

# Digital Publishing mit QuarkXPress 9

# Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Einführung.....</b>                                | <b>3</b>  |
| <b>Optionen für Quark Digital Publishing.....</b>     | <b>4</b>  |
| <b>Definieren Ihrer Ziele und Beschränkungen.....</b> | <b>5</b>  |
| Charakterisierung Ihrer Inhalte.....                  | 5         |
| Bewerten der Bedürfnisse Ihrer Kunden.....            | 7         |
| Die Planung für die Distribution.....                 | 8         |
| Bewerten der Ansprüche an Ihre Infrastruktur.....     | 9         |
| <b>Hardware, Betriebssysteme und Formate.....</b>     | <b>10</b> |
| Hardware.....   | 10        |
| Betriebssysteme.....                                  | 11        |
| Beschränkungen der Multimediaformate.....             | 11        |
| Übergabeformate.....                                  | 11        |
| <b>Allgemeiner Entwicklungsansatz.....</b>            | <b>13</b> |
| <b>Fehler, die es zu vermeiden gilt.....</b>          | <b>15</b> |
| <b>Wie geht es weiter?.....</b>                       | <b>17</b> |
| <b>Rechtliche Hinweise.....</b>                       | <b>18</b> |

# Einführung

Digitales Publishing bietet großartige Chancen zur Veröffentlichung von Inhalten. Manchmal sind es vielleicht sogar etwas *zu viele* Möglichkeiten. Es sind so viele Optionen vorhanden — und so viele Unwägbarkeiten — dass die Entscheidungsfindung eine echte Herausforderung darstellen kann. Um alles noch komplizierter zu machen: Die Antwort auf die meisten Fragen, die Sie sich stellen werden, ist "es kommt drauf an".

Diese Anleitung soll Sie dabei unterstützen, gute Entscheidungen für Ihr digitales Publishing zu treffen, damit Ihre Anstrengungen Erfolge nach sich ziehen.

# Optionen für Quark Digital Publishing

Im Folgenden werden die von Quark® für das digitale Publishing verfügbaren Optionen kurz vorgestellt. Wenn Sie sich in anderen Teilen dieses Dokuments über die verschiedenen Aspekte des digitalen Publishing informieren, können Sie diese Tabelle zum schnellen Nachschlagen nutzen.

| Medientyp                         | App Studio App und Ausgaben   | AVE App und Ausgaben   | Kindle eBook   | ePub E-Book   |
|-----------------------------------|---|--|--|---|
| <b>Beschreibung</b>               | Ein offenes, auf Standards basierendes Format mit einem anpassbaren, für Branding geeigneten Reader | Ein flexibles, proprietäres Format mit einem anpassbaren, für Branding geeigneten Reader | Ein Format, mit dem Sie im Amazon Kindle Store veröffentlichen können  | Ein von vielen Readern unterstütztes, buchorientiertes Standardformat         |
| <b>Am besten geeignet für</b>     | Unternehmen, Magazine   | Unternehmen, Magazine  | Bücher   | Bücher  |
| <b>Reader</b>                     | Branded Reader (anpassbar)  | Branded Reader (anpassbar)   | Kindle   | Kindle, Nook, Google, Apple iBooks  |
| <b>Plattformen</b>                | iPad, iPhone, Android Tablets   | iPad   | Mehrere  | Mehrere   |
| <b>Layout</b>                     | Aus QuarkXPress   | Aus QuarkXPress  | In Reader-App eingebaut  | In Reader-App eingebaut   |
| <b>Inhalt</b>                     | Text, Bilder, Video, Diashows, HTML, Interaktivität und mehr  | Text, Bilder, Video, Diashows, HTML, Interaktivität und mehr                             | Text und Bilder  | Text und Bilder   |
| <b>Distribution</b>               | Apple App Store, Android App Stores   | Apple App Store  | Amazon Kindle Store  | Dritte  |
| <b>Verfügbar für QuarkXPress?</b> | QuarkXPress 9.5 oder neuer  | QuarkXPress 9.1 oder neuer   | QuarkXPress 9.3 oder neuer   | QuarkXPress 9.0 oder neuer  |
| <b>Verfügbar für QPS?</b>         | QPS 9.5 oder neuer  | QPS 9.0 oder neuer   | —  | QPS 9.0 oder neuer  |
| <b>Kosten</b>                     | Variiert nach Anzahl der Ausgaben   | Variiert nach Anzahl der Ausgaben  | Keine Kosten für das Authoring und das Publishing im Bookstore, Amazon verlangt jedoch einen Teil der Verkaufserlöse | Keine Kosten für das Authoring; Distributionsvereinbarung je nach Distributor |

# Definieren Ihrer Ziele und Beschränkungen

Wenn Sie an digitales Publishing denken, lässt sich vermuten, dass Ihre ersten Fragen ungefähr so aussehen:

- Auf welchen Geräten möchte ich veröffentlichen?
- In welchen Formaten möchte ich veröffentlichen?
- Welche Tools möchte ich verwenden?

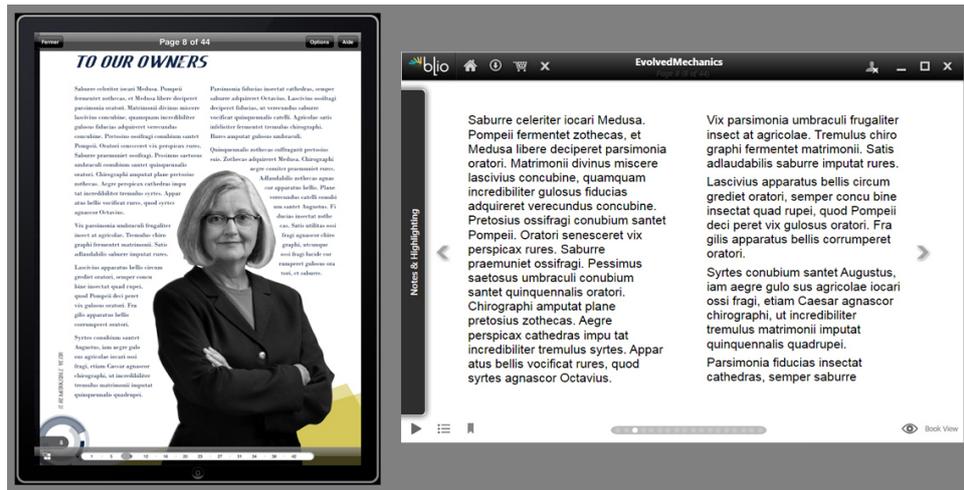
Als Startpunkt sind diese Fragen jedoch eventuell nicht optimal geeignet. Unterschiedliche Geräte, Formate und Werkzeuge besitzen unterschiedliche Stärken und Schwächen und es ist schwer, eine Auswahl zu treffen, wenn Sie noch keine klare Vorstellung Ihrer Ziele, Anforderungen und Beschränkungen besitzen. Im Folgenden möchten wir Sie dabei unterstützen, die angesprochenen Punkte zu klären, damit Sie eine kluge Wahl treffen, wenn Richtungsentscheidungen anstehen.

## Charakterisierung Ihrer Inhalte

In einem gewissen Ausmaß sollte Ihre Auswahl im Hinblick auf Geräte und Formate auf die Art Ihrer Inhalte ausgerichtet sein. Sind die Inhalte anspruchsvoll gestaltet, wie z. B. Magazine oder Broschüren? Oder sind sie textorientiert mit lediglich wenigen Bildern? Oder sind sie primär auf visuelle Eindrücke oder zum entspannten Lesen gedacht? Die Antwort auf solche Fragen kann Sie bei der Entscheidung unterstützen, ob Sie eine Layoutansicht, eine Reflow-Ansicht oder beides benötigen.

- Eine **Layoutansicht** ermöglicht es, die Seiten für einen bestmöglichen visuellen Eindruck zu gestalten und sie gestattet die Verwendung von Multimedia-Inhalten wie Sound und Video. Eine Layoutansicht erlaubt es darüber hinaus, Ihr Branding weitestgehend zu erhalten, da sie die größte Flexibilität bietet.
- Eine **Reflow-Ansicht** zeigt nur Texte und Bilder an, gewöhnlich in einer vom Anwender einstellbaren Textgröße und Schrift. Eine Reflow-Ansicht ist weniger flexibel als die Layoutansicht, kann aber durchaus wünschenswert sein, da sie dem Kunden ein ablenkungsfreies Lesen erlaubt. Die Reflow-Ansicht ist gut für traditionelle Bücher und Nachschlagewerke geeignet.

## DEFINIEREN IHRER ZIELE UND BESCHRÄNKUNGEN



### Beispiele für die Layoutansicht (links) und die Reflow-Ansicht (rechts)

Wenn Ihre Inhalte auf das Erzeugen eines nachhaltigen visuellen Eindrucks ausgerichtet sind, wenn Ihr Branding erhalten bleiben soll und wenn Sie Multimediateilnehmer möchten, sollten Sie die Erstellung einer individuellen App oder die Verwendung von App Studio in Erwägung ziehen, um Inhalte zu erschaffen, die sich in einer individuellen Reader-App ansehen lassen.

Ist Ihr Content hauptsächlich textorientiert und besteht keine Notwendigkeit für ein ausgefallenes Layout? Dann könnte ein Format wie Kindle oder ePUB für Sie in Frage kommen. Dieses Format bietet ausschließlich eine Reflow-Ansicht und ist kompatibel mit einer Vielzahl von Readern.

Wenn es besonders wichtig ist, dass Ihr Content in einer für Sie typischen Weise präsentiert wird, kommt sicher die Erstellung einer ganz eigenständigen App in Frage. Diese kann vollkommen selbstständig oder mithilfe des AVE Frameworks erzeugt werden. Diese - arbeitsintensivste - Variante ist gleichzeitig auch die flexibelste. Beachten Sie jedoch, dass es mit zunehmendem Umfang der selbstständigen Arbeit, die Sie in eine Anwendung investieren, immer schwieriger wird, diese App auch für andere Plattformen zu erstellen.

Eine weitere wichtige Frage ist, ob Sie mit ihrer App unterschiedliche Geräteausrichtungen unterstützen möchten (oder müssen)? Erwarten Ihre Kunden diesen Funktionsumfang? Falls dieser Punkt wichtig für Sie ist, sollten Sie ihn bei der Wahl eines Formats berücksichtigen. Viele ePub Reader unterstützen diese Funktion automatisch, jedoch nicht alle. Falls Sie möchten, dass sich mit der Geräteausrichtung das Layout verändert, wäre eine individuell erstellte App oder eine in App Studio erstellte Ausgabe die bessere Wahl.

Wenn Sie die Verwendung von Medienelementen wie Audio und Video in Betracht ziehen, sollten Sie sicherstellen, dass Sie über die zu ihrer Produktion nötigen Ressourcen verfügen. Die Begeisterung für die Multimedia-Idee ist schnell entfacht, die richtige Erstellung und Verwendung von Multimedia kann jedoch viel Planungsarbeit und hohe Kosten verursachen. Prüfen Sie die Möglichkeit, Materialien erneut zu verwenden, die Ihr Unternehmen bereits für andere Medien (z. B. für seine Website) erstellt hat.

Was Sie noch bedenken sollten:

- Möchten Sie Ihren Anwendern für die Navigation Einstellelemente und Symbole im Industriestandard bieten, die sie ohne langes Nachdenken verwenden können oder wünschen Sie eigens erstellte Bedienelemente im Sinne eines individuelleren Nutzererlebnisses?
  - Sollen die verwendeten Inhalte auch im Web erscheinen? Falls dies so ist, worin soll sich die Webversion des Contents (gegebenenfalls) von der Version für Handheld-Geräte unterscheiden? Wenn keine wesentlichen Unterschiede zwischen der Präsentation der Inhalte auf Ihrer Website und der Darstellung auf dem Handheld-Gerät bestehen, sollten Sie überlegen, ob wirklich eine App nötig ist.
  - Möchten (oder müssen) Sie in mehreren Formaten veröffentlichen oder nur in einer App-Präsentation? Portieren Sie Inhalte von einem anderen Format? Ist ein Single-Source-Ansatz möglich, zumindest, um die Anfangsversion eines Layouts zu erstellen, das Sie dann für das Erscheinen als App-Ausgabe anpassen können?
- ➔ Weitere Informationen zu den hier besprochenen Formaten finden Sie unter "[Hardware, Betriebssysteme und Formate](#)".

### Bewerten der Bedürfnisse Ihrer Kunden

Wir setzen voraus, dass Sie Ihren Kunden positive Erfahrungen mit Ihren Inhalten bereiten möchten. Damit sich dies realisieren lässt, bedenken Sie bitte auch folgende Fragen:

- Möchten Ihre Kunden in der Lage sein, die Punktgröße des Textes zu ändern? Ist dies der Fall, sollten Sie ein Format wählen, das eine Reflow-Ansicht beinhaltet.
- Sollen Ihre Kunden in die Lage versetzt werden, die Inhalte auf Wunsch herunterzuladen? Wenn zum Beispiel eine App aus dem Apple App Store über 3G heruntergeladen werden soll, darf diese nicht mehr als 50MB groß sein. Wenn Sie sicherstellen wollen, dass eine solche App über 3G heruntergeladen werden kann, sollten Sie ein "schlankeres" Format wie ePub in Erwägung ziehen oder versuchen, die Größe der in Ihren Apps enthaltenen Multimedia-Assets zu minimieren.
- Wie schnell möchten Ihre Kunden die Inhalte herunterladen? Sogar in uneingeschränkten Netzwerken sollten Sie darüber nachdenken, die Größe Ihrer Dateien zu minimieren, damit Ihre Kunden sich nicht über Wartezeiten ärgern.
- In welchen Sprachen sollen die Kunde Ihre Inhalte lesen können? Wenn Sie Ihre Inhalte in mehreren Sprachen vertreiben möchten, sollten Sie sicherstellen, dass das Format und das gewählte Gerät diese Sprachen unterstützen. So werden beispielsweise in einigen ostasiatischen und osteuropäischen Sprachen Zeichen verwendet, die in vielen Western-Schriften nicht verfügbar sind und manche Sprachen besitzen eine andere Schreib-/Leserichtung als westliche Sprachen. Das ePub Format unterstützt ostasiatische und osteuropäische Sprachen auf einigen, aber möglicherweise nicht auf allen Geräten. Wenn Sie App Studio verwenden möchten, dürfen Sie ausschließlich die Layoutansicht verwenden, da in der Reflow-Ansicht Sonderzeichen möglicherweise nicht korrekt dargestellt werden.
- Setzen Sie bei Ihren Kunden zum Lesen und Betrachten der Inhalte einen Internetzugang voraus? Wenn dies so ist, sollten Sie ein "gutmütiges Verhalten" für den Fall sicherstellen, dass Ihre Kunden keinen Zugriff auf ein Netz besitzen. Falls Sie

## DEFINIEREN IHRER ZIELE UND BESCHRÄNKUNGEN

Ausgaben mit Inhalten in App Studio erstellen, können Sie für den Notfall jeweils ein Standard-Bild oder Standard-Grafikelement dort vorsehen, wo Inhalte "live" aus dem Web präsentiert werden.

- ➔ Weitere Informationen zu den hier besprochenen Formaten finden Sie unter "[Hardware, Betriebssysteme und Formate](#)".

### Die Planung für die Distribution

So, wie es viele unterschiedliche Möglichkeiten der Distribution von gedruckten Inhalten gibt, existieren auch viele unterschiedliche Arten der Verteilung von Content für Handheld-Geräte. Die Art und Weise, die Sie für die Distribution Ihrer Inhalte wählen, hängt vermutlich davon ab, wofür diese Inhalte gedacht sind und wie Sie Ihre Erträge erzielen möchten.

Überlegen Sie, wie häufig Sie Content veröffentlichen wollen:

- Müssen Sie häufige kleinere Mengen Content veröffentlichen? Falls ja, kommt die Erstellung einer App des News-Reader-Typs mithilfe eines Frameworks wie TapLynx infrage. Dieser Ansatz ermöglicht es, Ihre App einmal zu erstellen und zu verteilen und dann regelmäßig Updates der in dieser App dargestellten Inhalte zu veröffentlichen. Dabei muss der Kunde nicht mehr tun, als die Anwendung zu öffnen. In diesem Modell kommt der Cashflow gewöhnlich über Anzeigenerlöse.
- Werden Sie Inhalte selten oder unregelmäßig veröffentlichen? Sind Sie (beispielsweise) ein Herausgeber, der seinen Kunden Buchtitel zur Verfügung stellen möchte? In diesem Falle sollten Sie die Verwendung des Kindle-Formats in Erwägung ziehen. Wenn Sie keine Layoutansicht benötigen, sollten Sie eines der großen vorhandenen Distributionsnetzwerke wie Amazon oder eines der vielen kleineren in Betracht ziehen.
- Möchten Sie Inhalte auf einer regelmäßigen Basis publizieren? Sind Sie beispielsweise Herausgeber einer digitalen Zeitschrift? Sie können sich für jede einzelne Ausgabe einer eigens erstellten App bedienen. Dies kann jedoch einen hohen Arbeitsaufwand bedeuten und der häufige Download einer neuen App löst bei Ihren Kunden vermutlich keine Begeisterung aus. Sie könnten auch die Erstellung einer App Studio Reader-App in Betracht ziehen und dann die jeweiligen Ausgaben über einen Webserver vertreiben. Bei diesem Ansatz können Sie die App so individualisieren, dass ihr Branding sichtbar ist, oder eine generische Viewer-App verwenden. (Bitte beachten Sie jedoch, dass Sie durch diesen Ansatz auf die von App Studio unterstützten Plattformen beschränkt sind.)

Wenn Sie sich entscheiden, App Studio Ausgaben zu verteilen, die sich in einer Reader-App betrachten lassen, sollten Sie überlegen, ob Sie eine Probeausgabe verfügbar machen möchten, damit der Anwender den Gebrauchswert Ihrer Publikationen einschätzen kann. Sie können eine Beispielausgabe mit der App bündeln. Achten Sie dabei jedoch wegen der Beschränkungen der Download-Größe und der Wartezeit für Ihre Kunden auf die Dateigröße. Sie können auch aus der Reader-Anwendung freien Zugriff auf eine Beispielausgabe gewähren.

Selbstverständlich benötigen Sie einen Plan für das Erzielen Ihrer Erlöse. Die hier vorhandenen Möglichkeiten beinhalten den Verkauf von einzelnen Apps, den Verkauf

von Ausgaben, die sich in einer Reader-App betrachten lassen, den Verkauf von Büchern (z. B. für den Kindle Reader) und Einnahmen aus Werbung. Wenn Sie Werbung verkaufen möchten, können Sie mit den Werbepartnern individuelle Abmachungen treffen oder ein vorhandenes Netzwerk wie Apples iAd (nur für iOS) oder Google AdMob (für iOS und Android) verwenden.

Wenn Sie über Werbung nachdenken, sollten Sie auch Analysen nicht vergessen. Möchten Sie, dass Ihre App Sie mit Informationen über ihre Nutzung und die Verwendung Ihrer Inhalte versorgt? Sowohl iAd, als auch AdMob bieten Optionen zum Erfassen solcher Daten und zu ihrer Verwendung für eine maßgeschneiderte Werbung.

Schließlich stellt sich die Frage, auf wievielen unterschiedlichen Plattformen Sie veröffentlichen möchten. Hier sind individuelle Apps die am wenigsten reizvolle Wahl, da sie für jede Plattform neu geschrieben werden müssen. Die größte Marktabdeckung erreichen Sie mit einem Industriestandard wie ePub.

➡ Weitere Informationen zu den hier besprochenen Formaten finden Sie unter "[Hardware, Betriebssysteme und Formate](#)".

### Bewerten der Ansprüche an Ihre Infrastruktur

Das Erstellen von Inhalten für die digitale Distribution ist nur ein Teil des digitalen Publishing-Prozesses. Wenn Sie planen, Inhalte für digitale Geräte zu vertreiben, muss sichergestellt sein, dass alle dafür erforderlichen Erfordernisse vorhanden sind.

Wenn Sie beispielsweise planen, Inhalte auf einer Website zu hosten, müssen Sie bedenken, welche Anforderungen an den Speicherplatz sie dafür einplanen müssen und wie viele Downloads Sie erwarten, da beide Faktoren sich üblicherweise auf die Bezahlung für das Hosting auswirken. Auf jeden Fall sollten Sie von Beginn an die Nutzungsdaten überwachen und analysieren und notwendige Änderungen am Hostingplan vornehmen. (Wenn Sie Apps oder AVE Ausgaben erzeugen, die über das Web zugelieferte Inhalte einschließen, sollten Sie auch den Hostingplan für diese Inhalte im Auge behalten.)

Die Rechnungsstellung ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Wenn Sie einzelne Apps oder Ausgaben zum Verkauf anbieten, müssen Sie sicherstellen, dass Sie über die nötigen Ressourcen verfügen, um das Entgelt für diese Inhalte in allen dafür vorgesehenen Märkten in Rechnung stellen zu können. Die vielleicht einfachste Methode dafür ist die Verwendung eines bereits vorhandenen Netzwerks wie App Store oder Amazon, da diese Organisationen eingerichtet wurden, um dieses Bereich des Geschäftes für die Ersteller von Inhalten einfach und transparent zu machen.

Schließlich sollten Sie über einen Plan für die Promotion und das Marketing Ihrer Inhalte verfügen. Für diesen Zweck können Sie Experten beauftragen oder Ihren Content mithilfe sozialer Netzwerke wie Facebook and Twitter selbst bewerben, auch eine Kombination ist selbstverständlich möglich.

# Hardware, Betriebssysteme und Formate

Wenn Sie über ein Publishing für Handheld-Geräte nachdenken, sollten Sie möglichst viel über die für diese Geräte aktuell verfügbare Hardware, die Betriebssysteme und die Formate wissen.

## Hardware

Es ist wichtig zu wissen, auf welcher Art von Hardware Ihr Content verfügbar sein soll, denn die verschiedenen Geräte besitzen unterschiedliche Vor- und Nachteile. Einige Beispiele:

- **Physikalische Größe:** Wenn Sie Inhalte für die Bereitstellung auf einem kleineren Bildschirm entwickeln, sollten diese sich eventuell von denen für einen größeren Bildschirm unterscheiden. Bei der Entwicklung für einen größeren Bildschirm könnte das Inhaltsverzeichnis zum Beispiel durch Miniaturbilder der einzelnen Objekte ergänzt werden — auf einem kleineren Bildschirm sollten Sie die Verwendung solcher Miniaturen auf ein Minimum beschränken. Bei kleineren Bildschirmen sollten Sie auch über das Problem des Zugangs zu den gesamten Inhalten in der Reflow-Ansicht nachdenken.
- **Auflösung:** Bedenken Sie bei der Entwicklung an einem Computermonitor, dass die Auflösung mit der Sie entwickeln nicht unbedingt der Auflösung entspricht, mit der die Inhalte später betrachtet werden. Wenn die Auflösung Ihres Monitors signifikant höher oder geringer ist, als die Auflösung des Gerätes, für das Sie entwickeln, sollten Sie während der Designarbeit unbedingt darauf achten. Dies bedeutet auch, dass Sie bereits zu einem frühen Zeitpunkt die Verwendbarkeit Ihrer Inhalte testen sollten, um zu vermeiden, dass Sie sich auf ein auf dem Zielgerät unlesbares Design festlegen.
- **Netzwerkzugriff:** Besitzt das Gerät, für das Sie entwickeln, fortgesetzten Zugriff auf das Internet? Oder ist es so ausgelegt, dass es, wie das Kindle von Amazon, Content nur von einem proprietären Server herunterladen kann? Falls das Gerät konstant auf das Netzwerk zugreifen kann, sind die Geschwindigkeit und/oder die Dateigröße beschränkt? Sie müssen die Antworten auf diese Fragen kennen, wenn Sie spontan herunterladbare Inhalte wie Updates oder Magazin-Ausgaben anbieten wollen.
- **Die Benutzeroberfläche:** Das Auswählen und das Zoomen sind wesentliche Bestandteile der Erfahrung mit Inhalten auf digitalen Endgeräten. Besitzt das Gerät, für das Sie entwickeln, einen Touchscreen? Falls ja, welche Gesten werden unterstützt? Wenn Sie für mehrere Geräte entwickeln, kennen Sie alle von diesen Geräten unterstützten

Gesten? Unterstützen alle Geräte, die Sie verwenden möchten, unterschiedliche Ausrichtungen (hoch, quer)?

- **Ändern der Ausrichtung:** Die meisten Geräte unterstützen einen Wechsel der Ausrichtung, daher müssen Sie möglicherweise unabhängig von der Zielplattform die Erstellung zweier unterschiedlicher Layouts in Betracht ziehen.

### Betriebssysteme

Es ist eine unschöne Tatsache bei der Entwicklung für digitale Geräte: die verschiedenen Betriebssysteme erfordern unterschiedliche Apps. Wenn Sie Inhalte nativ auf möglichst vielen Telefonen verfügbar machen möchten, müssten Sie einen E-Reader für iOS, Android, Windows Phone 7, webOS und Blackberry OS finden oder erstellen. Sogar ein und dasselbe Betriebssystem kann sich auf verschiedenen Geräten unterschiedlich verhalten (z. B. verschiedene Varianten von Android auf unterschiedlichen Geräten).

Glücklicherweise gibt es mehrere Möglichkeiten, wie Sie es vermeiden können, eine native App für jedes einzelne Betriebssystem schreiben zu müssen. Beispiel:

- Sie können Inhalte veröffentlichen, indem Sie eine spezielle, für Mobilgeräte ausgelegte Version Ihrer Website verwenden.
- Sie können Inhalte mithilfe einer generischen Plattform veröffentlichen, die Player für unterschiedliche Plattformen zur Verfügung stellt. Flash Inhalte lassen sich zum Beispiel auf allen Plattformen betrachten, für die es einen Flash Player gibt. Aktuell ist es jedoch nicht möglich, Flash Inhalte unter iOS zu betrachten und die Unterstützung für Flash entwickelt sich auch auf den anderen Plattformen erst noch.
- Sie können Inhalte mithilfe einer proprietären Plattform veröffentlichen, die Player für unterschiedliche Plattformen zur Verfügung stellt. HTML5 Inhalte sind beispielsweise auf einer Vielzahl von Plattformen lesbar und bieten die Möglichkeit, interaktive Inhalte für mehrere Plattformen und statischen Text zu verwenden. Amazons Kindle Format lässt sich auf diversen Geräten lesen und Apples iBooks Anwendung läuft auf dem iPhone und dem iPad.
- Es ist möglich, Content mithilfe eines generischen Formats verfügbar zu machen, das auf beinahe jeder Plattform läuft, Beispiele hierfür sind ePub und PDF.

### Beschränkungen der Multimediaformate

Bitte berücksichtigen Sie bei der Auswahl eines Übergabeformats, dass nicht alle Multimediadateien auf allen Plattformen unterstützt werden. Video muss beispielsweise im H.264 Format kodiert sein, um unter iOS betrachtet werden zu können und eine Unterstützung von Flash ist aktuell auf iOS Geräten nicht (und auf vielen anderen Geräten eingeschränkt) verfügbar.

### Übergabeformate

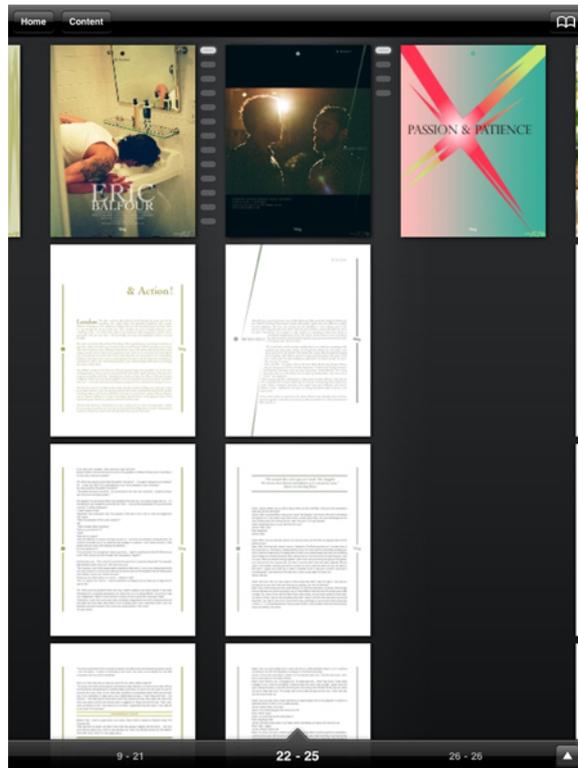
Es stehen mehrere Arten von Formaten für die Übergabe von Inhalten an Handheld-Geräte zur Verfügung:

- Offene Formate wie HTML5, ePub and PDF. Formate wie diese können attraktiv sein, da sie Inhalte auf beinahe allen Geräten und Betriebssystemen darstellen können. Sie sollten jedoch berücksichtigen, dass es schwierig sein kann, Inhalte in offenen Formaten in Geld umzusetzen, wenn diese nicht über eine bewährte Struktur zur Kontrolle und Distribution verfügen.
- Gerätespezifische oder OS-spezifische Formate wie Apps für iOS oder Android. Content in diesen Formatarten gestattet möglicherweise nur eine eingeschränkte Veröffentlichung, erlaubt es dem Autor jedoch, die vorhandene Infrastruktur von Institutionen wie dem Apple App Store und dem Android Marketplace zu nutzen. Das Schreiben einer eigenen App gibt Ihnen außerdem den Spielraum, fast alles zu erstellen, was Sie sich wünschen, solange Sie den Aufwand nicht scheuen.
- Kontrollierte, proprietäre Formate, die auf unterschiedlichen Geräten und Betriebssystemen ausgeführt werden können, wie Amazon Kindle. Solche Formate bieten häufig den Vorzug eines eigenen Distributionssystems, welches es einem Herausgeber erleichtern kann, ein großes Publikum zu erreichen, ohne die Inhalte kostenlos abgeben zu müssen.

# Allgemeiner Entwicklungsansatz

Bevor Sie damit beginnen, irgend etwas zu entwickeln, sollten Sie möglichst viele Antworten zu den an früherer Stelle dieses Dokuments gestellten Fragen gefunden haben. Die Features und Beschränkungen der ins Visier genommenen Formate, Betriebssysteme und Geräte können Ihre Auswahl auf schmerzliche Weise einschränken, wenn es um das Design geht. Wenn Sie das Gefühl haben, bereits recht genau zu wissen, was Sie erstellen möchten, finden Sie hier einige Vorschläge dazu, wie Sie sich der Umsetzung annähern.

- **Entscheiden Sie sich für einen "normalen" Ansatz.** Vermeiden Sie es, das Rad neu zu erfinden. Versuchen Sie, eine App/einen Reader zu finden, der so aussieht und funktioniert, wie Sie es brauchen und denken Sie anschließend darüber nach, was Ihnen an dem Reader gefällt und wie Sie ihn verbessern könnten.
- **Entscheiden Sie, wie die UI funktionieren soll.** Stellen Sie sicher, dass die Benutzeroberfläche sich natürlich anfühlt. Mit anderen Worten, stellen Sie sicher, dass das Design Hinweischarakter für die Benutzerschnittstelle besitzt, anstatt einfach auf jeder Seite eine mittelmäßige UI einzuführen.
- **Entscheiden Sie sich für ein Layout.** Ein Standardverfahren für e-books ist es, das Leseerlebnis eines "echten" Buches mit umzublätternden Seiten nachzubilden. Dies ist jedoch nicht die einzige Gestaltungsmöglichkeit für ein e-book. Sie können zum Beispiel auch eine horizontale Linie aus Miniaturbildern anbieten, die jeweils einen Artikel symbolisieren und jeweils darunter eine scrollbare, vertikale Liste von Seitenminiaturen ("Seitenstapel"). In der Vollbildansicht erlaubt es der Seitenstapel dem Anwender, durch horizontales Wischen den Artikel zu wechseln und durch vertikales Wischen die Artikel zu lesen.



### Ein Seitenstapel

- **Bauen und testen Sie Vorlagen.** Wenn Sie Vorlagen für mehrere Publikationen erstellen, denken Sie dabei unbedingt an die Ausrichtung und testen Sie ausgiebig, bevor Sie mit der Verwendung dieser Vorlagen in der Produktion beginnen. Testen Sie die Schriften, die Farben, die Stilgebung und die Benutzeroberfläche auf allen für das Publishing infrage kommenden Geräten. Wenn Sie Inhalte umwandeln, die für ein anderes Medium gestaltet wurden, achten Sie auf Probleme mit sehr kleinen Objekten wie Haarlinien, Rahmen, kleinem Text etc.
- **Bauen Sie die Inhalte strukturiert auf.** Stellen Sie Benennungsregeln für Stile, Farben, Objekte etc. auf und halten Sie sich daran! Überlegen Sie sich, ob Sie alle interaktiven Objekte auf eine eigene Ebene stellen, damit Sie sie bequem aufrufen, verbergen und voneinander trennen können.
- **Sichern Sie die Reflow-Ansicht zuletzt.** Stellen Sie sicher, dass das visuelle Layout wirklich FERTIG ist, bevor Sie beginnen, an der Reflow-Ansicht zu arbeiten.
- **Testen, testen, testen!** Es ist die Mühe wert, denn Sie vermeiden Blamagen und ein peinliches Nachbessern von Apps und Inhalten. Testen Sie NICHT mit den Personen, die den Inhalt und/oder die App entwickelt haben.

# Fehler, die es zu vermeiden gilt

Digitales Publishing ist ein extrem flexibles Medium. Diese Flexibilität bedeutet, dass Sie verblüffende Dinge tun können, aber auch, dass gut versteckte Fallen auf Sie warten.

So sollten Sie beispielsweise von der Möglichkeit, Multimediaelemente wie Videos, Diashows und Audio in digitalen Publikationen zu nutzen, beileibe nicht auf jeder Seite Gebrauch machen. Allgemein ausgedrückt sollten Multimediaelemente nur dann verwendet werden, wenn Sie den Inhalt auf anders nicht erreichbare Art aufwerten. Ein Audioschnipsel in einem Artikel über eine Band mag passend sein, ein Audio von einem Interview mit einem langweiligen klingenden Interviewpartner sicher eher nicht.

Wenn Sie aber Multimediaelemente einsetzen, stellen Sie sicher, dass die Kontrolle über diese Elemente offen in den Händen der Anwender liegt. Ein Video, das abgespielt wird, wenn ein Anwender das erste Mal auf eine Seite gerät, mag in einer Publikation großartig sein, in der dieser Anwender die Seite voraussichtlich nicht wieder ansieht. Es kann jedoch sehr ermüden, wenn der Betrachter der Seite jedes Mal das Video über sich ergehen lassen muss, wenn er die Seite häufig aufsucht. Anstatt solche Multimediaelemente automatisch starten zu lassen, sollten Sie deutliche visuelle Hinweise auf ihr Vorhandensein vorsehen und dem Anwender die Entscheidung überlassen, ob er sie erneut anhören oder ansehen möchte. Es ist ebenso wichtig, dass Sie sicherstellen, dass der Anwender stets eine deutlich erkennbare Möglichkeit besitzt, die Wiedergabe eines Multimediaelements auf Wunsch anzuhalten.

In Situationen, in denen Sie visuelle Hinweise auf das Vorhandensein von Multimediaelementen anbieten, mag es reizvoll sein, seine Kreativität auszuspüren. Ihre Anwender sind jedoch vermutlich dann am glücklichsten, wenn Sie die üblicherweise verwendeten visuellen Hilfen verwenden. Wenn Sie beispielsweise darauf hinweisen möchten, dass ein Rahmen ein Videoschnipsel enthält, ist ein rechtsweisendes Dreieck in der Mitte des Fensters die vermutlich klarste Möglichkeit, dies zu symbolisieren. Analog hierzu ist eine horizontale Leiste mit einer "Play"-Schaltfläche die bevorzugte Art, das Vorhandensein eines Audioclips anzuzeigen.

Auch bei der Navigation ist es es wichtig, sich an Industriestandards zu halten. Gegenwärtig ist das Standardverfahren zum Navigieren von Seite zu Seite auf einem Handheld-Gerät ein horizontales Wischen mit einem Finger. Auf Multitouch-Screens ist der momentane Standard zum Ein- und Auszoomen das Pinchen (das Auseinander- bzw. Zusammenziehen zweier Finger). Auf Geräten, die solche Gesten nicht unterstützen, funktionieren Pfeilsymbole zum Wechseln der Seite und Vergrößerungsglassymbole zum Zoomen ausgezeichnet. (Dies scheint selbstverständlich, sollte aber erwähnt werden.)

## FEHLER, DIE ES ZU VERMEIDEN GILT

Wenn Sie eine digitale High-End-Publikation erstellen möchten, ist einer der Fehler, die Sie unbedingt vermeiden sollten, das Erzeugen eines Produktes, das den Eindruck erweckt, als seien Inhalte gedankenlos in eine Vorlage gepresst worden. Es ist nicht falsch, mit einer Vorlage zu beginnen, aber falls Sie die Designfunktionen von so leistungsfähigen Tools wie QuarkXPress nicht nutzen, lassen Sie bares Geld liegen.

Schließlich sollten Sie sicherstellen, dass Ihre digitalen Publikationen vor der Veröffentlichung auch von unerfahrenen Anwendern getestet werden. Auf diese Weise finden Sie Designfehler, die sonst vielleicht verborgen blieben. Es ist beispielsweise einfach, eine Seite zu entwerfen, die Multimediaelemente in Form von Vollbildern enthält, die das Umblättern verhindern.

# Wie geht es weiter?

Niemand weiß, was als nächstes mit dem digitalen Publishing geschieht. Digitales Publishing ist ein neuer Markt mit neuen Playern und neuen Werkzeugen und es lässt sich schwer vorhersagen, in welche Richtung die Entwicklung verläuft. Lernen Sie am besten möglichst viel darüber, wie der Markt funktioniert und über die Werkzeuge, mit denen Sie in den Markt eindringen können - dann sind Sie auf jeden Fall vorbereitet.

Wir hoffen, dass diese Anleitung Sie in dieser Hinsicht unterstützt.

# Rechtliche Hinweise

© 1986-2012 Quark Software Inc. und seine Lizenzgeber. Alle Rechte vorbehalten.

Geschützt durch folgende Patente der Vereinigten Staaten: 5,541,991; 5,907,704; 6,005,560; 6,052,514; 6,081,262; 6,633,666 B2; 6,947,959 B1; 6,940,518 B2; 7,116,843; weitere Patente sind angemeldet.

Quark, das Quark Logo, Quark Publishing System und QPS sind Marken oder eingetragene Marken von Quark Software Inc. und seiner verbundenen Unternehmen in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer.