



Von Dr. Florian Langenscheid

Genuss und Geschwindigkeit vertragen sich nicht

Der Mensch im 21. Jahrhundert – Zwischen Buch und Internet

IM WORTLAUT



Für den Verleger und Publizisten Dr. Florian Langenscheid gibt es keine Krise im Buchmarkt. In einer Branche, die über 30 Jahre von beständigen Zuwachsraten gelebt habe, könnten gerade mal ein bis zwei Prozent Minus in diesem Jahr keinen Anlass zur Schwarzmalerei sein. Es komme vielmehr darauf an, die Situation genau zu analysieren, die Chancen zu erkennen und zu handeln. Langenscheidt: »Wir sind doch Unternehmer, um das Umfeld zu prägen, uns vom Umfeld abzuheben, anstatt darüber zu klagen.«

Dr. Florian Langenscheid hielt auf dem Technologie-Forum von MAN Roland in Augsburg einen bemerkenswerten Vortrag, den wir hier in Auszügen wiedergeben.

Am Anfang war das Wort – gesprochen, gehört, geschrieben, gelesen! Das Lesen als die vierte der kommunikativen Fähigkeiten ist Fenster zur Welt und zu uns selbst. Es erschließt innere Bilderfluten und Kosmen individueller Vorstellungskraft, erzieht zu Mündigkeit des Urteils und zu eigenständiger Reflexion. Es eröffnet komplexe Wissensräume und Bildung im humanistischen Sinne, schafft ganzheitliches Verstehen und Wissen um Zusammenhänge und Zwischentöne. Es inspiriert zu Kreativität, da es zwischen und hinter den Pinselstrichen der Sätze Leerräume lässt, die es mit Fantasie auszumalen gilt. Es lässt uns mitlieben und -leiden, überrennt die Grenzen unserer Beschränktheit und lässt unsere Seelen reisen. Es ist das Abenteuer im Kopf, das wir umso dringender brauchen, je abgesicherter und vorhersehbarer unsere Existenz in einer hoch zivilisierten Welt geworden ist.

Weil das Lesen etwas so höchst Persönliches ist, sollten wir uns über jeden freuen, der liest – und nicht gleich über die Schulter schauen und urteilen. Natürlich sind Eltern, die mit Karl May und Enid Blyton groß geworden sind, ein wenig besorgt, wenn die Kinder nur Comics, Rekordbücher, Fotoromane, »Bravo Sport« und »Screen Fun« lesen. Natürlich sind die geisteswissenschaftlich Gebildeten unglücklich über die Tatsache, dass angesichts von Windows-Ästhetik und Hyperlinks die Fähigkeit zum linearen



Lesen langer Texte verloren geht und auch im Printbereich der Trend zu Häppchenkost mit viel Visualisierung und Entertainment unübersehbar ist.

War früher alles besser?

Aber lasst uns nicht wie unsere eigenen Eltern sein und behaupten, früher sei alles viel besser gewesen! Das war es nicht, wie jeder frische Blick in die geliebten Bücher aus der Jugendzeit beweist. Und wichtiger noch: Die Tatsache, dass überhaupt weiter gelesen wird, zählt! Die Auswahl der Texte müssen wir den Lesern und Leserinnen schon selbst überlassen.

Wer hätte gedacht, dass die Erzählungen einer arbeitslosen Lehrerin aus Großbritannien über einen Zauberschüler, 500 Millionen mal verkauft, hunderte von Millionen Leser in ihren Bann ziehen könnten und die Autorin zur drittreichsten Frau Englands machen würden? Viele Verlage lehnten Harry Potter ab. Und jetzt haben wir einen neuen Klassiker und die unerhörte Situation, dass Zwölfjährige um Mitternacht vor Buchhandlungstüren stehen, um den neuen Band zu ergattern. Momentan wäre sicherlich die bestmögliche Leseförderung, jedem 10- bis 11-Jährigen ein Kapitel aus einem neuen Harry-Potter-Band als Geschenk in die Hand zu drücken

Dr. Florian Langenscheid war viele Jahre lang Verleger von Nachschlagewerken und ist heute Autor, TV-Moderator und Internetinvestor.

mit dem Hinweis, dass es sich um einen Auszug handelt und in jeder guten Buchhandlung der Gesamtband erhältlich sei. Deshalb Vorsicht mit Werturteilen aus der eigenen Bildungsgeschichte, denn es könnte passieren, dass sich die normale Ablehnung der Welt der Eltern durch die nächste Generation auf das Lesen selbst überträgt – und das wäre fatal.

Lesen ist aktuell

Lesen als solches nämlich ist aktuell und angesagt wie eh und je, nur eben ein anderes Lesen in anderen Kontexten. Ob Horror- oder Liebesroman, Computer- oder Sportzeit-schrift, Chatten oder Surfen im Netz,



Managementsimulation am PC oder SMS auf dem Handy – der Leseanlässe sind viele, manche erhaben und manche trivial, manche nützlich und manche nur unterhaltend. Aber gelesen wird überall, und wie!

Professor Klaus Ring von der Stiftung Lesen behauptet zu Recht: »Der Führerschein für die Datenauto-bahnen der Zukunft wird durch das Lesen erworben.« Allerdings ist es wie beim Autofahren: Lernen muss man es, und dafür sind Eltern, Schule und Medien gleichermaßen verantwortlich.

Dass wir in einem hoch zivilisierten Land wie Deutschland laut UNESCO drei bis vier Millionen Analphabeten haben, ist ein Skandal.

Doch wo und wie nehmen wir lesend Information auf, welcher Medien bedienen wir uns dabei? Wie stillen wir unseren Wissensdurst in der Morgendämmerung des dritten Jahrtausends?

Wie schnell mit was zum Ziel des Wissens?

Gehen wir – das sei einem Verleger von Lexika und Wörterbüchern nachgesehen – dieses Thema doch am Beispiel des gezielten Nachschlagens auf der Suche nach Antwort auf eine ganz bestimmte Frage an und organisieren ein kleines informelles Formel-1-Rennen, ganz privat, ohne Karambolagen und Motorengeheul.

Alle reden von Geschwindigkeit, von »Real time«, von der Überhitzung der globalen Zeitspirale. Deshalb wollen wir ganz einfach mal wissen, wie lange es dauert, durch Kurven-gewirr und Schikanen hindurch zum Ziel des Wissens zu kommen. Im Feld stehen drei Wettbewerber, die aus heutiger Sicht die drei Hauptvehikel darstellen, die wir zum Nachschlagen verwenden können: das gute alte Buch, der wichtigste aktuelle Offline-Digitalspeicher, die CD-ROM bzw. DVD, und das Internet, dessen Visionäre »Information at your fingertip« versprechen.

Verblüffende Zeitnahme

Wo ist der Startpunkt für dieses Rennen? Die Bibliothek ist meistens im Wohnzimmer, der PC am Arbeitsplatz – daher entscheidet sich der Rennleiter für den Hausflur als den fairsten Ausgangspunkt. Und noch eine Frage ist zu klären: Die Position des Buches dürfte dem Wissenspiloten klar sein; doch CD-ROMs sucht man meistens lange in chaotischen Stapeln: Zugunsten der neuen Medien wird festgelegt, dass die CD-ROM durch Zufall schon im Laufwerk des PCs wartet und die Internetadresse in der Bookmark-Liste aufgeführt ist.

Also los. Warm-up-Runde, Kurven-training und die Frage, welches Wissen eigentlich anzueignen sei. Na, eindeutig das Stichwort »Enzyklopädie«: Gewinner wird sein, wer zuerst im entsprechenden Stichwort das relevante Wissen aufsaugt.

Und da ist das grüne Licht – ich selbst gespannt über den Ausgang des Experiments, renne ins Wohnzimmer zur Brockhaus-Enzyklopädie, greife Band 6 und lese mich fest in die »Grundlehre aller Wissenschaften und Künste«. Wie lange hat es gebraucht? 23 Sekunden.

Dann das relativ neue Medium, die CD-ROM oder DVD: hier zum Beispiel der Brockhaus multimedial im Laufwerk. Der Rennfahrer sprintet zum Arbeitsplatz, bootet den Computer, kurvt durch zwei Schikanen in die CD-ROM und dort in den A-Z-Teil und liest über universelle Bildung nach. Ergebnis? 2 Minuten und 32 Sekunden. 6,6-mal so lange wie das Buch. Erschüttert schweift der Blick in die Ferne – da meldet sich Protest vom Leiter des Rennstalls: Normalerweise sei der PC ja in Betrieb, deshalb stelle das Verfahren eine Benachteiligung dar. Also lässt man extra stoppen, wie lange es mit angeschaltetem PC gedauert hätte: 79 Sekunden, also immer noch mehr als dreimal so lange wie das Buch ...

Und nun das neueste Medium: das Internet. Sage und schreibe 4 Minuten und 8 Sekunden dauert es, bis der Autor in einem der Nachschlagewerke im Internet das Stichwort Enzyklopädie gefunden hat – nach dem Einwählen zum Provider, Aufrufen des Browsers und ähnlichen Schikanen. Also mehr als zehnmals so lange wie beim Buch! Und nach dem zu erwartenden Protest, meistens sei man beim Wissenswunsch ja schon im Netz unterwegs, das ebenfalls nicht zu erwartende Ergebnis einer weiteren Messung: Selbst dann hätte es 57 Sekunden, also mehr als doppelt so lange gedauert. Und dabei – so der Rennleiter – habe man bei diesem Medium ja sogar noch Glück gehabt. Denn im Gegensatz zum Buch und zur CD-ROM: Wie oft bräche das System wegen Überlastung zusammen oder man bliebe irgendwo hängen!

Champagner für alle

Welches Staunen beim Blick auf das Siegtreppchen: Alle drei Wettbewerber spritzen zwar mit Champagner herum, denn alle leisten sie wichtige Beiträge zur Bewältigung

der Anforderungen der modernen Wissensgesellschaft an uns Bürger, aber Sieger ist doch ohne jede Frage am angeblichen Ende der Gutenberg-Galaxis genau das von diesem Herren im 15. Jahrhundert entwickelte Medium geworden: das Buch. Bravo!

Warum? Weil ein Buch keine Hardware braucht für den Weg ins Hirn des Lesers. Es ist losgelöst von Techniken, ist unempfindlich gegenüber Viren, stürzt nicht ab und ist jederzeit betriebsbereit. Es ist handlich, preisgünstig und haltbar. Und keine Hard- oder Software verhindert den Gebrauch im Jahr 2037 oder 2288. Schauen wir doch mal in Disketten von Homecomputern aus den 80er-Jahren. Schon heute können wir sie noch nicht einmal mehr öffnen! Eine CD-ROM kann man nicht aufschlagen. Ein Buch nimmt man – und zwar in der ganzen Welt – in die Hand, riecht es, fühlt es und blättert es durch ohne irgendein Hilfsmittel.

Bücher haben Seele!

Der Benediktinermönch Trithemius war es, der angesichts der guten-burg'schen Erfindung des Buchdrucks vor dem Auraverlust warnte: Würden Texte nicht mit der Hand abgeschrieben, könne man kein persönliches und emotionales Verhältnis zu ihnen gewinnen. Er täuschte sich.

Bücher haben Seele! Sie sind Versicherungen gegen Wissenslücken; sie sind immer da; geduldig warten sie auf den, der sie braucht. Immer und ohne technische Abhängigkeit oder Alterung. Und sie sind sichtbar, weisen ihren Besitzer aus als zugehörig zur Welt der Gebildeten und Kultivierten, sind unverzichtbare Bausteine gepflegter westeuropäischer Wohnkultur.

Bücher sind schön. Sie sind aus Leder und Papier, Pappe und Leinen. Sie flimmern nicht. Sie fühlen sich gut an und sind das Ergebnis einer jahrhundertelangen gesellschaftlichen Anstrengung und Optimierung. Kein Wunder, dass die neuen digitalen e-Books aus Kalifornien möglichst viele dieser Qualitäten übernehmen wollen: Satzspiegel, Material, Typografie und Proportion. Besser kann man es einfach nicht machen!

Weder gut noch schlecht

Und die CD-ROM? Sie ist als Medium erwachsen geworden. Sie bietet Inhalte aus unterschiedlichsten Bereichen in jeder Art von Aufbereitung, Ernsthaftes wie Komisches, Belehrendes wie Unterhaltsames, Fortbildendes wie Entspannendes, Nützlichendes wie Überflüssiges. Sie ist vielseitig wie die Printmedien, nur mit ganz anderen Stärken und Schwächen. Per se ist sie weder gut noch schlecht, sondern immer nur im Verhältnis zum Bedarf und zu den Erwartungen des Benutzers. Sie ist weder Allheilmittel noch Sackgasse, sondern stellt sich inzwischen mit einer gewissen Selbstverständlichkeit neben all die anderen Medien, zwischen denen wir alltäglich auswählen. Und hat dort ihren festen Platz gefunden, der im Marktvolumen allerdings kleiner ist, als vor mehreren Jahren angenommen. Warum? Weil viele Menschen mit der Interaktivität überfordert sind und sich lieber passiv berieseln lassen. Weil zu viele CD-ROMs im Rahmen von Bundling Deals kostenlos vergeben werden. Und weil zu häufig von den Produzenten auf oberflächliche Gloureffekte gesetzt wurde, die im Alltag den Nutzwert nicht erhöhen. Analysiert man die CD-ROM-Bestsellerlisten, stellt man schnell fest, dass – neben den Spielen – jene Titel ganz oben liegen, die an gewohnte Wissensbedürfnisse anknüpfen und ganz solide durch Schnelligkeit der Recherche und komfortable Suchoptionen überzeugen: die Telefonbücher, das Kursbuch, Steuer- und Sparhilfen, Atlanten und allgemeine digitale Nachschlagewerke und Lexika.

Just in Time

Soweit zum Offlinebereich. Doch einige munkeln schon, er hätte keine Zukunft angesichts der Vision des Information-Superhighways, auf dem wir uns alle Information, Interaktion, Bildung und Unterhaltung von zu Hause aus »Just in time« (und nicht »Just in case«) beschaffen können.

Das ist schwer zu glauben. Je mehr Teilnehmer sich immer komplexere Datenpakete online holen, desto unerträglicher werden – selbst bei ver-

besserten Datenübertragungsmöglichkeiten – die Netzüberlastung und die entsprechenden Wartezeiten. Das lässt einen klaren Bedarf an ständig verfügbaren Offlineprodukten entstehen. Außerdem: Multimedialität ist bei Onlinediensten noch fern, die sich aus Gründen der Übertragungsgeschwindigkeit momentan eher visuell einschränken müssen. Und: Onlinedienste sind leider nach wie vor teuer!

Kategorie »Nicht mehr«

Wovon am Anfang des dritten Jahrtausends gregorianischer Zeitrechnung trotzdem alle sprechen wie von einem Heilmittel für alle globalen Probleme, ist der Information-Superhighway.

Aus Nutzersicht lässt sich der Information-Superhighway in der Kategorie des »Nicht mehr« definieren. Ich muss »nicht mehr« ins Reisebüro, denn ich kann die Reise online mit visueller Information über Reiseziel und Hotel direkt vom Wohnzimmer aus buchen. Ich muss »nicht mehr« zweimal in die Bibliothek, um ein Buch auszuleihen, aus dem ich doch nur einen Teil brauche, sondern hole mir das mich interessierende Kapitel direkt online auf den Bildschirm. Ich brauche bestimmte lästige Geschäftsreisen »nicht mehr« anzutreten, denn es gibt Teleconferencing. Ich muss »nicht mehr« in die schmutzige Videothek, um mir einen Film zu holen, denn es gibt Video-Jukeboxes, in denen ich mir Filme nach Bedarf auf den Fernseher holen kann. Und ich muss »nicht mehr« (und das ist eine Killer-Applikation) zur Bank, da ich von zu Hause aus überweisen und Einblick in mein Konto nehmen kann. Ich brauche bestimmte kurze, funktionale Briefe »nicht mehr« zu schreiben, in den Umschlag zu stecken und zu frankieren – es gibt e-Mail. Ich muss das Kinoticket »nicht mehr« kompliziert telefonisch bestellen und eine halbe Stunde vor Anfang des Films an der Kinokasse abholen, sondern bestelle es online direkt. Ich muss »nicht mehr« stundenlang Immobilienanzeigen durchschauen, obwohl mich nur eine einzige helle Dreizimmerwohnung bis 500 € monatlich interessiert, sondern gebe die drei Parameter als Suchbefehle in das

Internetangebot meiner Zeitung ein und bekomme in einer Minute die entsprechenden Wohnungsangebote aufgelistet.

Computer statt Schlange

Die Möglichkeiten sind atemberaubend und in der positiven Vision von Bill Gates – etwa dargelegt in seinen Büchern – wird unser Alltag entlastet werden von zahlreichen lästigen Alltagsfunktionen; wir werden mehr Zeit finden für wichtige soziale Kontakte und Aktivitäten. Bill Gates sagt es auf eine sehr einfache Weise: Wo immer er eine Schlange sieht, denkt er, dies könne ein Computer einfacher erledigen. Und wer steht schon gerne in Schlangen? Und kann ich mir Butter und Cornflakes nicht wirklich leichter im virtuellen Supermarkt auf meinem Bildschirm besorgen und am nächsten Tag geliefert bekommen, als umständlich ins Auto zu springen? Die positiven Folgen für betroffene Unternehmen sind enorm: Kein Ladenschluss, keine Schulungsprobleme, keine teuren Mieten, keine Porti, kein Papier, keine Umweltbelastung ...

Das Fenster zur Welt

Das technische Pendant zum gesellschaftspolitischen Konzept des Information-Superhighway ist das Internet. Aus dem einsamen Rechner am Schreibtisch wird das Fenster zur Welt. Inzwischen sind schon weit über 300 Millionen Menschen, Unternehmen und Institutionen (in Deutschland über 25 Millionen) über das Internet weltumspannend verbunden. In ein paar Jahren werden es – geht das Wachstum so weiter – weltweit weit über eine Milliarde sein, und sie werden das Internet mobil nutzen können, ob im Garten, in den Bergen oder im Auto.

Das Spektrum der daraus entstehenden neuen unternehmerischen Möglichkeiten mit ihren enormen Chancen, aber auch Risiken für bewährte Strukturen hält die Buchbranche zur Zeit in Atem wie kaum ein anderes Thema.

Das Verhältnis zwischen Verlagen und Bibliotheken als Inhaltsanbieter muss angesichts der globalen Verfügbarkeit virtueller Büchereien im Internet neu definiert werden; die

Lösung des Problems großer Lager mit enormer Kapitalbindung erwarten wir uns vom Printing-on-Demand; plötzlich glauben Autoren, selbst schon Verleger zu sein, wenn sie ihre Werke nur einfach ins Internet stellen; zahlreiche Buchhändler befürchten, ihre klassische Mittler- und Beraterrolle angesichts der direkten Verbindung zwischen Informationsanbieter und -nutzer im Online-Publishing zu verlieren; und neue e-Books und elektronische Papiere werden vorgestellt – mit dem impliziten Versprechen, man brauche nur noch ein Buch fürs Leben und könne sich den Inhalt immer dann daraufladen, wenn man ihn brauche.

Und als ob das nicht genug der Veränderungen wäre: Die ganz großen Nachrichten kommen aus dem Bereich des Internetbuchhandels. Was für eine wunderbare Vision aus Kundensicht, zu Hause aus Millionen von Titeln auswählen zu können und das gewünschte Buch innerhalb von 48 Stunden versandkostenfrei zugestellt zu bekommen! Darüber hinaus einen kleinen virtuellen Agenten auf seine individuellen Interessen hin programmieren zu können, der einem spannende Titel aus 300 Neuerscheinungen pro Tag auswählt und per e-Mail empfiehlt ...

Die Risiken abwägen

Wenn der Information-Superhighway mit der hier nur angedeuteten Fülle von Dienstleistungen und Wissensangeboten allerdings ein kommerzieller Erfolg werden soll, müssen die gerade von der deutschen Bevölkerung betonten Risiken ernst genommen und offensiv angegangen werden. Der Hauptfokus richtet sich hierbei auf folgende Gefahren, deren gesellschaftliche Auswirkungen in der Tat gravierend sein könnten:

- arbeitsmarktpolitische Folgen;
- Entstehung des »gläsernen Menschen« durch absolute Transparenz der Nutzung;
- Verstärkung der Trends zum Cocooning und zur Selbstbezogenheit;
- Aushebelung des Jugendschutzes;
- Überhandnahme der sekundären Realität und damit einhergehend Verlust der direkten Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit;

Der neue Glossar ist da!

Jetzt 4.500 Fachbegriffe.

- ein »Increasing knowledge-gap« (das heißt, dass sich die ohnehin schon intensiven Mediennutzer hier schnell an die Spitze setzen werden und ihr Abstand zur Masse der Menschen eher größer wird als kleiner);
- die Sicherheitsaspekte (von Viren über Hacker bis zum Missbrauch der Kreditkarte);
- eine Überforderung durch Technik (komplexe Adressen, nicht intuitive Benutzerführungen, unnatürliches Mensch-Maschine-Interface).

Tausend mal geklickt

Eines ist – neben den erstaunlichen Ergebnissen unseres anfänglichen Medienrennens – unumstößlich klar: Der Information-Superhighway kann vieles erleichtern und beschleunigen, aber er wird nie das Reisen, die Romantik, die Begegnung, die Sinnlichkeit, die Gefühle und unser aller prall gelebtes Leben ersetzen. Das Salz auf der Haut, die Fischsuppe bei Sonnenuntergang, der sportliche Triumph, der Flirt am Treppenabsatz – all das wollen und werden wir nie aufgeben!

Oder wie es Christian Nürnberger so schön in der Süddeutschen Zeitung schrieb: »Von der virtuellen Pizza wird keiner satt, und die reale, aufwendig übers Internet bestellte Pizza kommt genauso lauwarm und pappig ins Haus wie die telefonisch bestellte.« Und ein Absatz weiter: »Auf Dauer kann den Netsurfern dieser Welt auch kaum verborgen bleiben, dass sie nach stundenlangem Surfen weder Sonne noch Wind noch Wasser und schon gar nicht den Geschmack von Freiheit und Abenteuer abbekommen, sondern nur 1001-mal mit der Maus geklickt haben.«

Fast-Food-Gourmet?

Also ist alles wieder einmal eine Frage von Erwartungshaltungen. Erwarten wir uns vom Internet Unmengen aktueller Daten zu einem Thema, das uns gerade interessiert, ist es ein umwerfend effizientes Medium.

Aber wenn die Mediengeschichte irgendetwas lehrt, dann dieses: Zur Erfassung der Wirklichkeit reicht ein Medium nicht aus; wir brauchen viele. So wie mit Gesundheitsküche, Fast Food und Gourmetgastronomie

drei völlig divergierende Trends unser Ernährungsverhalten prägen, so wie der Fahrradhandel blüht trotz über 45 Millionen perfekter Autos in diesem Lande, so ist es auch bei den Medien. Natürlich gibt es Megatrends wie Digitalisierung, Visualisierung und Miniaturisierung, aber das bedeutet nicht den Tod alles Andersartigen.

Sagte man nicht, das Fernsehen würde das Aus der Publikumszeitschriften bedeuten? Und welches ist heute das größte und profitabelste Segment derselben? Die Fernsehzeitschriften!

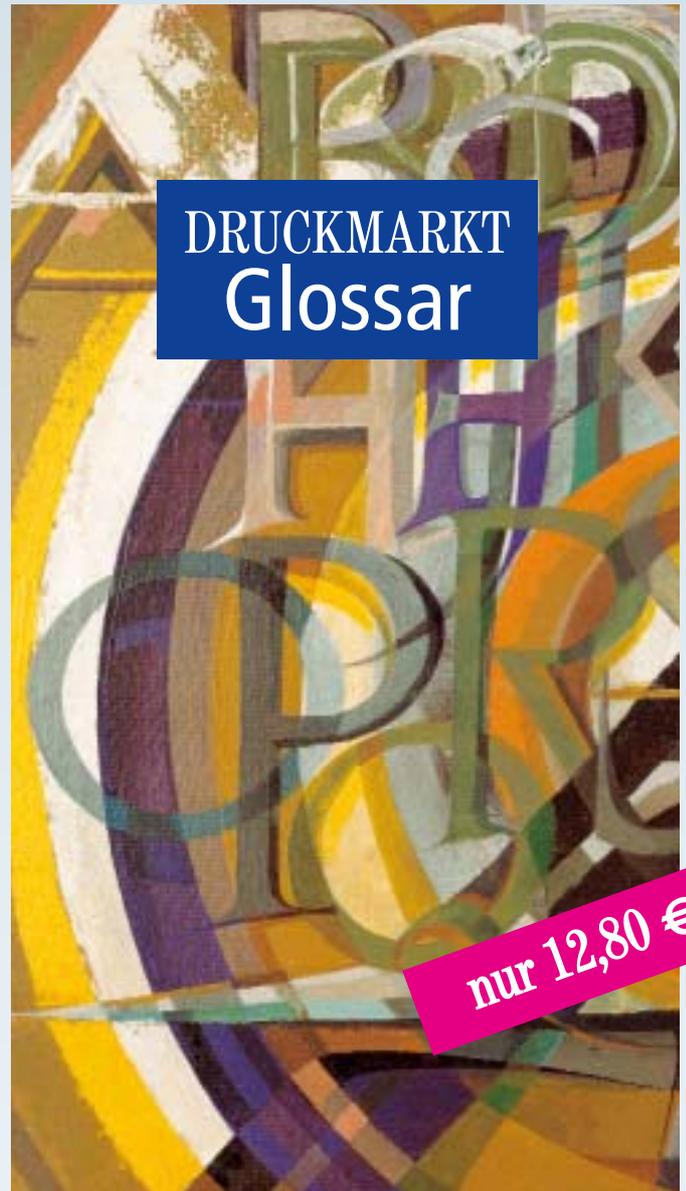
Würde man nicht denken, das Internet mit seinen gigantischen Angeboten sei der Todesstoß für das Buch? Und welches ist die Ware, die sich nach bisherigen Erfahrungen am besten im e-Commerce des Netzes der Netze vertreiben lässt? Gerade das angeblich so veraltete Medium Buch!

Solche Ironien der Mediengeschichte gibt es viele, und alle belegen eines: die Unmöglichkeit eindeutiger Voraussagen.

Sehr schön formuliert es der Gestalter der Jahrtausend-Edition der Brockhaus Enzyklopädie, André Heller: Im Bereich der Zärtlichkeit und der Erotik hätten wir doch in den letzten Jahrzehnten gelernt, dass Geschwindigkeit und Genuss nicht miteinander verträglich seien. Warum müsste man im Bereich der Medien dann alles immer sofort in Sekunden vor sich haben? Wo bliebe der Akt des Suchens, wo bliebe die Vorfreude, die ja häufig besser sei als das, worauf wir uns freuten? Er genösse es sehr, in seiner Bibliothek umringt von schönen Büchern zu sitzen und zu überlegen, ob Gertrude Stein nun bei den Franzosen oder den Amerikanern stehe, in Ruhe die Leiter zu holen, Leinen oder Leder zu fühlen und sich dann mit dem Buch in einen Ledersessel fallen zu lassen.

Surfen und Denken, wir brauchen beides!

Man sieht wieder einmal, die Wirklichkeit ist ein wenig komplexer, als mancher Trendprophet wahrhaben möchte. Am ganzheitlichsten handelt Kristi Scott Thomas als besorgte Mutter in Robert Redfords »Pferdeflüsterer«: Als sie alles über Pferde-



So schnell sich Techniken, Systeme und Funktionen verändern, so schnell entstehen neue Begriffe. Hier ist ein Glossar und Lexikon, das kurz und knapp das Wesentliche erläutert. Englische Grundbegriffe ebenso wie die endlose Litanei spezifischer Abkürzungen aus digitaler Fotografie, Publishing, Multimedia, Druck, Digitaldruck sowie der Computer- und Internetwelt. Ein idealer Begleiter am Arbeitsplatz, bei der Ausbildung, in Schule und Beruf. Kompetent und knackig-kurz, umfassend in der Wortauswahl und branchenübergreifend zugleich.

196 Seiten, Format 11,5 x 29,7 cm. 12,80 € plus Versandkostenpauschale.

Leicht bestellt im Internet: www.druckmarkt.com
oder direkt beim arcus-Verlag: Fax: +49 (0) 26 71-38 50.

Ja, ich will den Glossar! Senden Sie mir _____ Exemplare.

Name _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Datum, Unterschrift _____

Dr. Florain Langenscheid stellt an die Schule des 21. Jahrhundert pointierte Forderungen als Grundlage von Allgemeinbildung und lebenslanger Neugier. Nach seiner Forderung soll die Schule des 21. Jahrhunderts:

- das laterale Denken und nicht die Autobahnen im Kopf fördern;
- Kreativität statt Standardisierung fördern;
- Erfahrung und Wissen durch konkrete Fallbeispiele und Simulationen fördern;
- sich eher nach den Interessen der Schüler als nach starren Curricula (Lehrplänen) zu richten;
- neben dem klassischen Fächerkanon praxisnahe Module zu folgenden Themen bieten: Erziehung, Ernährung, Sexualität, Recht, Versicherung, Bewerbung, Partnerschaft, Umgang mit Geld, Medien, ganzheitliche Gesundheit, Umgang mit Menschen;
- sehr früh an Fremdsprachen heranzuführen;
- die Schüler/-innen ernst in ihren Fragen an das Leben leben;
- stärker auf Teamarbeit denn auf Einzelleistung fokussieren;
- im Rahmen des vorgegebenen Curriculums immer Zeit für Freiräume und Freiarbeit lassen;
- Engagement über den selbstbezogenen beruflichen Erfolg hinaus fördern;
- komplexe Verbindungen ins reale Leben schaffen;
- in engem Dialog mit der Wirtschaft (durch Praktika, Gastvorträge, Führungen...) stehen;
- früh konkretes und praxisnahes Wissen zu möglichen Berufen durch Einbeziehung von Männern und Frauen aus der Praxis vermitteln;
- in enger Partnerschaft mit ausländischen Institutionen und Schulen (Austauschprogramme, Chatrooms, e-Mail-Kontakte etc.) stehen;
- sich bei der Erstellung des Curriculums überlegen, wieviel denn wirklich hängenbleibt, wieviel man wirklich im Alltag braucht und wieviel überhaupt in 25 Jahren noch »wahr« sein wird - und verzichtet daher klug auf Vieles;
- einen Aufsichtsrat von Praktikern haben;
- vernetzt mit der Welt durch vielfältigen Internetgebrauch sein;
- sich dem Wettbewerb mit anderen Schulen stellen;
- Sport auf vielfältigste und nicht nur wettkampforientierte Weise bieten;
- zu Neugier erziehen und kein Nürnberger Trichter sein;
- eher fragen »Was weißt Du noch nicht?« als »Was weißt Du?«
- das Lernen – und zwar lebenslang lehren.

krankheiten und Möglichkeiten der Kommunikation mit diesen edlen Tieren wissen möchte, wälzt sie Nachschlagewerke, liest Ratgeberbücher, durchblättert Fachzeitschriften und scannt das Internet.

Aus der Kombination all dieser Medien erwächst Bildung, die ihr weiterhilft. Surfen und Denken, wir brauchen beides! Für sich genommen ist das Internet eine Million von Antworten auf Fragen, die keiner stellt. Clifford Stoll schreibt in seinem geistreich provozierenden Buch »Die Wüste Internet«, Daten seien so wenig Information wie fünfzig Tonnen Beton ein Wolkenkratzer. Ein weiteres Zitat aus seiner Feder soll meine Ausführungen hier schließen:

»Es geht um den Zusammenhang zwischen Daten, Information, Wissen, Verstehen und Weisheit. Unsere Netze strotzen vor Daten. Etwas davon ist Information. Ein bisschen dessen erscheint als Wissen. In Kombination mit Ideen ist manches davon tatsächlich brauchbar. Unter Hinzufügung von Erfahrung, Kontextbezug, Mitleid, Disziplin, Humor, Toleranz und Bescheidenheit wird Wissen vielleicht zu Weisheit.«

Damit schließt sich der Kreis, und wir erkennen kristallklar einen weiteren Wert gewichtiger Bücher: Bildung, Zusammenhang, Struktur, das große Gefühl, den Blick hinter den Horizont zu erreichen.

Hüterin des Erbes

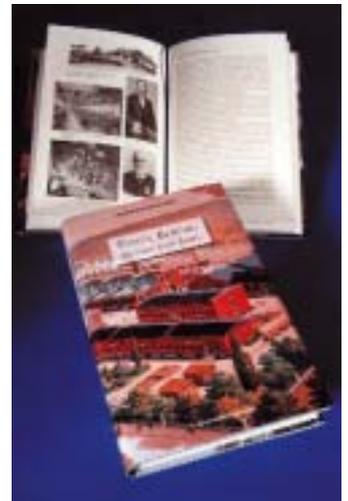
Folgeband zur Romanbiografie über Friedrich Koenig erschienen

REZENSION

Im März 1999 hat der 1817 gegründete Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer AG (KBA) unter dem Titel »Friedrich Koenig – Erfinder der Druckmaschine und Vollender der Gutenbergschen Druckkunst« eine viel beachtete, knapp 500 Seiten umfassende Romanbiografie über den Firmengründer Friedrich Koenig herausgebracht. Nun ist unter dem Titel »Fanny Koenig – Hüterin eines Erbes« ein etwa 230 Seiten umfassender Folgeband ebenfalls in der Form einer Romanbiografie über seine nach dem Tode Friedrich Koenigs im Jahre 1833 erfolgreich als eigentliche Unternehmensführerin agierende Witwe Fanny Koenig erschienen.



Autor beider Werke ist Friedrich Kasischke, der von 1979 bis 1990 die PR-Abteilung bei Koenig & Bauer geleitet hat und sich auch im Ruhestand unermüdlich mit der Industriegeschichte, vor allem der Geschichte von Koenig & Bauer sowie dem wirtschaftlichen und soziokulturellen Umfeld der jeweiligen Zeit beschäftigt.



Die Romanbiografie über Fanny Koenig behandelt den Zeitraum von 1833 nach dem Tod Friedrich Koenigs bis zum Jahre 1901, als Söhne bzw. Enkel des Firmengründers die Geschehnisse der Würzburger Druckmaschinenfabrik prägten. Zentrale Figur der Romanbiografie ist Friedrich Koenigs Witwe (1808 - 1882), die zunächst zusammen mit Friedrich Koenigs Kompagnon Andreas Bauer und später zusammen mit ihren Söhnen Wilhelm und Friedrich mit weiblicher Schläue und Diplomatie, aber auch unternehmerischer Tatkraft die Geschehnisse der Schnellpressenfabrik in die Hand nahm und entscheidend bestimmte. Das Buch kann, so lange der Vorrat reicht, gegen eine Schutzgebühr von 16 € von interessierten Lesern bei der Koenig & Bauer AG, Friedrich-Koenig-Str. 4, D-97080 Würzburg (Tel: 0931/909-4518; Fax: 0931/909-6015) bezogen werden.