

# So kommt ein Magazin aufs iPad

**MULTI-CHANNEL-PUBLISHING** ■ Das Fachmagazin Deutscher Drucker erblickte 1894 das Licht der Welt, der Pre-Media-Spezialist Meyle+Müller (Pforzheim) feierte im vergangenen Jahr seinen 100. Geburtstag. Mit dem Projekt „DD goes iPad“ zeigen beide Unternehmen, dass sich Tradition und Innovation hervorragend vereinbaren lassen. Der folgende Bericht zeigt Ihnen, wie der DD auf dem iPad implementiert wurde. Lesen Sie zudem ein Interview mit Norbert Weckerle, Director IT und Prokurist bei Meyle+Müller, über innovative Verknüpfungen von Print, Online und Mobile.

■ Um Fachinformationen zu erhalten, nützen Entscheider in der Druckindustrie unterschiedliche Medienkanäle. Neben dem gedruckten Magazin und der Website print.de steht nun auch eine Mobile-Anwendung zur Verfügung: der „iDD“. In einer downloadbaren App können iPad-Benutzer den DD auch auf dem iPad lesen.

**DD: Herr Weckerle, Print, Online und Mobile spielen sich zusehends die Bälle zu. Wie sehen Sie die Zukunft unserer Medienlandschaft?**

**Norbert Weckerle:** Neue Ausgabekanäle erschließen sich aktuell durch den schnell wachsenden Smartphone- und Tabletmarkt. Dadurch wandeln sich die Medienlandschaften und werden noch vielfältiger – die Aktualität des Contents und dessen Bereitstellung in Echtzeit auf den neuen Kanälen gewinnen zunehmend an

Bedeutung. Gerade die Nutzung von Tablets wird in 2011 erheblich steigen. Den Verlagen bieten sich große Chancen und ganz neue Wege, Informationen devicerecht auch neuen Nutzer-schichten zugänglich zu machen. Die Grenzen zwischen Online- und Printredaktionen werden sich auflösen, stattdessen aber nimmt die Fachthemen-Spezialisierung zu. Ein Redakteur mit seinem spezifischen Fach-Know-how wird zukünftig in Facebook



Norbert Weckerle

„socialn“, bloggen und chatten – und liefert zudem Content für Print. Verlage, die die Klaviatur aller Medienkanäle perfekt beherrschen, die Chancen von Social Media verstehen und nutzen, werden in Zukunft bestens aufgestellt sein! Die Darreichungsformen Print und Online ergänzen sich. Und beide haben ihre Berechtigung – jetzt und in der Zukunft.

**DD: Wie eine Umfrage auf unserem Internetportal ergab, nutzen knapp 20 Prozent unserer print.de-User bereits ein iPad. Welchen Stellenwert messen Sie dem Medienkanal „Tablet Computer“ bei?**

**Norbert Weckerle:** Wir sehen Smartphones und Tablets als eine Ergänzung zu den konventionellen Printpublikationen. Die Möglichkeiten sind doch fantastisch, wenn Verlage ihren Content „anytime, anywhere“ bereitstellen können, angereichert mit den Nutzenmehrwerten des jeweiligen Ausgabekanals. Die Bedeutung von Tablets wird weiter steigen, in 2010 wurden 450 000 Tablets in Deutschland verkauft, 10 Mio. weltweit. Analysten wie etwa Gartner prognostizieren für 2011 rund 55 Mio. verkaufte Tablets weltweit! Der Stellenwert ergibt sich daher aus den Zahlen

selbst. Die Chancen für Unternehmen, die die strategischen Potenziale erkennen, sind enorm.

Wir glauben, dass das mobile Internet bereits in wenigen Jahren für Marketing und Vertrieb eine mindestens genauso wichtige Rolle einnehmen wird, wie das stationäre Internet. Das mobile Internet bietet insbesondere hohe strategische Potenziale zur Steigerung der Kundenbindung und der Unternehmens-

umsätze, zur Verbesserung des Unternehmensimages sowie zur Erhöhung der Marketing-Effizienz. Für den Konsumenten bedeutet das, immer informiert sein zu können, egal ob er sich auf Geschäftsreise, im Urlaub oder auf dem Sofa zu Hause befindet. Das heißt aber auch, dass die Komplexität steigen und die Geschwindigkeit enorm zunehmen wird, andererseits aber auch die Gefahr der Reizüberflutung. Vielleicht

## Web-to-Print und Print-to-Web

■ Erfahrungsbericht zur Konzeption und Produktion der Deutscher-Drucker-App „iDD“:

### Spezifische Anforderungen des Verlags:

Neben den bisherigen Print- und Onlinepublikationen von Deutscher Drucker und print.de sollen die Inhalte auch für Mobile-Nutzer verfügbar gemacht werden. Als Mehrwert für Leser und Anzeigenkunden sollen die entsprechenden Printinhalte um Multimedia-Elemente wie Videos, Audio-files, Bildergalerien oder Verlinkungen ergänzt werden. Bei der Erstellung der „iDD“ liegt ein besonderes Augenmerk auf einem automatisierten Workflow – so kann die App in kürzester Zeit und mit geringem Aufwand online gestellt werden. Der Dienstleister soll sicherstellen können, zukünftig auch weitere Features wie die Volltextsuche über mehrere Ausgaben, Animationen, mobile Objekterkennung oder eine Android-Version zu implementieren.

### So wird der DD zusätzlich als „iDD“ publiziert:

Die Zeitschrift erscheint nahezu wöchentlich und steht in der iPad-Version bereits zwei Tage vor Auslieferung des gedruckten Exemplars im App-Store zum Download bereit. Angereichert mit aktuellen Inhalten, wie zum Beispiel die Integration der Newsseite und zusätzlichem Content in Form von Bildern, Grafiken und Videos, bietet die App außerdem deutlichen Mehrwert. Wie funktioniert das? Die Ausgangsbasis bilden in diesem Projekt die druckfertigen PDF-Daten. Diese werden vom DD an Meyle+Müller übertragen; automatisch erfolgt das PDF-Parsen für die Volltextrecherche innerhalb der App-Ausgabe. Außerdem wird bereits die grundlegende Projektstruktur der App und erste Daten innerhalb dieser Struktur, wie Seitenvorschau-bilder (Thumbnails) oder Previewbilder für den Magazinkiosk, auf einem Meyle+Müller-Integrations-Server erstellt.

Zur Verlinkung von Multimediadaten steht dem DD ein Verlinkungstool zur Verfügung. Mit Hilfe dieses Tools werden die Buttons und deren Verlinkungen für sämtliche interaktiven Elemente der aktuellen Ausgabe hinterlegt. Hierbei handelt es sich zum Beispiel um Web-Links, Videos und Slideshows für Anzeigen und Artikel.

Nach der Fertigstellung der Verlinkung werden diese so genannten Imagemaps auf den Integrations-Server übertragen, wo sie zugleich an die richtige Stelle innerhalb des App-Projektes platziert werden. Nach Konfiguration, internen Tests und finaler Kundenfreigabe wird die „iDD“ auf das App-Back-End übertragen und eine „Pushmeldung“ zur Bekanntmachung der neuen Ausgabe abgesetzt. Die App ist dann quasi in Echtzeit für sämtliche App-Kunden verfügbar.

### Konzeption und Umsetzung durch Meyle+Müller:

Das Projekt wurde von Meyle+Müller innerhalb zweier Wochen konzipiert, und nach finaler Abnahme durch den DD konnte sofort mit der Entwicklung begonnen werden. Primäres Ziel des ersten Projektschrittes war die Implementierung eines leistungsfähigen und funktionsstabilen PDF-Anzeigemoduls sowie eines Systems für den „In-App-Purchase“ über das Apple-Zahlungssystem. Schwerpunkt war die Performance beim Betrachten der Seiten und die Stabilität des Codes im ersten Step. Christian Bodem, Projektmanager bei Meyle+Müller, erinnert sich: „Wir haben das Projekt innerhalb weniger Wochen in der ersten Version umgesetzt. Die Prüfung und Freigabe durch Apple hat länger gedauert als die Entwicklung selbst.“

In einem Update wurden in die App inzwischen weitere Funktionen integriert, wie etwa die Social-Media-Funktionen Facebook, Twitter und Tell-a-Friend.

# Der iDD ergänzt DD und print.de

wird der Ausgabekanal Print zukünftig der Ruhepol in der schnelllebigen Medienlandschaft sein.

**DD: Was bedeutet die derzeitige Vervielfältigung der Medienkanäle für einen Vorstufen-Dienstleister wie Meyle+Müller?**

**Norbert Weckerle:** Mobile-Marketing eröffnet neue Vertriebskanäle und ist der Wachstumsmarkt der Zukunft. Als Medienproduktions-Spezialist bieten wir auch für den Ausgabekanal Tablet optimale Lösungen. In den Fokus stellen wir den ganzheitlichen Betrachtungsansatz: Wir konzipieren und entwickeln Apps für Smartphones und Tablets und unterstützen unsere Kunden bei der Erarbeitung erfolgreicher Geschäftsmodelle für neue Vertriebskanäle.

**DD: Branchenunternehmen bietet sich die Chance, die neuen Publikationsformen in ihr Portfolio aufzunehmen, um die Kunden noch umfassender zu bedienen. Wie beeinflusst das Nebeneinander der Medienkanäle Print, Online und Mobile die Positionierung von Meyle+Müller?**

**Norbert Weckerle:** Wir bieten unseren Kunden aus Versandhandel, Handel, Industrie und Verlagswesen maßgeschneiderte Lösungen für Multichannel-Marketing. Von der Konzeption von Werbemitteln für Online und Print über die Produktion und Umsetzung bis hin zum fertigen Medium bieten wir Full-Service aus einer Hand. Dabei wird der kanal- und gerätespezifischen Aufbereitung des Contents eine besondere Bedeutung zukommen. Dies alles basiert auf der neuesten Technologie – wobei nicht die Technik, sondern die Anwendung beziehungsweise der (End-)Kundennutzen im Vordergrund steht. Zur zielorientierten Umsetzung der unterschiedlichen Marktanforderungen haben wir Meyle+Müller in die drei Bereiche



transparent darstellt und weitgehend automatisiert. Wir binden Markt- und Technologie-Standards ein und ermöglichen eine hocheffiziente und wirtschaftliche Medienproduktion – für alle Kanäle, insbesondere im „High-Volume“-Bereich. Man kann also sagen: Wir verstehen uns als Lösungsanbieter wie auch als Technologieberater und verbinden unser IT- und Produktions-Know-how auf einzigartige Weise.

Mit New Media bieten sich neue Einkaufserlebnisse und Infotainment auf neuen Plattformen. Für uns ist das eine sinnvolle Ergänzung zu unseren Aktivitäten rund um die Medienproduktion. IT Media und New Media sind deshalb strategische Wachstumsfelder für Meyle+Müller. Sie flankieren und verbinden unser Leistungsspektrum von Pre Media. In der Vorstufe stehen die hochautomatisierte Produktionsleistung und die Aufwertung der bisherigen „Repleistungen“ wie zum Beispiel die High-End-Bildbearbeitung, Creative Services und CGI bis hin zu Fotografie im Fokus, ergänzt um die E-Commerce Services. Wir übernehmen die Aufbereitung von Content für alle denkbaren Anwendungen.

Interview: Bernhard Niemela

IT Media, New Media und Pre Media gegliedert. Die medienneutrale Datenhaltung ist Grundvoraussetzung für Multichannel-Marketing und -Publikation. Gemeinsam mit unseren Partnern w&co und Stuber haben wir das IT-System OnlineMediaNet (OMN) – ein ganzheitliches, integriertes System für schnelles, effizientes und kostengünstiges Multichannel-Marketing – entwickelt.

Mit OMN bieten wir unseren Kunden eine Plattform, welche die hochspezialisierten und verteilten Prozesse der Medienproduktion integriert, zentral steuert,

## ➔ iPad, print.de, Facebook und Twitter:

Im Apple-App-Store können Sie ganz einfach die kostenlose „iDD-App“ downloaden. Dort sind mehrere DD-Ausgaben enthalten, die sich jeweils zum Einzelverkaufspreis von 5,99 Euro downloaden lassen. Deutscher-Drucker-Fans treffen Sie auch auf Facebook (print.de) und Twitter (print\_de). Über beide Kanäle werden Sie – wie im print.de-Newsletter – täglich mit den wichtigsten tagesaktuellen Branchennachrichten versorgt.

