

Die Karte ist tot? – Es lebe die Karte! Smartphone, iPad & Co

Spätestens mit der Markteinführung des iPad bekommt das digitale Publizieren eine neue Dimension – die des leichten, bequemen multimedialen Erlebens, der vielschichtigen Darstellung von Inhalten und deren umfangreiche und leicht zu bedienende Verknüpfung. Keine Selbstverständlichkeit in unserer Welt der Geo-IT, erst recht nicht in der Welt des Nutzers.

Es werden neue Produkte, neue Medienangebote entstehen – weit über die Möglichkeiten der klassischen Papierkarte hinaus. Großartige Möglichkeiten, die zugleich eine existenzielle Herausforderung für die Kartenmacher bedeuten. Ist das ein Ende des Kartendrucks? Ja. Nein. Vielleicht. Wer weiß?

Das, was die neuen Medien können werden, kann eine herkömmliche Karte nicht. Sie ist durch ihr Gedrucktsein statisch, der Druck macht den Inhalt unveränderbar. Sie ist, was sie ist. Ein Printmedium erlaubt keine Vergrößerungen nach Wahl seines Nutzers, kann keine Videos wiedergeben, keine gesprochenen Texte. Die gedruckte Karte ist – die multimediale Karte wird, und das permanent. Vielleicht liegt aber hierin ein Stück Zukunft der gedruckten Karte. Schon in absehbarer Zeit wird das Gedrucktsein zum Statement an sich: Druck wird legitimiert sein müssen – der Kunde erwartet als Laie, als „Begreifer“ und Betrachter eine Antwort auf seine Frage: Warum ist diese Karte gedruckt?

Und die Antwort muss das Produkt selbst geben – einfach aus seiner Produktqualität heraus, welche sich wiederum aus der inhaltlichen Qualität der Datenbestände herleitet. Darüber hinaus bedarf die Papierkarte keiner weiteren technischen Hilfsmittel, um sie einzusetzen. Sie muss überschaubar, übersichtlich und leicht erfassbar sein. Um diesen Herausforderungen gerecht zu werden, müssen wir weiter blicken als Google Map.

Heinrich Tilly