

# MEDIEN

## EDITORIAL

### Liebe Leserinnen und Leser,

der Buchdruck hat die europäische Gesellschaft ab dem 16. Jahrhundert radikal umgestaltet. Er hat Stratifikation unterwandert, Wissen demokratisiert, Autoritäten entmachtet, Häresien begünstigt, Reformation und Aufklärung ermöglicht. Europa war danach nicht mehr dasselbe.

Heute findet dank dem Internet eine ähnliche Entwicklung statt. Nur verändert der Prozess diesmal nicht nur Europa, sondern zumindest jener Teil der Menschheit, der über einen Online-Zugang verfügt. Dieser Teil der Menschheit nimmt tendenziell zu.

Der Wandel sorgt für Irritation – auch das ist nicht neu. Die Lesesuchtsdebatten im 17. Jahrhundert ähneln heutigen Internetsuchtsdebatten. Die Frage, ob die digitalen Medien die herkömmlichen ergänzen oder ablösen, ist noch nicht beantwortet. Die Ablösung wurde schon öfters prophezeit als sie tatsächlich eingetroffen ist: Der Videorekorder hätte das Kino ersetzen sollen, der TV das Radio, das Radio die Zeitung. Die Mediengeschichte jedoch lehrt uns, dass verschiedene Medientypen sich komplementär verhalten, nicht alternativ. Die Komplexität, mit der wir konfrontiert sind, nimmt folglich zu. Email, Twitter, Facebook, Xing, Blogs und Foren – wer überall aktiv sein möchte, muss eine Sekretärin einstellen, um daneben noch die Zeit für die NZZ-Lektüre zu finden.

Die Qualitätspresse steht im Zuge der Ökonomisierung der Medienlandschaft vor neuen Herausforderungen. Das bleibt nicht ohne gesellschaftspolitische Folgen, wie es der Soziologe Kurt Imhof in seinem Beitrag darlegt. Der Konsumpsychologen Stefan Baumann entwirft vier Zukunftsszenarien zum TV. Der Medientheoretiker Gundolf S. Freyermuth entdeckt in der Form des iPad – der Tafel – eine anthropologische Dimension: «Tafeln als tragbare Speicher für Texte und Bilder standen am Anfang aller Medienkultur.» Mit Werner Oechslin haben wir einen intellektuellen Verfechter der physischen

Bibliothek als Autor an Bord. Der Gründer der «Stiftung Bibliothek Werner Oechslin» in Einsiedeln mit einem Bestand von über 50'000 Büchern sinniert in seinem Beitrag über das Buch und die physische Endlichkeit der Dinge.

«Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien», sagt Niklas Luhmann. Die Welt wird aufgrund der gegenwärtigen Umgestaltung nicht mehr dieselbe sein.

Francis Müller  
Redaktor swissfuture

# | INHALT |

- 1 **Editorial**
- 3 **Die Rückkehr zur Tafel** | Gundolf S. Freyermuth
- 9 **Televisionen – Fernsehen im digitalen Zeitalter** | Stefan Baumann
- 14 **Das Systemrisiko der Demokratie** | Kurt Imhof
- 19 **Neue Technologien, neue Horizonte** | Hansres Emch
- 22 **Wissen in endlichen Räumen – die Bibliothek und das Buch** | Werner Oechslin
- 29 **What's Next in Web Design?** | Oliver Reichenstein
- 32 **Zukunft ohne Geschichte** | Daniel Stanislaus Martel
- 34 **Die digitalen Formen des religiösen Lebens** | Francis Müller
- 36 **Zeitzeugen: Alles wiederholt sich** | Interview mit Walter Wittmann
- 40 **Veranstaltungen**
- 41 **Studien und Publikationen**

# DIE RÜCKKEHR ZUR TAFEL

**Mit Touch-Tafel-PCs wie dem iPad beschleunigt sich der epochale Übergang von einer analogen und Papier-zentrierten zu einer digitalen und Software-zentrierten Kommunikations- und Wissenskultur.**

Gundolf S. Freyermuth

«Tafel-Computer sind das neue Buch, die neue Zeitung, das neue Magazin, der neue TV-Bildschirm und potenziell auch der neue Laptop...», behauptet Nicholas Negroponte, Autor des visionären «Being Digital» (1995). Das Weblog *Endgadget* spricht von einer «Computer-Revolution». Und Digerati Steven Levy, der vor einem Vierteljahrhundert in *Hackers: Heroes of the Computer Revolution* (1984) als einer der ersten Bill Gates und Steve Jobs porträtierte, verkündet den Beginn der «Post-PC-Ära». Das iPad, schreibt er in *Wired* unter dem sprechenden Titel «How the Tablet Will Change the World», «repräsentiert ein ambitioniertes Umdenken im Hinblick auf unseren Gebrauch von Computern. Keine Dateien und Ordner mehr, keine physischen Tastaturen und Mäuse.»

Der Science-Fiction-Autor, Blogger und Creative-Commons-Aktivist Cory Doctorow hingegen meint, das iPad werde seine Nutzer entmündigen und infantilisieren. Für den bloggenden Journalistik-Professor Jeff Jarvis ist Apples Touch-Tafel-PC gar «ein bizarres trojanisches Pferd. Statt Soldaten in das Königreich zu schmuggeln, damit sie die Schutzwälle niederreißen, werden wir, die Staatsbürger, in dieses Pferd gestopft und hinter die alten Schutzwälle transportiert. Die Tore werden verschlossen und wir finden uns wieder im Königreich der kontrollierten Medien, das wir vor bald einer Generation verlassen hatten.»

## **I Technischer Umbruch, mediale Kontinuität**

So oder so, ob wir nun den Fans oder den Feinden des iPads glauben wollen, erleben wir einen doppelten Medienumbruch. Zum einen betrifft er die Vielzahl analoger Medien, die unser zivilisatorisches Wissen bergen. Sukzessive lösen sich deren Gehalte von ihren überkommenen analogen Speichern und wandern ins digitale Software-Medium. Im Bereich der Töne und Bilder ist diese Migration bereits nahezu abgeschlossen: Auditive,

visuelle und audiovisuelle Werke, einst auf Hardware wie Schallplatte, Tonband, CD, Zelluloid, Videoband oder DVD abgespeichert, kursieren heute als Software-Dateien, die sich mit beliebiger Hardware nutzen lassen, mit Smartphones, Laptops, Desktops oder digitaler Unterhaltungselektronik wie Hifi-Anlagen, Fernseher oder Projektoren.

Die Durchsetzung von Tafel-PCs scheint nun den – für unsere Kultur weiterhin zentralen – Bereich des Schriftlichen in den Sog der Digitalisierung zu ziehen. Ohnehin werden Texte seit einem Vierteljahrhundert überwiegend an Computern produziert. Endlich aber beginnen sie, sich auch in Distribution und Rezeption von ihrem überkommenen Hardwaremedium Papier zu befreien. Als Software gelangen sie in immer grösserer Zahl auf die Displays tafelförmiger PCs, auf Smartphones wie Apples iPhone oder Googles Android, E-Book-Reader wie dem Sony Reader oder Amazons Kindle und vernetzte Touch-Tafel-PCs wie dem iPad.

«Diese neuen Tafel-PCs», prognostiziert etwa Daniel Akst in der *Los Angeles Times*, «werden Tinte auf Papier einen kräftigen Schubs in Richtung Papierkorb der Geschichte geben und zur Neuerfindung nicht nur von Büchern beitragen, sondern auch von Zeitungen, Magazinen und anderem Lesestoff, den wir traditionell als Druckware konsumiert haben.»

Vollzieht sich der erste Umbruch als Übergang von analogen Medien und Kommunikationspraktiken zu digitalen, so geschieht der zweite Umbruch innerhalb des Bereichs digitaler Technologie und Kultur. Gegenwärtig treten neben Desk- und Laptops die Tafel-PCs (engl. Tablets). Ihre Durchsetzung leitet einen technologischen Paradigmenwechsel ein: vom mausgesteuerten *Graphical User Interface* (GUI) zum gestengesteuerten *Natural User Interface* (NUI). «Auf einmal fühlen sich eine Maus und eine Tastatur an wie etwas, das einer ganzheit-

lichen Computer-Erfahrung im Wege steht», beschreibt *Computerworld*-Autor Michael DeAgonia seine Erfahrung mit dem iPad. Auch Kevin Kelly, einer der einflussreichsten amerikanischen Vor-denker digitaler Kultur, begreift dieses Wegfallen einer wesentlichen Abstraktionsschicht, die das GUI zwischen Nutzer und Computer legt, als Befreiung, als das Ende der «Tyrannei der Tastatur»: «Gesten sind König. Wisch mit deinen Fingern, um zu scrollen, wedele mit den Armen wie bei der Wii, schüttele oder kipp die Touch-Tafel. Geniesse ihre Körperlichkeit.»

In seiner sozialen Wirkung dürfte dieser Paradigmenwechsel durchaus dem vom Kommandozeilen-Interface (*Command Line Interface, CLI*) zur graphischen Benutzeroberfläche vergleichbar sein. Mit ihm begann vor einem Vierteljahrhundert bekanntlich eine dramatische Vereinfachung der Computernutzung. Sie brachte Desktop- und Laptop-PCs in die Mehrzahl aller Haushalte der entwickelten Welt. Die aktuelle Infragestellung nun der Dominanz von Tastatur, Maus und GUI durch Touch-Screens in Verbindung mit einem so genannten «natürlichen» (*natural*), weil gestengesteuertem Interface verändert die Nutzung qualitativ und bewirkt deren weitere Vereinfachung.

Touch-Tafel-PCs befördern daher das Vordringen des Computers auch in solche Bevölkerungsgruppen und mediale Nutzungsformen, die – wie etwa die Distribution und Rezeption von Texten – bislang noch weitgehend Reservate analoger Medialität sind.

Was technisch radikal neu anmutet, ist in seiner medialen Gestalt allerdings recht vertraut: Tafeln als tragbare Speicher für Texte und Bilder standen am Anfang aller Medienkultur. Der «biologischen Natürlichkeit» der Benutzeroberfläche von Touch-Tafel-PCs korreliert so die kulturelle Vertrautheit ihrer physischen Gestalt. Mit dem Wort «Tafel» assoziieren viele heute die grossen Wandtafeln ihrer Schulzeit. Über die ersten Jahrtausende hinweg jedoch besass die typische Tafel, ob sie nun aus Stein oder Ton war, aus Holz oder Wachs, Papyrus oder Pergament, in ungefähr die Gestalt moderner Bücher und Bildbände. Einzelne Tafeln oder auch ein Bündel von Tafeln – den Block (englisch «pad») – hielt man in den Händen, um festzuhalten, was man sonst vergessen würde.

Insofern Schrift- und Bildtafeln – im Verein mit dem Konkurrenzmedium der Schrift- und Bildrolle – seit der Antike wesentlich die kulturelle Verarbeitung, Speicherung und Distribution von Informationen prägen, ist die Tafelform ein mediales *analogatum*

*princeps*, das Paradigma und damit das Mass aller nachfolgenden Medien. Ein Urmedium. Mit dem Touch-Tafel-PC findet es gegenwärtig seine digitale Gestalt. Wer die Nachhaltigkeit dieses Wandels und seine Konsequenzen für Kommunikation und Wissenstransfer prognostizieren will, sollte daher einen Blick auf die Kulturgeschichte von Schrift- und Bildtafel werfen.

## II Von der Ton- zur Touch-Tafel

Die frühesten überlieferten Schrifttafeln sind sumerischen Ursprungs und stammen aus dem dritten Jahrtausend vor Christus. Gefertigt sind sie aus Ton, einem Material, das im Vergleich zu anderen Trägermedien der Antike wie Holz, Elfenbein, Pergament oder Papyrus einerseits im gebrannten Zustand eine einzigartige Datensicherheit bot und andererseits im feuchten Zustand eine schier unendliche Wiederbeschreibbarkeit ermöglichte, wie sie erst in der Neuzeit wieder digitale Schriftlichkeit erreichen sollte. Schon die frühen Tontafeln leisteten damit, was einst gerne Büchern und heute Computern und digitalen Netzen zugerechnet wird: die Externalisierung unseres Gehirns, unserer individuellen Gedanken und Einfälle, des kulturellen Wissens.

Im ersten Jahrhundert nach Christus experimentierte man dann im römischen Reich mit der Ersetzung der Holz-, Elfenbein- oder Wachs-«Seiten» üblicher Notizblöcke durch Pergament- oder auch Papyrus-Blätter. Gesammelt wurden sie zwischen stabilen Holzeinbänden, dem Kodex (lat. Baumstamm). Als Fortentwicklung des Tafelmediums konnten Kodizes – im Vergleich zu Schriftrollen – weitaus grössere Datenmengen speichern. Sie liessen sich zudem leichter und sicherer transportieren sowie bequemer und schneller von Einzelnen bearbeiten. Diese Qualitäten sorgten für eine zügige Durchsetzung. Bereits im vierten Jahrhundert, so beschreibt es Lionel Casson in seinem Standardwerk *Libraries in the Ancient World* (2001), wurde das Gros der zeitgenössischen Schriften in Kodexform festgehalten.

Wie in der Antike existierten auf mittelalterlichen Bildtafeln und in Kodizes Texte und Bilder gleichberechtigt, da beide handwerklich mit verwandten Mitteln und Materialien hergestellt wurden. Erst mit der Renaissance – mit der mechanischen Medienrevolution und ihren neuen Medientechnologien Buchdruck, Perspektivtechnik und Ölmalerei – trennten sich die Wege von Schrift und Bild.

Die Bildtafel, noch im Mittelalter die dominierende Form tragbarer Bildlichkeit, wich dem perspektivischen Tafelbild. Dessen Bildraum war, dem Vorbild des Fensterblicks folgend, durch Rahmung von der Umwelt getrennt. Zunehmend überschritt die gespannte Leinwand auch das Tafelformat und eröffnete so – getrennt vom weiterhin tafelförmigen Buch, dem Raum des Textes – den stets gerahmten Bildraum der Moderne (Bildleinwand und Guckkastenbühne, Kinoleinwand und Fernsehschirm).

Parallel zu dieser Entwicklung entstand aus dem Kodex das moderne Buch mit seinen gedruckten und gebundenen Seiten aus erst Leinen-, dann Holzpapier. Bis in das 19. Jahrhundert hinein blieb dieser Textraum aus technischen Gründen weitgehend bildfrei. Darüber hinaus entstanden kontinuierlich neue Varianten von Tafel und Block, im 18. Jahrhundert etwa die Schiefertafel, mit der Generationen von Schulkindern schreiben lernten; im 19. Jahrhundert der industriell hergestellte Schreibblock aus Holzpapier (englisch: «legal pad»); im frühen 20. Jahrhundert schliesslich der so genannte Wunderblock (englisch «mystic writing pad»), dessen spezifische – heute äusserst digital anmutende – Mischung aus Überschreibung auf der oberen Zelluloidschicht (Bildschirm) und fortdauernder Datenspur auf der unteren Wachs-schicht (Festspeicher) bekanntlich Sigmund Freud Mitte der 1920er Jahre zu seiner Theorie des Gedächtnisses anregte.

Als Medium stellt die Tafel so einen privilegierten, wenn nicht einzigartigen Mittler zwischen Mensch und Welt, Subjekt und Gesellschaft, Individuum und Kultur dar. Entscheidend für die Dauer und vor allem Intimität der medialen Beziehung dürfte dabei der ursprüngliche Formfaktor gewesen sein: dass sie und ihre medialen Abkömmlinge sich in der Hand halten und in unserem Schoss benutzen lassen – beschreiben und bemalen, lesen und betrachten. Genauso eben, wie es Steve Jobs diesen Januar im bequemen Sessel auf der Bühne des Yerba Buena Center for the Arts in Downtown San Francisco seiner Fangemeinde bei der ersten iPad-Präsentation vormachte.

Die Apple-Strategen inszenierten damit – ob nun bewusst oder unbewusst, kalkuliert oder intuitiv – das iPad als Aufhebung einer Verdrängung der medialen Urform Tafel. Zu ihr kam es seit der Mitte des 20. Jahrhunderts, als im Zuge der Elektronisierung mehr und mehr Texte in mediale Räume gerieten, die eigentlich den Bildern zugehörten:

auf die gerahmten (Kathodenröhren-, LCD, LED-) Bildschirme von Fernsehgeräten und Computern. Der moderne Bildraum allerdings hält den Rezipienten auf Distanz. Wer die perspektivischen Bilder in ihrer ganzen Wirkung erfahren will, ob sie nun im Museum hängen, auf einer Leinwand oder einem Bildschirm laufen, muss einigen Abstand von ihnen aufrechterhalten.

Das Gegenteil, die hohe Intimität der Beziehung, kennzeichnet dagegen den Umgang mit den weiterhin tafelförmigen Textmedien der Moderne. Im selben Masse, in dem Tafeln und Seiten, Notizblöcke und Bücher zu Elementen von Software-Programmen wurden und damit aus unserem Schoss hinter die Glasscheiben der Bildschirme gerieten, verloren wir daher die gewohnte physische Beziehung zu ihnen. Weder Desktop-Bildschirme noch Laptops ermöglichen Körperhaltungen oder gar taktile Zugriffe, wie sie kulturell seit Jahrtausenden die Tafel und bis heute etwa Bücher, Fotoalben und Notizblöcke bieten. Damit standen sie, wie David Carr schreibt, einem «sehr menschlichen, fast angeborenen Bedürfnis» entgegen: «Leser wollen berühren, was sie zu lernen suchen.»

Dem Urmedium Tafel eine gültige digitale Gestalt zu verleihen, wurde daher sehr früh versucht. Bereits in den 1960er Jahren konzipierte der Computerpionier und spätere Apple-Alumni Alan Kay das legendäre, nie realisierte Dynabook: einen Tafel-Computer, der sich – wie einst die Tontafeln der antiken Vorzeit – mit Hilfe eines spitzen Stabes beschriften und bedienen liess. In den Jahrzehnten allerdings, die zwischen dieser visionären Konzeption und ihrer Realisierung verstrichen, nahm die Entwicklung manchen Umweg.

Den spektakulären Anfang machte 1993 Apples Newton MessagePad. Es war der erste in einer langen Reihe so genannter PDAs (Personal Digital Assistents), die ich kaufte und an denen ich verzweifelte, nicht zuletzt wegen der umständlichen und fehleranfälligen Verfahren zur Dateneingabe. Als Steve Jobs den Newton 1998 wieder vom Markt nahm, nutzte die Mehrheit der frühen Tafel-PC-Enthusiasten längst andere, weniger ambitionierte Stift-PDAs wie etwa den von Jeff Hawkins entwickelten Palm Pilot.

Allen gemeinsam war die Schriftbasierung. Wie die Tafeln der Antike dienten die PDAs des späten 20. Jahrhunderts primär der Datenverarbeitung: schlichten Schreib- und Rechenaufgaben wie

Verwaltung von Adressen, Abfassen von Notizen, Buchführung. Zu mehr waren sie kaum zu gebrauchen, denn ihnen fehlte die Fähigkeit zur farbigen Bilddarstellung und vor allem zur drahtlosen Kommunikation. Beide Mängel sollten zu Beginn unseres Jahrhunderts auf zwei Umwegen behoben werden.

Der eine verlief über den Seitenstrang jener Tafel-PCs, die sich auf die virtuelle Repräsentation traditioneller Buchtexte spezialisierten und dazu seit Mitte des Jahrzehnts schwarzweisse und träge, aber stromsparende und lesefreundliche E-Ink-Schirme einsetzten. Amazons Kindle beendete 2007 immerhin den Vernetzungsmangel. Der zweite und bislang erfolgreichere Umweg führte über das Smartphone. Den Weg wies 2002 die Einführung des Treo, eines von Jeff Hawkins konzipierten Morphs von Stift-PDA und Funktelefon.

Fünf Jahre später präsentierte Steve Jobs dann das iPhone, den ersten – noch als Smartphone getarnten – Tafel-PC. Dass man mit dem iPhone auf Grund seines tafelartigen Formfaktors nicht sonderlich gut telefonieren konnte, stellten Kritiker sofort und zu Recht fest. Doch das sollte man ja auch nicht, jedenfalls nicht vorrangig, weshalb Apple in der Vermarktung der kleinen Touchscreen-Tafel auf Datenraten-Abos bestand. Das iPhone wirkte so als ein digitaler Virus, der Millionen von Käufern, die sich einbildeten, ein besseres Telefon zu erwerben, mit den Gewohnheiten des mobilen und multimedialen Online-Lebens infizierte.

Mit dem iPhone schloss so die Entwicklung des Tafel-PCs medientechnologisch zu Desktops und Laptops auf. Im alltäglichen Gebrauch erwies es sich schnell als «Grosser Kommunikator», wie ich ihn bereits 2001 sehnsüchtig in meinem Buch *Kommunikette 2.0* imaginiert hatte. Auf der kleinen Touch-Tafel konvergieren die Medien: Text und Ton, stehendes und laufendes Bild. Die Besitzer mögen am Anfang primär telefonieren und SMS schreiben. Bald aber mailen und surfen sie auch, hören Musik, spielen und schauen YouTube-Videos, TV-Serien oder gar Spielfilme. Sie lesen Zeitungen, Zeitschriften, selbst Bücher. Sie verwalten ihre Kontakte und Termine, greifen von unterwegs auf ihre Daten in der Cloud oder auch auf dem heimischen Server zu. Sie fotografieren, machen Videos, malen Bilder, schreiben Kurznachrichten oder Blogbeiträge und laden ihre Schöpfungen sofort auf Flickr, YouTube, Facebook oder die eigene Homepage hoch.

Dem tafelförmigen Taschencomputer, den Apple als iPhone vermarktete, gelang es so, einen Brückenkopf auf dem neuen digitalen Territorium zu bilden. Erobern sollen es nun das iPad und zahlreiche andere Tafel-PCs, die für dieses Jahr angekündigt sind. Unter medienhistorischer Perspektive leiten sie einen Paradigmenwechsel ein: die Rückkehr zur Urform der Tafel auf höherer technologischer Ebene. Das iPad simuliert deren Gestalt nicht mehr nur im Medium der Software – wie etwa bei der üblichen Seitenansicht in Schreibsoftware –, sondern realisiert sie als digitales Hardware-Artefakt, sowohl materiell wie funktional (in der Touchscreen). Im Gebrauch stellt sich dabei, das kann ich nach zwei Monaten eigener Erfahrung bezeugen, eine haptische Intimität des Umgangs mit Texten und Bildern her, wie wir sie von Büchern, Blöcken oder Alben gewohnt sind.

### III Drei Thesen zur digitalen Zukunft der Tafel

Auf Touch-Tafel-PCs kehrt der digitale Text aus dem Exil des semi-öffentlichen Bildraums zurück in die tradierte Tafelform und damit in die Hand und den Schoss des Lesers. Computermonitore heissen aus gutem Grund Bild – und nicht Textschirme (obwohl sie doch seit der Frühzeit des Computers immer mehr Texte als Bilder zeigten). Das Unbehagen, das die meisten beim Lesen längerer Texte an Desk- und Laptops empfinden, hat seinen Grund in diesem medialen Missverhältnis: Vor einem Bildschirm zu sitzen, gar noch an einem Schreibtisch, erschwert das intime Eintauchen in Texte, wie es die Varianten einer im Schoss gehaltenen medialen Tafel befördern.

Meine erste These lautet daher:

*In ihrer spezifischen Kombination von innovativer Hardware und NUI ermächtigen uns Touch-Tafel-PCs erstmals, das Potenzial digitaler Schriftlichkeit zu realisieren, insbesondere die intime, personalisierte und inter-aktive Nutzung vernetzter Texte.*

Die bescheidenen Anfänge dieses epochalen Prozesses erleben wir gerade. «Der Übergang der Buchindustrie weg von physischen Warenbeständen, die in Lagerhäusern vorgehalten und mit Lastern zum Einzelhandel transportiert werden, und hin zu digitalen Dateien, die im Datenraum lagern und an nahezu jeden Ort dieser Erde so schnell und so billig ausgeliefert werden wie E-Mail, kommt in Gang und ist nicht mehr rückgängig zu machen», schrieb Jason Epstein, der Grandseigneur des amerikanischen Verlagswesens, Anfang März in der

*New York Review auf Books* mit Blick auf das Amazon Kindle, den Sony Reader und vor allem das iPad.

Neu an ihm sei gerade seine Nähe zu der sehr alten, vertrauten Medienform Buch, analysierte der Buchdesigner Craig Mod im April, noch bevor er sein erstes iPad in der Hand gehalten hatte: «Es ist kein Wunder, dass wir unsere gedruckten Bücher lieben – wir wiegen sie körperlich in den Armen, dicht an unserem Herzen. Anders als das Lesen an Computermonitoren imitiert das Lesen auf einem Kindle oder iPhone (oder iPad, kann man vermuten) diese mütterliche Umarmung. Der Text ist dichter bei uns, die Orientierung angenehmer. Und der scheinbar unbedeutende Umstand, dass wir den Text berühren, spielt in Wirklichkeit eine Schlüsselrolle für die Verstärkung der Intimität dieser Erfahrung.» Die Neuerfindung der analogen Tafelmedien Buch und Zeitschrift nach den Möglichkeiten und Ansprüchen digitaler Ästhetik kann nun beginnen.

Ähnliches gilt für den Bereich der Audiovisionen. Auf Touch-Tafel-PCs verlässt auch das digitale Bild den semi-öffentlichen Rezeptionsraum Bildschirm. Beim Umgang mit stehenden Bildern geschieht damit dasselbe wie bei der Textlektüre: Die digitale Technik schliesst qualitativ zu ihren analogen Vorgängermedien auf – dem einzelnen Abzug, dem Fotoalbum, dem Bildband oder dem illustrierten Magazin –, die sich allesamt wie seit jeher Bildtafeln in der Hand halten und nach Belieben betrachten lassen.

Für Bewegtbilder aber bedeutet deren Rezeption auf digitalen Tafeln eine radikale Innovation. Die Distanz des Betrachters, die Bühne, Kinoleinwand, Fernsehschirm und eben auch Computermonitor verlangen, wird aufgehoben. Tafel-PCs ermöglichen eine intime Aneignung von Bewegtbildern, wie sie unter analogen Bedingungen allenfalls experimentelle Schauapparaturen boten, etwa in der Frühzeit des Films Thomas Edisons Kinetoscope oder in den 1950er Jahren Mort Heiligs Sensorama. Weit über die Möglichkeiten dieser analogen Gerätschaften hinaus aber gestatten Touch-Tafel-PCs ihren Nutzern auch die interaktive Echtzeit-Manipulation stehender wie laufender Bilder, von Spielfilmen wie digitalen Spielen – im Wortsinne, durch die eigene Hand, und zusätzlich ermächtigt durch Bewegungssensoren, GPS-Chips und entsprechende Software.

Meine zweite These lautet daher:

*In ihrer spezifischen Kombination von innovativer Hardware und NUI ermächtigen uns Touch-Tafel-PCs erstmals, das Potenzial digitaler Bildlichkeit zu realisieren, insbesondere die intime, personalisierte und interaktive Nutzung linearer wie nonlinearer Audiovisionen.*

Überraschend wirkt dabei auf viele Nutzer die transmediale Qualität der Rezeption: einerseits die fließende Mischung von Texten und Tönen, stehenden und laufenden Bildern in vielen Angeboten, andererseits die Möglichkeit, selbständig nach Belieben und nahezu widerstandslos zwischen den Medien wechseln zu können. Das iPad wurde dementsprechend immer wieder mit magischen Tafeln verglichen, wie sie Science-Fiction und Fantasy imaginierten: etwa mit Douglas Adams – multimedialem Reiseführer in *Hitchhiker's Guide to the Galaxy* (Stephen Fry in *Time Magazine*) oder mit dem ebenso multimedialen Lehrbuch in Neal Stephenson *The Diamond Age* (Brian X. Chen in *Wired*).

Meine dritte These lautet daher:

*In ihrer spezifischen Kombination von innovativer Hardware und NUI schaffen Touch-Tafel-PCs einzigartige Voraussetzungen für die Entwicklung neuer transmedialer Formen von Kommunikation und Information, Kunst, Unterhaltung und Wissensvermittlung.*

Eine – bescheidene – Ahnung des Möglichen vermitteln bereits einzelne Apps, etwa das interaktive Lehrbuch *The Elements*, die iPad-Version von *Alice in Wonderland*, *Wireds* erste iPad-Ausgabe und vor allem eine Vielzahl origineller Spiele. Deren Boom rundum iPhone und iPad erinnert grundsätzlich daran, dass die Tafel als mediale Form stets nicht nur ein Ort von Schrift und Bild, sondern auch ein Spielfeld war. (Das Spiel Tavli etwa – die griechische Variante von Backgammon – bewahrt diese Herkunft von der tabula, der Tafel, noch in seinem Namen).

Touch-Tafel-PCs befördern so, was ohnehin als zentrales Bewegungsgesetz medialer Digitalisierung gilt: Transmedialisierung. Per definitionem schleift sie die analogen Grenzen der Medien ein, etwa die Distinktion zwischen Print-, Radio- und TV-Magazinen. Trägt das iPad zur Rettung des einen bei, dann zwangsläufig zur Rettung der anderen. Am intelligentesten reflektierte Kevin Kelly diese transmediale Perspektive: Der Tafel-PC werde «beides erneuern, das Verlagswesen wie Hollywood, denn er erschafft ein Transmedium, das Bücher und Video verschmilzt. Du bekommst ein Fernsehen,

das du liest, Bücher, die du anschaust, und Filme, die du anfässt.»

Wenn aber Touch-Tafel-PCs solch grundlegende Veränderungen im System der Medien bewirken, werden sie zwangsläufig auch Erschütterungen in der sozialen und kulturellen Tektonik auslösen. Verkürzt gesagt: Bei Medienumbrüchen steigen Individuen, Gruppen, Firmen und Institutionen auf, welche die neuen Medien und ihre Technologie entwickeln und kontrollieren. Und umgekehrt verlieren jene, welche die alten Medien und ihre Technologien kontrollierten, mehr oder weniger an Einfluss. Der aktuelle Übergang von der alten, analogen und Papier-zentrierten zu einer digitalen und Software-zentrierten Kommunikations- und Wissenskultur trägt denn auch deutlich Züge eines Kulturkampfes.

Sein Ausgang scheint sicher, sein genauer Verlauf freilich nicht. Die analogen Medien und ihre Institutionen setzen zwischenmenschlicher Kommunikation, der Information und dem Erzählen von Geschichten Grenzen, die sich zunehmend für Ansprüche, die sich an den digitalen Online-Medien geschult haben, als zu eng erweisen – zu langsam, zu standardisiert, zu wenig interaktiv, zu unpersönlich. Die Gestalt der neuen digitalen Zivilisation wird deshalb von innovativer Kultur-Software abhängen, von neuen Interfaces für Kommunikation und Interaktion, Selbstausdruck und Wissenstransfer, welche die medientechnisch mit Touch-Tafel-PCs nunmehr aufgehobenen Grenzen auch medienästhetisch überschreiten.



---

**Gundolf S. Freyermuth**

Prof. Dr. Gundolf S. Freyermuth lehrt Angewandte Medienwissenschaften an der ifs (internationale Filmschule Köln) und ist Gründungsdirektor des Cologne Game Lab. Vor seiner Lehrtätigkeit arbeitete Freyermuth als Redakteur für TransAtlantik, Ressortleiter und Reporter für den Stern, Chefreporter für Tempo sowie in den USA als freier Fachautor mit dem Schwerpunkt kulturelle Konsequenzen der Digitalisierung. Er hat 13 Sachbücher und Romane sowie 400 Artikel veröffentlicht. Freyermuth ist amerikanisch-deutscher Doppelstaatsbürger und lebt in Köln und Berlin.



# TELEVISIONEN – FERNSEHEN IM DIGITALEN ZEITALTER

**Im Zuge der Medien-konvergenz entsteht ein neues Medium, das nicht mehr durch eine physische Hülle definiert wird, sondern durch den Kontext – ein TV-Web-Mobile-Zwitter. Der Autor ent-wickelt vier Szenarien, um die Nutzungssituation des zukünftigen TV-Konsums zu antizipieren.**

Stefan Baumann, Sturm und Drang GmbH

Das Fernsehen ist mittendrin in seiner dritten Revolution. Und noch können wir nur qualitativ ahnen, wie die neue Normalität für die fernsehende Bevölkerung aussieht. Die digitale Generation – so lässt sich in vielen Medienstudien lesen – sieht mittlerweile mehr Bewegtbild im Netz als im TV. Dreht sich alles nur um die Kardinalfrage: Kommt das Web in den TV oder das TV ins Web? Wohl nicht. Es zeichnet sich vielmehr ab, dass im konvergenten Zeitalter ein neues Medium entsteht – ein TV-Web-Mobile-Zwitter. Ein neues Medium mit ganz eigenen Qualitäten, bei dem nicht mehr das Ausgabegerät (z.B. Fernseher, Radio, Computer, Telefon, Konsole) den Charakter definiert, sondern der Nutzungskontext. Nähern wir uns diesem neuen Medium also aus der Verhaltensperspektive der zukünftigen Nutzer. Welche Zuschauer-szenarien sind denkbar?

Aber der Reihe nach.

Die erste Revolution brachte der Aufstieg des Fernsehens zur medialen Grundausstattung eines jeden Haushalts, die zweite wurde durch die Einführung von privat finanzierten Sendern bewirkt, und jetzt beobachten wir, wie sich Fernsehen durch stärkere Breitbanddurchdringung dramatisch wandelt. Allein für Deutschland werden elf Millionen Triple-Play-Nutzer für das Jahr 2011 prognostiziert.<sup>1</sup> Technisch vereint IPTV jegliche Inhalte in einem User Interface, sowohl die eigenen (Photos, Videos, Musik) als auch externe (Video on Demand, iTunes). Der Weg zur ganzheitlichen Medienkonvergenz wird durch Hybrid-Konzepte gekennzeichnet, die Web und TV schrittweise zusammenführen. Ein Beispiel liefert Google TV, ein IPTV-Empfänger, der in Zusammenarbeit mit Sony, Logitech und Intel entsteht. Der Fernseher wird mit Google TV zum Browser bzw. zur Suchmaschine, greift auf das Web zu, so dass immer das richtige Programm gefunden wird, das geliebte Format «Fernsehen» aber nicht aufgegeben wird zugunsten eines Youtube-Brief-

markenformats. Im dazugehörigen Werbefilm fragen die Google-Ingenieure: «*If the web is so smart and the TVs are so fun to watch – why can't they work together?*»<sup>2</sup>



Quelle: <http://www.google.com/tv/>



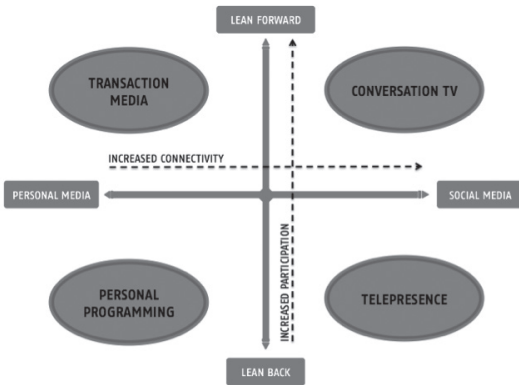
Quelle: <http://www.apple.com/de/ipad/>

Der interaktive Zugriff auf das Web bewirkt, dass Fernsehen zunehmend zu einem Kommunikationsmedium avanciert. Jüngst verändert Apples iPad die Art und Weise, wie wir digitale Inhalte rezipieren. Derzeitig setzt sich die iPad-Technologie beispielsweise stark im Inflight-Entertainment durch.<sup>3</sup> Und ob es sich beim iPad um ein mobiles Gerät oder um

eines für den Wohnzimmergebrauch handelt – diese Frage wird nicht von Apple, sondern vom Konsumenten beantwortet werden.

**Welche Nutzungsszenarien bietet das neue Medium?**

In einer zukunftsweisenden Szenario-Studie entwickelte STURM und DRANG vier userzentrierte Szenarien, um Nutzungssituationen des zukünftigen TV-Konsums zu antizipieren und in einer Zwei-Achsen-Matrix zu verorten. Die horizontale Achse beschreibt dabei das Spektrum der TV-Nutzung zwischen individualisierten Medien und Inhalten auf der einen Seite und den sozialen, verbindenden Funktionen des Mediums auf der anderen Seite. Auf der vertikalen Achse wird der Partizipationsgrad zwischen passivem Bespielen lassen (Lean Back) und aktivem Bestimmen (Lean Forward) dargestellt. Die vier Nutzungsszenarien bündeln idealtypisch mentale, emotionale und soziale Sehnsüchte, die in der Nutzung des neuen Mediums akut werden. In jedem Quadranten des Denkraumes herrscht ein Nutzungs-Mindset vor, wie das Medium eingesetzt wird, wobei jeweils unterschiedliche Produkte, Services und Inhalte relevant werden.



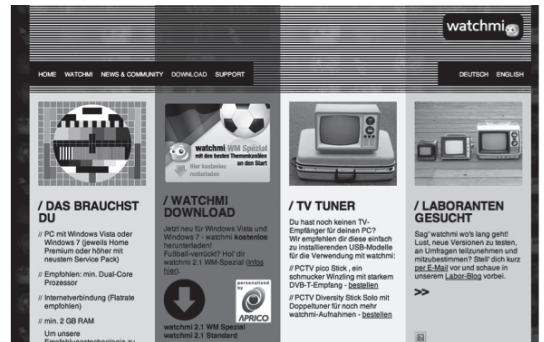
Quelle: Sturm und Drang

**1. Szenario: Personal Programming**

Ein fundamentaler Wandel vollzieht sich beim Fernsehen vom Lean Back- hin zum Lean Forward-Konsum. Allerdings wird die Lean Back-Zielgruppe, die Fernsehen als passives, im privaten Raum stattfindendes Medium gebraucht, weiterhin ihre Ansprüche einfordern. Für eben diese Zielgruppe bietet Personal Programming einen personalisierten TV-Konsum mit massgeschneidertem Inhalt. Jeder sieht sein eigenes Programm – sowohl was Inhalt als auch was die Benutzeroberfläche angeht. Sendungen werden, etwa auf hulu.com, on demand abgerufen. Für die Zusammenstellung der besten

Inhalte zu einem erwählten Thema oder Bedürfnis dienen Mash Ups und persönliche oder thematische Filter.

Der Konsument erhält zeitlich unabhängig von einem linearen Fernsehprogramm selbstgewählte Inhalte, so dass inzwischen schon von einer Abschaffung des traditionellen Prime Time-Fensters gesprochen wird. Diese Art des Fernsehens gibt seine Synchronizität auf, zahlt aber auf Qualitäten des traditionellen Entspannungsmediums ein, nur dass der Zuschauer inhaltlich einschlägiger, persönlicher und adaptiver unterhalten und informiert wird. Springers Plattform watchmi.tv steht stellvertretend für den Ansatz, die Interessen der einzelnen Konsumenten zu berücksichtigen, indem individualisierte Kanäle generiert werden. Das Programm kann mit Hilfe von kollaborativen Filtern vorschlagen, was für den User interessant sein könnte (Curated TV). Im Sinne von: «Zuschauer, die die Serie <Lost> favorisieren, sind auch an <24> interessiert».



Quelle: www.watchmi.tv

Auch Permission Viewing setzt sich durch: Es wird nur angeboten, was vorher zugelassen und definiert wurde. Insgesamt bewegt sich der Trend von einem stark vorprogrammierten Fernsehkonsum (Scheduled TV) zu einem selbstbestimmten, durch Empfehlungen und Filter personalisierten Fernsehkonsum. Das zunächst noch auf den Nutzer angewiesene User Interface/EPG lernt in Zukunft das Verhalten verschiedener Nutzer kennen und kann dementsprechend Empfehlungen geben (Learning TV).

Durch die nutzerzentrierte Gestaltung des IPTV lässt sich als Konsequenz eine Entwicklung vom Massenmedium zum Long Tail ausmachen. Statt eine breite Masse mit konsensfähigem Inhalt anzusprechen, erreichen immer mehr Spartenkanäle spezifische Konsumentengruppen. In den USA machen 237 Spartenkanäle mit 46,5% fast die Hälfte der Quote aus.<sup>4</sup> Die Logik der Nische als neue

Masse wird uns zu Community Programmen von Fussballvereinen, Literaturzirkeln und Kleingartenvereinen führen.

## 2. Szenario: Transaction Media

Im digitalen Zeitalter schwindet die Distanz zwischen Produktion und Konsum, denn beide finden am gleichen Ort statt: Online. Fernsehsendungen, Filme und Videos werden am selben Ort entdeckt, ausgeliehen, angesehen und weitergegeben. Partizipation und Unmittelbarkeit werden die neue Währung im Medienkonsum. Transaction Media bietet dem Konsumenten zahlreiche Möglichkeiten der Interaktion mit dem Dargebotenen. Zuschauen und selbst eingreifen bilden keinen Gegensatz mehr – der Übergang kann nahtlos ohne Medienbruch stattfinden, wenn der Nutzer interaktiv Feedback geben oder Einfluss nehmen will. Der Zuschauer bekommt die Möglichkeit, den Verlauf von Reality Shows, Quizsendungen oder auch Spielfilmen über seine Fernbedienung zu verändern. Über die Fernbedienung steuert er seinen Zugriff auf die Welt: Er kauft ein, wettet, hört Musik und verwaltet eigene Fotos und Filme. Transaction Media macht den Fernseher zu einer multimedialen Handlungsschnittstelle.

Gerade auch das Einkaufen verlagert sich vom parallel zum Fernsehen getätigten Online-Shopping zu einem in die Sendungen integrierten TV-Shopping. Bob Greenberg, CEO der Agentur R/GA spricht von einem Szenario, in dem mit einem Mausclick oder einer Berührung des Screens Produkte direkt aus einem Bewegtbild-Inhalt gekauft werden können: «Imagine reserving airline tickets directly from an ad or buying clothes worn by the characters of Gossip Girl within the episode.»<sup>5</sup>

Eine noch weitreichendere Interaktion als die Teilnahme an Votings werden Anwendungen bieten, bei denen sich der Zuschauer live in das Programm per WebCam zuschalten kann und so unmittelbar Teil des Programms wird. Solche View-In-Sendungen, wie wir es schon aus dem Radio (Call-In) kennen, geben dem Live Charakter noch mehr Authentizität. Hier sind neue Formate gefordert, denn im Moment werden solche Interaktionsformen noch nicht in vollem Masse ausgeschöpft, finden aber ansatzweise in Form von Live-Diskussionen, integrierten Votings bis hin zur Einflussnahme auf die Storyline einer Sendung statt. Im Produktionsprozess der Serie «Lost» liessen sich die Autoren von den detailverliebten Zuschauern inspirieren. Auch wenn es hier technisch

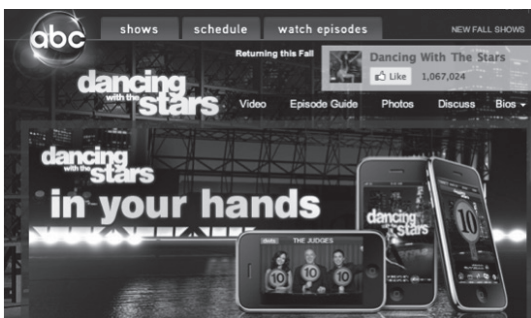
noch nicht zur Auflösung der Grenzen von WWW und TV kam, spricht Spiegel Online von der ersten Web 2.0-Serie: «Vielleicht sehen so Fernsehformate der Zukunft aus: einen möglichst komplexen Andeutungs- und Anspielungsraum schaffen und dann das Publikum für seine eigene Unterhaltung sorgen lassen».<sup>6</sup>

## 3. Szenario: Conversation TV

Hält sich der partizipatorische Aspekt von Transaction Media auf kommunikativer Ebene noch in Grenzen, wird im Conversation TV das soziale Miteinander des Zuschauers im höchsten Masse entgrenzt. Das Verbreiten von eigenen Inhalten (User Generated Content) wird zum treibenden Interesse des Fernsehkonsums.

Im Web 2.0 zeigt Youtube, wie selbst produzierter Inhalt seine Anhängerschaft findet. Das Sendungsbewusstsein der User spiegelt sich in beeindruckenden 24 Stunden Videomaterial wider, das pro Minute auf Youtube hochgeladen wird, und diese Menge an Material wird mit weltweit über zwei Milliarden Videoaufrufen pro Tag auch konsumiert. Gleichgesinnte finden sich in diesen Media Communities, in denen sie durch Kommentare und Bewertungen über die Qualität der Inhalte entscheiden. Vorauszusehen ist, dass die TV-Nutzung immer stärker auf soziale, verbindende und somit kommunikative Zwecke abzielt. Durch eine Vielzahl an formatbegleitenden Web-Angeboten zu erfolgreichen Sendungen bietet sich den Produzenten die Möglichkeit zur Interaktion mit dem Zuschauer.

Dadurch, dass Menschen aus ihren Wohnzimmern heraus mit anderen Menschen über Bewegtbilder kommunizieren können, wird unser Sozialverhalten radikal verändert. Persönlicher Kontakt wird zunehmend medial vermittelt gepflegt, ohne an persönlichen Eigenschaften notwendig einzubüssen. Und das zunehmend über das laufende Programm hinweg, Apps und iPad sei Dank. «Co-Viewing» meint das parallele chatten und kommunizieren über die zugehörige App, während eine Serie oder Show linear im TV läuft. Die App-User erhalten «real-time» Zusatzinformationen zu dem Geschehen auf dem Screen und den aggregierten sozialen Chat, der zeitgleich stattfindet. Bei der ABC-App zu «Dancing with the Stars» erhält man zum Beispiel Details über die Tänze, die gerade getanzt werden und kann sich als «iJudge» an der Show beteiligen. «The point of the app is to restore a sense of being in an audience, in a group»<sup>7</sup> erklärt Declan Caulfield, der CEO von Starling das Phänomen.

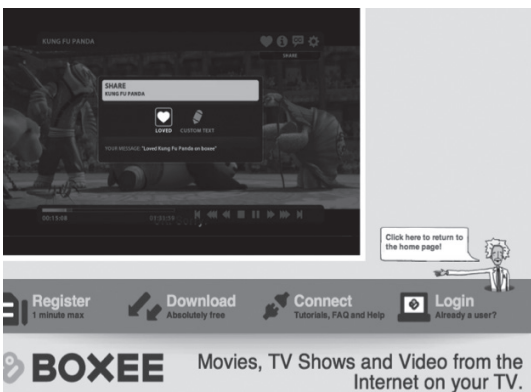


Quelle: <http://abc.go.com/shows/dancing-with-the-stars/vote-iphone>

Die Sender und ihre Marken erscheinen damit buchstäblich – auf ganz neu erlebte Art und Weise – zurück auf der Bildfläche. So hat FOX in den USA zu seiner Erfolgsshow «Glee» eine App programmiert, mit der die Zuschauer Karaoke Versionen zu den in der Show präsentierten Songs aufnehmen und in ihre sozialen Netze posten können. 200.000 User haben bisher 60.000 Songs veröffentlicht.



Quelle: Glee App



Quelle: boxee.tv

Schliesslich kommt es analog zur Entwicklung im Social Web zu einem systematischen Spiegelung des eigenen Lebens in der digitalen Welt über Blogs, Profiseiten, Social Bookmarks und Tags in Landkarten. Social Media dient den Konsumenten hier, wie im Web 2.0, der Darstellung ihrer Identität. Stellvertretend für dieses Projekt steht ein über den Fernseher implementiertes Social Media-Konzept wie Boxee.tv, mit dem User sehen können, was ihre Freunde gerade schauen und sich gegenseitig

Filme zuspätspielen können, solange eine legale Quelle im Netz angezapft werden kann. Das Geschäftsmodell von starling.tv sieht eine App vor, die ab September 2010 in Abgrenzung zum Twitter-Chaos als zentrale Schnittstelle zwischen Marken der Sendeanstalten und Social Media-affinen Zuschauern auftreten soll.

#### 4. Szenario: Telepresence

Fern und doch präsent, bildet Telepresence nur scheinbar einen Widerspruch, denn hier wird Fernsehen zum Community Event. Man ist mitten im Geschehen und unter Freunden, ohne physisch anwesend sein zu müssen. IPTV macht Fernsehen zu einem riesigen Kinosaal. Es schaltet zu einem Programm zusammen – nicht nur von zuhause aus, sondern auch mobil vom Handy oder iPad.

Aus dem Medium Fernsehen entstehen so mediale Lebensräume mit Livecharakter – Public Viewing von zu Hause aus.

Kollektive Identität entsteht im deutschsprachigen Raum etwa bei einem Format wie «Tatort». Gemeinsames Tatort-Schauen wird auch beim jüngeren Publikum zum Ritual, sowohl im Wohnzimmer als auch in Public Viewing-Kontexten. Unnötig zu erwähnen, dass zu Tatort natürlich auch fleissig getwittert wird, so dass IPTV in der Telepresence zu einer Auflösung der Grenzen zwischen rein physischer und medialer Präsenz beiträgt. In diesem Szenario besteht die Möglichkeit, sich in Events oder laufende Programme zuzuschalten. Auch etwa das Smartphone wird auf diese Weise zur Fernbedienung, um Live Events aus dem Fussballstadion, vom Oktoberfest und aus der Oper in Sydney aus der ersten Reihe und in Echtzeit erlebbar zu machen. Das gemeinsame mediale Erlebnis übertrifft das eines Public Viewings: Mobiles Fernsehen verbindet die Menschen auf eine neue Art und Weise und lässt Emotionsaustausch auch über Distanz zu. Solche Zukunftsmusik wurde von den Berliner Philharmonikern in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bank in die Tat umgesetzt: Mit der Digital Concert Hall sollen Musikinteressierte in der ganzen Welt Konzerte der Berliner Philharmoniker erleben, indem sie per Computer, Fernseher oder Stereoanlage zu Hause oder an jedem Ort der Welt zugeschaltet werden.<sup>8</sup> Die Zukunft gehört dem gemeinsamen Besuch von Opern-, Theater- und Konzertsälen der Welt, alles von zu Hause oder unterwegs aus, aber dennoch gemeinsam und live.

Alle vier Szenarien sind parallel und in Mischformen denkbar. Für alle Szenarien lassen sich Geschäftsmodelle und Formate denken, die die Zukunft des Fernsehens bilden.

Nur eins ist sicher: Das EINE Fernsehen geht vom Sender.



---

**Stefan Baumann**

---

Der diplomierte Konsumpsychologe Stefan Baumann übersetzt als Konsum- und Innovationsstrategie Insights in Marktinnovationen. Bei STURM und DRANG ist er für die psychologische Forschung und die Trend- und Szenarioplanung verantwortlich. Spezialisiert auf die Medien- und Kommunikationsbranche arbeitet er für Kunden wie Allianz, Gruner+Jahr, BMW und Bitburger.

Mehr Infos: [www.sturmunddrang.de](http://www.sturmunddrang.de)

---

**Fussnoten**

---

1 Triple Play bezeichnet in der Telekommunikation die kombinierte Bereitstellung von Internet, Telefonie und Fernsehen über einen zentralen Provider mit Hilfe eines IP-basierten Zugangs.

2 <http://www.google.com/tv>

3 <http://www.blueboxavionics.com>

4 Quelle: National Cable & Telecommunications Association

5 [http://www.adweek.com/aw/content\\_display/community/columns/bob-greenberg/e3ieab39f4d423127f3804a6a19d41ce12f?pn=2](http://www.adweek.com/aw/content_display/community/columns/bob-greenberg/e3ieab39f4d423127f3804a6a19d41ce12f?pn=2)

6 <http://www.spiegel.de/kultur/tv/0,1518,696584,00.html>

7 [http://adage.com/digital/article?article\\_id=143895](http://adage.com/digital/article?article_id=143895)

8 <http://www.berliner-philharmoniker.de/digital-concert-hall/>

# DAS SYSTEMRISIKO DER DEMOKRATIE

**Die Entstehung von politischen Institutionen ohne Öffentlichkeit sowie die Kommerzialisierung des Medienwesens führen zu einem Mangel an Information der Mitglieder demokratischer Gesellschaften. Der Autor betrachtet dies als ein Systemrisiko der Demokratie. Die Demokratie, so seine These, braucht vertrauenswürdige Informationen.**

Kurt Imhof

Die Debatte über Systemrisiken ist so alt wie die moderne demokratische Gesellschaft und hat die Gestalt der Öffentlichkeits- oder Medienkritik. Diese Kritik ist ein Kind der Demokratisierung und begleitet und charakterisiert die Moderne genauso wie der Rechtsstaat, die Gewaltenteilung und die Bürger- und Menschenrechte. Kurz nacheinander entstehen mit den politischen Massenmedien im 19. Jahrhundert zwei Traditionen dieser kritischen Auseinandersetzung, die bis heute Geltung haben: Zum einen die Kritik an der Überformung der Öffentlichkeit durch den Staat, der sich durch die Kontrolle der Öffentlichkeit dieser entziehen kann. Sie bildet auch den Kern aller Totalitarismustheorien.

Zum anderen die Kritik an der Privatisierung der Öffentlichkeit. Sie richtet sich von Anfang an gegen die Ökonomisierung der Medien durch organisierte Privatinteressen, die die öffentliche Meinung durch Definitionsmacht beeinflussen können und gegen die Durchdringung öffentlicher Kommunikation durch das Private.

Beides verweist darauf, dass sich die Öffentlichkeit, wie das die Aufklärung zu Recht vorsah, zwischen den Privatinteressen und dem Staat entfalten muss, um dem zu dienen, was alle etwas angehen muss. Dies setzt voraus, dass die Öffentlichkeit weder mit den Mitteln der Staatsgewalt erstickt noch durch Privatinteressen dominiert wird. Auch wenn sich diese beiden Auseinandersetzungen mit dem Systemrisiko der Demokratie dem weltanschaulichen Konflikt marktlicher versus staatlicher Regulation der sozialen Ordnung nicht entziehen konnten, liessen sie sich trotzdem nie simpel dem einen oder anderen Lager zuordnen. Dies allein schon deshalb, weil es für den Aufklärungsliberalismus nicht vorstellbar war, die Öffentlichkeit mit dem Privaten zu vermischen: Öffentliches Sprechen und Handeln ist dem Privaten gegenübergestellt; bürgerliche Privatheit ist der Oppositionsbegriff von Öffentlich-

keit, die sich mit dem Allgemeinen beschäftigt, während das Partikuläre zur Privatheit gehört. Öffentlichkeit ist jedoch nicht nur das Gegenteil von Privatheit, sondern sie ist den staatlichen Gewalten übergeordnet. Nur durch diese Verortung der Öffentlichkeit kann sie die für die Demokratie unabdingbaren drei Funktionen des Entdeckungszusammenhangs einer vernünftig und dadurch allgemeinverbindlich zu begründenden sozialen Ordnung, der Kontrolle und Legitimation der staatlichen Gewalten und der Integration der Bürger als Souverän erfüllen. Nur da wo dies in der Geschichte der Moderne gelang konnte sich die demokratische Ordnung im Nationalstaat realisieren.

## **Aktuelle Öffentlichkeitskritik**

Die aktuelle Öffentlichkeits- und Medienkritik schreibt diese klassischen Auseinandersetzungen fort, um sie an die aktuellen Risiken denen die Demokratie ausgesetzt ist, anzupassen. Dabei handelt es sich zum einen um politische Institutionen ohne Öffentlichkeit und zum anderen um eine Kommerzialisierung des Medienwesens, die zu einer in der Geschichte der modernen Demokratie nie erreichten Privatisierung der Öffentlichkeit geführt hat.

1. Politische Institutionen ohne Öffentlichkeit: Die Globalisierung hat vor allem seit den 1990er Jahren supranationale Machtzentren hervorgebracht, die sich im Unterschied zu den politischen Institutionen des Nationalstaats der öffentlichen Kritik weitgehend entziehen können, weil die medienvermittelten Öffentlichkeitsarenen nach wie vor nationalstaatlich begrenzt sind. Damit steht nicht die totalitäre Instrumentalisierung der Öffentlichkeit im Vordergrund, wie in langen Perioden des 20. Jahrhunderts, sondern dass die Öffentlichkeit wie die Demokratie der Globalisierung von Politik und Wirtschaft nicht nachgewachsen ist. Und innerhalb der föderalen National-

staaten orientieren sich die Öffentlichkeitsarenen an Ballungszentren und nicht mehr an den subsidiären politischen Geltungsräumen wie Bundesländer, Kantone oder Departemente und in der ausgeprägt föderalen Schweiz entbehren viele Gemeinden, ihrer dritten Ebene der Demokratie, sogar ganz der Öffentlichkeit (Zeitungssterben). In diesen Gemeinden ist die Demokratie in Agonie: Wenn die Öffentlichkeit fehlt, mangelt es nicht nur an Auseinandersetzungen über das Gemeinwesen, auch die Parteien schwinden, das Milizprinzip leidet, der Status der politischen Ämter wird entwertet und es lassen sich keine Bürgerinnen und Bürger mehr finden, diese zu übernehmen. Kurz: Weil ohne Öffentlichkeit keine demokratische Selbstregulierung möglich ist, macht diese Kritik auf die fatalen Folgen der Entschränkung von politischen Geltungsräumen und der medienvermittelten Öffentlichkeit aufmerksam.

2. Kommerzialisierung des Medienwesens: Die Medien haben sich von ihren herkömmlichen Trägern, den Parteien, Verbänden, Kirchen und den sozial eingebetteten Verlegerfamilien in Stadt und Land fast vollständig gelöst und seit der Teilung des Rundfunks in öffentlich-rechtliche und private Radio- und TV-Betreiber (Dualisierung) in den 1980er Jahren bilden sie ein weitgehend markt bzw. reichweitenabhängiges Teilsystem, das sich am Medienkonsumenten und nicht mehr am Staatsbürger orientiert. Die Verortung der Öffentlichkeit zwischen Privatheit und Staatlichkeit ist aus der Balance geraten. Insbesondere durch die damit verbundene Veränderung der öffentlichen Kommunikation haben sich die Diskussionen über die Medienqualität in jüngster Zeit intensiviert. Die Kommerzialisierung und der damit einhergehende Konzentrationsprozess führten zu einer Reduktion der Medienvielfalt und zu einer Durchdringung der Medieninhalte mit dem, was intensive Beachtung findet und mit wenig Aufwand produziert und in möglichst viele Kanäle abgefüllt werden kann. Dieser Verlust an äusserer (Konzentration) und innerer Medienvielfalt (Angleichung der Inhalte) spiegelt sich in der Nachrichtenauswahl, den Interpretationen und den Darstellungen. Durch die Krise des Medienwesens verschärft sich diese Entwicklung. Das primäre Geschäftsmodell der Informationsmedien im Wettbewerb um Medienkonsumenten mit Werbung redaktionelle Inhalte zu finanzieren funktioniert immer weniger, ohne dass die Onlineportale die Ausfallbürgschaft antreten könnten. Die Werbung wie ein Teil der Inhalte wird durch branchenfremde Akteure (Suchmaschinen,

Telekommununternehmen und das Social Web) abgezogen und der Wettbewerb ist durch Gratisangebote im Internet und durch Pendlerzeitungen sowohl hinsichtlich der notwendigen Rendite wie der Qualität der Informationsvermittlung dysfunktional geworden. Auf Seiten der Medienkonsumenten wurde durch die Gratskultur auch noch das Preisbewusstsein für Journalismus zerstört.

Beide Entwicklungen dieses neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit beeinflussen die Demokratie: Auf der einen Seite haben wir es durch die Entgrenzung der Politik in Gestalt supranationaler Entscheidungszentren mit Verlusten demokratischer Regulierung zu tun. Öffentliche Debatten über supranationale Entscheidungen werden nur schon durch ihre Folgenlosigkeit geschädigt. Die Öffentlichkeit ist der Globalisierung nicht nachgewachsen. Im Gegenteil: In den Medien hat das städtisch Lokale in den Ballungszentren an Bedeutung gewonnen, während die aussenpolitische Berichterstattung schwindet.

Auf der anderen Seite hat sich das Verhältnis zwischen Medien und Politik durch die Ausbildung eines marktabhängigen Mediensystems verändert. Indem die Medien den Staatsbürger durch den Medienkonsumenten ersetzen, verwandelten sich die medialen Aufmerksamkeitslandschaften unter dem Druck der Kosten und der Nachfrageoptimierung. Die Politik wie alle anderen Teilbereiche der Gesellschaft müssen sich den neuen Medienlogiken anpassen:

Auf der Ebene der Medienorganisationen haben wir es mit dem Abbau von Ressorts und damit von Spezialwissen über die wesentlichen Teilbereiche der Gesellschaft zu tun. Ausserdem werden dieselben Inhalte in verschiedene einst eigenständige und stolze Titel abgefüllt, unabhängige Redaktionen in Newsrooms für alle möglichen Titel zusammengezogen und Korrespondentennetze abgebaut. Ausgerechnet im Zeitalter der Globalisierung kommt es zu einer Verkümmern des weltinnenpolitischen Berichterstattung.

Bezüglich der Medieninhalte sind eine zunehmende Personalisierung, Privatisierung, Konfliktstilisierung und Skandalisierung zu konstatieren, die Elimination von politisch-publizistischen Auseinandersetzungen um die Bedeutung und Bewertung von Ereignissen, markante Aufmerksamkeitsverluste gegenüber den Parlamenten zu Gunsten der nachrichtenwerthaltigeren Exekutiven und eine

Anpassung der politischen Akteure an die neuen Medienlogiken. Gesamthaft hat sich der Modus der auf Sachverhaltsdarstellungen und normativen Ableitungen basierenden Berichterstattung der Informationsmedien zu einem moralisch-emotional aufgeladenen Newswettbewerb verschoben.

Auch die Wirtschaftsberichterstattung hat die neuen Medienlogiken übernommen und betreibt ein Karussell von personalisiertem Reputationsaufbau und -zerstörung, feiert Branchen- und Firmenhypes im Rhythmus von Viertelsjahresabschlüssen, befördert insgesamt eine Volatilität der Ökonomie auf Kosten der Reflexion ökonomischen Handelns und konnte dadurch die Frühwarnfunktion öffentlicher Auseinandersetzungen nicht erfüllen.

Freilich betrifft dies nicht alle Informationsmedien im gleichen Mass. Die Medien haben sich der sozialstrukturellen Schichtung der Gesellschaft und an Generationenkohorten angepasst und beliefern ihre Zielgruppen mit unterschiedlichen Aufmerksamkeitslandschaften auf der Basis von Bildungsabschlüssen, Kaufkraft, Generationen, Geschlecht und Herkunft. Medien für niedrige Bildungs- und Einkommensschichten und für jüngere Alterskohorten betreiben einen Informationsjournalismus, in dem sich die Welt in Human Interest auflöst. Die Welt ausserhalb der Nationalstaaten erscheint als Kette von Krisen, Katastrophen, Kriege und Affären, in der Innenpolitik wird die Agenda durch personalisierte Konflikte dominiert und bezüglich der Wirtschaft tritt ein Marketingjournalismus und eine moralische Empörungsbewirtschaftung an die Stelle der Analyse.

Diese neuen Spielregeln des Kampfes um Aufmerksamkeit haben sich auf die Politik übertragen. Die Empörungsbewirtschaftung der Boulevard- und Gratismedien im Print, Radio und Fernsehen und vieler Onlineportale prägt die Handlungslogiken beider Systeme: Politik wie medienvermittelte Kommunikation treffen sich in empörungsträchtigen Events und Kampagnen, die Aufmerksamkeit für das politische Personal wie für die Medien sichern.

Diese neuen Resonanzchancen verändern das Ensemble der politisch relevanten Akteure: Insbesondere in denjenigen nationalen Medienarenen, in denen die Medienqualität rasch erodiert ist und die Gratiskultur floriert wie etwa in Holland, der Schweiz und in Österreich, oder schon gar keine Medien mit Qualitätsanspruch aufgebaut werden konnten, wie in den Transformationsländern

Osteuropas, feiern populistische radikale Parteien gewaltige Wahlerfolge. Und in Italien, in dem die Qualitätspresse ohnehin schwach ist, hat die Politik das Format des Reality-TV angenommen. Der politische Populismus wird durch den Medienpopulismus beflügelt, populistische Akteure erzielen über ihre medienwirksamen Aktionsformen wesentlich bessere Resonanz als die traditionellen Volksparteien.

Auf Seiten der Journalisten zeigt sich deutliches Unbehagen gegenüber ihrer Berufssituation. Gemäss einer Umfrage von 2009 in der Schweiz betrifft das ausgerechnet diejenigen Journalisten am deutlichsten, die die grösste Berufserfahrung haben und in den arrivierten Medien arbeiten. Gleichzeitig hat sich der Berufsstatus entwertet: Den Journalisten droht die Gefahr die Akzeptanz als professionelle Experten der Informationsvermittlung zu verlieren und der Nachwuchs interessiert sich mehr für PR und Marketing statt für Journalismus. Immer mehr arrivierte Journalisten wechseln die Seiten indem sie in das PR-Business flüchten und verschieben dadurch das ohnehin schon asymmetrische Verhältnis zwischen unabhängigen und abhängigen Informationsvermittlern weiter.

Hinsichtlich des Publikums ist ein Vertrauensverlust in die Medien zu konstatieren und gleichzeitig ist diesem die Einsicht, dass guter Journalismus teuer ist, verloren gegangen. Dem Publikum fehlt weitgehend die Möglichkeit, die Qualitätsunterschiede der Medien selbst zu prüfen. Medien sind tägliche Gewohnheitsgüter und der Vergleich verschiedener Angebote übersteigt das Zeitbudget. Darüber hinaus entzieht sich der Wandel der Medieninhalte über die Zeit noch mehr dem Vergleich. Allein schon dadurch prägt das Angebot die Erwartungen.

Diese Prägung findet auch deshalb statt, weil wir als Medienkonsumenten ausserhalb unserer persönlichen Erfahrung die Wahrnehmung der Welt über die Medien nicht durch eine andere Wahrnehmung ersetzen können. Weil wir keine andere Möglichkeit haben, die Welt zu beobachten, wissen wir nicht, ob sich diese verändert oder bloss die medienvermittelte Kommunikation über sie. Die Medien färben uns mit ihrer Auswahl, Interpretation und Darstellung die Welt ein und beeinflussen unsere Aufmerksamkeit und unsere Erwartungen. Medien sind deshalb auch Vertrauensgüter. Der Medienkonsument muss sich darauf verlassen können, dass er vielfältig, objektiv und ausgewogen



über Relevantes informiert wird, damit er sich auch als Bürger an der Gesellschaft beteiligen kann. Nun werden jedoch die genannten Veränderungen in den Medien durch die journalistische Medienkritik kaum mehr reflektiert. Der Medienjournalismus wird unter dem Kostendruck abgebaut, und da wo er noch besteht, muss er die durch den Konzentrationsprozess immer breiteren Angebote des eigenen Verlags schonen.

### **Was tun?**

Das Erste ist noch vergleichsweise einfach, denn es handelt sich um blossen common sense: Wenn den Demokraten die Demokratie lieb ist, dann gilt es die nun 20jährige Fama von der Cyberdemokratie endlich zu begraben. Moderne Gesellschaften lassen sich weder in twitternde Gemeinschaften auflösen noch über Statusbotschaften an «Friends» oder über die thematisch geschachtelten Communities des Social Web regulieren. Öffentliche Kommunikation löst sich auch nicht in Blogs auf. Wir leben nicht in Gemeinschaften sondern in Gesellschaften wechselseitig anonymer Bürgerinnen und Bürger. Die Mutation der Moderne zu einer Organisationsform fluider Stämme wäre kein zivilisatorischer Fortschritt, zumal eine solche soziale Ordnung nicht nur nicht in der Lage wäre das Internet am laufen zu halten, sondern auch auf den ganzen Rest öffentlicher Infrastrukturen verzichten müsste. Gesellschaften brauchen eine Öffentlichkeit, bestehend aus Informationsmedien, die gleichgültig ihrer Vermittlungsform ob terrestrisch, über Satelliten, auf Papier oder über das Internet als Entdeckungszusammenhang für relevante und demokratisch zu lösende Probleme dienen. Gesellschaften haben kein anderes Entdeckungsverfahren für das, was alle etwas angeht und die Mitglieder der Gesellschaft müssen wissen, das die Informationen, die sie aus solchen Informationsmedien beziehen, durch eine professionelle Expertenkultur auf ihre Validität geprüft und deshalb vertrauenswürdig sind.

Das Zweite wird schwieriger, denn es handelt sich um common sense *und* um notwendige Massnahmen: Wenn den Demokraten die Demokratie lieb ist, dann gilt es den wichtigsten service public liberaler Rechtsstaaten, den Informationsjournalismus, zu retten, denn er ist am sterben. Der Weltanschauungsjournalismus der die Publizistik nicht als Gewerbe betrachtete, ist schon tot und die darauf folgende kurzlebige Ära gesellschaftsweit funktionierender Geschäftsmodelle, die es erlauben, durch die Verknüpfung von redaktionellen Inhalten mit

Werbung Gewinne zu machen, geht ebenso zu Ende. Als Gedankenexperiment lohnt sich die Vorstellung einer Welt ohne die Internationale der Qualitätsmedien und die Imagination, wie Nationalstaaten von aussen wahrgenommen würden, wenn Zeitungen wie die New York Times, die Washington Post, die Guardian, Le Monde, die FAZ, die Süddeutsche, die Zeit und die NZZ etc. eingehen und wenn Österreich auch noch den Standard verliert und sich dem Boulevardblatt Krone ausliefert. Um das Experiment noch etwas zu vertiefen können wir uns die politischen und sozialen Folgen vorstellen wenn die real existierenden öffentlich-rechtlichen Medien ihre Informationsvermittlung weiter dem Qualitätsniveau, sagen wir Berlusconi's Canale 5 annähern, und wenn auch noch die verbliebenen regionalen Abonnementszeitungen das Zeitliche segnen. Das gefährlichste Systemrisiko der Moderne ist die uninformierte Demokratie. Um diesem zu begegnen sind drei Massnahmen unabdingbar:

Die Demokratie braucht erstens ein Grundangebot öffentlich-rechtlicher Medien gleichgültig, was ihre Vermittlungsformen sind. Diese Medien werden mitfinanziert durch unabhängige Stiftungen, in denen öffentliche und zivilgesellschaftliche Mittel einen guten Informationsjournalismus sichern. Zweitens gilt es, die gut begründete Forderung von einem Konsumentenschutz für die phantasievoll destruktiven Angebote der Finanzindustrie zu ergänzen durch eine unabhängige Qualitätsbeurteilung der Informationsmedien, die es dem Medienkonsumenten als Bürger erlaubt Unterschiede wahrzunehmen und gleichzeitig diese Informationsmedien animiert sich klar diesseits (oder aber jenseits) von Minimalstandards zu positionieren. Und drittens schliesslich müssen wir mit der Medienkompetenz an den Schulen Ernst machen. Dabei steht keineswegs nur zur Debatte, wie kompetent Kinder und Jugendliche durch Gewaltdarstellungen und Pornographie im World Wide Web surfen, sondern welche Aufmerksamkeitslandschaften durch die Informationsmedien vermittelt werden. Gesellschaften, die ihren Nachwuchs über Softnews sozialisieren, verschieben weit mehr Probleme als nur Schulden auf die kommenden Generationen.

Und zum Dritten wird es ganz schwierig, denn ein common sense in der Tradition der Aufklärung erfordert einen erweiterten Souverän im Zeitalter der Globalisierung: Wenn den Demokraten die Demokratie lieb ist, dann gilt es die Demokratie über den Nationalstaat hinauszuführen. Dadurch

wird dieser keineswegs ersetzt, aber er wird ergänzt durch transnationale Plebiszite und ebensolche politische Auseinandersetzungen in einer dadurch erweiterten Öffentlichkeit. Der schleichende Abbau der Demokratie in der globalisierten Mehrebenenpolitik widerspricht der Moderne.



---

**Kurt Imhof**

---

Kurt Imhof ist Prof. Dr. für Publizistikwissenschaft und Soziologie am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung und am Soziologischen Institut der Universität Zürich. Er ist Leiter des «fög – forschungsbereich öffentlichkeit und gesellschaft / Universität Zürich»; Mitglied beim «National Center of Competence in Research (NCCR Democracy): Challenges to Democracy in the 21st Century».

Mehr Infos: [www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch)

# NEUE TECHNOLOGIE, NEUE HORIZONTE

**Mit dem Kampf um Werbegelder und gegen kostenlosen Content ist die Medienbranche gefordert. Neue crossmediale Konzepte setzen sich langsam durch, so der Autor. Dabei sind differenziert aufeinander abgestimmte, mehrwertgenerierende Services im Medienbereich zukunftsfruchtig – wie unter anderem die App-Entwicklungswelle zeigt.**

Hansres Emch

Mit dem Eintritt des Webs sind schrittweise mehr und mehr Menschen an der Arbeit und in der Freizeit zu fast schon routinierten Medienschaffenden geworden – das kann eindrücklich bewiesen werden mit dem Traffic auf Social Media Plattformen. Dass dabei die Qualität von Texten und Bildern nicht oder selten im Zentrum steht, ist ein Abbild der Wertausrichtung des Medienkonsumenten – spontan, sofort, cool, an alle.

Der zeit- und ortonunabhängige Zugriff auf Content und die vielschichtigen Interaktionsmöglichkeiten sind nicht nur Zeitgeist, sondern wurden für viele Unternehmen weltweit zum Eckpfeiler des Businessmodells. Für die Medien eigentlich eine spannende, zukunftsweisende Entwicklung, haben sie doch Zugriff auf User Generated Content in Hülle und Fülle und hätten auch Zugriff auf Infrastruktur zur Erstellung von interaktivem, mobilen Content (Beispiel Redaktionssystem Woodwing).

Die neuen Mobile-Devices ermöglichen eine weiter optimierte user-, situations- und interaktionsorientierte Contentverteilung. Ja mehr noch, auch die Mobile Devices repräsentieren heute eigentliche Contenterstellungsplattformen. Da wird fotografiert, gefilmt und getwittert, oder Immobilien vor Ort erfasst oder Messewerte direkt in Mobiles eingegeben und so über Datenbanken sofort zeit- und ortonunabhängig verfügbar gemacht. Auch diese Entwicklungen eröffnen den Medienunternehmen ungeahnte Möglichkeiten, können doch relevante Contents unter anderem lokal begrenzt oder zeitlich fixiert distribuiert werden.

## **Medienhäuser – den Industrieansatz in Frage stellen**

In Anbetracht dieser Chancen und Entwicklungen müssten Medienhäuser positiv und zuversichtlich in die Zukunft blicken. Wäre da nicht die Problematik, dass man vor allem im Printbereich Content fast

durchgängig wie früher industriell erstellt – also eine Art «an Halde» produziert. Da sitzen sechzehn Medienschaffende an einem Schweizer Fussballmatch und berichten darüber. Sie haben alle den gleichen Match gesehen; doch dem (heutigen) Kunden ist es weitgehend egal, wer schreibt und Bilder publiziert und wer im Radio oder Fernsehen berichtet – die Qualität wird schon reichen. Es gibt wohl nur eine kleine Fussballphilosophen-Gemeinschaft, die Fussballspiele auch gerne noch lyrisch aufbereitet hätte. Offenbar ist noch nicht überall durchgedrungen, dass der meiste Content – und da gehören auch Fussballspiele dazu – seit über 15 Jahren orts- und zeitunabhängig verfügbar ist – im Gegensatz zu früher, wo die physische Contentdistribution der Post oder anderen Verträgern zustand und die nationalen Radio- und Fernsehstationen unangetastet und subventioniert alleine in der Landschaft standen.

Der Vorteil der zeit- und ortonunabhängigen Verfügbarkeit von aktuellem Content hat die industriell orientierte printlastige Medienindustrie auf dem falschen Fuss erwischt. Sie produziert zwar heute lean, was die industriellen Abläufe wie Prepress, Press und Weiterverarbeitung betrifft. Der produzierte Content ist aber über Web meist kostenlos, früher und mehrfach verfügbar – jetzt auch auf den mobilen Screens. Und finanzierte sich die eigentliche Wertschöpfung – nämlich die Erstellung von Content in Wort und Bild schon früher nur teilweise durch direkte Einnahmen wie Abos, sondern mehrheitlich durch Werbung, – welche letztlich meist nur die Distribution als Treiber nutzte, – so ist diese Wirkung heute für den Printbereich vorbei. Und die staatlichen Radio- und Fernsehsender werden von privaten Stationen konkurrenziert, welche nach der Maxime Einschaltquote Werbeeinnahmen generieren und meist eben werbegelderbringende aufwendige Massenformate produzieren.

### Auftrag Meinungsfreiheit in Not?

«Da wird doch die Meinungsfreiheit in Frage gestellt!» – monieren Medienprofis. Stimmt, nur will die so sehnlich gewünschte Qualität dieser Meinungsfreiheit niemand bezahlen – sonst wäre sie uns ja was wert; man müsste dann zum Beispiel in eine Art Fonds einzahlen, damit wir uns die, als selbstverständlich erlebte, Meinungsfreiheit leisten könnten. Ist das mit der Meinungsfreiheit am Ende gar keine gesellschaftspolitische Frage mehr? Halten wir unter Umständen an einem gesellschaftlichen Wert fest, der generell nur noch individuell beansprucht wird – aber keineswegs mehr gesellschaftlich? Denn eigentlich ist durch das World Wide Web der Bedarf nach Meinungen weitestgehend abgedeckt.

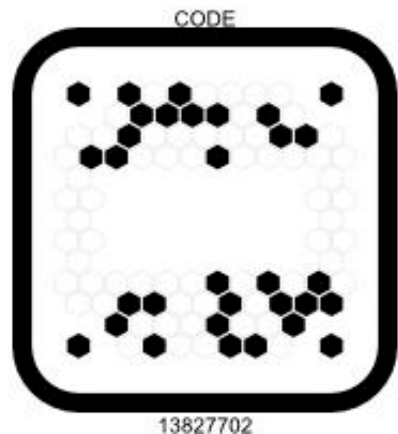
Längst ist der Medienkonsument crossmedial und hoch interaktiv unterwegs. Und je mehr simple aber sinnvolle Funktionalität geboten wird, um so besser – man stöbere einfach mal im Appstore und lasse sich vom Ideenreichtum entzücken! Auf welchem Kanal letztlich der Content genutzt wird, ist sekundär; er muss Themenbereiche auf dem Bedürfnisradar der Zielgruppe erreichen und – wie gesagt – Interaktion ermöglichen.

### Halbwertszeiten von User und Applikationen

Die Geschwindigkeit und Quantität von möglichen Informationsprozessen ist derart enorm, dass neben Überforderungen auch selektive Mechanismen bei Usern umgesetzt werden, die längst Content clever filtern und die Relevanz der Inhalte gezielt abwägen. Da ist der Blog plötzlich nur noch ein und nicht das Austauschinstrument auf Websites. Und die schrumpfende Fangemeinde von Second Life zeigt, wie schnell Applikationen ihren Reiz verlieren können. Darum gilt nach klugen marketingrelevanten Parametern zu entscheiden, wo und wie mit Instrumenten die Kundenkontakte geführt werden wollen. Positionierung und Ausrichtung stehen als strategische Leitbegriffe wieder mehr und mehr im Zentrum. 50+ Jahrgänger stellen zwar quantitativ nicht die attraktivste Zielgruppe dar, aber die kaufkräftigste. Es ist ratsam, neben dem Monitoring von Social Network Plattformen eine dem Kunden zugängliche differenzierte Userprofilierung zu ermöglichen. Nichts bindet Kunden besser, als wenn sie sich in ihrer Wertewelt oder auch Markenwelt verstanden und wahrgenommen wissen.

Gerade das Beispiel Apps zeigt, mit welcher Dynamik und Fantasie screenorientierte Gemüter

und Brains – meist aus dem IT-Umfeld – ans Werk gehen. Und dieser Prozess ist nicht neu. Prozesse im Druckvorstufenumfeld – also lange durchaus eine Paradedisziplin von Medienhäusern – wie dynamisches und personalisiertes Publizieren, sind heute klare Domänen von IT-orientierten Unternehmen. Hier muss die Frage erlaubt sein, wo die grafische Industrie und mit ihr die Medienhäuser ihr F&E-Budget investiert hat? Noch heute lernen PolygrafInnen wenig von Webprogrammiersprachen (html, css,xml) in der Ausbildung – das Feld ist weiterhin frei für die Computerbranche. Wer den 82seitigen Veranstaltungskalender des jährlichen Google-Entwickler-Events liest, dem wird es manchem Topshot aus dem grafischen Umfeld mulmig – er wird von der Hälfte der Themen noch gar nie gehört haben. Notabene, Google entwickelt keine Maschinensteuerungen – nein, bei etwa vierzig Prozent der Firmen ist ein Haupttreiber des Business-Modells das Publizieren von Content für eine definierte Ziel- bzw. heute wohl besser Usergroup.



### Werbescreens versenden

Doch zwei signifikante Nachteile hat das Web: den – wenn es gut geht 24 Zoll grossen – Bildschirm. Bei all den Hunderten von Millionen Websites ist nur die erste sichtbar – und das erst noch auf einem kleinen Screen von ca. 24 Zoll Durchmesser. Die gewählte Site deckt alle anderen mehr oder weniger ganz ab. Mit einem Banner kann ich etwas Abhilfe schaffen, bei Google kann ich bei der Suche optimieren – thats it. Mein Angebot ist aber webbezogen nur dann beim Kunden, wenn er aus irgend einem Grund meine URL anwählt. Am einfachsten wäre es, der Kunde bekäme meine Site mit meiner Markenwelt separat – einen Screen also, auf dem nur mein Content verfügbar ist. Kein Problem – wir versenden ein interaktives Sheet mit Content und anstatt Buttons zum Klicken, hinter-

legen wir optische Taggs mit Content (siehe Abbildung). Es sind sämtliche Interaktionen möglich, die auf einer Website auch möglich sind. Ja mehr noch – ich kann den Content so vorbereiten, dass der User selber wählen kann, auf welchem Device er welche Inhalte/Prozesse haben will. Die Einfachheit und Content-Führungsqualität von optischen Taggs ist erst in Japan täglich im Einsatz; bei uns wird zaghaft gestartet.

Die Chance, meinen Content, zeit-, user- und angebotsgerecht auf sämtliche Instrumente publizieren zu können ist begeisternd. Es naht die Zeit, wo die Art, der Aufbau, die Vermittlung und die Interaktionen von Content den Wert der Publikation bestimmen (Stichwort: Rich Media). Plötzlich kann ich durch das einfache, sekunden-schnelle Erfassen eines Taggs in der Zeitung Menzubereitung sehen, Einkaufsliste für drei Personen generieren und einen EBons einer Partneraktionen erfassen, welchen ich am POS über einen Scanner an der Kasse einlösen kann. Kein Einwählen in irgendwelche URLs, kein Suchen der Links – einfach gerade vom Sofa aus – direkt aus der Zeitung oder aus einem Direct Mailing heraus werden Contentelemente so beispielsweise zur individuellen Einkaufsplanungen und persönlichen Promotionsnutzung genutzt.

### **Feedbackprozesse als überzeugender Marketingvalue**

Die zukünftige Nutzung von Content wird im Abbild der Nutzung gesamte Kommunikations- und Entscheidungsprofile repräsentieren. Jeder Marketingmanager wird ins Schwärmen kommen, wenn ihm zeit-, orts-, verkaufspunkt- und medienkanalbezogen exakte vielseitige quantitative Zahlen zur Verfügung stehen. Man wird in der Lage sein, sofort zu sehen, wo sich wie Kaufentscheide, Informationsbeschaffung oder Mediennutzung verändern – also Marktforschung just in time.

Kommunikationskinetische Zusammenhänge beinhalten primär konzeptionelle und prozessorientierte Gesichtspunkte. Sicherlich müssen technische Entwicklungen und Erkenntnisse mit einfließen. Aber hohe Nutzenpotentiale findet man nach wie vor in unterbrochenen Prozessketten, welche meist durch organisationsstrukturelle Vorgaben entstanden bzw. nicht gelöst wurden. Fachleute aus Kommunikation, Verkauf, Produktmanagement und Verpackung werden zukünftig zusammen kreative Konzepte besprechen und verabschieden, die alle diese Bereiche in die

Kommunikationsprozesse integrieren. Sie werden die hohe Interaktivität nutzen, damit Kunden genau zum richtigen Zeitpunkt am definierten Ort auf dem optimalen Device mit sinnvollem, dialogfähigem Content bedient werden.

Die enormen Chancen der Medienhäuser beginnen mit neuen Strukturen in den Contenterstellungprozessen. Crossmediale Konzepter und Interaktionsspezialisten gesellen sich zu Journalisten und Polygrafen, zu Programmieren und Webspezialisten. Newsroomkonzepte von einigen führenden Vertretern der Branche verfolgen bereits diese Ansätze. Die Medienhäuser haben es in der Hand wie selten zuvor, mit hoher instrumentellen und konzeptioneller Kompetenz ihren wertvollen Content so clever zu vermitteln, dass Kunden für dieses Packet auch bezahlen. Dabei muss der Treiber der gewählte Content bzw. das Themengebiet, welches mit dem Content abgebildet wird, sein und bleiben.



**Hansres Emch**

Seine derzeitige Thematik der Kommunikationskinetik verdankt Hansres Emch (\*1959) einer Feinmechaniker-Ausbildung, welche mit der Weiterbildung zum Marketingfachmann um die Kommunikationskomponente ergänzt wurde. Eine über 23 Jahre dauernde Selbständigkeit im Agenturumfeld wurde durch Aufgaben in der grafischen Industrie abgelöst. Zur Zeit baut Hansres Emch bei Limmatdruck einen neuen Bereich im Themenumfeld «intelligent customer processing» auf. Emch wohnt mit seiner Frau Marlene und den Kindern Vivienne (17) und Jérôme (15) seit 1991 in Richterswil

# WISSEN IN ENDLICHEN RÄUMEN – DIE BIBLIOTHEK UND DAS BUCH

**Der Gründer der «Stiftung Bibliothek Werner Oechslin» mit einem Bestand von über 50'000 Büchern in Einsiedeln philosophiert im Zuge der Digitalisierung über die Zukunft der Bibliothek. Er orientiert sich an der physischen Endlichkeit, um der virtuellen «Phantasterei» etwas Solides entgegenzuhalten.**

Werner Oechslin

«Nur für uns giebt es Endliches.» Friedrich Nietzsche

*Im Unendlichen ist alles möglich!* Der Satz entstammt einem mathematischen Kontext und bezieht sich auf die Anfänge der nicht-euklidischen Geometrie.<sup>1</sup> Da, wo der endliche, erfahrbare und vorstellbare «euklidische» Raum verlassen wird, hat sich auch die Gewissheit über das Verhalten von den in die Unendlichkeit verlängerten Parallelen verflüchtigt. Es mangelt nicht nur an Vorstellung, es fehlen auch die Begriffe. Albert Einstein hat 1928 in seinen Überlegungen zum «Fernparallelismus» seine Kritik an der Riemannschen Geometrie dort angesetzt, wo Begriffe fehlen und wo es um Ergänzungen ginge, «welche begriffsreicher sind als diese, in der Hoffnung, zu einem logischen Gebäude zu gelangen, das alle physikalischen Feldbegriffe unter einem einzigen Gesichtspunkte vereint.»<sup>2</sup>

Nicht nur, dass Einstein die – übliche – architektonische Metapher verwendet, wo es in einem «Gebäude» um Ordnung und Zusammenhalt geht! Der Mathematiker demonstriert ganz allgemein, wie sehr wir auf unsere Erfahrungen und die entsprechenden Konventionen angewiesen sind. Kein Zweifel, es handelt sich dabei um Einschränkungen, so wie sie auch die lange Diskussion um unsere Anschauungen und die «reine Anschauung» (der Geometrie) betreffen. Und da beginnt wohl die eigentliche Schwierigkeit kulturgeschichtlicher Einordnung und Beurteilung. Bertrand Russell hat Einsteins optimistischer Sicht menschlicher Entwicklung und Entfaltung entgegengehalten: «*Man has had an existence which is long in relation to historical time, but short in relation to geological epochs.*»<sup>3</sup> Wir leben, insofern wir uns in menschlichen Gesellschaften bewegen, in einer historischen Zeit – und nehmen deren Beschränkungen und Kürze in Kauf. Und auch unserer Vorstellungen sind gerade deshalb auf diesen Raum beschränkt und bewegen sich im Rahmen «möglicher Erfahrungen», so wie das Kant in den

«Prolegomena zu einer jeden künftigen Metaphysik, die als Wissenschaft wird auftreten können» 1783 darlegt.<sup>4</sup> Dabei ist er ja bemüht, diesen Rahmen auszudehnen und «weiter hinaus» zu greifen, um dann gleichwohl auch dies wiederum dem Gebot «*nur aus irgend einer möglichen Erfahrung*» anzubinden. Gerade er weiss von einem «viel weitläufigere[n] Nebengebäude», dass der Verstand «an das Haus der Erfahrung» anbaut. Aber das ändert kaum etwas an der grundsätzlichen Bedeutung des wie auch immer gedeuteten aristotelischen Satzes von der Anbindung des Intellekts an die Sinne («*nihil enim est in intellectu, quin prius fuerit in sensu*») und des von uns unterstellten Sinns einer «*Verknüpfung gegebener Anschauungen in einer Erfahrung*», gerade weil wir uns zuweilen in einem Grenzbereich von Vorstellung aufhalten.

Von «*produktiver Einbildungskraft*» spricht deshalb jemand wie Jacob Friedrich Fries und er erläutert dies, ums sich der ganzen Problematik und der hohen Ansprüche zu versichern: «*über das bloss Vorhandenseyn einer Thätigkeit im Geiste wird noch eine besondere Empfänglichkeit erfordert, damit wir uns derselben bewusst werden können, denn wir haben so eben dunkle Vorstellungen aufgewiesen, deren wir uns nicht bewusst sind, obgleich wir sie haben; durch den innern Sinn gelangen wir erst zu diesem Bewusstsein, wodurch sie klar werden.*»<sup>5</sup> Am Ende also wollen wir Klarheit. Im Zusammenhang mit der «*produktiven Einbildungskraft*» spricht Fries deshalb auch ganz konkret von der «*Konstruktion der Gegenstände in den Raum und in die Zeit*», die «*die anschauliche Vorstellung von Dauer, Grösse; Gestalt, Lage, Entfernung, das heisst, die Vorstellung der figurlichen synthetischen Einheit der Gegenstände, oder des mathematischen in unsrer Erkenntnis*» gibt.<sup>6</sup> Das also sind die Voraussetzungen und Bedingungen, auf dass die «Dinge» erkennbar und dadurch für uns «erreichbar» sind. Sie mögen auf den ersten Blick «daneben», am Rande und nicht im

Zentrum unserer Erfahrungen, stehen, aber es handelt sich gleichwohl um «Neben-GEBÄUDE». Der Drang des «Bauens» ist nicht zu bremsen. Und man sollte sich auch daran erinnern, dass der Begriff «Konstruktion» häufig genug gleichbedeutend mit «Synthese» verwendet wird.<sup>7</sup> Fries nennt das genauer «eine anschauliche Verbindung, anschauliche synthetische Einheit der Dinge in Raum und Zeit»<sup>8</sup>, und er fügt hinzu: «So ist sie das Eigenthum der produktiven Einbildungskraft.»<sup>9</sup>

Die Endlichkeit besitzt die Vorteile, dass sie unsere «produktive Einbildungskraft» doch immer wieder an «bekannte» und deshalb verfügbare Erfahrungen anbindet und «kultiviert», in den Zusammenhang menschlicher Kultur setzt. Und dass diese Erfahrungen natürlich weit über unsere je eigenen individuellen Erfahrungen hinausreichen, macht das aus, was wir menschliche Kultur nennen. Dazu gehört die «Rückversicherung» - einer ständig verfügbaren und stets neu gedachten «memoria» genauso, wie die natürlich gleichfalls verwurzelte, über die konkrete Zeit und den jeweiligen Ort hinaus verweisende Vorstellungswelt. Es gilt - in den Worten Kants - als «vernünftig», sich auf solcherlei Anbindungen einzulassen, sich daran zu orientieren und sich der entsprechenden Vorteile zu vergewissern. Niemand würde voreilig, so möchte man doch annehmen, diesen Zusammenhang aufgeben und sich in ein «ex nihilo» stürzen wollen.

Mit den Endlichkeiten sind jene sprachlichen Errungenschaften verbunden, die sich als «Begriffe» verfestigt haben. In ihnen hat die produktive Einbildungskraft ihre ganz eigene Kraft entfaltet. Wilhelm von Humboldt stellt in Anbetracht seiner vergleichenden Kultur- und Sprachforschung fest, es führe dies zu einer noch «höheren Erscheinung, der Erzeugung menschlicher Geisteskraft».<sup>10</sup> Es müssen diese Mittel der «Speculation» genauso ernst genommen werden. Jacob Grimm sieht das mit der Dingwelt von allem Anfang notwendigerweise verbunden. Zu Beginn seiner «Geschichte der deutschen Sprache» schreibt er 1848: «Es gibt ein lebendigeres zeugnis über die völker als knochen, waffen und gräber, und das sind ihre sprachen.»<sup>11</sup> Und einleitend äusserte er sich – auch er mit der Haus- und Gebäudemetaphern bestens vertraut – grundsätzlich: «Sprachforschung der ich anhängt und von der ich ausgeht, hat mich doch nie in der weise befriedigen können, dass ich nicht immer gern von den wörtern zu den sachen gelangt wäre; ich wollte nicht bloss häuser bauen sondern auch darin wohnen.»<sup>12</sup> Wir sollten uns daran erinnern, dass

unsere Kultur uns stets eine solche endliche, erreichbare, «häusliche» Welt zubereitet hat, und dass darin auch ihr Vorteil liegt, weil sie in diesen Grenzen einigermassen verständlich ist. Die Sprache, die Begriffe, der Text und die Kontexte, die «Metrik» – im Umfeld der euklidischen Geometrie – sind die unabdingbaren Bausteine bei der Einrichtung dieser Welt und ihrer «Gebäude». Von hier aus, aus dieser – kulturgebundenen – Perspektive wird der Blick «nach draussen» umso interessanter, aber auch anspruchsvoller und schwieriger. Der holländische Mathematiker und Philosoph Gerrit Mannoury hat 1909 seiner grundsätzlichen Arbeit Methodologisches und Philosophisches zur Elementar-Mathematik das Nietzsche-Zitat vorangesetzt: «Das eigentliche Material alles Erkennens sind die allerartesten Lust- und Unlustempfindungen...».<sup>13</sup> Es geht um Feinheiten. Das mag der äusseren Präzision zuweilen entbehren. Gleichwohl schreibt Mannoury dem Mathematiker ins Stammbuch, «dass er bisweilen über das «Rechnen» das Denken vernachlässigt hat.»<sup>14</sup> Alles dreht sich immer wieder um diese Grenzen und die Art und Weise, wie wir damit umgehen können und sollen. Bei Nietzsche selbst - in seinen Bemerkungen «Zur Genesis der Erkenntnis» – steht fest, dass «alles Erkennen... ein Messen an einem Massstabe» ist, und, in anderen Worten, dass es «ein Widerspiegeln in ganz besonderen Formen, die von vornherein nicht existieren» sei. Die Natur ist unendlich, «kennt keine Gestalt, keine Grösse».<sup>15</sup> Nur im Erkennen treten solcherlei Vorstellungen auf. Und so ist es auch mit der Zeit. Sie ist in der Natur unendlich, während für die Menschen gilt: «Nur für uns giebt es Endliches».<sup>16</sup> Das Endliche ist das Geschichtliche und das Konkrete.

Es sind Variationen der alten Vorstellungen wie sich Kunst und Natur komplementär ergänzen. Und der Kulturhistoriker weiss, wie wichtig dem Menschen Phantasie, Fiktion und Klimmzüge aller Art stets wichtig und verfügbar waren, um den endlichen, engen in einen erweiterten oder gar unendlichen Raum zu verwandeln. «Artificii» aller Art, von Menschen erfundene Instrumente verschaffen ihm diese Vorteile. (Dazu gehört das Buch und die Bibliothek.) Es geht dabei stets um die Grenzen und die Frage, wie weit man sie zu seinen Gunsten ausdehnen kann bis hin zur «Nötigung», die Kant in Anschlag bringt und zur Frage führt, zu welchen Bedingungen der Anbindung und Rückversicherung bei den «möglichen Erfahrungen» das «vernünftigerweise» (!) zu empfehlen sei. Das Mass, die «Metrik»! Dass sich hier – bei den menschlichen

Vorstellungen – alles bewegt und stets bewegen muss, und sich zuweilen verflüchtigt oder ganz in Luft auflöst, ist nicht vermeidbar. Und so sagt Galileo zu Aristoteles *«un mondo ideale, un mondo di carta»* und lässt den, der ihn zitiert, Gregorio Bressani, kommentieren: *«ha fatto quello che è tenuto a fare chiunque fa professione di filosofo»*.<sup>17</sup> Eine Vorstellungswelt, die auf unsere Wirklichkeit ausgerichtet ist, der bewusste Umgang mit jener Endlichkeit durch Instrumente des Erkennens ist es doch, was uns die Dinge verfügbar macht. Also lohnt es sich, sich damit auch gründlich zu befassen, angefangen bei den alten, im Leib-Seele-Zusammenhang gegebenen Bedingungen. Wir richten uns ein in dieser Welt mit all ihren Mängeln und Aporien und sollen nicht den «isolierenden Illusionen» und auch nicht einer idealisierten «absoluten Naturwahrheit» verfallen.<sup>18</sup> In der Endlichkeit Nietzsches sind die künstlerischen Kräfte schon in unserem Werden begriffen und der Hang zur Wahrheit ist ein moralisches Phänomen, wird ästhetisch verallgemeinert, und erzeugt den «intellektuellen Trieb». Es geht um die Anerkennung dieser Einschränkung: «Nur für uns giebt es Endliches.» Als ob das nicht weit genug wäre! Es ist vermessen, dagegen einen absoluten Freiheitsbegriff zu setzen, dem alles in nicht mehr unterschiedener Weise offenstünde. Es ist uns ohnehin verwehrt. Auch unser Glücksstreben ist auf endliche Grenzen verwiesen. Ein zeitgenössischer Philosoph formuliert dazu: «Wir betrügen uns, indem wir unsere biologischen Grenzen ausblenden.»<sup>19</sup> Täglich werden wir an dieses Risiko gemahnt. Und trotzdem tun wir, dessen ungedenk, immer wieder alles, um das Mass, die «Metrik» und die Grenzen zu verschleiern und auszublenden.

*«El numero de simbolos ortograficos es veinticinco.»*  
 Jorge Luis Borges, La Biblioteca de Babel (1941), in: Ficciones (1956), 1958, Buenos Aires, 1958, S.87.

*«Linguae elementa solummodo viginti duo, & tamen sufficientia rebus omnibus significandis.»*  
 Juan Caramuel de Lobkowitz, Sublimium Ingeniorum Crux, Louvain, 1644, Epistola Dedicatoria (o.S.).

*«...for as mastication is to meat, so is meditation on that which wee read.»*  
 Robert Burton, The Anatomy of Melancholy (1621), Oxford, 1638, S.280. (Nach Hieronymus).

Die Endlichkeit also ist es, mit der wir befasst sind, und mit der wir – selbst endlich – umgehen können und müssen. Von hier aus erscheinen die Versprechungen unserer «productiven Einbildungskraft»

umso bedeutsamer. Man setze an die Stelle der Gebäude unserer Vorstellungen die realen, physischen Gegebenheiten, die für sie erfunden und gebaut wurden, und wir haben vor uns die Bibliothek mit ihren gleichfalls körperlich gegebenen Büchern. Diese Welten der Vorstellungen und Phantasien und ihrer physischen «Korrelate» aufeinander zu beziehen, verschafft uns das tiefere Verständnis dessen, was sie sein wollten und was sie vermögen, und welche konkreten Mittel und Bedingungen sie zu diesem Zwecke benötigen und einsetzen. Es dient dem Verständnis, die Bedingung der «Metrik» und des «Verteilungsmodus», Zahl, Grösse und die «Additions-Korrespondenz» mit ins Kalkül zu nehmen genauso wie alle anderen «willkürlichen Konventionen», die sich um die Umsetzung mathematischer Raum-und-Zeit-Begriffe angesammelt haben.<sup>20</sup> Johann Heinrich Lambert hat das 1771 in seiner «Architectonic» beschrieben, der im Titel erklärend das «Theorie des Einfachen und ersten in der philosophischen und mathematischen Erkenntnis» hinzugefügt war. Der Vereinfachung ist letztlich der ganze Aufwand gewidmet. Und Lambert hält es in seiner Selbstrezension «als eine sehr wichtige Betrachtung», dass «die einfachen Begriffe in allen Absichten der *eigentliche Uebergang von der Form zur Materie, vom Hypothetischen zum Categorischen, von den Relationen zu den Correlatis* sind».<sup>21</sup> Man kann es auch umdrehen und festhalten: wo immer sich die Ordnung, das «Architektonische», in der physischen Wirklichkeit erweisen muss, muss auch die entsprechende Präzisierung notgedrungen erfolgen. Lambert ist sich bewusst, dass bei solcher «kategorieller» Absicht der Frage, welche Begriffe das seien, eine grosse Bedeutung zukommt. Er weiss auch, dass wir immer bei der «Körperwelt» anfangen, «von daher die Bilder nehmen», um uns «die Dinge der Intellectualwelt» vorzustellen.<sup>22</sup> Bezogen auf Ausdehnung und Grösse geht es demnach unter anderem um Einheit, Dimension, um die «einfache Gestalt der Grösse», um Massstab, um das «Ausmessbare» und die «Gleichartigkeit», das «Einförmige», wie um die «Schranken», das «Zahlengebäude» und die «Vorstellung der Grösse durch Figuren».<sup>23</sup> Man hat die Bibliothek mit ihren Einrichtungen, Büchergestellen aller Art und ihrer Anordnung längst vor Augen!

Endlichkeiten lassen sich durchaus in Zahlen ausdrücken. Ja, man bedarf ihrer – und des ganzen Reichums zugeordneter Begriffe – unzweifelhaft, um sich darin einzurichten. Denn darum, um das «Sich Einrichten», geht es. Es betrifft Modalitäten und Einschränkungen, die unserer Körperlichkeit



und deren endlichen Bedingungen in Raum und Zeit auf mannigfaltige Weise entsprechen. So verständlich es ist, dass wir solche Grenzziehung immer wieder zu negieren, oder aber, was intelligenter ist, zu überlisten trachten, so sehr bleibt es eine elementare Bedingung unseres Tuns und Seins. Es lässt sich nicht leugnen, dass unsere ‹Lebenserwartung› trotz vieler versuchter Streckungen arg beschränkt ist. Wir brauchen eine Kultur – auch eine Wissenskultur –, die damit haushälterisch umgehen kann. Haushalt, griechisch οἰκονομία, ist das entscheidende Stichwort, was einmal mehr die Metapher des Hauses, des οἶκος, des Inbegriffs alles Gebauten, mitführt, und daran das in irgendeiner Weise Systematisierende und Ord nende, den νομος, hinzufügt.

Über wie viel Zeit verfügen wir, um Wissen anzusammeln und es auch zu nutzen; wie viele Bücher lesen und verdauen wir in einem Leben? So oder anders schockiert uns die Einsicht in plausible, ‹reale Verhältnisse› – in Anbetracht der Unendlichkeitserwartungen und -versprechungen, die, längst der Religion und Metaphysik entwachsen, in die täglichen Geschäfte Eingang gefunden haben. Berechnungen sind ernüchternd! Bei einem Buch pro Woche sind das 50 pro Jahr, in zehn Jahren 500, in einem aktiven Leben von 60-70 Jahren also 3000-3500 Bücher. Kaum jemand würde statt ‹nur› wöchentlich, täglich ein Buch verzehren; man käme selbst dann nicht weit über die 20.000 Titel hinaus. Nichts in Anbetracht des jährlichen Ausstosses der klagenden Buchindustrie und der Millionenbestände in Bibliotheken; und nichts im Vergleich mit den ‹Treffern›, die mit jedem eingegebenen Begriff bei *google* angezeigt werden.

Es stimmt etwas nicht im Verhältnis von überbordendem Informationsangebot und andererseits unserer beschränkten Aufnahmemöglichkeit. Genauer: wenn wir das nicht bedenken und verschleiern, machen wir uns etwas vor, oder taumeln schlicht im Grössenwahn. Es scheint gerade so, als ob wir aus der Euphorie im Umgang mit Information wenigstens die Aussicht auf ein unbegrenztes, ewiges Leben beziehen möchten. Aber auch das geht wohl kaum. Es drängt sich vielmehr auf, auch hier nach Ordnungen zu fragen, um der Menge besser Herr zu werden. Ein alter Grundsatz zählte gerade dies zu den Obliegenheiten eines Bibliothekars: «*Bibliothecam instructores oportet animo tenere formas.*»<sup>24</sup> Die Ordnung – und die ‹Form› – einer Bibliothek meint natürlich die Bücher, aber folgerichtig natürlich auch die Anordnung der Büchergestelle und, noch konkreter, die ‹Aufstellung› der

Bücher. Dort muss die Ökonomie, die Haushaltung ansetzen – und vermitteln. Auch sie bedient sich aller Klimmzüge oder einfach der Mittel, die zwischen dem Körperlichen und Intellektualen, ganz nach Massgabe unserer Sinne und deren unterschiedlichen Vermögen, vermitteln. Wie in einer Bibliothek Seh sinn und haptisches Vermögen korrelieren, entspricht ausgeklügelter – und haushälterisch ausgerichteteter – Strategie.

Das Rad lässt sich schwerlich zurückdrehen, aber es wäre doch sehr unökonomisch, wenn man diese in der langen Geschichte von Bibliotheken als Wissensordnungen erprobten Mittel einfach beiseite schieben würde. Es bedarf einer adäquaten Fortführung und, wo angezeigt eines angemessenen Ersatzes. Die Geschichte hält uns immer noch Modelle grundsätzlicher und paradigmatischer Art bereit, die das alte und immerwährende Bedürfnis einer künstlichen Verlängerung unseres Gedächtnisses durch Bild- und Schriftträger mitsamt deren Bedingungen und Prioritäten illustrieren. Mit dem Festhalten von Erfahrung und Wissen durch Schrift ist stets die Frage von Tradierung über die einzelne Lebenserfahrung hinaus aufgetaucht. Idealerweise hat man damit die Wichtigkeit des Aufzuschreibenden verbunden und postuliert, und dies nicht einfach dem Zufall überlassen. Es braucht einen Grund, weshalb man gleichsam ‹gegen die Natur› unser Wissen über die je eigene Erfahrung und Endlichkeit hinauswirken und zur (geteilten) Kultur werden lassen will. Paradigmatisch ist die biblische Erzählung der Söhne Seths, die in Anbetracht der drohenden Sintflut das erste Wissen der Menschheit, die ‹*prisca philosophia*›, auf einen unzerstörbaren Träger, ein festes Monument, setzten. Was hier aufgeschrieben wurde und wie man dieses Privileg begründete, ist die wirkliche Frage. Würden wir sie immer mal wieder stellen oder gar lösen, wir hätten keine Informationsbedrohung und kämen mit Überfluss und Stau eingermassen zurecht. Aber wer will denn hier mit Autorität eingreifen und gleichsam Zensur ausüben? Es muss sich anderes regeln lassen, und am Anfang mag die Einsicht in den Nutzen und Vorteil jener Ökonomie stehen, die als Grundlage gesellschaftlicher Übereinkunft und menschlicher Verständigung – gegen babelsche Irrung und Verwirrung – unabdingbar ist. Übersicht und die Postulierung eines Ganzen, gleichsam eines Wissenskörpers, sind die wirklichen Herausforderungen. Dem dienen die an bestmöglicher Erfahrung und Sichtbarkeit orientierten Kriterien von Ordnung zu. Ein paradigmatischer ‹Ort› von Wissensordnung

und Denkökonomie liegt in der Figuren- und Zeichensetzung selbst, so auch im Alphabet begriffen. Kluge Köpfe wie Giulio Camillo und Juan Caramuel de Lobkowitz haben auf das Paradox hingewiesen, wonach sich alles mittels einer Kleinstzahl von bloss 22 Zeichen darstellen liesse. Seinem Gönner, François Ier, hatte Giulio Camillo Unsterblichkeit versprochen, wenn er den Empfehlungen im Sinne seiner *Ars Mnemonica* folgen würde. («...queste sono le vie, per le quali ascenderai alla immortalità.»)<sup>25</sup> Mnemonik verspricht den haushälterischen Umgang mit Wissen durch intelligente Erschliessung und Erreichbarkeit gemäss Ort und Anordnung. Auf diese Weise soll das Ideal der Verbindung des Universalsten mit dem konkretesten Einzelnen erfüllt werden. Das Modell – oder auch die Methode – einer entsprechenden Verkürzung bietet das Alphabet, von dem Giulio Camillo sagt: «*Avertiscan prego: prima che fussero trovate le ventidue lettere del nostro alphabeto; se alcun si fusse offerto di dar ventidue caratteri, con li quali tutte le cose, delle quai parliamo potessero essere scritte; non sarebbe stato beffato? & pur veggiamo, che queste poche lettere, che sono nell'alphabeto, sono bastanti a esprimere il tutto. Et la prova che è tutto di nelle mani di color che scrivono, ne manifesta fede.*»<sup>26</sup>

Das Oekonomieprinzip das unser Wissen, so es denn aufgehoben und verbreitet werden soll, reguliert, ist also schon im Alphabet grundgelegt. Es ist dies ein ausreichendes Mittel, um eine unendliche Vielfalt, wie sie in der Welt gegeben ist, abzubilden. Giulio Camillo führt diesen Gedanken fort und wendet ihn auch auf Wissensformen im engeren Sinn an. Wer hätte etwa gedacht, dass sich in den zehn «*predicamenti d'Aristotele*» alles umfassen liesse.<sup>27</sup> Juan Caramuel de Lobkowitz spinnt diesen Gedanken 1644 im Widmungsschreiben seines «*Sublimium Ingeniorum Crux*» an Ferdinand III. fort: so wie es vier Elemente der Natur gibt, gibt es eben 9 Zahlen und 22 Buchstaben: «*Linguae elementa solummodo viginti duo, & tamen sufficientia rebus omnibus significandis.*»<sup>28</sup>

Das entscheidende dieser Paradigmen ist, dass sich alles um das Ausreichende – durchaus in Parallele zu unserer Endlichkeit – dreht. Nun kann man das mit dem Hinweis auf den unendlichen Zuwachs an Wissen in allen Bereichen auszuhebeln versuchen; doch das Vernünftige dieses Ansatzes lässt sich nicht übersehen. Es wird lediglich unterstellt, dass wir – aus kulturellen Erwägungen – die Ordnung dem Chaos vorziehen, und dass wir Übersichtlich-

keit als Tugend, wenn nicht gar als notwendige Voraussetzung unseres Tuns in einem durchaus ethisch-moralischen Sinn begreifen.

Das Bild des Alphabets scheint sich universaler Bedeutung zu erfreuen. Auch Jorge Luis Borges kommt in seinem berühmten Text «*La Biblioteca de Babel*» (1941) darauf zu sprechen: «*El numero de simbolos ortograficos es veinticinco.*»<sup>29</sup> Er hat den 22 Buchstaben Punkt und Komma und den Zwischenraum als Zeichen hinzugegeben,<sup>30</sup> und somit gleichsam Grammatik und Syntax in das unendliche Kombinationsspiel mitaufgenommen. Er hat längst die moderne Situation von Chaos und Unübersichtlichkeit erfahren und nähert sich der möglichen «*Ordnung*» durch Ausschluss so unsinniger Buchstabenkombinationen wie «*dhcmlrldj*» an.<sup>31</sup> Ob die Welt unendlich oder endlich sei, will er gar nicht entscheiden. Er sucht nach vernünftigen Argumenten für und gegen beide Optionen. Denen, die die Welt als unendlich begreifen, was nicht grundsätzlich unlogisch ist, hält er entgegen: «*olvidan que los tiene el numero posible de libros.*»<sup>32</sup> Mit Zahl und Anzahl bewegen wir uns in der endlichen Welt, und dort finden wir die Bücher. Borges führt dazu noch eine weitere, kleine Parabel an. Wenn ein ewig Reisender die Geschichte durchmessen würde, stiesse er immer wieder auf die unvermeidbare Wiederholung von Dingen (und auch von Texten). Auch die Wiederholung ist eine Ordnung, ja DIE Ordnung schlechthin, so Borges. «*Con esa elegante esperanza*», mit dieser Hoffnung beendet er seinen Text.<sup>33</sup>

Das schreibt jemand, der Zeilen zuvor bekennt, wie ihn systematisches, geplantes Schreiben anwidert. Es ist der Poet, der sich bei aller Offenheit und Freiheitsstreben auf den tieferen Sinn und das menschliche Bedürfnis von Ordnung einlässt. Seine Autorität bezüglich der 25 – oder 22 oder 23 – Zeichen findet er übrigens in Robert Burton und in dessen «*The Anatomy of Melancholy*» (1621). Dort versucht der Autor – seine «*Melancholie*» begreifend und beschreibend – das Ganze und Umfassende aus dem Verständnis des einzelnen Konkreten zu beschreiben und rät dazu, Hieronymus folgend, dies gründlich zu tun: «*for as mastication is to meat, so is meditation on that which he hath read.*»<sup>34</sup> Verstehen erfordert gründliches Kauen und Verdauen. Die Bibel ist für ihn «*an Apothecaries shop*», in der man Mittel «*for all infirmities of minde*» findet.<sup>35</sup> Und weil er nicht bei den religiösen Schriften halt machen will, empfiehlt er die Autoren der Mnemotechnik und die mathematischen Schriften, Euklid voran,

und holt sich dessen Lob bei Clavius. Daran orientiert er sich und empfiehlt, man möge über die «*variation of the 23 letters*» nachdenken - und darin das ganze Potential entdecken, weshalb er dies auch gleich in Zahlen exemplifiziert. Es übersteigt, was «*within the compasse of the firmament*» Platz findet, und ist doch nur in wenigen Elementen grundgelegt.<sup>36</sup>

So besehen kann es niemanden als Einschränkung oder gar Beengung bedrücken, wenn er all dies, die Ordnung und Freiheit, die immer gleichen 22 Elemente in unterschiedlichster Zusammenfügung und dies insgesamt wieder zwischen zwei Deckel zu einem Buch zusammengeklemt vorfindet. Das Buch ist in diesem Sinne ein hoch-intelligentes Konstrukt, das so unendlich vieles zulässt und dies «trotzdem» in eine übersichtliche und - ganz wörtlich - «handliche» Form bringt. Will man das ersetzen, muss man sich wohl überlegen, was man einbüsst und wie man es denn allenfalls wettzumachen gedenkt. Dabei ist das alles an der physischen Wirklichkeit des Buches angebunden. Es wiederholt sich, was unmittelbar über die Sinne vermittelt einsehbar ist, die Endlichkeit des Haushalts, der Ordnung und Anordnung. Jedermann weiss, dass sich in einem solchen Buch zwischen den zwei Deckeln ein Mikrokosmos mit eigenen Gesetzen entfaltet, dem wiederum vielerlei hilfreiche Klimmzüge zugute kommen, die Paginierung, derzufolge mittels Register jedes einzelne Wort – oder eben haushälterisch: die wichtigsten Worte – erschlossen werden können, die kluge Einteilung und Anordnung und Betitelung, die Heraushebung und das Nachführen und Präzisieren im Kleingedruckten der Fussnoten, die Anmerkungen und Metatexte von Einleitungen, Widmungen, Nachworten. Der «inneren» Ökonomie gesellen sich nunmehr noch andere Kriterien hinzu; es soll das Buch handlich sein, in die Hand passen, der Grösse der Hand, von der man ja auch stets Masse («*palmi*») abgelesen hat, angemessen sein, auf dass diese jenes Objekt auch wirklich bestmöglich gebrauchen kann. Man weiss, wie man das Buch mit Händen bedient; die eine fasst es an und hält es, die andere blättert von vorn nach hinten und umgekehrt, langsam oder schnell. Das Buch hält sich – begründete Ausnahmen vorbehalten – an Mass und Bewegung, die auf die Masse und die Motorik des Körpers abgestimmt sind.

All dies lässt sich wiederum auf die nächst grössere Einheit übertragen, auf das Bücher-Behältniss einer Bibliothek, in der die einzelnen Bücher ihre Aufstellung finden. So wie dem einzelnen Buch

(«*alla portata di mano*»!) der unmittelbare Zugriff der Hand, der haptische Sinn zugeordnet ist, so kann bei grösserer – aber wiederum angepasster und angemessener – Distanz der Sehsinn die Bücherordnung möglichst «auf einen Blick» wahrnehmen und verstehen! Die «alte» Bibliothek mit ihren offenen Bücherregalen hat sich den Sinnen des Benützers – «*et visui et usui*» – unmittelbar geöffnet und auf diese Weise verfügbar gemacht.<sup>37</sup>

Es ergibt sich alles aus der Einsicht in die Endlichkeit und Beschränktheit von Raum und Zeit, und dient der Verkürzung der Wege und der «Früherkennung» des Buches über die Sinne. Nach Massgabe dieser Überlegungen müssten die neuen Möglichkeiten an dem gemessen werden, was die alten schon boten; das wäre ökonomisch. Ansätze, etwa die «Abbildung» von Ordnungssystemen mittels Sensoren zwecks besserer oder schnellerer Erschliessung und Benutzung sind gegeben und grundsätzlich problemlos möglich. Schwieriger ist es, jene alten, historisch gewachsenen Wissensordnungen, die sich ja nicht nur bewährt haben, sondern die nach wie vor wichtige Grundlagen unseres Wissensverständnisses und unseres Haushalts an Wissenserfahrung bilden, «mitzunehmen», weiter zu nutzen und zu entwickeln. Das zu vermeidende Szenario ist wohl jenes, dass man das alte und das neue Wissen voneinander separiert, wie das leider längst der Fall ist: äusserlich zum Beispiel in der physischen Abgrenzung von «*rare book libraries*» und mittelbar der Musealisierung des alten Wissens. Umso gewichtiger ist die Frage nach jenem von Robert Burton veranschlagten Kau- und Verdauungsvorgang. Die formalen Systeme bieten doch nur Aufzeig- und Hinweishilfe. Und es kommt auf die Dinge selbst, in diesem Fall auf die Erkenntnis und nicht bloss auf die «Daten» an. Die Endlichkeit und der Haushalt erfahren aus dieser Einsicht heraus ihren wirklichen Sinn der notwendigen Vertiefung, Überprüfung und Einsicht. Kein Hilfsgerät ersetzt diesen geistigen Vorgang; man mag davon ablenken und sich in die Quantitäten flüchten, wie das in noch ganz anderen Lebensbereichen zu beobachten ist – und zu Krisen führt. Und natürlich müsste man auch die Geisteswissenschaften an diese Aufgabe und an diese Chance erinnern, nämlich in alle Wissensbereiche verstehend, begreifend, fragend und erklärend, verbindend und weiterführend einzugreifen, auf dass der Wissenschaftsgesellschaft die Wissensbildung und die Bildung insgesamt nicht abhanden komme.



---

## Werner Oechslin

---

Werner Oechslin ist emeritierter Professor für Kunst- und Architekturgeschichte an der ETH Zürich. Er ist Gründer und Stifter der «Stiftung Bibliothek Werner Oechslin» in Einsiedeln (Schweiz), welche seit 1999 jährlich die «Internationalen Barocksommerkurse» durchführt und die Zeitschrift «Scholion» herausgibt.

---

### Fussnoten

---

1 Cf. Paul Stäckel, Wolfgang und Johann Bolyai. Geometrische Untersuchungen, I, Leipzig/Berlin, 1913, S.49.

2 Cf. Albert Einstein, Riemann-Geometrie mit Aufrechterhaltung des Begriffes des Fernparallelismus, Sonderabdruck aus den Sitzungsberichten der Preussischen Akademie der Wissenschaften Phys., Math. Klasse 1928, XVII, Berlin, 1928, S.3.

3 Cf. Bertrand Russell, New Hopes for a Changing World, London, 1951, S.21 (Chapter III. «Mastery over Physical Nature».) - Russell lässt auf der gleichen Seite den Satz folgen, dem man auch aus heutiger Sicht kaum etwas entgegensetzen kann: «*Man by the mastery of nature has emerged gradually into a degree of liberty for which he seems as yet insufficiently adult.*»

4 Vgl. dazu: Werner Oechslin, «...und welche Vernunft specularit nicht...»! NEBENGEBAUDE - architektonische und andere! in: Wissensformen. Sechster Internationaler Barocksommerkurs. Stiftung Bibliothek Werner Oechslin, Einsiedeln, Zürich, 2008, S.16 ff.: insbesondere S. 18 f. und S.22 f.

5 Cf. Jacob Friedrich Fries, Neue oder anthropologische Kritik der Vernunft, Erster Band, Zweyte Auflage, Heidelberg, 1828, S.117.

6 Id., S.172.

7 So beispielsweise bei du Bois-Reymond: cf. Paul du Bois-Reymond, Über die Grundlagen der Erkenntnis in den Exacten Wissenschaften, Tübingen, 1890, S.15. (Auch an dieser Stelle - ibidem Fussnote \* - wird die Frage der Bezeichnung und Erklärung aufgegriffen, was in der Minimalforderung Kirchhoffs mit der Formulierung wiedergegeben wird: «wenn es nur gelinge, damit die Erscheinung »darzustellen«.)

8 Cf. Fries, op.cit., S.171.

9 Id., S.172.

10 Cf. Wilhelm von Humboldt, Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues und ihren Einfluss auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts, Berlin, 1836, S.[1].

11 Cf. Jacob Grimm, Geschichte der deutschen Sprache, Erster Band, Leipzig, 1848, S.5.

12 Id., Vorrede, S.xiii.

13 Cf. Gerrit Mannoury, Methodologisches und Philosophisches zur Elementar-Mathematik, Haarlem, 1909.

14 Id., S.[1].

15 Cf. Friedrich Nietzsche, Ueber Wahrheit und Lüge im aussermoralischen Sinne (1873), in: Werke, X, Leipzig, 1896, S.189.

16 Ibidem.

17 Cf. Gregorio Bressani, Discorsi sopra le obbiezioni fatte dal Galileo alla dottrina di Aristotele, Padova, 1760, S.54.

18 Vgl. Nietzsche, op.cit., S.184 f.

19 Michael Hampe in einem Podiumsgespräch (cf. NZZ, 28.Mai, 2010) im Nachgang zu seinem Buch: Das vollkommene Leben. Vier Meditationen über das Glück, München, 2009.

20 Vgl. dazu: Mannoury, op.cit., hier besonders: S.9 ff und S.112 ff.

21 Cf. J.H.Lambert, Lamberts eigene Recension seiner Architektonik, in: (Joh.Bernoulli hg.) Joh.Heinrich Lamberts logische und philosophische Abhandlungen, II, Berlin, 1787 (Nachdruck: Hildesheim, 1969), S.413 ff.: S.415 f.

22 Id., S.423

23 Id., S.423.

24 Cf. Oliverii Legipontii Dissertationes Philologico-Bibliographicae, in quibus De Adornanda, & ornanda Bibliotheca..., Nürnberg, 1746, S.64. - Vgl. dazu: Werner Oechslin, Als die Bibliotheken (und nicht die Kataloge) noch Wissensordnungen darstellten, in: (ETH-Bibliothek Zürich hg.) Blättern & Browsen - 150 Jahre ETH-Bibliothek, Zürich, 2005, S.81 ff.

25 Cf.Giulio Camillo, Due Trattati dell'eccellentissimo M. Giulio Camillo: L'uno delle Materie, che possono venir sotto lo stile dell'eloquente: L'altro della Imitatione, Venezia, 1544, fol.36 recto.

26 Id., fol.37 verso.

27 Id., fol.38 recto.

28 Cf. Juan Caramuel de Lobkowitz, Sublimium Ingeniorum Crux, Louvain, 1644, Epistola dedicatoria (o.S.).

29 Cf. Jorge Luis Borges, La Bibioteca de Babel (1941), in: J.L.Borges, Ficciones, Buenos Aires (1956), 1958, S.85 ff.: S.87.

30 So die Nota del Editor: Ibidem, Anmerkung 1.

31 Id., S.94.

32 Id., S.95.

33 Ibidem.

34 Cf.Robert Burton, The Anatomy of Melancholy (1621), Oxford, 1638, S.280.

35 Ibidem.

36 Ibidem.

37 Vgl.dazu: Werner Oechslin, Die Bibliothek und ihre Bücher - des Menschen Nahrung, in: SCHOLION, 0, 2001 S.7 ff.; id., «Auf einen Blick», in: (Heike Gfrereis/Marcel Lepper hg.) Deixis. Vom Denken mit dem Zeigefinger, Göttingen, 2007, S.62 ff. 22 Id., S.421.

# WHAT'S NEXT IN WEB DESIGN?

**If we want to learn about the future of Web Design, we just need to see what users want, because they define the web. The author analyses these wishes of the users. His conclusion: The web develops from primitive to complicated to simple.**

Oliver Reichenstein

Thinking about what's next online is fun because everything you wish to come true will come true. While commercial products obey to the laws of the market, which in part are influenced by the resources needed to create these products, the web is defined by the user. If the user wants something he will either get it or create it himself. To see beyond today's limits of the web all we need to do is see what is needed.

## **Simplicity**

Most of us will agree that today's web sites are still way too difficult use. They are overcrowded with irrelevant information and confusing functionality. If you open a contemporary news site you get bombarded with features and advertisement. Many web sites want to do too much, too quickly. They lack in mainly three regards:

### A) Business Model

Still only few web site owners have a clear business model or even business plan. Many web sites force them selves to make money through pushy advertisement and an overload of random e-commerce features, hoping that the more they offer the higher the chance that they make a buck. Successful online products such as *Google*, *Flickr*, or *World of Warcraft* show that the contrary is true:

- 1 Do one thing really well!
- 2 Simplify!
- 3 Don't rely on random advertisement!

Web site managers need to learn that they need a rational business model and a rational site structure to make more money online.

Instead of piling up features, web sites need to become more intelligent. Requiring less input and giving more feedback. Showing less random data and delivering more relevant information.

### B) Logic and Details

Web sites are functionally confusing because they're not delicate enough, because they were not designed with enough care. While web sites need to become simpler, simplicity is not a matter of dumbing things down. In contrary. Simplicity is when someone takes care of the details.

Take *Google* for instance. It looks simple. As a user you are not bothered with the technical details of the search. The machine figures it out for you and displays them in a manner so thought through, that doesn't make you think about design matters. More and more web sites will work in this simple yet delicate way. Not because I like it, but because we all like it, when details are been taken care of. Web designers need to become more careful. One of the few shining examples of a web site that makes a painful process easy by taking care of logic and details is *The Invoice Machine*.

### C) Self Awareness

If you're not a web designer yourself, most web sites look like a chess game. Most web professionals can't imagine how intricate the logic of our web sites are to those that do not work in the industry. This is changing since web design schools offer training that takes designer blindness in account. Also, designers as well as clients start understanding that usability matters and A/B testing instead of big blind relaunches are the way to improve their web sites.

## **Speed**

The main reason why — to the amazement of many of my colleagues — TV is still such a tremendously popular medium is that no web site beats the speed of the remote control. No screen design can match the high drive of flipping through physical paper. The same can be said for radios. It's just simpler to switch on the radio and scroll through

stations than preparing your *iPod*. In terms of speed, traditional interfaces are still the benchmark for web designers.

People started using *Twitter* and *Facebook* for direct messages instead of E-mail because they require less physical manipulations to send a message. Future web designers will focus less on surface design but on speeding up processes by cutting reducing physical manipulations. The best way to learn about speedy interfaces is to study everyday interfaces as doorknobs, drawers, shampoo bottles. Web designers need to learn more from traditional product designers.

### **Beauty**

Web designers often complain that they don't have enough liberty. This is utter nonsense. There is more than enough liberty. Actually, there is too much liberty. Too much is why so many sites look and feel so terrible.

User Experience is in the interface, not in the surface. Look at mobile sites: In spite of all the hype around mobile, mobile sites don't look funky. They usually have almost no surface design. And yet we all love them. It's mainly the screen size and the data transfer capacity of our telephone networks that forces mobile site designers to cut all ornamental elements and focus on the bare interaction. This is, from a web designers perspective, a very healthy setup.

Instead of losing time on the glitz and discussing with the client whether green or yellow, serifs or sans serif is a better choice, we have to focus on what constitutes the interface. I am pretty sure that the future of web design will be less concerned about the visual style. I am sure because web sites that care less about visual and more about interaction sell better. And that's what web site owners care about.

The concern about the visual style is the echo of the nineties; the nineties are over. It's well documented that often top decision makers and silly corporate structures mess with the design process. Let me state this clearly: Just because you drive a car it doesn't make you a car engineer. In other words—CEOs shouldn't get involved in web design, but in web business strategy.

This is easier said than done. While a typical corporate design project is decided in a top down

process — where the matter often is as trivial and insignificant as «Should our logo be round or square, blue or green?» — websites are a matter of what the user wants and understands.

Luckily the change from «what the CEO wants» to «what the user needs» is about to happen in other sectors than just web design: One reason why the wii, and the iPhone won their game against much bigger competition is that they are more user friendly than their competitors.

### **Main Trends**

While Flash and a number of new technologies allow the use of non-standard fonts, there is a healthy general tendency to just accept the fact that web sites are read in the few standard fonts that were created to display optimal way on the screen. Ideally, the surface design of web sites becomes as standardized as the choice of fonts.

Standardization of not web technology and web design is a huge step forward. Look at the surface design on mobile devices. If all web designers can do is organizing standard elements, products will become much easier to use. Web designers become less and less opinionated about technological and visual standards and basic usability matters like text contrast, font sizes, accessibility. The more advanced a design, the less it is visible, or, as Apple's Jonathan Ive put it: «A lot of what we seem to be doing in a product like that is getting design out of the way. With that sort of reason, it feels almost inevitable, almost undesigned and it feels almost, like of course it is that way. Why would it be any other way?»

The number of theoretical possibilities to design a website are and always be infinite, but in reality there are only a few things that really work. A great help to web designers are the different frameworks for CSS development that come with grid, layout, typography definitions that help the designer defining a user friendly layout.

Since more and more users move away from individually designed websites to social publishing platforms such as *Twitter*, *Facebook* and *Posterous*, the actual design of these platforms is in the hands of professionals that for economic reasons focus on interaction rather than beauty.

Another great help unifying web user interfaces comes from *jQuery UI*, a user interface library. *jQuery*

UI offers a vast library of ready to use interface elements such as sign up forms and modular picture gallery elements. It has been tremendously successful due to the fact that it is free, easy to implement, uses stable code and employs front end design standards instead of trying to reinvent the graphical user interface.

### Counter Trend

More and more web designers understand that typography is not about choosing fancy fonts but organizing type in a way that it guarantees the best reading experience for the user. There are a few tendencies in contemporary web design (and programming) that point in the direction of easy to use standardized frameworks away from the uneconomic trend to reinvent web design with every project. Of course, with every trend there is an interesting counter trend.

While most these technological improvements tend to make the web a more and more homogenous place, at the same time, there is a tendency to create highly curated design setups that use different designs for each article.

The idea is that the look of the article should not subdue to the brand identity of the site — the site should adapt to the content in color and shape. A good example of such a design chameleon is the blog by Jason Santa Maria.

### Conclusion

Technology often develops from primitive to complicated to simple. The web develops faster and more client focussed than traditional technologies. Web development is cheaper, more flexible and most importantly: everyone can contribute to its development. In concrete terms: Better interaction design, less graphic design. Better user experience, less debates about taste. Faster technology, more reliable design standards.

While there are a number of technological and social trends that confirm that movement, there are a number of countertrends that keep things interesting. As it becomes much easier to develop web designs with the upcoming browser generation, there is more functional liberty and more visual standardization in web design.



**Oliver Reichenstein**

Started programming as a computer kid in the early 80ies in Baselland (CH). He studied Philosophy in Basel, Paris, New York. Working the Internet since 1995. Brand consultant with Interbrand Zintzmeyer&Lux. Moved to Japan in 2003 and started from scratch. Learned Japanese, got a job, married, started his own company. He has built websites for a series of leading news sites, including Tages-Anzeiger, ZEIT ONLINE and Krone.at. All together his designs generate 3.6 Billion page views a year.

# ZUKUNFT OHNE GESCHICHTE

**Längstens haben wir uns angewöhnt, dass wir Daten jederzeit wieder auf den Bildschirm zaubern und ändern können. Diese Erwartung beruht auf dem alten Wunsch, unsere Erfahrungen und Taten in die Zukunft hinüberzuretten. Während Jahrtausenden machten Symbole aus stofflichen Medien dies selbstverständlich. Im digitalen Zeitalter führt die gemäss dem Autoren zur Demenz der Zivilisation.**

Daniel Stanislaus Martel

Die junge Assistentin ruft den Archäologen. Im Sand liegt eine beschriftete Tontafel. Bei der Entzifferung erfährt der Gelehrte Neues über das Leben vor Jahrtausenden. Ehrfürchtig dringt der Student in die Tiefen des Staatsarchivs vor. Dort zieht der Mitarbeiter den Folianten heraus. Einmal mehr beeindruckt das Können des Mittelalters. Die Redakteurin will ihren Beitrag durch einen Rückblick bereichern. In der Stadtbibliothek studiert sie alte Zeitungen.

## **Beschleunigung als Rückschritt**

Diese drei Beispiele illustrieren die Bedeutung der Vergangenheit für die Gegenwart. Auf Unterlagen erhaltene Zeichen haben den Nachgeborenen stets ein Abbild verflossener Zeiten überliefert. Seit rund 35 Jahren sind diese Brückenschläge zunehmend in Frage gestellt. Neben ihrer Dauerhaftigkeit bewiesen die Informationsträger noch etwas anderes. Sie waren immer nur mit Aufwand zu beschriften. Ab den Sechszigerjahren erlaubten erstmals EDV-Anlagen den mühelosen Austausch von Informationen. Vor 30 Jahren beendeten die Personal Computer den Zwang zur Perfektion. Überarbeiten wurde einfach. Störfälle zeigten bis anhin unbekannte Risiken. 1985 verlor die amerikanische Weltraumbehörde NASA Daten der Sonde Viking. Nach neun Jahren waren die Bänder zerbröselte. Zu den Gefahren kam das Veralten der Geräte und Programme. Die Ausstellungsmacherin will einem Auftraggeber ein älteres Plakat zeigen, doch die Bilddateien sind nicht mehr lesbar. Der Wirtschaftsprüfer wünscht Abschlüsse des Vor-Vorgängers des Chefbuchhalters... doch Lotus 1-2-3 ist vergessen. Am Tage vor dem Vortrag lässt der USB-Steckspeicher die Praktikantin im Stich. Diese Beispiele illustrieren den latenten Informationsschwund.

## **Blick ins Nichts**

Immer wieder erleben Computerbenutzer solche Debakel. Die Haltbarkeit der Daten ist knapp in

historischen Dimensionen. Festplatten laufen etwa fünf bis zehn Jahre. Disketten halten etwa eine Dekade, Bänder etwa deren drei, dann ist die Magnetschicht weg. USB-Steckspeicher werden nach etwa fünf Jahren unzugänglich. Beschreibbare CD-R fixieren Daten knapp zehn Jahre.

Noch weniger erheiternd sind die Prognosen. Industriell gepressten CD und DVD werden etwa 80 bis 100 Jahre gegeben. DVD-RAM sollen gar nur 30 Jahre laufen. 80 Jahre gestehen Labortests der neuen Blu Ray zu. Iomega REV-Wechsellaufwerke sollen 30 Jahre funktionieren, die Tapestry Hologrammspeicher immerhin deren 50. Zukünftig wird die historische Hilfswissenschaft «Datenarchäologie» bedeutsam. Entsprechende Initiativen sind in Ansätzen erkennbar. Der technische Fortschritt wird weitergehen. Demgegenüber können wir Inschriften auf Stein- und Tontafeln noch nach Jahrtausenden lesen. Bücher und Druckwerke auf nicht säurehaltigem Papier erinnern an die Welt vor 500 Jahren, solche mit Säure höchstens an diejenige vor 100. Filmstreifen aus Zelluloid überdauern ebenfalls ein Jahrhundert. Deren vier weitere sollen möglich sein. Mikrofilme und -fichen schliesslich seien noch in über einem halben Jahrtausend zugänglich.

## **Vermächtnis an die Zukunft**

Erster entscheidender Schritt zur Zukunftstauglichkeit von Computeraufzeichnungen ist die Disziplin. Setzt sich ein neues Format durch, sind die Daten zu überspielen. Das reicht jedoch nicht. Not tut eine langfristige Strategie. Grundsätzlich treffen die Schutzmassnahmen für Archive auch für EDV-Speicher zu. Mutwillige Zerstörungen sind in die Planung miteinzubeziehen. In diesem Zusammenhang sei der Nuklear-Elektromagnetische Impuls (NEMP) erwähnt. Dieser entsteht bei Atomexplosionen. Auch ohne Gewalt verfallen und veralten Lesegeräte und Speichermedien. Deshalb hat die Firma Cranberry die Diamondisc eingeführt.



Allerdings wirken die versprochenen tausend Jahre Lesedauer angesichts des Rückholdilemmas lächerlich. Plausibler ist ein anderer Ansatz. Mikrofilme und -fichen können nun direkt digital beschriftet werden. Dies ist etwa für Powerpoints vorteilhaft. Zudem ist dieses Medium gegen elektronische Angriffe gefeit. Auch öffnet eine einfache Lupe das Tor zur Vergangenheit. Sollten unsere Nachkommen diese Technologie nicht mehr beherrschen, ist unser Erbe für sie ohnehin irrelevant.

### **Vielleicht ganz anders**

Vielleicht gibt es gegen die Demenz der Menschheit die Therapie der Selbstorganisation. Heute sind Computer weltweit verbunden. Zudem hat sich die Architektur der Informationen geändert. Erst war das Wort, dann die Grafik und nun die bewegte Pixelstruktur. Wer schüttelt nicht ob Youtube den Kopf? Viele der Sequenzen sind an Dutzenden von Orten abgespeichert.

Auch für statische Rückblicke haben sich Formate wie HTML oder PDF seit über zehn Jahren durchgesetzt. Nun passt sie die internationale Normenorganisation ISO der Langzeitarchivierung an. Allerdings, «tausend Jahre» dürften auch diese nicht überdauern.

### **Das Wesentliche**

Unsere Epoche wird Artefakte und Spuren hinterlassen wie keine zuvor. Gleichzeitig werden unsere Nachkommen die Beweggründe dahinter kaum eruieren können. Für eine wesentliche Schlussfolgerung reicht dies. Jene Zeit war auf den Moment fokussiert und ohne Gedanken an allfällige Richter ihrer Taten. Dazu passt die Gleichgültigkeit gegenüber dem Gedankentransfer in die Zukunft.



---

**Daniel Stanislaus Martel**

Dr. Daniel Stanislaus Martel ist Fachjournalist für Aviatik und Technologie. Er promovierte an der Universität Genf. Seine Beiträge erscheinen unter anderem in Skynews.ch, RMS Revue Militaire Suisse, Point de Mire und Market.ch. Ferner ist er Dozent für Bankstrategie bei AKAD. Schliesslich ist er als Trendscout und Ideenentwickler aktiv, derzeit für ein Start-Up-Unternehmen an der EPFL und ein Vorhaben im sozialen Bereich. Daneben hält er Vorträge.

Mehr Infos: <http://ch.linkedin.com/in/danstanmart>  
E-Mail: [dmartel@bluewin.ch](mailto:dmartel@bluewin.ch)

# DIE DIGITALEN FORMEN DES RELIGIÖSEN LEBENS

**Ohne Buchdruck wäre es nicht zum Durchbruch des Protestantismus gekommen. Auch das Internet begünstigt die Emergenz neuer Religionen. Einerseits nutzen institutionalisierte Religionen das Internet als Kommunikationsmedium, andererseits entstehen im und durchs Internet selbst neue religiöse Phänomene.**

Francis Müller

Wer den Begriff «Religion» auf Google.com eingibt, erhält in weniger als einer Sekunde 200'000'000 Einträge. Bei diesen Einträgen ist eine bedeutende Unterscheidung im Spiel: Die einen davon *behandeln*, die anderen *sind* Religion. In den ersten wird also *über Religion*, in der zweiten wird *religiös* kommuniziert, wobei sich religiöse Kommunikation gemäss Niklas Luhmann dadurch auszeichnet, dass sie Immanenz und Transzendenz unterscheidet (vgl. Luhmann 2002: 77). Zur ersten Kategorie gehört zum Beispiel [www.religionenschweiz.ch](http://www.religionenschweiz.ch). Das ist eine Webseite des religionswissenschaftlichen Seminars der Universität Luzern, wo Religionen empirisch untersucht werden, aber nicht in Hinblick auf ihre Wahrheitsgehalte. Zur zweiten gehört zum Beispiel [www.jesus.ch](http://www.jesus.ch). Dort gibt es Videoandachten, spirituelle Lebenshilfe und nicht zuletzt die Möglichkeit, seine Glaubensfragen an [Email@Jesus.ch](mailto:Email@Jesus.ch) zu senden. Innerhalb dieser zweiten Kategorie gibt es jedoch eine weitere Unterscheidung.

## Religion-Online und Online-Religion

Nämlich die Unterscheidung in Religion-Online und Online-Religion. Religion-Online sind institutionalisierte Kirchen, religiöse Dachverbände, Gemeinden und Gemeinschaften, die das Internet für ihre Präsenz nutzen; also zum Beispiel die Webseiten des Vatikans ([www.vatican.va](http://www.vatican.va)), der reformierten Kirchen ([www.ref.ch](http://www.ref.ch)) oder der Juden ([www.swissjews.ch](http://www.swissjews.ch)). Das Internet ergänzt so herkömmliche Medien wie Bücher, Zeitungen, Radio, TV und Kinofilme. «Die Nutzung des Internets als pastorales Medium ist in der Kirche - nach anfänglicher Skepsis - längst anerkannt und etabliert» ist auf [www.kirche-in-virtuellen-welten.de](http://www.kirche-in-virtuellen-welten.de) zu lesen. Das Bistum St. Georg in Freiburg im Breisgau hat bei diesem Projekt das Ebenbild der physischen Kirche im virtuellen «Second Life» errichtet.

Die Medien- und Religionsgeschichte stehen in einem sich befruchtenden Wechselverhältnis. Neue

Medien begünstigen die Emergenz neuer Religionen. Die protestantische Kernidee der Demokratisierung des Glaubens und des Ausschaltens eines zwischen Immanenz und Transzendenz vermittelndem Klerus wären ohne den Buchdruck nicht möglich gewesen. Das Verhältnis der Religion zu neuen Medien ist jedoch ambivalent, was die Geschichte der Evangelikalen in den USA sehr deutlich zeigt. Diese Gruppierungen übernehmen und nutzen die technologische Moderne sehr schnell, kritisieren aber zugleich kulturelle, moderne Errungenschaften (vgl. Larsen 2005: 69-89). Im Jahr 1934 zum Beispiel startete die Radiosendung «Radio Revival Hour». Während den Fünfzigerjahren begann die TV-Karriere des Predigers Billy Graham, der die moderne Gesellschaft kritisiert – und zwar mit modernen Kommunikationsmitteln. Auch das Internet ist sehr schnell genutzt worden. «In short, they imagine the Internet as a means of ongoing evangelization and reevangelization of people into Christian Culture» (Schultze 2008: 140).

Die hohe Affinität für moderne Kommunikationstechnologien manifestiert sich etwa auch beim ICF (International Christian Fellowship). Diese anfangs der Neunzigerjahre in Zürich gegründete charismatische Bewegung hatte bereits 1996 eine Webseite, wie die Recherchen auf der «Wayback Machine» zeigen – also noch vor dem «Tagesanzeiger» und «Basler Zeitung». Auf [www.icf.ch](http://www.icf.ch) sind zahlreiche Podcast-Filme zu sehen – mit Taggs wie zum Beispiel «Biography», «Suffering», «Job» und «Visions». Es ist aber nicht einfach dieselbe Religion auf neuen Medien. Online-Religion bezeichnet religiöse Phänomene, die durchs und erst im Internet selbst entstehen: virtuelle Gottesdienste, live Broadcast, Postcast-Messen, Online Bible Studies, Chats und evangelikale Trainings für virtuelle Missionsarbeit.

## Virtuelle Visionen

Der italienische Kulturanthropologe Paolo Apolito

zeigt, dass das Internet religiöse Visionen und Erfahrungen, die gemäss einer substantiellen Definition<sup>1</sup> das Kennmerkmal der Religion sind in hohem Masse begünstigt. Seit den Achtzigerjahren haben zum Beispiel Marien-Erscheinungen in den USA signifikant zugenommen (Apolito 2005: 23). Es kommt so zur Heidegger'schen Wiederverzauberung der Weber'schen entzauberten Welt. Apolito schreibt von «millions of miraculous snapshots, thousands of recorded «voices», and an incalculable increase in the number of videorecorded miracles in the sun» (Apolito 2005: 55). Die entsprechenden Bilder werden rasant reproduziert. Einst esoterische Ideen werden demokratisiert. Sie werden *exoterisch*. Die Kommunikation über transzendente Erfahrung begünstigt religiöse Erfahrung. Einige Studien zeigen deutlich, dass in diesen virtuellen Kommunikationen Bilder und visuelle Aspekte eine sehr hohe Präsenz haben (vgl. Cheong, Poon, Huang, Casas 2009: 291-302). Die Begriffe und Bilder sind als phänomenologische Appräsentationen zu deuten. Sie verweisen auf Transzendenz und verwandeln *Unbestimmbares in Bestimmbares* (vgl. Luhmann 1982: 33). Das Unbestimmbare verläuft nicht *von aussen nach innen* (von der Transzendenz in die Immanenz), sondern es wird in der Immanenz erschaffen und verweist von dort auf die Transzendenz. Durch dieses Verweisen evoziert es Gefühle des «Numinosen» (vgl. Otto 2004: 5-7). Es handelt sich also um Chiffren: «Was durch sie [die Chiffren] verdeckt wird, bleibt Leerhorizont; es hat keine Realität, nicht einmal eine negierbare Realität, aber es wird miterlebt als das, was kontingente Form notwendig macht. Dieses Miterleben wird als Bindung (religio) erfahrbar [...]» (Luhmann: 1982: 33).

Der Buchdruck hat Häresien in hohem Masse begünstigt. Zwar konnte die heilige Schrift mit Büchern verbreitet und demokratisiert werden, zugleich war sie schärferer Kritik ausgesetzt. Denn alles, was geschrieben ist, kann nachträglich in Hinblick auf seinen Wahrheitsgehalt hinterfragt werden. Diese Prozesse werden im Internet beschleunigt und demokratisiert. Dabei wirkt ein ganz spezifisches Merkmal der religiösen Kommunikation mit, die in hohem Masse von der Problematik der Ineffabilität betroffen ist: Je vager der Inhalt der Kommunikation – und das ist bei der Religion aufgrund dem sprachlich nicht mittelbarem Wesen Gottes in hohem Masse gegeben – desto mehr Klärungsbedarf entsteht. Dies begünstigt Anschlusskommunikation. Es entsteht «ein weites Spektrum möglicher Anschlusskommunikation [...] mit Einschluss der Möglichkeit, die mitgeteilte

Information zu negieren, umzudeuten, für unwahr oder unerwünscht zu erklären» (Luhmann 1995: 40). Die Verbreitung von bizarren, quasi-religiösen Verschwörungstheorien verschiedenster ideologischer Couleur, die «Beweise», die für oder gegen die Existenz Gottes im Internet verbreitet werden, und nicht zuletzt die Berichte über religiöse Konversionen, biografische Diskontinuität, visionäre Erscheinungen, mystischen Erfahrungen, Wunderheilungen und die Sensibilisierung auf Zeichen, welche die demnächst eintretende Apokalypse andeuten, vermitteln einen Eindruck der Online-Religion.



**Francis Müller**

ist Religionssoziologe, Journalist, Dozent und Theorieexperte an der Zürcher Hochschule der Künste. Seine Themen sind urbane Ethnografie, Säkularisierung und religiöse Konversion. Müller ist Vorstandsmitglied und Chefredakteur von *swissfuture*.

Mehr Infos: [www.francismueller.ch](http://www.francismueller.ch)

---

#### Fussnoten

1 William James definiert die Religion substantiell als «die Gefühle, Handlungen und Erfahrungen von einzelnen Menschen in ihrer Abgeschlossenheit, die von sich selbst glauben, dass sie in Beziehung zum Göttlichen stehen» (James 1997: 63-64).

---

#### Literatur

Cheong, Pauline Hope; Poon, Jessie P. H.; Huang, Shirlena; Casas, Irene: *The Internet Highway and Religious Communities: Mapping and Contesting Spaces in Religion-Online* (291-302). In: *The Information Society*, 2009.

James, William (1997): *Die Vielfalt religiöser Erfahrung*. Frankfurt a. M.: Insel.

Larsen, Max Deen (2005): *Religiöser Fundamentalismus in den USA. Eine historische Perspektive*, in: Six, Clemens; Riesebrodt, Martin; Haas, Sigfried: *Religiöser Fundamentalismus. Vom Kolonialismus zur Globalisierung*. Wien: Verein für Geschichte und Sozialkunde.

Luhmann, Niklas (1982): *Die Funktion der Religion*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Luhmann, Niklas (1995): *Wie ist Bewusstsein an der Kommunikation beteiligt?* In: Ders.: *Soziologische Aufklärung 6: Die Soziologie und der Mensch*. Opladen: Verlag für Sozialwissenschaften.

Luhmann, Niklas (2002): *Die Religion der Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Otto, Rudolf (2004): *Das Heilige – Über das Irrationale in der Idee des Göttlichen und sein Verhältnis zum Rationalen*. München: Beck.

Schultze, Quentin J. (2008): *Following Pilgrims into Cyberspace*, in: Ders.: *Understanding Evangelical Media*. Dowers Grove IL: InterVarsity Press.

# ZEITZEUGEN: WALTER WITTMANN – ALLES WIEDERHOLT SICH

**Anlässlich des 40-Jahre-Jubiläums von swissfuture führen wir Gespräche mit Gründern, ehemaligen Präsidenten und Präsidentinnen der Vereinigung für Zukunftsforschung. Diesmal mit dem Wirtschaftspolitologen Walter Wittmann mit Fokus auf die Achtzigerjahre.**

**Francis Müller: Sie waren von 1980 bis 1988 Präsident der Vereinigung für Zukunftsforschung. Mit welchen Themen haben Sie sich damals beschäftigt?**

Walter Wittmann: Nach dem wirtschaftlichen Einbruch während den Siebzigerjahren hatte die Schweiz eine Innovationslücke, weil sie den Anschluss von der Mechanik zur Elektronik völlig verpasst hatte. Von 1974 bis 1983 hatten wir wirtschaftliche Stagnation, dann ist das Bruttoinlandprodukt wieder auf die einstige Höhe geraten.

**War der Auslöser die Ölkrise?**

Das hat man damals gesagt. Aber die Energiekosten haben damals volkswirtschaftlich nur 2,5% ausgemacht, das ist also ein Vorwand. Es gibt lange Wellen der Konjunktur bei den Kondratjew-Zyklen, und so einer ist in den späteren Sechszigerjahren zu Ende gegangen. Dann folgt eine scharfe Rezession, danach eine kurze Erholung, bevor es richtig herunter geht. Der Ökonom Francesco Kneschaurek hat damals prognostiziert, dass der langfristige Aufstieg bis 2000 weitergehen würde. Ich habe in der damaligen Nationalzeitung aus Basel eine Kritik geschrieben über Kneschaurek-Perspektive. Darauf hin hat Kneschaurek in der Finanz und Wirtschaft geschrieben, es sei schade für die Zeit, sich mit mir abzugeben, was mich wiederum nicht gestört hat. Es muss sich niemand mit mir abgeben. Bruno Fritsch von der Vereinigung für Zukunftsforschung hat in der Finanz und Wirtschaft in einem Leserbrief meine Position verteidigt.

**Durch diese Beiträge sind Sie in Kontakt mit der Vereinigung für Zukunftsforschung gekommen?**

Genau, so kamen wir in Kontakt. Bruno Fritsch hat mich dann in den Vorstand der Vorstand der Vereinigung für Zukunftsforschung genommen. 1980 wurde ich dann Präsident. Das war immer anregend und interessant.

**Über welche Themen wurde diskutiert?**

Eigentlich immer wieder um dieselben: Die Entscheidungssysteme auf Bundesebene waren damals zum Beispiel aktuell, und auch darüber wurde ja schon während den Sechszigerjahren diskutiert. Sie sehen, wie lange solche Themen aktuell sind und nichts passiert. Auch zum Thema «Landesverteidigung 2010» haben wir eine Tagung durchgeführt. Ich habe danach 1986 einen Sammelband veröffentlicht. Es wiederholt sich alles. Und da soll man begeistert sein von diesem unfähigen politischen System.

**Welche Positionen vertraten Sie damals?**

Ich habe 1985 ein Buch über die Schweiz im Jahr 2000 geschrieben. Darin habe ich prognostiziert, dass der Sonderfall zu Ende sein wird. Woher hätte ein neuer Wachstumsschub kommen sollen? Es wurde überhaupt nichts restrukturiert. Es gibt nicht eine nennenswerte Reform bis heute. Anfangs Neunzigerjahre begann man über Wachstumsschwäche zu sprechen, neuerdings erst nach der Stagnation und der Immobilienkrise.

### **Das war auch die Zeit, als Japan in seine Dauerrezession geriet.**

Ich erinnere mich gut daran, als ich 1989 in einer Fachzeitschrift las, dass Japan in eine Krise geraten könnte. Aber das hat damals kein Mensch geglaubt.

Japan glaubt, es habe das beste System der Welt, aber das ist eine Glaubenssache. Wer glaubt, denkt nicht, und folglich denkt er auch nicht über Reformen nach, denn sonst ist er ein Nestbeschmutzer.

### **Das Land ist natürlich auch nach dem zweiten Welt zwangsdemokratisiert worden...**

...und das alte System ist so weitergeführt worden. Es gibt dort keine Liberalisierung. Dazu kommt die absolute Überalterung der Bevölkerung, die Staatsschulden. Ein klassischer Fall für eine Währungsreform.

### **Geraten westeuropäische Länder auch in dieses Fahrwasser?**

In eine Stagnation? Ja, durchaus, das ist denkbar. In den Neunzigerjahren hiess es oft, dass die USA und Westeuropa zum japanischen Fall werden, aber das ist nicht eingetroffen. In den USA zumindest werden Anpassungsprozesse mit aller Brutalität durchgeführt.

### **Wie Nike in der Werbung sagt: Just do it.**

Genau. Man muss dabei jedoch nicht nur die Kosten der Nichtanpassungsprozesse sehen, sondern auch jene der Anpassungsprozesse. Auch das erfordert seinen Preis. Zu Westeuropa: Jetzt sind wir halt in der Finanzkrise. Kürzlich habe ich gelesen, dass es nach drei bis fünf Jahren kein Wachstum gibt. Wenn jetzt von einer starken Erholung die Rede ist, dann ist das reines Wunschdenken. Die grossen Verlierer bei Staatsbankrotten sind die Banken, denn die halten den Schrott. Wenn die Banken in Gefahr geraten, müssen die Staaten wieder einspringen. Aber Sie wissen ja, wer das sagt, gilt als Pessimist. Aber Optimisten sind Leute, die schlecht informiert sind. Sie buchen nur die Einnahmen, nicht die Ausgaben.

### **Haben Sie schon während den Achtzigerjahren pessimistische Zukünfte gesehen?**

Ich habe 1979 das Buch «Wohin treibt die Schweiz?» geschrieben – damals ein Bestseller. Damals habe ich die Entwicklung der Entwicklung der Nachkriegszeit analysiert. Die Schweiz hat Italiener geholt, produziert und geliefert. Aber es gab keine Innovation. Um 1974 und 1976 haben wir 500'000 Arbeitsplätze verloren, 80% davon waren Ausländer, die nach Hause gegangen sind. Deshalb hatten wir 1976 Vollbeschäftigung. In jenem Buch habe ich die Notwendigkeit von wirtschaftlichen Reformen und auch langfristige Trends behandelt.

### **Wie zum Beispiel?**

Nach dem Einbruch der Siebzigerjahre hat eine neue Phase der Weltwirtschaft angefangen hat; die Globalisierung. Aber ich habe auch politische Themen behandelt, ein Kapitel hat geheissen: Die Kantone fürchten die Schweiz. Wir sind ja ein Konglomerat von Kantonen. Wir haben nicht einmal einen Binnenmarkt. Der Kaminfeger mit einem eidgenössischen Diplom darf nur hier putzen, nicht in der nächsten Gemeinde. Und dies alles ist möglich, weil der Bund es subventioniert. Und da spricht man noch von Steuerwettbewerb. Denken Sie an Obwalden: Bei diesem Kanton stammen 53% der Einnahmen aus der Bundeskasse. Das hat doch mit Wettbewerb überhaupt nichts zu tun.

### **Sehen Sie Gemeindefusionen als Lösung?**

Auch über dieses Thema haben wir schon während den Sechzigerjahren gesprochen. Es ist ein weiterer Ladenhüter. Die Lösung wäre einfach: Wenn Bund und Kantone Gemeinden nicht mehr finanzieren würde, dann müssten sie fusionieren.

### **Mit dieser Aussage machen Sie sich vermutlich nicht nur Freunde.**

Ich bin für die Verfassung von Napoleon aus dem Jahr 1803: Die Schweiz wird von Bern aus regiert und es gibt fünf oder sechs Regionen. Aber mit solchen Ideen kommt man beim Establishment ja nicht nur gut an.

### **Womit beschäftigen Sie sich gegenwärtig.**

Zur Zeit schreibe ich erneut ein Buch «Wohin treibt die Schweiz?», also mit demselben Titel wie einst. Die Gliederung besteht bereits. Zuerst schreibe ich über die Erfolgsgeschichte, aber die hört 1914 auf. Heute noch sagen Bundesräte, wir verdanken unseren Wohlstand der direkten Demokratie und dem Föderalismus, aber genau das haben wir nicht gehabt, als wir erfolgreich waren. Damals hatten wir Majorzwahlen und sieben radikale Bundesräte aus einer einzigen Partei. Jetzt habe ich grad ein Kapitel geschrieben mit dem Namen «Ausverkauf der Wirtschaft». Zahlreiche Firmen gehören heute internationalen Konzernen. Es wird doch alles ins Ausland verkauft.

### **Wohin führt die Entwicklung?**

Wir haben nicht genügend qualifizierte Arbeitskräfte, weil wir die Ausbildung sträflich vernachlässigt haben. Deshalb haben wir die starke Einwanderung. Dann kommt das Kapitel «Niedergang der Landesverteidigung», wobei wir schon jetzt keine mehr haben. Dann schreibe ich, dass es nicht nur öffentliche Schulden gibt: Wir haben ja die höchsten Hypothekarverschuldung der Welt in Prozenten vom BIP. Es sind 154%, der nächste ist unter hundert. Ich werde dann zeigen, wie es weitergeht, wenn es keine Reformen gibt. Dann «Aufstieg und Fall des Bankheimnisses», «Finanzplatz als Klumpenrisiko», «in der EU-Falle».

### **Könnten Sie letzteres noch präzisieren?**

Denn das mit der Freiheit ist ein reiner Mythos. Die Freiheit ist mit Napoleon in die Schweiz gekommen. Vorher hatten wir hier interne Kolonien: Thurgau, Aargau und Waadt. Vorher gab es keine direkte Demokratie. Das waren feudalistische Gesellschaften. Es ist dummes Geschwätz mit der ältesten Demokratie der Welt.

### **Auch damit dürften Sie in einigen politischen Kreisen anecken.**

Das Schweizer System ist blockiert. Eine AHV-Sanierung zum Beispiel kommt bei uns nie durch, weil es dann Referenden gibt gegen die Beitragserhöhungen und gegen Leistungskürzungen. Im Ausland kann man das innerhalb von drei Tagen realisieren.

### **Sind wir zu basisdemokratisch?**

Natürlich. Der Volkswille ist unberechenbar. Es ist die Willkür der Mehrheit. Wir haben keine Bremse installiert. Deshalb bin ich gegen direkte Demokratie auf Bundesebene. Ich habe das schon geschrieben, und dann hat mich ein Kritiker als «liberaler Antidemokrat» bezeichnet. 1933 gab es zwei Finanzprogramme zu Steuererhöhungen. Da hätte man ein Referendum abhalten müssen und hat das nicht gemacht, weil die Vorlage nicht den Gefahren der direkten Demokratie ausgesetzt werden dürfte.

**Wenn's hart auf hart geht, wird die direkte Demokratie also einfach umgangen.**

Natürlich, während dem zweiten Weltkrieg wurden die Wehrsteuer und Warenumsatzsteuer wurden einfach eingeführt. Aber wer solche Dinge sagt, macht sich nicht nur Freunde. Da macht man nirgendwo Karriere. Ich hatte das Glück, an einer Universität tätig zu sein, und auch dort versuchte man, mich zum Verschwinden zu bringen, allerdings ohne Erfolg. So schreibe ich jedes Jahr ein Buch, ich habe ja Zeit.

**Was motiviert Sie?**

Vielleicht möchte ich denen zeigen, die mich immer ausgeschlossen haben, dass ich nach wie vor existiere.

**Sie polarisieren gerne, was Ihnen Medienpräsenz verleiht.**

Ich werde auch dafür sorgen, dass dies so bleibt. Bereits 1975 habe ich in der NZZ nach den Wahlen geschrieben, weshalb die CVP niedergehen werde – was jetzt ja eintrifft. Sie können sich vorstellen, wie ich mich damit in der Universität Freiburg Feinde gemacht haben.

**Die Themen gehen Ihnen scheinbar nicht aus.**

Es gibt Probleme zu genüge. Hätten wir sie nicht, dann bräuchte ich keine Bücher zu schreiben, sondern könnte mit dem Papier gleich den Kamin anfeuern.



**Walter Wittmann**

Walter Wittmann (\*1935) ist emeritierter Professor für Finanzwirtschaft und Schweizerische Wirtschaftspolitik an der Universität Freiburg. In den Siebzigerjahren wurde er Vorstandsmitglied der Schweizerischen Vereinigung für Zukunftsforschung, während den Achtzigerjahren Präsident. Er ist Autor zahlreicher Bücher, so zuletzt «Staatsbankrott» (2010).

# VERANSTALTUNGEN

## *8. Sommertage Getränkewirtschaft*

### «Die Zukunft des Erfolgs: Neue Perspektiven für die Getränkemarkte 2015»

24. bis 26. August 2010

Hotel Hilton, Berlin

[www.lz-net.de/freieressorts/aktion/sommertage/anmeldung.prl](http://www.lz-net.de/freieressorts/aktion/sommertage/anmeldung.prl)

[www.gdi.ch/sites/default/files/events/STGW\\_Programm\\_2010.pdf](http://www.gdi.ch/sites/default/files/events/STGW_Programm_2010.pdf)

## *60. Internationale Handelstagung*

### «Simplicity – Wie man aus weniger mehr macht»

Speakers: Douglas Rushkoff, Göran Roos (Intellectual capital Services Ltd.), Sam Keller (Foundation Beyeler) und David Bosshart (GDI)

9. und 10. September 2010

GDI – Gottlieb Duttweiler Institut, Rüschlikon ZH

[www.gdi.ch/de/iht2010](http://www.gdi.ch/de/iht2010)

## *15. Deutscher Trendtag*

### «Flow Control – Selbstbestimmung statt Systemkontrolle»

Key-Note-Speaker: Manuel Castells

15. September 2010

Bucerius Law School, Hamburg

[www.trendtag.de](http://www.trendtag.de)

## *«2. Frankfurter Zukunftsnacht»*

Referenten: noch offen

17. Oktober, 19 Uhr

Haus Metzler, Frankfurt am Main

[www.frankfurter-zukunftsrat.de](http://www.frankfurter-zukunftsrat.de)

## *7. Swiss Leadership Forum*

### «Leistungsgrenze – Führen in Ausnahmesituationen»

Martin Vollenwyder (Stadtrat in Zürich), Aurelia C. K. Frick, Aussenministerin Liechtenstein, Reinhold Messner (Alpinist), Andreas Meyer (CEO SBB)

4. November 2010

Lake Side Casino, Zürich

[www.leadershipforum.ch](http://www.leadershipforum.ch)

## *SAGW*

### «Auf dem Weg zu einer Generationenpolitik»

18. November 2010, ganzer Tag

[www.sagw.ch/de/sagw/veranstaltungen.html](http://www.sagw.ch/de/sagw/veranstaltungen.html)