

Richard Brammer, Anselm Hannemann, Michaela Lehr

Adobe Digital Publishing Suite

Apps entwickeln mit InDesign und HTML5



dpunkt.verlag

Lektorat: Barbara Lauer
Fachlektorat: Kai Rübsamen
Copy-Editing: Sandra Gottmann
Satz: Michaela Lehr
Herstellung: Frank Heidt
Umschlaggestaltung: Helmut Kraus, www.exclam.de
Druck und Bindung: Himmer AG, Augsburg

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86490-039-6

1. Auflage 2013
Copyright © 2013 dpunkt.verlag GmbH
Ringstraße 19B
69115 Heidelberg

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen Warenzeichen-, Marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Alle Angaben und Programme in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert. Weider Autor noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht werden, die in Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

Geleitwort

»Es bleibt alles anders.«

Dieses von Herbert Grönemeyer entliehene Zitat beschreibt ganz gut, was seit einigen Jahren in der Publishing-Branche passiert. Spätestens seit der Einführung des iPads 2010 ist Digital Publishing – das Publizieren für mobile Endgeräte – in aller Munde. Egal ob Zeitung oder Zeitschrift, Buch oder Geschäftsbericht, Katalog oder Broschüre – alles soll und alles wird auf mehreren Vertriebswegen (Papier, Web, App) an den Kunden ausgeliefert.

Digital Publishing mit InDesign erlaubt Grafikern und Gestaltern aus dem Printumfeld mit ihren bekannten Werkzeugen den Einstieg in dieses neue Aufgabengebiet. Es bringt aber auch Programmierern und Webentwicklern die Themen Typografie und »Pixelperfect Design« näher. Viele Konzepte, zum Beispiel das einer Zeitschrift, bei der vorab ausgewählte Inhalte per Einzelverkauf oder Abonnement erworben werden, bleiben bisher auch in der digitalen und mobilen Welt identisch – allerdings angereichert mit neuen Möglichkeiten, die Touchdisplays und die fast ständige Verbindung mit dem Internet erlauben. So werden nun auch in Printredaktionen Videos ausgewählt und Grafiken nicht nur erstellt, sondern auch animiert. Kataloge sollen Produkte nicht mehr nur präsentieren, sondern direkte Bestellmöglichkeiten bieten. Tutorials vermitteln nicht mehr nur einen bestimmten Stoff – sie fragen auch gleich ab, was davon verstanden und behalten wurde. Es bleibt alles anders.

Lehnen Sie sich entspannt zurück – denn vieles bleibt, wie Sie es kennen. Ob Sie nun für DIN A4 gestalten oder auf einer Fläche von 1024 x 768 Pixeln, ob Sie ein Bild platzieren oder eine Bildergalerie – die Unterschiede sind minimal und mit Hilfe des vorliegenden Buches schnell gemeistert.

Vieles ist aber auch anders und neu. Feedback durch Usertracking, Response-Elemente, die tatsächlich eine direkte Antwort oder einen Kauf ermöglichen, eine App mit separaten Inhalten für Enduser und Handelspartner – jeweils in verschiedenen Sprachen: Diese Aufgabenstellungen gehen weit über das Gestalten hinaus und erfordern zum Teil zusätzliche Kompetenzen – insbesondere im Bereich HTML. Aber auch hier vermittelt das vorliegende Buch einen guten Einstieg.

Das Thema digitales bzw. mobiles Publizieren ist noch immer sehr neu – Anfang 2010 kamen die ersten Apps für das damals nagelneue iPad auf den Markt –, inzwischen aber auch schon so etabliert, dass es mehrere Tausend Kunden gibt, die eine riesige Menge an Apps mit der Adobe Digital Publishing Suite erstellt haben. Und jeden Tag liefert Adobe weit über 160.000 Exemplare digitaler Projekte weltweit aus.

Ich empfehle Ihnen: Bleiben auch Sie anders. Tauchen Sie ein in eine neue Welt und testen Sie Digital-Publishing-Konzepte in Ihren Projekten und mit Ihren Kunden. Nutzen Sie dieses Praxisbuch, um sich deutlich von Ihren Mitbewerbern abzusetzen.

Wie schnell das auch Ihr Business verändern kann, zeigt sich bestens an den Autoren, die allesamt zu den erfahrensten »Digital Publishern« mit der Adobe Digital Publishing Suite in Deutschland gehören. Anselm Hannemann lernte ich vor vier Jahren kennen, als er gerade seinen ersten Vortrag für die Münchener InDesign-Usergroup hielt. Im nächsten Jahr war er bei den Ersten, die mit der Digital Publishing Suite arbeiteten, und heute hilft er Firmen wie Burda beim Ausbau des digitalen Publizierens und hält europaweit Vorträge – insbesondere zu HTML und Web-Themen.

Die Firma von Michaela Lehr und Richard Brammer – Geil,Danke! – nennt das übliche Kundenfeedback schon im Namen. Als ich die beiden zum ersten Mal in einem Berliner Café traf, erzählten sie mir von ihrem ersten Kontakt mit Edenspiekermann. Deren Mitarbeiter meldeten sich nämlich bei der jungen Agentur an und meinten sinngemäß: Ihr kennt euch doch gut mit Digital Publishing aus – könnt ihr nicht mal vorbeikommen und einen Workshop halten? Dies wäre in der alten, analogen Welt sicherlich unvorstellbar gewesen.

Nutzen also auch Sie Ihre Chance und bleiben Sie anders. Wir befinden uns gerade am Anfang einer digitalen Revolution. Wohin die Reise geht, weiß noch keiner genau. Aber alle, die mit auf die Reise gehen, können die Route beeinflussen.

Ingo Eichel

Sr. Business Development Manager, Media & Entertainment, Adobe Systems GmbH