

Desktop Publishing Wegbereiter einer neuen Mediengesellschaft

Daß die Geschichte der DTP-Technologie weit mehr darstellt als nur eine technische Innovation, wurde bereits bei seiner Geburtsstunde deutlich, in der die Meilensteine der Erneuerungsphase unserer Produktionsmechanismen und Firmenpolitik gelegt wurden. Nach anfänglicher Skepsis folgten Euphorie und Boom eines Milliardengeschäftes, dessen ursprüngliches Detaillösungsziel (Der Verlag auf dem Schreibtisch) bald zum allumfassenden Medium eines neuen Kommunikationszeitalters avancierte.

Zwei Giganten eiferten um die Wette, und aus einem anfänglichen Spielzeug wurde über Nacht bitterer Ernst, als sich IBM im Jahre 1980 aufmachte, dem ersten Tischcomputer Mac Intosh Paroli zu bieten. Dabei wurden gleich 2 Grundsätze einer bisher ungebrochenen Firmenphilosophie gebrochen: 1. *Autarkie um jeden Preis* und 2. *Lineare Entwicklung nach Bedarf und Maß*. So entwickelte ein Spezialteam bis 1982 einen Minicomputer, dessen 1. 'Leihgabe' (Prozessor) die Firma Intell lieferte. Dem gerade einmal 20-jährigen Studenten Bill Gates (Microsoft) stellte man eines Abends diese kleine 'Blackbox' zur Begutachtung vor mit der Bitte, ihr den nötigen Odem einzuflößen. Der erste variable Computer war geschaffen, und weil er von außen her über Disketten seine Befehle erhielt, bezeichnete man ihn als diskettenoperierendes-System. So ward neben dem **PC** das **DOS** geboren ... und der gigantische Welterfolg des heutigen Milliardenunternehmens Microsoft. Drei Jahre später (1985) stellte der Journalist Paul Brainard ein Programm vor, das die Rechenfähigkeiten des Computers mit der einfachen Bedienung einer Schreibmaschine verband und in der Lage war, Text direkt sichtbar in allen Formatierungen, d.h. der Schriftart, dem Stand auf dem Papier usw. einzugeben. Dazu ließen sich in gleicher Weise Grafiken und Bilder einlesen. Somit waren Setzerei, Leucht- und Schneidetisch samt Reprokamera auf den Raum eines Fernsehapparates komprimiert. Diesen **Verlag auf dem Schreibtisch** nannte er **Desktop Publishing**. Anfänglich belächelt ob seiner dürftigen Ausdrucksqualität - damals war der Nadeldrucker noch Standard - gesellte sich John E. Warnock kurzerhand in den Reigen des

Olymp und verlieh dem gerade neu entwickelten **Laserdrucker** die gemeinsame Seitenbeschreibungssprache **Postscript**, welche neben der reichhaltigen Schriftenvielfalt auch eine akzeptable Schriftqualität lieferte, insbesondere durch die Möglichkeit der Laserbelichtung, die dem Fotosatz in nichts hinterher stand. Die **Maus** als Eingabeinstrument für die grafische Bedienung der Programme durch **Ikone** (Sinnbilder) und **Menüs** (Abfragefenster) eröffneten dabei auch für den technisch unversierten Anwender die Welt von DTP. Nun war alles zusammen: Hardware auf kleinstem Raum, leichte Bedienung durch grafische Bedienung und Maus, weltweite Druck-Kompatibilität, professionelle Druckqualität durch das Postscript - und schließlich das all dies verbindende und nutzende erste DTP-Programm PageMaker.

Ende 1987 erfolgte die erste große IBM-Präsentation in Deutschland, und der Techno-Wettlauf begann: Schon 3 Jahre später sprengte der Umsatz der DTP-Industrie die Milliardengrenze. Dabei löste das **Bausteinprinzip** (Fremdleistungen) der IBM-Welt eine Lawine von **Clonen** (Nachbauten) aus, die in ihrem unerbittlichen Konkurrenzkampf innerhalb von 10 Jahren den Einzug in die Privatanwendung ebneten. So kostet heute die komplette **Fabrik auf dem Schreibtisch** (Setzerei, Grafikwerkstatt, Reproanstalt, Scanner und allem Zubehör bis zum Farbdruker) nicht mehr als eine komplette Einbauküche. **Auswirkungen in der Industrie** Neben der punktuellen Rationalisierung von Arbeitsplätzen haben sich Welten neuer Berufsfelder aufgetan wie etwa der *technische Redakteur* in Werbeabteilungen oder der *Leiter Dokumentation* innovativer

Betriebe, die ein Qualitätsmanagement aufbauen, um nur einmal 2, übrigens hochdotierte, neue Arbeitsplätze zu nennen. Den befürchteten Untergang der klassischen Druckindustrie hat es - auch ansatzweise - niemals gegeben. Im Gegenteil: Der DTPist, der die Eisdielen auf der Ecke mit 20 Tischkarten für seine 5 Tische zu einem Preis von 100 DM beglückte, hat eindeutig eine Neukundengewinnung betrieben. Denn niemals hätte der Gastronom ein 1.000 DM-Paket mit 1.000 Karten geordert, die ihm gezwungenermaßen eine Druckerei hätte empfehlen müssen, um auch nur ansatzweise einen vertretbaren Stückpreis zu erzielen. Gerade die **Kurzwerbung** also bedeutet eine klare Bereicherung zum klassischen Druck. Die immensen Zuwachsraten der papierherstellenden Industrie belegen dies eindeutig. Eine andere Lücke schließt DTP - ebenfalls konkurrenzfrei - durch seine **Minutenradaktion**, sprich die durch Kompatibilität & Telekommunikation beeinflussbare Korrekturmöglichkeit in letzter Sekunde. Gerade die EDV-Literatur selbst, die teilweise schon nach 6 Monaten ihre Aktualität verliert, wäre in klassischer Produktion undenkbar. Denn wo früher Autoren, Agenturen, Grafiker und Verlage ihre Daten über den aufwendigen, teuren und zeitraubenden Transportweg (Papier-Ordner-Post) versandten, geschieht dies heute in Sekunden über Telefonleitungen - oder per Disketten für 1 DM Versandgebühr.

Auswirkungen in der Gesellschaft

DTP hat neben den wirtschaftlichen Veränderungen auch eine gravierende kulturelle und soziologische Innovation eingeleitet, mit der die ehemaligen Monopole der Meinungsbildung aufgebrochen sind: Trieb Gutenbergs Druckmaschine den Weg von Wissen und Bildung in die breite Masse voran, weil die *Produkte* (Bücher) bezahlbar wurden, legte DTP die gesamte *Produktion* für jedermann frei. Die aktive Meinungsbildung in Büchern und Zeitschriften ist somit kein Privileg mehr für kapitalträchtige Giganten, sondern öffnet auch Kleinverlagen und unbekanntem Autoren den Weg zu einem großen Publikum.

Aussichten

In der kommenden CD- und Tele-Com-Ära wird sich dieser Prozeß noch verschärfen, wenn Texte über den PC vom Kunden individuell abgerufen werden können. Hier entfallen sogar die Druck- und Versandkosten. Einige Werke sind bereits auf diese Weise erhältlich. Zwei grundsätzliche Trends sind zu verzeichnen:

1. Tele-Kommunikation total

Darunter fällt einerseits der flächendeckende **Ausbau des internationalen Telefonnetzes** schlechthin, wobei das deutsche Netz mit knapp 40 Mio. Anschlüssen (Tel+Fax) bereits heute als das vorbildlichste der Welt bezeichnet werden kann. Dennoch stehen auch bei uns die schnelleren Alternativen *Glasfaserverkabelung* (mit ca. 1,2 Mio.) und *ISDN* (mit ca. 1,6 Mio.) noch in der Entwicklungsstufe. Sie stellen jedoch die Grundvoraussetzung für die kommende Generation der Datenübermittlung dar: Waren es gestern noch einzelne Texte, sind es heute Fotos und Bilder von Presse- und Werbeagenturen, die in Sekunden den Standort über 100e von Kilometern versandt werden ... und morgen (das ist wörtlich zu nehmen), im Zeitalter von Multimedia, werden es komplette Filme sein, die in digitaler Form über ganze Kontinente hinwegfliegen.

Wiederverwendbarkeit

Das zweite Stichwort heißt 'Wiederverwendbarkeit': Die gesamte Datenmenge sollen in die Empfänger-Systeme eingespeist und hier bis zur Druck- oder Präsentationsvorstufe weiterverarbeitet werden. 'Online' lassen sich Entwürfe so parallel kommentieren, retuschieren und aktualisieren. Das Fax hat also seine Schuldigkeit als Übergangslösung der Blitzkommunikation getan und wird bereits in diesem Jahr nur noch den *kleinen Endanwender* zu Hause faszinieren. Den Ansatz dieser Entwicklung dokumentiert der Preisverfall derlei Anlagen schon seit 1994: Zum Vergleich: 1990 kosteten ein gutes Komforttelefon + ein Anrufbeantworter mit Fernabfrage + ein Faxgerät ca. 6.500 bis 8.000,- DM. Die gleiche Anlage ist heute für unter 1.000,- DM zu haben und das bei der Hälfte an Platzbedarf und über einen einzigen Telefonanschluß mit Selbsterkennung.

2. Speichermedien total

Aus eben genanntem Grunde der im wahrsten Sinne des Wortes *gigantischen* Datenmengen heutiger Programme und deren Produkten wie etwa der Video- u. Bildverarbeitung hat das Transportmedium Diskette mit seinen 1.4 Megabyte endgültig ausgedient. Moderne DTP-Programme beinhalten ohne Bildbibliotheken mittlerweile zwischen 40 und 80 Megabyte, ein Schwarz/Weißbild DIN A4 ca 16 MB und Farbbilder bis zu 80 MB. Auch die Kundendateien füllen schnell Kästen und Schränke voller Disketten. Hier wird der Vorteil des Mediums CD offensichtlich: Mit einer Kapazität von 600 MB beinhaltet sie die Datenmenge von sage und schreibe knapp 600 Floppydisketten - also 6 Kästen mit

insgesamt 180 cm Länge. Die neue Generation der 4-fach-speed CD-ROM-Laufwerke bietet darüber hinaus eine Abtastgeschwindigkeit mittlerer Festplatten, womit sie sogar programmtauglich sind. Das bedeutet, daß Programme gar nicht mehr auf die Festplatte installiert werden müssen, sondern nach Bedarf (über eine Minimalinstallation auf der Festplatte) von der CD aus gestartet werden können, was natürlich erheblichen Platz auf dem System einspart. Bereits seit 1994 im Einsatz erfreut sich diese Technik besonders bei Besitzern von Laptops.

Der zweite Vorteil der CD liegt aber in ihrer Unempfindlichkeit gegenüber der herkömmlichen Diskette, die durch Feuchtigkeit und besonders Magnetfelder wie Stromkabel oder unachtsame Lagerung auf dem Schreibtischalltag.



Volker Schlee, Autor dieses Beitrages, kennt die DTP-Technologie von Beginn an: Von den Praxiserfahrungen seines Verlages, über die Beratungs- und Schulungssituation aus seiner Funktion als Trainer bis hin zum Informationspool seiner DTP-Fachzeitschrift *sideware journal*.

Multimedia und CDs im Alltag

Für den nicht professionellen Endverbraucher bieten CD und Multimedia als direkte Erweiterungen der DTP-Technik ungeahnte Einsatzmöglichkeiten und Preisvorteile, wie z.B. das Video-untermalte Lexikon, das weniger als 1/10 der Buchausgabe kostet. Die eigentliche Innovation liegt allerdings weniger in der Massenspeicherung als in der Möglichkeit, interaktiv einzugreifen. So lassen sich Querverweise mit einem Mausclick erreichen und die ganze Faszination von Multimedia liegt offen: An Stelle des vergeblichen Versuches, auf 50 Seiten den Gesang der Amsel zu beschreiben oder den galanten Flug des Albatros - tritt ein Mausclick, und der Vogel pfeift über die eingebauten Lautsprecher - eindeutig und

unmißverständlich - ebenso wie der Vogelflug in einem Kurzfilm beobachtet werden kann. Weltereignisse wie der Absturz des Grafen Zeppelin können in Bild und Ton auf die gleiche Weise verfolgt werden: Ein Mausclick genügt, und wahlweise kann der Wissendurstige in einem Kurzspot das Ereignis anschauen oder den zugehörigen Text lesen.

Ausbildung

Und wer diese Daten für seine Hausaufgaben braucht, drückt sich den Begleittext kurzer Hand aus. Wohlbemerkt! Dies ist keine Zukunftsvision. Ein Multimediacomputer mit Lautsprechern und Farbdrucker + obige Software sind bereits für unter 6.000,- DM erhältlich.

In Amerika gehört die Arbeit am Computer bereits heute zum Pflichtfach ab der dritten Klasse.

Überforderung? Gesundheitsschädigung? Sicherlich ein Problemfeld, mit dem sich Eltern und Verantwortliche eingehend auseinandersetzen sollten. Indes, ignorieren können wir diesen Trend nicht. Und wer schon einmal Kindern beim Umgang mit der neuen Technoera zugesehen hat, wird sich eh nur verschämt zurückziehen, mit welch lockerem Selbstverständnis sich Kinder diese Technik untertan machen ... der ursprüngliche Traum der Erwachsenen.

Bei konzipierter Anwendung wird die Multimedia- und CD-ROM-Welt zu erheblicher Leistungssteigerung beitragen. Da heutzutage beinahe in jedem Haushalt ein PC vorhanden ist, wird dieses Lehrmittel auch sozial interessant, denn noch niemals konnte derartig preiswert, spielerisch und im wahrsten Sinne des Wortes 'anschaulicher' Wissen vermittelt werden.

All das soll aber in keinsten Weise den Tod des Buches prognostizieren oder gar beschwören. Im Gegenteil. Ich bin überzeugt, daß das Buch eine völlig neue Stellung sowohl in der Wissenschaft als auch in der gehobenen Literatur zurückerobert wird und seinen längst verlorenen Status in punkto Qualität - sowohl in der Schriftästhetik als auch in seiner verbalen Ausdrucksform.

Als Träger für kurzlebige Informationen oder Trivialnachrichtenübermittlung wird es jedoch Entlastung durch das erheblich preiswertere Medium CD erhalten. Und das wird auch unseren letzten Bäumen guttun.

Kontaktadresse:

Volker Schlee Verlag
Kavalleriestraße 14 • 33602 Bielefeld
Tel.: 0521-60060, 60069 Fax: 60068

Herzlichen Dank für Ihr Interesse,
bitte schließen Sie hier mit

Ende!