durch eingebaute mobile Datenempfänger auch immer ans Internet angeschlossen sein (*always on*). Dadurch werden Inhalte permanent aktuell in die E-Book-Reader geladen werden können.

Auch viele andere Geräte, die immer mit dem Internet verbunden sind, verfügen über Textdarstellungsmöglichkeiten, sodass die Inhalte kontextabhängig an verschiedensten Stellen publiziert werden können.

Die Selektion durch den Nutzer erhöht sich weiter, und es entstehen viele kleine Nischen, die mit spezialisierten Inhalten bedient werden wollen.

Die Schnittstelle zwischen Produzent und Konsument verwischt weiter.

Wie hat sich Ihr persönliches Benutzerverhalten in den letzten 5 Jahren geändert? Was denken Sie, wie sich Ihr persönliches Verhalten betreffend Print/E in den nächsten 5 Jahren verändern könnte?

Ich beziehe meine Fachinformationen heute nahezu zu 100 Prozent aus dem Internet.

Zu diesem Zweck habe ich RSS-Feeds, zum Beispiel von Weblogs, abonniert oder konsumiere Online-Präsentationen und andere elektronisch aufbereitete Inhalte.

Aus den Fachzeitschriften lese ich noch den einen oder anderen längeren Hintergrundartikel.

Die meisten Bücher kaufe ich auch heute noch in Print. Allerdings setze ich bei Fachbüchern mit kurzer Wertzeit und Nachschlagewerken immer mehr auf elektronische Bücher oder Online-Dienste.

Ich bin überzeugt davon, dass sich meine Mediennutzung während der nächsten fünf Jahre noch stärker von Print zu Online verschiebt.

Nun möchte ich aber zum Abschluss doch anfügen, dass ich ein ausgesprochener Liebhaber von alten Büchern und Zeitschriften bin :-)

contact: andreasvongunten.com

«Die Faszination der vieldimensionalen Aufbereitung und Vermittlung von Inhalten steht erst am Anfang»

Bendicht Luginbühl

REPAPER

AG für Produkteentwicklung & Medienmanagement

Bern

Wie hat sich Ihre eigene Arbeit zwischen Blei-Zeit und E-Welt konkret verändert?

Recherchen fallen einfacher und können wesentlich rascher und umfassender erstellt werden: Konkurrenzanalysen, Benchmarking von Unternehmungen, Leistungserstellungsprozesse, Produkteentwicklungen, Dossiers werden breiter abgestützt, vollständiger.

Unerlässlich: Ständige Crosschecks der virtuellen Erkenntnisse mit den realen Produktewelten.

Wo sehen Sie welche Vorteile von Print/E in heutiger Zeit?

E-Welten sind multimedial und crossmedial vernetzt. Der Gestaltungshorizont ist undefiniert, die Gestaltungsdimensionen sind meines Erachtens praktisch unbegrenzt:

Fotos, Grafiken, Texte, Audios, Videos und animierte Piktogramme eröffnen ständig breitere weitere Applikationen.

Die Faszination der vieldimensionalen Aufbereitung und Vermittlung von Inhalten steht erst am Anfang. Scho?ne neue Welt?

Print ist begrenzt, eindimensional. Mit dem schicken Charme des U?berblickbaren. Des Mediums mit einem Anfang und einem Ende, des Mediums mit einem Titel, einem Lead, einem Lauftext und ein paar ordnenden Boxen.

Print hat einen Umfang, ein Format und bietet ein sinnliches Erlebnis.

Seit dem Gymnasium schlepe ich ta?glich Zeitungen und Zeitschriften herum, vom IC zum Bu?ro, zum Fru?hstu?ck und tagsu?ber.

Die beanspruchte Energie des Konsumenten zur Bewa?ltigung der stofflichen Fu?lle im Print ist endlich, und das ist fu?r Konsumenten tro?stlich und auch eine Art Zukunftsmusik.

Endlichkeit, Greifbarkeit, Lesbarkeit. Und auch gelesen, auf dem Zeitungshaufen, ein Erlebnis ...

Wie sehen nach Ihrer Einsch?tzung Verha?ltnis und Aufgabenteilung zwischen Print und E in 5 Jahren aus?

Die Wichtigkeit von Print nimmt weiter stetig ab, demoskopisch (noch) gestu?tzt durch die u?beralterten westlichen Gesellschaften.

Mit dem wachsenden Einfluss der jungen Generationen wird E unbestritten die Dimension der Zukunft.

Print bleibt gesamtgesellschaftlich relevant, politisch, gesellschaftlich, sozial, aber keinesfalls mehr als Businesscase.

Welche Bedeutung haben dabei:

a.) die Nutzenden

Die Nutzenden werden zu Produzierenden und zu Vermittelnden. Ihre Bedeutung ist marktma?ssig u?berragend.

b.) die Informationsvermittelnden (wie Bibliotheken)

Das neue Kapital: Informationsvermittelnde schu?rfen, ordnen, strukturieren, werten, vermitteln, erkl?ren, kanalisieren, transportieren und konservieren. Sie erstellen die wertigen Angebote, sortieren Trash aus und bringen damit Cash ein.

c.) die kommerzielle Informationswirtschaft?

Sie bestimmt die Metaebenen: den Wert der Information, die Dichte, die Verpackung, den Rhythmus der Lieferungen. Sie erarbeitet die ku?nftigen Dimensionen der Kommunikation: Basic Contents.

Wie hat sich Ihr perso?nliches Benutzerverhalten in den letzten 5 Jahren gea?ndert? Was denken Sie, wie sich Ihr perso?nliches Verhalten betreffend Print/E in den na?chsten 5 Jahren vera?ndern ko?nnte?

Ich bin selektiver geworden bezu?glich Medienkonsum, Stoffauswahl und Lesezeit.

Ich bin umgestiegen von eigenen Artikel-/Stoffarchiven auch zu eigenen Digitalarchiven. Mein Beschaffungsaufwand hat sich mit den neuen Potenzialen der Suchmaschinen erho?ht, mein Archiv ist multimedial geworden, ich bin breiter dokumentiert.

In den na?chsten fu?nf Jahren werde ich weiter selektiver vorgehen bezu?glich Medienkonsum. Als Anwender werde ich vielschichtiger in der Ausgestaltung meiner Angebote am Markt. Als Dienstleister unverwechselbarer im Leistungsspektrum.

contact: bendicht@luginbuehl.net