

Kinderspielzeug, Expertentools

Apple bietet es seit geraumer Zeit. Microsoft war es zwangsläufig von Anfang an. Sony (Playstation) wollte nie anderes sein. Nokia und andere hofften es immer. Adobe wird es nun auch: Spielzeuge für Kinder. For the digital natives. The next generation of all total everlasting commumedia.

Die einen – Berufsleute – muss es erschrecken. Für die Menschheit an sich ist es ein riesiger Fortschritt, ein wirklicher Meilenstein. Wenn heute fünf- oder zehnjährige später mal in den Beruf treten, wenn überhaupt, falls sie nicht ewig in der Ausbildungsschleife bleiben, aber auch dann, werden sie medienkompetent sein. Mit Software-Tools umgehen, die bisher den Experten vorbehalten waren.

The software is the hero

Es wird gekommen sein, worüber die selbstsicheren, blinden Grafiker-Setzer-Reproleute-Drucker vor zwanzig, dreißig Jahren gelacht und gelästert haben: *ih*r, der Altvorderen und Hochbezahlten Wissen wird in Software integriert sein, die besser ist, als es ein einzelner der Jünger der bunten Schwarzen Zunft jemals gewesen ist. Und vor allem sind die Programme in ihrem Inneren zwar dicht bis zur Unverständlichkeit, auf und an der Oberfläche, in der Bedienung, mit ihrer Funktionalität jedoch so intuitiv-einleuchtend, dass es vor allem die Jüngeren sind, die damit ohne jede Hemmung zurechtkommen.

Erst wenn der Mensch jenseits der kindlich-offenen Kreativität „erzogen“, also verbildet und verblödet wurde, schulisch, universitär, in einer Berufslehre, dann wird es schwierig. Weil man dann meint, hinter jedem und allem müsse auch ein Sinn, ein Nutzen, eine deutliche Verbesserung stehen. Dann hat man nicht mehr die Freiheit, alles für zwecklos, aber total funny zu halten. *Dann muss man nämlich Kompetenz beweisen. Dann ist das, was „normalen Menschen“ Freude macht, weil es einfach so nette Gags erzeugt, für Experten oft „Mummpitz“.*

Heutige Programme im Gestaltungssektor sind immer weniger dafür vorgesehen, von Expertenhand bedient zu werden.

Klicken genügt nämlich. Was sie können, können sie. Was sie nicht können, kümmert keinen. Darin eben unterscheiden sie sich von den Experten. Die quälen sich lieber selbst. Und den „Laien“ machen die Programme das Leben leicht – und Freude!

Sowie den Anbietern die Gewinntaschen voll. Denn mal ehrlich: Wer in der beruflich-seriösen Print- und Multi-Media-Industrie hätte nicht längst Apple-Computer und Adobe-Software reichlich im Einsatz? Wo, mal bitte scharf nachgerechnet, sollen denn solche Unternehmen noch Zuwachs generieren, der ihnen die Gewinne erwirtschaftet, die sie zu Börsenlieblingen macht und ihre strategischen Kassen so füllt, dass sie auf dem Weg zur Weltherrschaft ein gutes weiteres Stück voran kommen?

Wachstum durch Masse

Ihnen bleibt also gar nichts anderes übrig als „Consumer“-Märkte aufzuschließen. Seit dies Apple tut, scheffelt es die Milliarden. Adobe hat sich bis jetzt eher im beruflich-geschäftlichen Umfeld aufgehoben. Wird es auch weiter tun, aber schon längst nicht mehr und zunehmend weniger ausschließlich.

Jetzt ist Adobe exakt bei diesem Paradigmenwechsel angekommen. **Creative Suite Cloud ist für die Massenmarkt-Wirklichkeit gemacht.** Auch mit dem Preis der Single-User-Monatsmiete. Der ist haarscharf an der Schmerzgrenze für „das gönnt' ich mir jetzt“, aber das beherrscht Adobe ja

schon seit langem. Und der Marketing-Auftritt ist so etwas von Tralala, da muss sich keins der Kids mehr fürchten, es wäre auch mit komplexeren Funktionen überfordert. Das zielt voll auf „*publishing is young – you are publishing!*“. Manche halten Adobes Auftritt und Präsentation für puren Mumpitz. Aber die Kids und Laien, Digital Natives und Möchtegern-Foto-, Medien-, Publishing-Experten von selbsternannten Gnaden stehen bereit, sich vereinnahmen und begeistern zu lassen.

Jetzt also werden F1-Rennwagen von Kindern und Jugendlichen gesteuert. Man erinnere sich: Michael Schumacher hat mit Gocarts angefangen, Vettel war piepjung, als er in die Königsklasse kam. Warum sollten nicht die Pubertierenden Bildbearbeitung und Filmschnitt, Tonmischung und App-Design, Multimedia und Printproduktion machen „wie die Alten“: nur frischer, nur forscher, nur freier. More sexy, more creative, more high sophisticated.

Meine Prognose: es wird einen Kreativitätsschub geben, wie wir ihn bislang nicht erwartet haben. Wenn die mächtigen Werkzeuge von Adobe erst einmal in die Hände von experimentierfreudigen Jugendlichen gelangen, werden so manche etablierten Designer verdammt uncool aussehen. Nicht alles, das ist klar, wird optisch genießbar sein; im Gegenteil, das meiste wird Schrott bleiben. **Aber dennoch ist das Potential groß genug, sodass genügend frische Ideen nachdrängen.** In zehn Jahren wird sich die typografische und Bildsprachen-Ausdrucksvielfalt massiv verändert haben. Wir erleben mit Sicherheit Kreativitäts-Orgien; manche erschrecken, manche davon werden die grafische Welt umkremeln.

Wer jetzt bremst, ist selbst schuld

Wer sich jetzt blamieren und auf der Strecke bleiben kann sind eben die „Alten“. Die verbiesterten, an ihre uralten Qualitäts- und Funktionsmaßstäbe festgeschmiedeten Fachleute der grafischen Industrie, in den Agenturen und den hip daherkommenden Media-Agenturen. Wenn sie anfangen, die neue CS6 samt Cloud-Computing (das man auch SaaS, „software as a service“ nennt) nach ihren gewohnten Maßstäben zu bewerten: fast könnte man darüber lachen oder weinen, je nach dem Grad des Mitleids.

Sich selbst neu erfinden

Sie sollten sich lieber auf die Realität konzentrieren. Die da heißt: was bleibt uns Professionellen eigentlich noch als Aufgabe und damit zum Geldverdienen, wenn demnächst – egal auf welchem Niveau – im Laufe der Jahre immer mehr Menschen ihre Medien selber produzieren können? Wenn es unüblich wird, in Agenturen und zu Mediendienstleistern zu gehen, weil man sich deren Software zu Taschengeld-Preisen selbst mieten kann? Klar, da bleibt, was man unter „High Level“ summieren kann, eben das Besondere. Doch aus allen anderen Branchen wissen wir: die Kundschaft dafür ist knapp und nicht immer lässt sich das Geld damit verdienen, das der Glamour verspricht.

Adobe Creative Suite Nummer sechs, mietbar ab 60 Euro im Monat, also zwei Euro am Tag: für dieses Geld bekommt man eine Druck- und Medienvorstufe, für die Unternehmer noch vor gar nicht so langer Zeit Zehn- und Hunderttausende investieren mussten, um solch eine Funktionalität zu haben. Hardware, im Giga-Speicher und Terra-Laufwerks-Bereich, bekommt man heute nahezu geschenkt. Internet-Printing zu unglaublich günstigen Preisen gibt es ja schon lange.

- ▶ **Druckindustrie neugeboren!**
Und sie fängt da an, wo es logisch ist. Im Kinderzimmer.
Wo man unbesorgt auch einmal Mumpitz machen darf.