

## **Die Zeitung hat noch lange nicht ausgedient**

(Tages-Anzeiger, 21.9.1998)

**Individualisierte Internetzeitungen und Newsdienste werden zweifellos eine Zukunft haben. Sie werden aber ergänzend zu den klassischen Medien genutzt und werden diese so bald nicht verdrängen.**

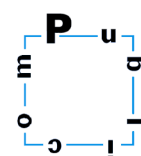
Schon in den 80er Jahren hatten Informationsökonomien ermittelt, dass 98% der weltweit produzierten Informationen auf dem Informationsmüll landen, d.h. überhaupt nicht zur Kenntnis genommen werden. Information ist also schon lange in grossem Überfluss vorhanden, und mit der Digitalisierung der Information hat sich die Situation noch weiter verschärft, so dass man davon ausgehen darf, dass heute 99,99% der produzierten Information unbeachtet verpufft. Eine ungeheure Ressourcenverschwendung! Hinzu kommt, dass der "information overload" mittlerweile zu einem ernsthaften Problem für viele Menschen geworden ist. Studien zeigen, dass von der Informationslawine betroffene Menschen unter Stresssymptomen oder sogar Depressionen leiden. Die Angst, etwas Wichtiges zu verpassen, macht die Menschen krank. Daher ist die Idee ungemein verführerisch, die unablässig herabstürzenden Datenströme so zu filtern, dass nur die "wertvollen" Informationen hängenbleiben. Mit Hilfe entsprechender Software können heute die digital verfügbaren Informationsquellen auf das Vorhandensein bestimmter Themen, Ereignisse und Sachverhalte durchforstet werden. So sind 1995 in den USA die ersten Newsdienste entstanden, die für Kunden aus der Wirtschaft das mühsame Geschäft der Informationsselektion übernahmen. Für den exorbitanten Abopreis von 1'000 Dollar pro Monat bot etwa die Firma Individual Inc. einen massgeschneiderten täglichen Service für Firmenkunden an. Inzwischen sind individualisierte Nachrichtendienste zu einem florierenden Zweig im Informationsgeschäft herangewachsen. Wer etwa die Adresse [www.newspage.com](http://www.newspage.com) anwählt, kann sich eine individuelle Website masschneiden lassen und erhält erst noch täglich ein E-Mail mit Kurzfassungen der wichtigsten Nachrichten, und dies alles zu Tarifen zwischen 0 und sieben Dollar pro Monat. Doch damit ist das Problem nicht gelöst! Selbst wenn diese Dienste perfekt funktionieren würden,

was bis anhin noch kaum der Fall ist, können sie das Wichtigste nicht leisten, nämlich uns mitzuteilen, was überhaupt wichtig ist und was nicht. Genau dies ist ja die herausragende Leistung der traditionellen Medien, tagesaktuellen wie Fachmedien. Nicht die Informationsproduktion und -vermittlung ist deren entscheidende (journalistische) Leistung, sondern die Gewichtung, Einordnung und Kommentierung.

Es besteht kein Zweifel, dass im Bereich der wirtschaftsbezogenen Information die Internet-Newsdienste ein wichtiges und leistungsfähiges Informationsinstrument sein können, was die universelle publizistische Information anbelangt, werden sie aber kaum ein grosses Publikum finden. Nicht nur erwarten wir von den Medien, dass sie uns sagen, was wichtig ist, wir wollen auch Überraschungen erleben. Wer eine Zeitung oder ein Magazin zur Hand nimmt, tut dies nicht nur, um gezielt nach Information zu suchen, sondern lässt sich auch gern auf ein neues Thema aufmerksam machen.

Zeitungslektüre ist mehr als Informationsaufnahme. Es ist auch ein sinnliches Erlebnis, das taktile (Papier) und visuelle (Layout, Bilder) Empfindungen verschafft. Dies wiederum beeinflusst die Informationsverarbeitung. So kann die journalistische Leistung durch attraktive Gestaltung, Typografie und Platzierung von Bildern noch wesentlich unterstützt werden.

Das Abwägen von Vor- und Nachteilen spezifischer Medien ist aber ohnehin müssig, denn die Frage der Substitution des einen durch das andere Medium stellt sich so gar nicht. Das Ende der Printmedien wurde in diesem Jahrhundert schon x-mal proklamiert. Zuerst durch das Radio, dann durch Fernsehen, durch Teletext und Videotex und jetzt durch das Internet. Stattdessen haben die Printmedien zu immer neuen Sturmflügen angesetzt, nicht zuletzt dank der neuen Medien. Die TV-Programmzeitschriften oder die Computerfachpresse zeugen eindrücklichst von dieser Entwicklung. Bestimmt wird auch die individuelle E-mailzeitung oder die personalisierte Informationswebsite ihren Platz inmitten der Informationsmedien einnehmen, doch ersetzen wird sie deswegen die traditionelle Zeitung noch lange nicht, umso weniger als sich dieser vielfältige



Möglichkeiten bieten, das Web für den Ausbau ihrer Services gezielt zu nutzen.

