

Quelle: Die Zeit

© Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

WIRTSCHAFT, POST AUS PALO ALTO VII.

Neues auf Papier

Warum auf amerikanischen Magazinen Elektronik-Schnickschnack klebt

* Josef Joffe*

Dem Printsektor geht es bekanntlich nicht gut, dem Onlinebereich der Zeitungen und Zeitschriften aber auch (noch) nicht. Ob dieses oder jenes Onlineportal wirklich Geld verdient, also unter Anrechnung aller Kosten, wissen wir nicht. Aber wie wär's, wenn ein Magazin beides böte - Print im Tandem mit Digitalem? Geht nicht? Doch. Einer der ältesten Titel in Amerika, die Lifestyle-, Klatsch- und Politik-Zeitschrift Esquire, wird in der Dezember-Ausgabe beide feindlichen Welten miteinander vereinen.

Der Trick heißt »Augmented Reality«, kurz AR, was etwa bedeutet: angereicherte Wirklichkeit. Das Cover zeigt, ganz traditionell, den Filmstar Robert Downey Jr. Er sitzt auf einem schwarzen Quadrat mit weißen geometrischen Mustern. Doch wenn Sie das Karo vor Ihre Webkamera halten, lösen Sie eine Videosequenz aus. Die enthält ein männliches Model, das seinen Mantel auszieht und seinen Pullover zeigt, derweil das Wetter von Regen auf Sonne schaltet. Drehen sie das Heft nach unten, fällt Schnee, und der Mann wirft mit Schneebällen.

Selbstverständlich hören wir Downey auch beim Plaudern zu. In 3-D! Der Schauspieler springt geradezu aus der Seite. Der Clou? Ein Werbespot der Automarke Lexus.

Der Hype ist entsprechend. Der Artdirector über den Gag: »Ich kam mir wie ein Höhlenmensch vor, der zum ersten Mal Feuer sieht.« Sein Chefredakteur David Granger sagt's nüchterner: »Wir versuchen immer etwas, was die Leute dazu bringt, eine Zeitschrift in neuem Licht zu sehen. Print soll die Leute wieder faszinieren.«

So ist es: Wie kann man dieses Vehikel, das aus Gutenbergs Zeiten stammt, ins 21. Jahrhundert hinüberretten? Esquire ist nicht allein. Schon im Juli hat Popular Science mit AR gespielt: Windmühlen, die sich drehen. Anfang Herbst hat Entertainment Weekly seine Leser mit einem winzigen Video-Schirm amüsiert, der kurze Clips aus einer TV-Show abspielte.

Esquire ist der Gimmick »sechsstellige« Extrakosten wert gewesen. Ob das Ganze

funktioniert, werden wir am 16. November wissen, wenn das Heft an den Kiosk kommt. Die Blogger aber haben schon reagiert - mit Spott und Häme. Ein ironischer Kommentar: »Das Ding wird so >revolutionär< sein wie Hologramme in den Achtzigern.« Die haben sich bekanntlich nicht durchgesetzt. Ein anderer fragt allerdings: »Sollte man nicht ganz happy sein, wenn es einen neuen Grund zum Kauf einer Zeitschrift gibt?«

Andererseits gab die Stanford University gerade eine neue Niederlage von Print bekannt. Am 9. November beginnt ein Pilotprojekt, das es Studenten erlauben soll, ihre Dissertationen digital abzuliefern. Nie wieder drucken und einen Haufen Geld ausgeben müssen. Maria Lynn Spletter, die ihren Doktor in Biologie in diesem Jahr bekommen hat, sagt dazu ganz kühl: »Was soll denn eine Dissertation auf Papier überhaupt noch? Ich lese doch alles auf meinem Computer.« Josef Joffe

Post aus Palo Alto VII