

Misstraut den Experten

Würden Sie von sich behaupten, dass Sie nie sterben werden? Wäre verweigen, ein Mensch, der es tut, entweder entsetzlich dumm oder bis zum Abwinken arrogant – gleichwohl taten dies viele und tun es immer noch.

Nur, dass sie nicht sagen, sie selbst, sondern das Gedruckte würde nie sterben. Es waren und sind durchaus führende Köpfe der Branche; Unternehmer, CEOs großer und größter und bedeutender Betriebe, Hersteller; es sind Verbandsfunktionäre, Redakteure, Berater ... kurzum, es sind alle, die Angst davor haben, dass sich der Boden unter ihnen als dunkles Loch auf-tut.

Sie beschwören das Papier als ewig (zu „bezahlbaren“ Preisen), sie glauben fest an die Faszination des Gedruckten. Das ist so sinnvoll, wie an die Faszination des Pferdes oder einer klösterlichen Askese zu glauben und zu meinen, von solchem ginge jeweils ein Reiz aus, der die Menschen gar nicht auf die Idee brächte, anders leben zu wollen. Allein, wir reiten heute nicht mit dem Gaul, wir fahren mit dem Auto. Wir fasten nicht, wir vollen und fressen, saufen und wechseln Partner wie die Hemden. Und statt zu lesen, schauen wir ins Internet. Basta.

Denn wenn es ein deutliches Zeichen für die Sterblichkeit der Idee, Informationen, so sie denn als „Wissen“ deklariert werden kann, vor allem zu drucken, ist wohl diese, die Spiegel Online heute verbreitet:

Den Klassiker gibts künftig nur noch online Wer Wissen sucht, stöbert längst nicht mehr in einer Bibliothek und genießt den Duft von muffigem Buchpapier. Das hat offenbar auch der Hersteller einer der traditionsreichsten deutschsprachigen Enzyklopädien erkannt: Der Brockhaus-Verlag rechnet für das vergangene Geschäftsjahr mit Millionenverlusten im klassischen Nachschlagewerk-Geschäft. Deshalb war die aktuelle Ausgabe der Brockhaus-Enzyklopädie "voraussichtlich die letzte", sagte ein Verlags-sprecher dem "Handelsblatt". Der Verlag will sich selbst nun mit einer regelrechten Web-Offensive retten: "Die Marktanalysen zeigen eindeutig, dass die Kunden künftig Sachinformationen in erster Linie online nachschlagen werden", heißt es in einer Pressemitteilung. Deshalb wurde bereits im vergangenen Jahr die Brockhaus-Redaktion in Leipzig in eine reine Online-Redaktion umgewandelt. Größtes Kapital des Wissensanbieters wird dabei wohl sein guter Name: "Brockhaus online liefert relevante und geprüfte Informationen aus allen Wissensgebieten", verspricht die Redaktion und gestattet sich weitere Seitenhiebe in Richtung kostenloser Mitmachlexika wie Wikipedia: "Der aktuelle Schritt zum werbefinanzierten Modell ermöglicht es allen Menschen, am relevanten, nicht manipulierbaren Brockhaus-Wissen teilzuhaben." Für Herbst 2008 sei ein werbefreies und kostenloses Online-Angebot für Schulen geplant, "damit auch die Schüler und Lehrer im Unterricht auf sichere Informationen zurückgreifen können".

Muss man denn wirklich noch im Jahre 2008 des Herrn und im Jahre 14 des konkret populistisch genutzten Internets hinzufügen, dass der Brock-

haus ein besonders schmerzliches, aber keineswegs ein singuläres Beispiel für ein Wandel ist, der viel stärker konzeptionell diskutiert und erforscht werden muss als bisher. Denn Finanzierungsmodelle für Online-Medien liegen weit und breit noch nicht in tragfähiger Form und Menge vor. Das ist in der Tat das schwarze Loch, in das derzeit einer nach dem anderen fällt !