Zeitschrift: Arbido

Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz

Band: 15 (2000)

Heft: 4

Artikel: "Auch ich habe die Sprengkraft dieses Mediums zunächst unterschätzt" : E-Mail-Interview mit Internet-Spezialist Andreas von Gunten über AR, BI + DO, die Netze und Arbido

Autor: Gunten, Andreas von / Leutenegger, Daniel

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-768943

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

«AUCH ICH HABE DIE SPRENGKRAFT DIESES MEDIUMS ZUNÄCHST UNTERSCHÄTZT»

E-Mail-Interview mit Internet-Spezialist Andreas Von Gunten über AR, BI + DO, die Netze und ARBIDO
Fragen und Bearbeitung: Daniel Leutenegger

Andreas Von Gunten (vgl. Box) benutzt, propagiert, fördert, kreiert und verkauft Internet-Anwendungen, seit sie für ein breiteres Publikum überhaupt zugänglich sind. ARBIDO hat Von Gunten schon im Jahr 1997 eingeladen, diese Publikation bezüglich Inter- und Intranet kritisch zu begleiten. Es folgte letztes Jahr die Bitte der Redaktion, die Ausgaben 1999 und die Hefte 1–3 des Jahres 2000 besonders aufmerksam zu lesen und zu beurteilen. Zentrale Frage: Wie gehen AR, BI und DO mit Inter- und Intranet um und wie kommunizieren sie dies mittels ARBIDO?

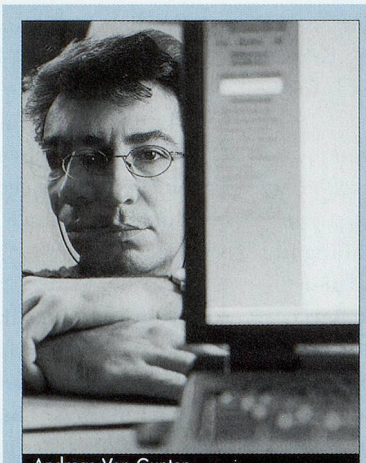
ARBIDO: Sie sind für uns der Inbegriff des rund um die Uhr via alle Medien und Mittel erreichbaren und kommunizierenden jüngeren Menschen im Jahr 2000. Aber: Just als es um dieses Interview ging, waren Sie während längerer Zeit über alle Kanäle, Nummern, Adressen unerreichbar. Wir machten uns wegen der Gewohnheit von soviel jahrelanger täglicher, oft sogar stündlicher Präsenz Ihrerseits sehr bald Sorgen um Ihr Leben (je mehr jemand kommuniziert, desto auffälliger wird das Schweigen); und dann dachten wir, dass wir vielleicht Zeugen des ersten Falles seien, wo ein Mensch förmlich vom Internet in ein womöglich schwarzes Loch weggesogen wird. Was ist passiert? Wie können Sie einen solchen «break» in Ihrer sonst fast 1:1 fliessenden Kommunikation wagen?

Andreas Von Gunten: Ich wurde in der Tat Opfer meiner eigenen Überzeugung. Wie Sie wissen, bin ich ein enthusiastischer Gegner der These, dass der Gebrauch der elektronischen Kommunikationsmittel wie E-Mail, Chat usw. die Menschen vereinsamen lasse. Seit dem 1.1.2000 habe ich unter dem Motto «Das Jahr des Socializings» täglich ein persönliches E-Mail an ca. 70 Menschen, die mich irgendwann in meinem Leben nachhaltig begleitet haben, verschickt. Viele Freunde, die ich in den letzten Jahren nicht oft gesehen habe, gehören zu den Empfängern. Das Echo war überwältigend: jeden Tag mehrere Replys zu meinen oft banalen und alltäglichen Äusserungen, und vor allem: «Hey, wollen wir uns wieder einmal sehen? Wann hast du Zeit?» Diese erfreuliche Entwicklung führte allerdings dazu, dass ich neben meiner starken beruflichen Belastung mehr oder weniger täglich mit einem dieser 70 lieben Menschen einen netten Abend verbracht habe. Als geniessender Mensch war ich dann natürlich einem guten Tropfen Wein zum Essen und einem, zwei Grappa/s nach dem Essen nicht abgeneigt, was definitiv zu einer Überbelastung meines nicht mehr 20-jährigen Körpers geführt hat.

Daneben erleben wir derzeit in unserer virtuellen Firma einen in diesem Ausmass nie erwarteten Boom, so dass ich in der Arbeit zurzeit unterzugehen drohe. Also habe ich mich entschieden, genauso unvermittelt wieder von der kommunikativen Bildfläche zu verschwinden, wie ich aufgetaucht bin. Seit Jahren schon erlaube ich mir, klingelnde Telefone nicht abzunehmen, wenn ich keine Lust auf Unterbrechung meiner derzeitigen Tätigkeit verspüre; dasselbe kann und soll man auch mit E-Mails machen. Nun werde ich meine E-Mail-Serie übrigens wieder für vier Wochen fortsetzen, denn es macht ungeheuer Spass...:-)

Alois Kempf (vgl. Editorial S. 3 und «Korrekturzeichen» S. 15) schreibt, dass es heute in ARBIDO seine regelmässige Rubrik «Netzrauschen» zum Thema Internet nicht mehr brauche, weil Internet längst alltäglich geworden sei. Was sagen Sie dazu?

Ich erlaube mir, hier ganz frech das Gegenteil zu behaupten. Es sieht zwar so aus, als ob das Internet alltäglich geworden sei. Ich kann nicht beurteilen, ob dies in der Gilde der professionellen Informationsverarbeiter tatsächlich der Fall ist, gehe aber davon aus, dass dem nicht so ist. Denn nicht einmal in


Andreas Von Gunten.
Foto: Mike Frei R. Zürich

ANDREAS VON GUNTEN

zvg. Andreas Von Gunten, Jahrgang 1968, lebt und arbeitet im Cyberspace und in der Berner Altstadt. Er hat mit der 1998 gegründeten *PARX AG* gemäss deren Eigenwerbung «die erste 100% virtuell organisierte Internet Consulting Firma» aufgebaut, «die auch wirklich funktioniert». Die PARX AG besteht mittlerweile aus einem Team von 55 Mitarbeitenden und will im dritten Jahr ihres Bestehens bereits über 3 Mio. CHF. Umsatz erwirtschaften. Die PARX-Gruppe konzipiert, entwickelt und erstellt *sophisticated Webapplikationen* wie z.B. das grösste Gesundheitsportal in Deutschland *(www.gesundheitscout24.de)* oder den Krawattenshop von Kurt Aeschbacher *(www.kurtaeschbacher.ch)*. Seine Philosophie, «Die Zukunft gehört den Netzwerken», setzt Von Gunten konsequent um, und er feiert damit Erfolge in Deutschland und in der Schweiz. Seit kurzem bietet er mit der Firma *Virtual Management GmbH* Beratungs- und Softwaredienstleistungen für Firmen an, die ihrem Unternehmen einen Schuss «Cyberorganisation» verpassen wollen.

Von Gunten ist erreichbar über die E-Mail-Adresse *avg@parx.ch* oder seine Personal Contact Page *http://www.voni.net*.

FREIER ZUGANG ZUM INTERNET IN ARCHIVEN, BIBLIOTHEKEN UND DOKUMENTATIONSSTELLEN

Was halten Sie davon? Haben Sie damit schon Erfahrungen gemacht?
Ihre kurze Meldung interessiert die ARBIDO-Redaktion.

E-mail: 102212.1125@compuserve.com

(Veröffentlichung Ihres Schreibens bleibt vorbehalten.)

SUCHEN MIT MASCHINEN – UND KÖPFCHEN

«Es gibt Verzeichnisse der wichtigsten Suchmaschinen, es gibt Meta-Suchmaschinen, die eine Suchanfrage von mehreren Suchmaschinen bearbeiten lassen, und es gibt Verzeichnisse der Meta-Suchmaschinen. Es gibt Hunderte von Büchern über das Suchen im Internet. Aber es gibt keine Suchmaschine, kein Verzeichnis, keinen Katalog, wo alle Bedürfnisse optimal befriedigt werden. Erfahrene Surfer nutzen deshalb stets mehrere Suchmaschinen, setzen Meta-Suchmaschinen ein und geben nicht viel auf Testberichte in Internetheftchen, die immer mal wieder die beste Suchmaschine erküren. Denn sie wissen, dass angesichts der raschen Veränderungen des Webs die beste Suchmaschine von heute morgen vielleicht schon ziemlich alt ausschaut. Auch bei der Wahl des Suchbegriffs ist Kopfarbeit gefragt: Ein zu enger Suchbegriff schliesst möglicherweise interessante Seiten aus, die wiederum bei einem zu allgemeinen Begriff unter Tausenden von uninteressanten Seiten untergehen.
Es gibt Hinweise, dass die Menschen bei der Informationssuche im Web in jüngster Vergangenheit intelligenter geworden sind: Vor zwei Jahren gaben sie pro Anfrage noch 1,8 Suchbegriffe ein, mittlerweile scheinen sie herausgefunden zu haben, dass die Kombination von Suchbegriffen die Treffquote erhöht: pro Anfrage werden jetzt durchschnittlich 2,3 Wörter verwendet.»

Stefan Betschon

Aus dem Artikel «Spinnen, Kriecher, Raupen – schlepper» im höchst empfehlenswerten NZZ-Folio «Im Netz», 2/2000. *http://www.nzz.ch/folio*

der IT-Branche hat sich das Medium zum Alltäglichen gewandelt. Ich werde immer noch vertröstet, wenn ich die Firmen bitte, mir doch keine Papierpost mehr zu schicken, seien dies nun Werbesendungen oder Rechnungen. Ich muss immer noch an den meisten Orten mindestens einen Fax schicken, wenn ich ein Hotelzimmer reservieren will, obwohl dieses Relikt aus der analogen Zeit nicht mehr zu meiner Büroausstattung gehört. Wir sehen zwar täglich Plakate und TV-Spots mit Internet-Adressen, aber von der Alltäglichkeit, wie sie zum Beispiel dem Telefon durchaus attestiert werden kann, sind wir noch Jahre, wenn nicht Jahrzehnte entfernt.

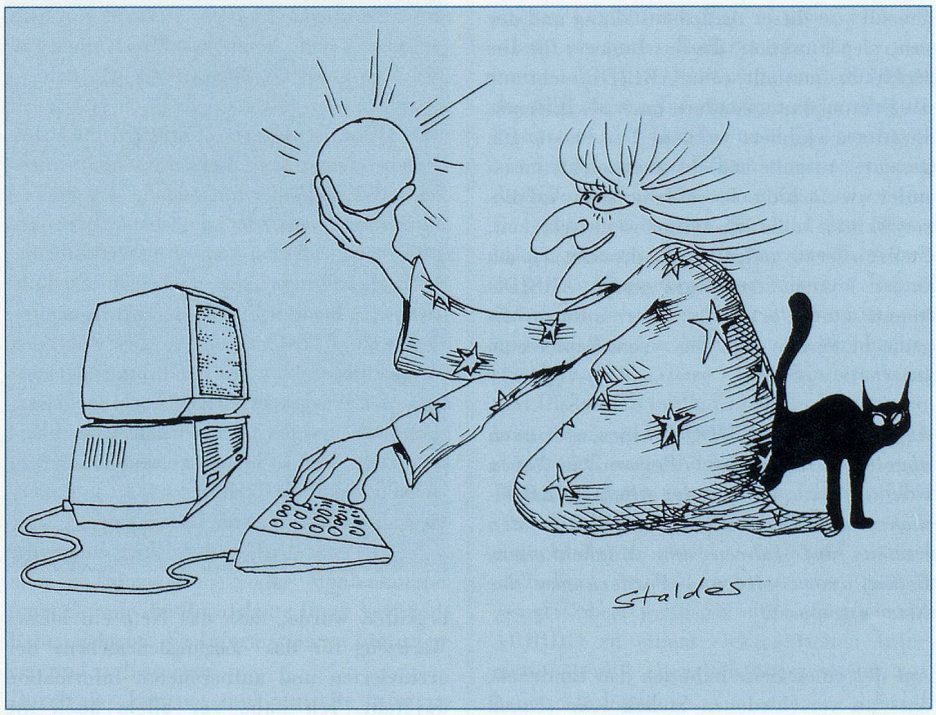
Bei der Vorbereitung dieses Interviews habe ich als Erstes einmal www.arbido.ch eingegeben. Sie wissen natürlich, was das Resultat war. Danach bin ich auf www.svd.ch gesurft und habe dort unter Publikationen nach ARBIDO gesucht: Nada, denn SVD.ch hat nichts mit Ihrem SVD zu tun. Danach versuchte ich es bei Switch mit der Datenbank der Domainnamen in der Schweiz unter dem Stichwort SVD und ARBIDO, ohne Erfolg. Endlich nehme ich mir die aktuelle Papierausgabe (3/2000) zur Hand und versuche im Impressum einen Hinweis auf eine Website des ARBIDO zu finden. Nichts, njet, nothing ... Es werden zwar alle E-Mail-Adressen der Redaktionsmitglieder aufgelistet, was schon sehr vorbildlich ist, aber ich habe keine Chance herauszufinden, dass einige Artikel des ARBIDO auf der Website www.svd-asd.org zu finden sind.

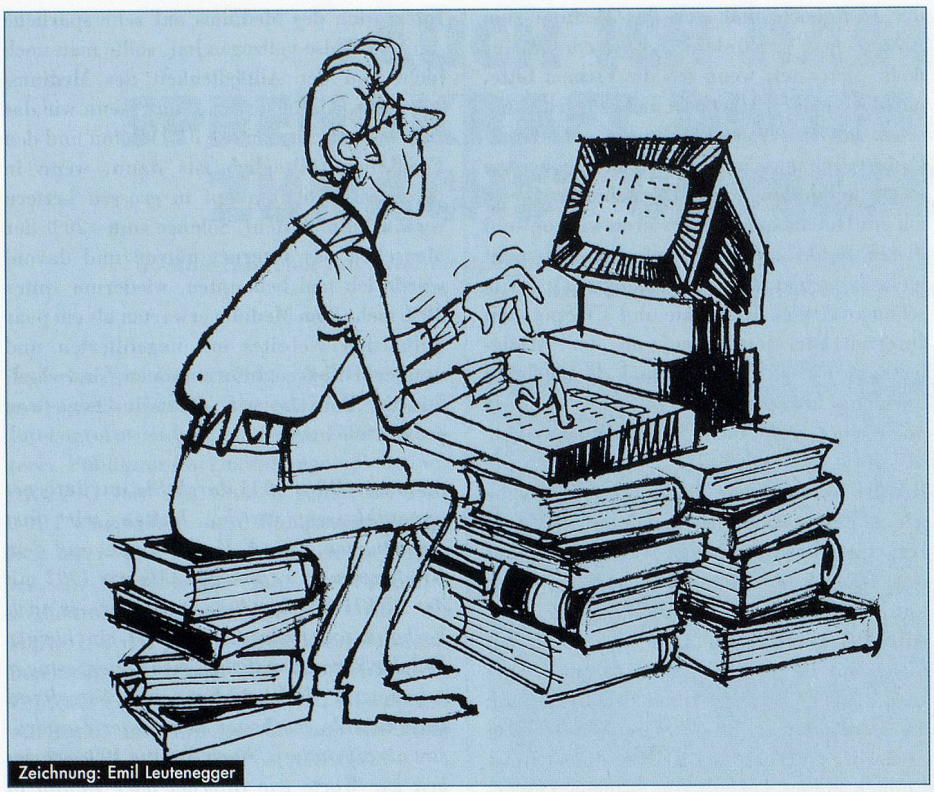
Solange eine Zeitschrift für Informationsspezialisten zwar etliche Artikel und Texte publiziert, welche sich mit dem Medium Internet auseinander setzen, aber die eigene Integration des Mediums auf sehr spärliche Art und Weise vollzogen hat, sollte man noch nicht von der Alltäglichkeit des Mediums sprechen. Alltäglich ists dann, wenn wir das Internet gebrauchen wie das Telefon und den Fernseher. Alltäglich ists dann, wenn in Ihrem Zeitschriftenkopf in grossen Lettern www.arbido.ch steht. Solange «nur» 20% der Menschen das Internet nützen und davon, würde ich mal behaupten, wiederum «nur» 20% mehr vom Medium erwarten als ein paar Milliarden Websites mit ungefilterten und unüberprüfbaren Informationen, sind regelmässige Beiträge wie «Netzrauschen» von grosser Wichtigkeit.

Als unser Büro 1995 durch Sie ans Internet angeschlossen wurde, hatten wir fast Hemmungen, die E-Mail-Adresse auf dem Briefpapier zu vermerken. Als wir 1997 mit der ARBIDO-Arbeit begannen, war – je nach Verband unterschiedlich – erst ein kleiner Teil der Verantwortlichen mehr oder weniger «vernetzt». Heute aber sind betreffend Internet alle gescheiter und besser ausgerüstet als die andern. Noch Anfang 1998 schrieben wir Worte wie Internet oder E-Mail in Versalien und/oder kursiv (um sie so als «Fachausdrücke» zu deklarieren). Haben Sie selber denn bereits vor fünf Jahren eine derart stürmische Entwicklung erwartet? Zudem: Wurde diese generell und namentlich in den letzten 14 Ausgaben von ARBIDO Ihrer Meinung nach kontinuierlich und hilfreich mitvollzogen?

Ich habe vor fünf Jahren vom ersten Moment an gespürt, dass hier etwas noch nie Dagewesenes geschieht. Schon als ich als Teenager in den 1980er-Jahren meine ersten Mailbox-Erfahrungen mit 300-Baud-Akustikkopplern gemacht hatte, träumte ich von der vernetzten Computerwelt. Als das Word Wide Web seinen Siegeszug begann, wusste ich intuitiv, dass es jetzt losgeht, dass jetzt Wirtschafts- und Sozialgeschichte geschrieben wird. Dass es aber so schnell gehen würde, dass die Euphorie in diesem Ausmass um sich greifen würde, habe ich nicht erwartet. Auch ich habe die Sprengkraft dieses Mediums zunächst unterschätzt, sonst hätte ich meine Firma schon früher gegründet, das muss ich unumwunden zugeben.

Was nun die Verarbeitung dieser Entwicklung in Ihrer Zeitschrift betrifft, so habe ich den Eindruck, dass die intellektuelle Auseinandersetzung mit dem Medium Internet permanent stattfindet. Immer wieder publizieren Sie Artikel zum Thema, und viele Beiträge sind mit Internet-Adressen ergänzt. Die Redaktion ist schon lange per E-Mail erreichbar, eine kritische Betrachtung findet statt, usw. Hingegen werden die verlegerischen Möglichkeiten weder von den beteiligten Verbänden noch von der Zeitschrift selbst hinreichend ausgenützt.





Zeichnung: Emil Leutenegger

GESETZ IM UNREGLEMENTIERTEN RAUM

«Die Zukunft der elektronischen Medien findet – das belegen die Börsenkurse täglich – im Internet statt.
Eine Gesetzgebung zu den elektronischen Medien, die der Branchenrealität nicht Rechnung trägt, die da zeigt, dass ein Internetprovider wie AOL – David gleich – einen Mediengiganten wie Time Warner übernehmen kann, geht an entscheidenden Fragen vorbei: Was geschieht, wenn AOL die Medieninhalte von Time Warner der freien Verbreitung durch die Massenmedien Radio und TV entzieht? Wie lässt sich der Zugang zur Information für alle aufrechterhalten, wenn sich ein Grossteil des Content-Angebots in der Hand von Internet-Torwächtern befindet, die dieses im unreglementierten Raum der Netze nach eigenem Gutdünken weitergeben können?»

Ursula Dubois

Zum Aussprachepapier des Bundesrates zur Revision des Radio- und TV-Gesetzes. In «klarTEXT – Das Schweizer Medien-Magazin», 1/2000.

Welche (Dienst-)Leistungen der Zeitschrift ARBIDO haben Sie bei diesem «Medien-Quantensprung» denn konkret vermisst respektive positiv vermerkt?

Beginnen wir doch mit dem Positiven: Ich habe bei allen Ausgaben, die ich gelesen habe, mit grosser Freude festgestellt, dass nahezu alle Artikel immer wieder Verweise auf Internet-Adressen zur Vertiefung des Themas beinhalten. Auch finde ich es toll, dass die einzelnen Redaktionsmitglieder per E-Mail erreichbar sind, und zwar persönlich und nicht über eine anonyme Zentraladresse wie redaktion@arbido.ch.

Was ich vermisse, ist die konkrete Integration des Mediums in die Aufgabenstellung dieser Zeitschrift. Wenn ich das richtig sehe, wird ARBIDO von den beteiligten Verbänden herausgegeben, um die Mitglieder zu informieren, um aktuelle Debatten zu führen und um ein Medium für den Austausch von Informationen aller Art zu bieten. Die sekundäre Aufgabe besteht in der Information von Zugewandten oder Interessierten über die Arbeit von Information Professionals. Ausgehend von dieser Aufgabenstellung und der zentralen Funktion, die das Internet für Ihr Publikum darstellt, sollte ARBIDO nicht nur als Printmedium, sondern auch als Internet-Plattform etabliert werden. Das heisst: Die gesamte Ausgabe müsste auch elektronisch unter www.arbido.ch verfügbar sein. Auf dieser Website sollte ich Artikel weiterschicken, Stelleninserate aufgeben, Links zum Thema finden können usw. Kurz gesagt: ARBIDO könnte zum Portal für Informationsprofis gemacht werden (vgl. Box «Vom Papier zum Internet…», S. 21).

Aufgrund Ihrer ARBIDO-Lektüre, aber auch abgesehen von unserer Revue: Wie haben sich aus Ihrer Perspektive ARchive, BIbliotheken und DOkumentationsstellen in den letzten fünf Jahren den Möglichkeiten, Bedürfnissen, (Heraus-)Forderungen der Netze angepasst?

Auf der einen Seite habe ich den Eindruck, dass an verschiedenen Stellen sehr schnell begriffen wurde, dass das Netz ein ideales Werkzeug für das «Zugänglichmachen» der archivierten und aufbereiteten Information darstellt. Ich habe vor allem auch die

RÜCKSCHAU INTERNET-EXPO 2000

Gute Stimmung bei anhaltendem Wachstum

Der Erfolg der Internet-Expo in Zürich scheint weiterhin anzuhalten. Mehr als 36 000 Besucher drängten während den drei Ausstellungstagen vom 2.–4. Februar in das Messezentrum. Dies entspricht einer Zunahme um 44 Prozent gegenüber dem Vorjahr *(Computerworld CH, 7.2.2000)*. Die rund 400 Aussteller zeigten sich grundsätzlich zufrieden. Die Marktführer waren an der diesjährigen Ausgabe nahezu lückenlos präsent. Prominentester Abwesender war Router-Riese *Cisco Systems*. Man habe sich schon vor Monaten entschlossen, nur über Partner Präsenz zu markieren, heisst es.

Obwohl die Internet-Expo eigentlich keine auf Informationsspezialisten zugeschnittene «Content-Messe» ist, entdeckte man hie und da wieder interessante Produkte, die ein effizientes Informationsmanagement sehr gut unterstützen können.
So unter anderem das neue Suchkonzept *CristallinaSpider®* der Zürcher ETH-Spin-Off-Firma *Eurospider*. Es bietet eine intelligente Kombination von Pull-, Push- und Katalogfunktionen. CristallinaSpider liefert präzis gefilterte Informationen – und sorgt dafür, dass das erworbene Wissen vollautomatisch in hierarchischen Strukturen organisiert oder in persönlichen Ordnern abgelegt wird. Sehr aufschlussreich sind auch immer wieder die Neuerungen im Bereich Inter- oder Intranet-gestütztes Dokumentenmanagement, das von der Firma *Xerox* angeboten wird. Mit dem Tool «Content Guard» wurde eine Weltneuheit im Bereich Dokumentenschutz präsentiert; daneben interessierten v.a. «DocuShare», ein unkompliziertes Knowledge-Sharing-Werkzeug sowie «Laura» – eine Schweizer Entwicklung für das Output Management.

Die Messe ist derart erfolgreich, dass sich Veranstalterin *Reed Messen* ernsthaft überlegt, die im Mai stattfindende Traditionsfachmesse *Telenetcom* im nächsten Jahr parallel zur Internet-Expo durchzuführen. Offiziell will man dazu noch nicht Stellung nehmen. Reed will erst den Ausgang der Telenetcom 2000 abwarten. Die Zahl der Anmeldungen liege nur leicht unter derjenigen des Vorjahres, sagt ein Mitarbeiter. Dennoch, und daraus macht auch Reed keinen Hehl: Für Insider wäre es sehr überraschend, wenn die Telenetcom 2001 in unveränderter Form über die Bühne ginge.

Jürg Hagmann

Eurospider Information
TechnologyAG
Schaffhauserstr. 18
8006 Zürich

Eurospider

Tel. +41 1 350 32 30
Fax +41 1 364 02 30
E-Mail: **eit@eurospider.com**
URL: www.eurospider.com

BerninaSpider

Suchsystem für digitalisierte Zettelkataloge.

Maximale Trefferquote

Dank automatischer Volltext-Indexierung des gesamten Karteninhalts und einer revolutionären Suchtechnik wird jede Abfrage zum Erfolgserlebnis.

z.B.

http:// kapuzinerbibliothek.eurospider.ch/bernina/index.html

CristallinaSpider

Die intelligente Art Wissen zu finden, filtern, kategorisieren...

Konzeptsensoren

Die intelligente Verknüpfung von Pull-, Push- und Katalog-Funktionen macht das System zum neuen Standard im Universum des modernen Informationsmanagements.

z.B.

http://www.isn.ethz.ch/lase/

Entwicklung der Bibliotheken beobachtet und denke, dass hier an vielen Orten, trotz der zum Teil prekären finanziellen Situation solcher Institutionen, alles Erdenkliche unternommen wird, um die Möglichkeiten des Internets zu nutzen.

Auf der anderen Seite stelle ich aber auch eine unterschwellige Angst der Information Workers fest, dass es sie am Ende nicht mehr braucht. Dies führt zu Zurückhaltung, ja gar Bremsung des Prozesses der Digitalisierung der Information. Grundsätzlich ist eine solche Reaktion der Protagonisten einer Branche im Umbruch aber immer festzustellen, daher bin ich der Meinung, das sich die AR BI DOs sehr bewusst der Herausforderung stellen und dass sich zum Beispiel in Bezug auf die Online-Recherche schon erhebliche Erleichterungen ergeben haben. Noch vor ein paar Jahren fuhren wir mit dem Auto nach Zürich in die ZB, um gewisse Bücher zu holen, – dies käme mir heute sicher nicht mehr in den Sinn :-)).

Was ich hingegen vermisse, sind Anstrengungen im Bereich der Förderung der allgemeinen Informations- oder Medienkompetenz. Gerade die Berufsleute Ihrer Verbände haben gelernt, die Information zu hinterfragen und zu bewerten.
Durch das Internet sind nun alle Informationen ungefiltert vorhanden, folglich muss die Endleserschaft über einen Teil der Kompetenzen, die früher den Profis vorbehalten waren, verfügen, um mit diesen Informationen umzugehen. Hier würde ich von den AR BI DOs, von deren Verbänden, zusammen mit den anderen Information Workers wie Journalisten und Lehrern, einen offensiveren Gestaltungswillen in unserer Gesellschaft erwarten. Konkret braucht es eine laute, sehr laute Forderung nach Schulung der allgemeinen Informations- oder Medienkompetenz der Gesellschaft. Und von wem, wenn nicht von den Informationsprofis, sollte diese Forderung erhoben werden?
Das Internet ist das Sinnbild für unsere Informationsgesellschaft. Nur hat die theoretische Auseinandersetzung mit dem Begriff Information bzw. mit der «Information» an und für sich bis jetzt nur in Fachkreisen stattgefunden. Diese Auseinandersetzung und Diskussion in die Gesellschaft zu tragen, gehört meines Erachtens zu den vordringlichsten Aufgaben der nächsten Jahre.
Weiterhin kann ich nur empfehlen, selber viele Erfahrungen mit dem Medium zu sammeln, und zwar sowohl als Kollektiv wie auch als Individuum, und am besten ginge dies wie gesagt sicher, wenn Sie ein Gefäss wie das ARBIDO zu einem elektronischen Informations- und Dienstleistungszentrum ausbauen würden.

Wie entwickelt sich nach Ihrer Prognose das Verhältnis Print/Online hierzulande in den nächsten 5 bis 10 Jahren?

Ich denke, hier wird aufgrund der Erfahrungen mit dem «papierlosen Büro» der 1980er-Jahre die Entwicklung massiv unterschätzt. Sie werden sehr bald feststellen können, wie die Briefpost immer weiter in die roten Zahlen absinken wird, weil vor allem auch die Massensendungen ausbleiben werden. Sobald eine Firma gemerkt hat, dass ihre Klientel weitgehend per E-Mail erreichbar sein wird, werden die gedruckten Mailings ausbleiben. Das Medium Papier wird für die Verbreitung der Information definitiv jedes Jahr an Wichtigkeit einbüssen. Weniger schnell wird es mit dem Speichern und dem Bereitstellen von Information gehen. Dort wird sich Papier wahrscheinlich länger halten, als dies manchen E-Book-Herstellern lieb ist. Aber eigentlich ist es doch unsinnig, dass das Tages-Anzeiger-Druckzentrum mir jeden Tag einen Sportbund druckt und mir zustellen lässt, der bei mir sofort ins Altpapier wandert. Viel besser wäre doch der Versand meines persönlichen Tages Anzeigers per E-Mail, und ich drucke diesen dann bei mir schnell aus, wenn ich unbedingt Papier brauche, um zu lesen usw.

Internet-Messen erleben einen unglaublichen

CEBIT 2000 IM RÜCKBLICK

Mit 7800 Ausstellern und einem neuen Besucherrekord von 750 000 Menschen kann sich die Cebit 2000 (2.–6. März) wieder einmal als grösste internationale Computermesse feiern lassen. In den Messehallen wurde die altbewährte Aufteilung der Computerwelt in Hardware, Software und Telekommunikation ausser Dienst gestellt. Die Kategorien beginnen sich zu vermischen *(NZZ 3.3.00)*.

Der Verlauf der Cebit habe die anfangs schon hohen Erwartungen noch einmal übertroffen, sagte Messe-Vorstand *Hubert-H. Lange*. 75 Prozent der Aussteller bewerten die wirtschaftliche Situation der Branche weltweit als günstig bis sehr günstig. Die Zahl der Besucher aus dem Ausland nahm um 13 Prozent auf 137 000 zu. Insgesamt verzeichnete die Cebit rund 50 000 Fachbesucher mehr als im vergangenen Jahr. Die Zahl der Privatbesucher sank dagegen auf rund 100 000 *(vgl. Spiegel 6.3.00)*[1].

Mit dem Handy vom E-Commerce zum M-Commerce, «Wappen statt surfen»?

Die neuen WAP-Handys *(Wireless Application Protocol)*, die sich auch als Internet-Terminals nutzen lassen, standen in Hannover im Mittelpunkt des Interesses[2]. Rund um diesen Standard präsentierte sich eine schwungvolle Industrie, die M-Commerce als Trend der nächsten Jahre propagierte. Dieser mobile Kommerz soll dem E-Commerce neue Bereiche erschliessen: Aktienkurse auf dem Handy, Banküberweisung mit dem Handy ausfüllen, Jobs per Handy oder die live auf dem Handy übertragenen Gebote einer Online-Auktion – die Anwendungsgebiete erscheinen grenzenlos. Erst ab Herbst dieses Jahres wird auch die Swisscom in der Schweiz die ersten UMTS-Verbindungen anbieten können *(Universal Mobile Telecommunications System:* Mobilfunknetz der 3. Generation, d.h. bis 2 Megabit/ Sek.). Bis dahin werden wir uns betreffend WAP noch mit kaum zumutbaren Übertragungsraten abfinden müssen.

Starken Zuspruch fand auch das Thema «Telefonieren übers Internet». Neben *Voice over IP* (VoIP) setzt sich nun auch Video über IP langsam durch; Letztere haben den Vorteil, dass sie nur Bruchteile einer teuren Videokonferenz-Installation kosten.

Erst in der Lancierungsphase befindet sich DIRC *(Digital Inter Relay Communication)*, «ein Funknetz, in dem jeder Teilnehmer eine Relay-Station für andere DIRC-Nutzer bildet. Jede DIRC-Station arbeitet wie die Antennenanlage eines Funknetzes: Sie nimmt Gespräche, Daten oder Faxe entgegen und leitet sie an die nächste Station weiter. Jede DIRC-Station kann gleichzeitig Verbindungen zu 105 anderen Stationen herstellen. Am Ende entsteht ein Netzwerk der kleinen, 2 Watt starken Sender, das fortlaufend seine Topologie ändert und sich wie ein lernfähiges, neuronales Netz den sich ändernden Bedingungen anpasst. Solch ein Netz praktizierter computergesteuerter Nachbarschaftshilfe soll ohne aufwändige Steuertechnik und ohne Leitzentralen auskommen. Bis zu 1000 Stationen soll ein Telefongespräch weiterreichen können, ohne dass es an Qualität verliert. Fällt eine Station aus, läuft die Kommunikation auf einem anderen Pfad weiter, ganz wie beim ‹ausfallsicheren› Internet.» *(NZZ 3.3.00)*

IT-Promotion durch den Staat? Eine zweischneidige Sache

Zur Eröffnung der Cebit stellte Bundeskanzler Schröder die eventuelle Schaffung einer *Red card* in Analogie zur amerikanischen Green card in Aussicht, um den Arbeitskräftemangel in der boomenden deutschen IT-Industrie auszugleichen. Dadurch sollte ausländischen Computerexperten, insbesondere aus den ehemaligen Ostblockstaaten und aus Indien, die Möglichkeit des Zutritts zum deutschen IT-Arbeitsmarkt geboten werden, der – nicht nur in Deutschland – unter einem chronischen Angebotsmangel leidet. Problematisch ist eine solche Aktion v.a. aus entwicklungspolitischer Sicht, wie die Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) monierte, denn dadurch würde der Aufbau einer eigenständigen IT-Branche z.B. in Bulgarien und Rumänien untergraben, was einerseits der europäischen Zweiklassengesellschaft im Informationszeitalter Vorschub leistet und andererseits wichtige Konjunkturimpulse durch Firmenneugründungen im Keime erstickt.

In Zukunft mehrere Cebits?

Der Andrang zur Cebit hat erneut die Debatte über die Zukunft der Messe eröffnet. Eine Teilung lehnen Messe AG und Aussteller jedoch ab. «Denn die Technologien wachsen ja weiter zusammen», sagte Lange. Man werde aber darüber beraten, ob die Messe möglicherweise um einen oder zwei Tage verlängert wird.

Jürg Hagmann

1) Vgl. Cebit geht mit Besucherrekord zu Ende, Spiegel 1.3.2000

2) Vgl. auch Ströhla T., Handy fürs Web gewappnet, in: Bulletin Credit Suisse Febr./März 2000, S. 52–53)

Boom. Was bringen sie Ihnen als Anbieter, wo sehen Sie einen Nutzen für Fachleute und Publikum der Bereiche AR, BI und DO?

Für mich haben Messen grundsätzlich etwas Anachronistisches in der heutigen Zeit, und gerade der Erfolg der Internet-Expo (Red.: vgl. Rückblick S. 18) sagt mir wieder, dass das Medium Internet noch nicht alltäglich ist, denn spätestens dann wird es keine Messen, wie wir sie kennen, mehr geben. Früher haben die Hersteller mit Neuigkeiten zugewartet bis zum Messetermin; das ist schon längst vorbei. Wenn ich mich vor dem Messebesuch auf den Homepages der Hersteller informiere, weiss ich mehr als das schöne Standpersonal. Uns als Anbieter ist es eigentlich sogar lästig, rein aus Prestigegründen dort anwesend sein zu müssen. Deshalb werden wir nächstes Jahr wahrscheinlich einmal etwas anderes versuchen, – Sie dürfen gespannt sein .-)). Ich bin auch überzeugt, dass das Publikum weitgehend nicht auf seine Kosten kommt. Es werden keine Informationen geboten, niemand hat Zeit, mit den Besuchern zu sprechen, es werden nur Leads gejagt, um die Adressdatenbank zu füllen, damit diesen Adressen dann jeden Monat Papierprospekte zugeschickt werden können. Das ist ein Konzept aus dem letzten Jahrhundert, es wird verschwinden. Wir haben, seit es uns gibt, noch nie einen Prospekt gedruckt bzw. verschickt.

Im Zusammenhang mit den Netzen wird immer häufiger von «Contents» (aber auch von «Content-Banausen», vgl. ARBIDO 3/2000, S. 13) gesprochen. Wir bitten um Klärung der Begriffe und Bedürfnisse. Welche Rolle können/müssen bei den «Contents» AR, BI und DO spielen?
Und wie stehts bei der Masse von Information künftig mit den Urheberrechten?

«Content» bedeutet ganz einfach Inhalt. Am Anfang waren die Webpages dazu da zu zeigen, was die Technologie bietet. Sehr schnell kam dann der Ruf nach Inhalten. Dieser Ruf war offenbar so laut, dass wir nun mehr Inhalte haben, als uns lieb sein kann, und ein Ende ist nicht absehbar. Das Problem besteht nun für uns alle vor allem im schnellen Auffinden der für uns relevanten Contents und im Beurteilen der Quelle der Contents. Für beides sind bis jetzt noch keine Erfolg versprechenden Lösungen vorhanden.

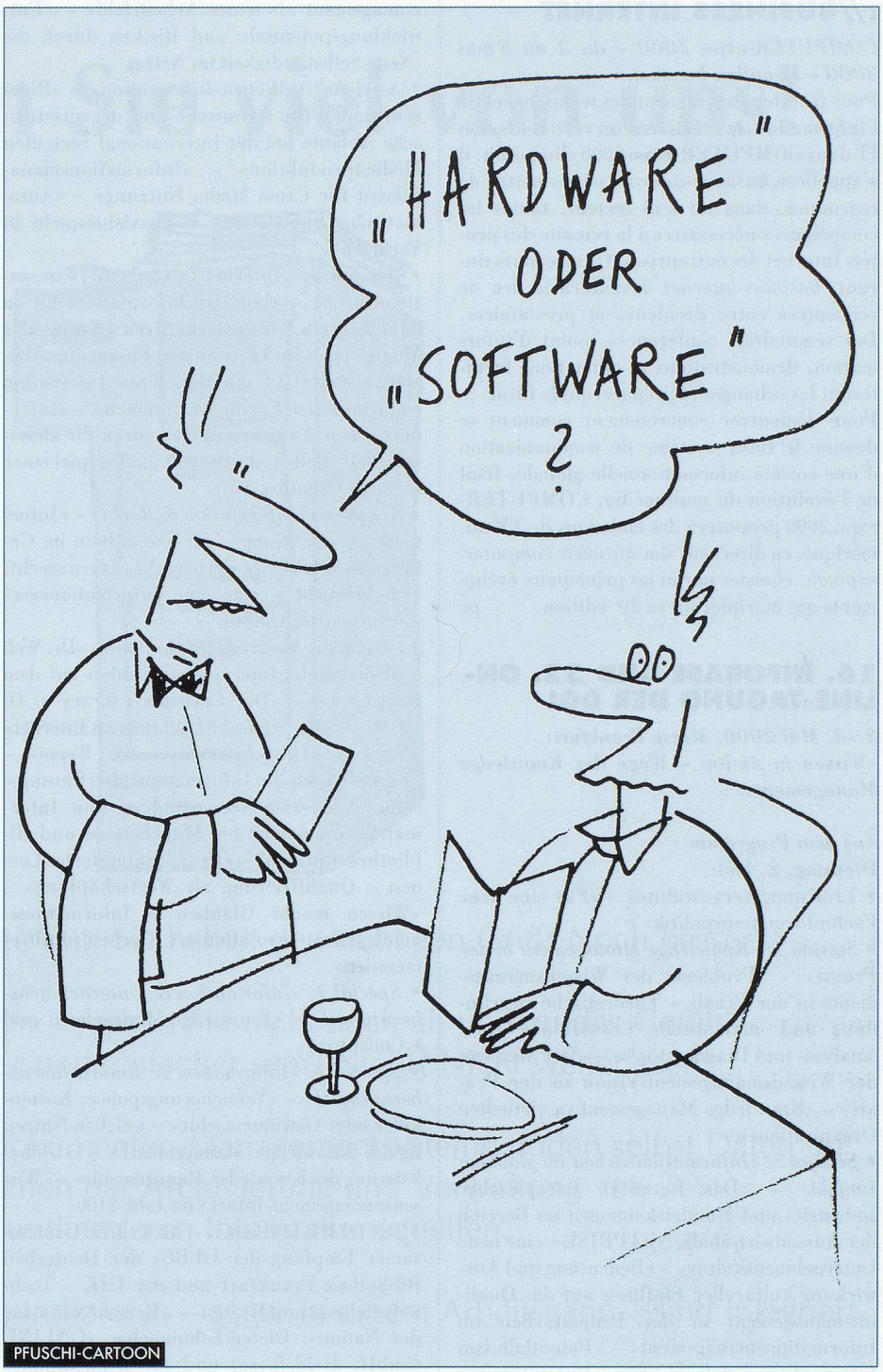
AR BI DOs verfügen über geprüfte, gefilterte, sortierte und zum Teil bewertete Inhalte, dies macht sie für gewisse Menschen wertvoller als die Private Homepage von Maurus Hagenbuch, – aber eben nicht für alle. Ich denke, es gibt keine allgemeingültigen Regeln für die Bewertung von Relevanz von Inhalten. Alleine die Rezipientenschaft kann dies entscheiden. Um dies tun zu können, muss sie

«VOM PAPIER ZUM INTERNET HEISST: VON REINER INFORMATION HIN ZUR APPLIKATION»

«Einer gedruckten Revue wie ARBIDO kann ich nur die konsequente Ausrichtung ins Internet empfehlen. Wenn Sie keine Kapazitäten für eine Website haben, dann bieten Sie wenigstens einen E-Mail-Newsletter an, den ich abonnieren kann.
Denken Sie über die eigentliche Information hinaus: Was könnten Sie an Dienstleistungen im Netz erbringen?
Vom Papier zum Internet heisst: von reiner Information hin zur Applikation.

Lassen Sie mich online ein Stelleninserat aufgeben oder eine Veranstaltung eintragen. Lassen Sie mich auf Ihrer Seite die Demo-Versionen von Bibliotheks-, Archiv- und Literaturverwaltungs-Software downloaden; lassen Sie mich einen Kommentar zu solchen Softwarepaketen schreiben, wenn ich positive oder negative Erfahrungen gemacht habe. Lassen Sie mich auf Ihrer Seite meinen alten Laserdrucker versteigern; lassen Sie mich auf Ihrer Seite Gleichgesinnte suchen, die nun auch einen Farblaserdrucker kaufen wollen, damit wir zusammen einen besseren Preis herausholen können; lassen Sie mich ARBIDO elektronisch beziehen, und zwar als HTML-Seite und als PDF zum Ausdrucken; zeigen Sie mir auf Ihrer Seite die Grundlagen der Dokumentation; lassen Sie mich Ihre Seite bookmarken, weil ich weiss: Bei Ihnen sind alle ARchive, BIbliotheken und DOkumentationsstellen aufgelistet, welche über das Internet erreichbar sind. Zeigen Sie mir auf Ihrer Seite, was Recherchieren heisst; lassen Sie mich an Ihren Diskussionen teilnehmen; stellen Sie mir auf Ihrer Seite eine Literaturliste zusammen und verdienen Sie noch etwas damit usw. usw. usw.»

Andreas Von Gunten



PFUSCHI-CARTOON

aber mit neuen Kompetenzen ausgestattet werden. Daher besteht meines Erachtens neben dem öffentlich und digitalen Bereitstellen aller Informationen aus den Archiven usw. vor allem der Bedarf an Metawissen über Information und Content: Zeigen Sie mir, wie ich Inhalte beurteilen kann.

Die Idee der Urheberrechte wird wohl oder übel neu überdenkt werden müssen. Hier braucht es einen Ansatz wie in der Grundlagenforschung. Die Erkenntnisse werden publiziert und stehen allen frei zur Verfügung, weil dies der Gesamtheit dient. Plagiate allerdings sind verpönt. Eine ähnliche Grundhaltung braucht es bei den Urheberrechten. Die Finanzierung der Erstellung eines Werkes sollte nicht mehr an die Verbreitung des Werkes gekoppelt sein. Ich habe hier allerdings auch kein Patentrezept auf Lager … Eines weiss ich aber ganz sicher: Die Digitalisierung der Information erfordert eine Neugestaltung der Idee des Urheberrechts, die übrigens nicht gottgegeben ist und durchaus hinterfragt werden darf.

Was bedeuten Ihnen eine frisch gedruckte Zeitschrift, ein «nüechtelndes» altes Buch, eine Vinyl-LP, ein Lego-Stein, ein Bier mit Kolleginnen und Kollegen?

Jedes einzelne Element dieser Aufzählung bedeutet mir enorm viel. Ich bin Sammler und Jäger und hänge sehr an «alten Stücken»; sie erzählen Geschichten und helfen mir oft, mich zu erinnern, – genauso wie die Bierabende mit Kolleginnen und Kollegen …

…womit wir am Anfang unserer virtuellen Unterhaltung angelangt sind. Als Honorar wartet auf Sie ein real existierendes Getränk nach Wahl.

ARBIDO
im ABO
Tel.: 031/300 63 41
E-Mail: abonnemente@staempfli.com