

1

Einleitung

1.1	Für wen ist dieses Buch geeignet?	4
1.2	Für wen ist dieses Buch eher nicht geeignet?	5
1.3	Was erwartet Sie in diesem Buch?	6

Digitale Magazine gibt es schon seit ein paar Jahrzehnten, doch erst mit der Verbreitung von mobilen Geräten wie Smartphones, Tablets oder E-Book-Readern konnten sie wahrnehmbare Erfolge feiern. Das ausschlaggebende Gerät war das erste iPad von Apple, das im Januar 2010 erschien. Noch im gleichen Jahr erschien im April die erste Tablet-Ausgabe eines Magazins: die Time. Dass bereits ein Jahr später annähernd 500 Tablet-Magazine für das iPad verfügbar waren, zeigt, wie groß die Nachfrage für digitale Zeitschriften bereits Anfang 2011 war. Laut dem Magazine Fact Book 2012/13¹ ziehen heute ganze 61 Prozent das Lesen auf dem Tablet dem analogen Lesen eines Magazins vor. Aus diesem Grund bemühen sich Verlags-häuser und Kleinverlage, Agenturen und Freelancer, auf dem Gebiet digitaler Magazine Know-how aufzubauen. Doch was sind digitale Magazine eigentlich?

Digitale Magazine, so wie wir in diesem Buch davon sprechen, sind Publikationen mit einem Editorial Design und einem einigermaßen feststehenden redaktionellen Inhalt. Sie können über Tablets oder Smartphones gekauft und heruntergeladen werden, wobei sie in vielen Fällen zur Marke eines gedruckten Magazins gehören – häufig entspricht der Inhalt exakt dem eines gedruckten Magazins.

Abbildung 1.1
Rolling Stone auf dem iPad



1 <http://bit.ly/magazinmediafactbook>

Digitale Magazine können auf die mobilen Geräte über App-Stores oder als Web-App aus dem Web geladen werden. Die Distribution über einen Store, beispielsweise den Apple App-Store oder den Google Play Store, hat sich allerdings durchgesetzt, so dass heute die Mehrheit der digitalen Magazine über eine iOS- oder Android-App verfügt. Viele Magazine werden seit kurzer Zeit auch für Smartphones angeboten, denn seit den hochauflösenden Retina-Displays ist Lesen auf kleinen Bildschirmen ebenso angenehm wie auf Tablet-Displays.

Die Anzahl und der Erfolg digitaler Magazine werden laut Einschätzungen von Branchenexperten auch weiterhin wachsen. Das hat einerseits zu tun mit den vielfältigeren Möglichkeiten, die dieses Medium bietet, und andererseits mit dem schwindenden Interesse an Printmagazinen. So können beispielsweise Anzeigen und deren Konsum genau gemessen und ausgewertet werden, eine Internetverbindung ermöglicht Käufe direkt aus der Zeitschrift heraus oder Leser können via Mail und Social-Media-Anbindungen ohne Medienbruch auf andere Kanäle geleitet werden. Dies ist nicht nur für Publisher, sondern vor allem auch Anzeigenkunden ein großer Vorteil.

Adobe hat zur Geschichte und zu dem Erfolg digitaler Magazine maßgeblich beigetragen. Ein Team von Adobe hat gemeinsam mit dem amerikanischen Verlag Condé Nast an einem digitalen Magazin gearbeitet, noch bevor das iPad auf den Markt kam. Und aus eben diesem Produkt wurde die Digital Publishing Suite, mit der die US-amerikanische »Wired«² im Juni 2010 das zweite Magazin in Apples App-Store wurde. Seither wurden mit der Adobe Digital Publishing Suite mehr als 2.000 Magazine in die Stores gebracht, während die Zahl an heruntergeladenen Ausgaben im Oktober 2012 beispielsweise 4,6 Millionen beträgt.

Nicht nur weltweit, sondern auch in Deutschland ist die Digital Publishing Suite derzeit das am häufigsten benutzte Werkzeug, um digitale Magazine mit InDesign in die App-Stores zu bringen. Und auch wenn das Produkt noch viel Verbesserungspotential hat, ist es momentan der zuverlässigste und kreativste Weg, um digitale Magazine zu veröffentlichen.

Die Digital Publishing Suite bietet sich allerdings nicht nur an, um bestehende Printpublikationen mit neuem, angepasstem Layout in die App-Stores zu bringen. Auch völlig neue Publikationen mit mo-

2 <http://bit.ly/wiredus>

dernen Konzepten, Geschäftsberichte, Präsentationen, illustrierte Bücher, Nachschlagewerke und aufwändige Kataloge können prima mit der Digital-Publishing-Lösung von Adobe umgesetzt werden. In vielen Fällen ist hierfür noch nicht einmal eine DPS-Professional-Lizenz nötig, sondern das Creative-Cloud-Abonnement oder allein InDesign ab Version CS5 ist ausreichend.

Allerdings hat die DPS natürlich auch ihre Grenzen. Sie ist nicht geeignet, um hundertseitige Romane mit reinem Text zu veröffentlichen, und auch komplizierte Kataloge mit integrierter Warenwirtschaftssoftware werden besser auf andere Art und Weise umgesetzt. Hinzu kommt, dass die Digital Publishing Suite nicht barrierefrei und somit auch nicht für Behörden oder staatliche Institutionen geeignet ist.

Wann immer allerdings ein grafisch aufwändiges Layout, Editorial Design, Multimedialität, Interaktivität, Lesen oder Präsentieren auf dem Tablet oder dem Smartphone gefragt sind, ist die DPS das Tool der Wahl.

1.1 Für wen ist dieses Buch geeignet?

Wir haben dieses Buch in erster Linie als Arbeitsbuch und Referenz für Anwender von InDesign mit der Digital Publishing Suite geschrieben. Egal ob Sie als Einsteiger den Umgang mit den Tools erlernen wollen oder bereits intensiv mit der Suite gearbeitet haben: Sie werden in diesem Buch auf viele hilfreiche Tipps aus der Praxis stoßen und lernen, wie man professionell auf Mobilgeräten publiziert. Lernen Sie, wie Sie Ihre Dokumente einrichten, wie Sie Interaktivität sinnvoll einsetzen und wie Sie in weniger Zeit mehr erreichen.

Unsere zweite große Zielgruppe sind Produktmanager, Projektleiter, Product Owner oder Produzenten von digitalen Publikationen, die einen fundierten Überblick über den kompletten Entwicklungsprozess einer App erhalten wollen. Erfahren Sie, welche Schritte notwendig sind, um zum Beispiel ein Magazin, einen Geschäftsbericht, eine Präsentation oder einen Katalog auf Tablets und Smartphones zu veröffentlichen, oder wie Sie Ihren Produktionsprozess verbessern können.

Wenn Sie sich für Online-Medien, Informatik oder Design interessieren, in diesem Bereich studieren oder eine Ausbildung machen, so gibt dieses Buch Ihnen eine gute Hilfestellung. Lernen Sie mit der Adobe Digital Publishing Suite eines der wichtigsten und verbreitetsten Werkzeuge zum Veröffentlichen von gestaltungsintensiven digitalen Inhalten kennen. Erfahren Sie mehr über die Möglichkeiten und Grenzen des digitalen Publizierens und meistern Sie das führende Tool der Branche.

1.2 Für wen ist dieses Buch eher nicht geeignet?

Da dieses Buch viele sowohl kleine als auch umfangreiche Beispiele aus der Praxis behandelt, sollten Sie es als Arbeitsbuch verstehen. Wir gehen davon aus, dass Sie parallel mit den vorgestellten Werkzeugen arbeiten, während Sie unsere Seiten lesen.

Daher ist dieses Buch nicht geeignet für Leser, die einen Branchenüberblick suchen. Hierzu empfehlen wir Ihnen das ebenfalls im dpunkt-Verlag erschienene Buch »Digitales Publizieren für Tablets«³, in dem neben der Digital Publishing Suite von Adobe sechs verwandte Werkzeuge zum Veröffentlichen auf Tablets (und Smartphones) vorgestellt werden.

Zwar behandeln wir die Themen Adobe Edge Animate und die Grundlagen von HTML5 in diesem Buch, doch sind diese beiden Kapitel eher als Einstieg in die Möglichkeiten und Nachschlageresource von HTML innerhalb der Digital Publishing Suite gedacht. Vielzählige Bücher über HTML5, CSS3 und JavaScript finden Sie mittlerweile auch in deutscher Sprache. Als ausführliche Referenz über alle Möglichkeiten von Adobe Edge Animate empfehlen wir »Lebendige Webseiten mit Adobe Edge Animate«⁴ von Simon Widjaja.

³ <http://tabletpublishing.mobi/buch>

⁴ <http://bit.ly/edgeanimatedpunkt>

1.3 Was erwartet Sie in diesem Buch?

Im nächsten Kapitel stellen wir die Digital Publishing Suite vor. Wir beschreiben die einzelnen Werkzeuge und den grundsätzlichen Arbeitsablauf und grenzen die Suite von Software anderer Anbieter ab. Außerdem erläutern wir, welche Arten von Apps mit der DPS erstellt werden können. Wenn Sie InDesign oder die Adobe Digital Publishing Suite nicht kennen, lohnt sich für Sie ein Blick in diesen Abschnitt des Buches.

Im dritten Kapitel geht es darum, eine digitale Publikation zu konzipieren. Wir gehen auf die Unterschiede im Vergleich zu gedruckten Veröffentlichungen ein: Es geht um Benutzerfreundlichkeit und Typografie auf mobilen Geräten und Displays und um die Grundlagen in der interaktiven Gestaltung. Außerdem gehen wir auf die spezifischen Voreinstellungen von InDesign für Digital Publishing ein. Wenn Sie das erste Mal an einem digitalen Produkt arbeiten, sollten Sie dieses Kapitel lesen. Für alle anderen bietet es einen kompakten Überblick über die wichtigsten Konzepte.

In Kapitel 4 beschäftigen wir uns mit dem Gestaltungs- und Produktionsprozess einer digitalen Publikation. Lernen Sie die technischen Formate der Digital Publishing Suite kennen und organisieren Sie Ihre Daten für das Publizieren auf verschiedenen Geräten und Displaygrößen. Erfahren Sie, wie Sie Ihre Inhalte testen und für die Verbreitung vorbereiten. Für Leser, die bereits Erfahrung mit der Digital Publishing Suite gesammelt haben, fassen wir die wichtigsten Punkte zur Verbesserung des Produktionsprozesses zusammen. Wie automatisieren Sie wiederkehrende Inhalte und verkleinern Sie den Speicherverbrauch Ihrer Publikation?

Wie Sie Ihre App mit den Werkzeugen in InDesign interaktiv gestalten, erfahren Sie in Kapitel 5. Von Videos über Diashows und Pop-ups bis hin zu Hyperlinks und HTML demonstrieren wir alle Features der Adobe Digital Publishing Suite anhand von Beispielen. Spezialfälle, Kombinationen der Features und wiederkehrende Patterns sind Teil dieses Kapitels.

Komplexe Animationen und kleine Apps lassen sich mit Adobe Edge Animate erstellen. Wie Sie die wichtigsten Funktionen des Tools nutzen, beschreibt das sechste Kapitel. Hier erfahren Sie auch, wie Sie die Ausgabedaten von Edge Animate in InDesign integrieren.

Immer dann, wenn die Standardfunktionen der Suite nicht ausreichen, um ein interaktives Feature zu entwickeln, kommt HTML ins Spiel. Wir erklären die Grundlagen von HTML5 und fassen die Richtlinien für die Entwicklung von CSS und JavaScript für Mobilgeräte zusammen. Sie finden diese Informationen in Kapitel 7.

Die Kapitel 8 und 9 beschreiben den Veröffentlichungsprozess Ihrer App in den verschiedenen Märkten. Während sich das 8. Kapitel auf den App Store konzentriert, geht es in Kapitel 9 um Android beziehungsweise Google Play und das Amazon Kindle Fire. Erfahren Sie, wie Sie Ihre App an Ihre Anforderungen anpassen, wie Sie Ihre interaktiven Designs über Apple, Google oder Amazon verkaufen können. Lernen Sie den Testprozess einer App kennen und verbinden Sie sie mit Ihrem Abonnement-Server.

Wie Sie den Verkaufserfolg Ihrer App verfolgen und verbessern, erfahren Sie in Kapitel 10. Durch kontinuierliche Optimierung am Verkaufspunkt und Analyse der gesammelten Datensätze machen Sie Ihre App zum Erfolg!

Übrigens haben wir bei den InDesign-Screenshots nicht die dunkle CC-Variante gewählt, weil wir der Meinung sind, dass die mittelhelle sowie die helle Variante sehr viel besser lesbar sind. Weil die CC-Version während der Arbeit an diesem Buch erst gar nicht und dann in einer Prerelease-Variante verfügbar war, finden Sie gerade bei den Tutorials in Kapitel 5 noch einige CS6-Screenshots. Funktionen und Benennungen unterscheiden sich hierbei nicht.