

IM BLICKPUNKT

Egal ob privat oder geschäftlich – immer mehr Menschen nutzen täglich ein Mobiltelefon. Kaum jemand möchte darauf verzichten, jederzeit und an jedem Ort erreichbar zu sein oder andere zu erreichen. Neben der reinen Sprachübermittlung und den Möglichkeiten der Fotografie bieten die »mobilen Devices« nunmehr auch mobile Multimedia- und Internet-Anwendungen mit Funktionen wie E-Mail, Termin- und Reiseplanung und anderes mehr. Schlussendlich: Die so genannten mobilen Anwendungen sind auf dem Vormarsch. Wir befragen Kenner der Branche, wie sie deren Einsatz im Publishing-Alltag einschätzen.

Helmut Eifert, Vice President Strategic Business Development Pantone und X-Rite, Stuttgart:

Pantone ist eine Tochter der X-Rite Incorporated und steht seit mehr als 45 Jahren für Farbkompentenz und Standards für Designer und Produzenten. Gerade die Arbeitsweise der Designer hat sich in den letzten Jahren generell geändert. Während Projekte früher analog entwickelt und bearbeitet wurden, hat heute die Digitalisierung Einzug gehalten – egal ob am Arbeitsplatz oder unterwegs. Mobiltelefone zum Beispiel sind heute nicht mehr nur zur Sprachübermittlung geeignet, sondern kleine Multimediageräte mit integriertem Internetanschluss.



Helmut Eifert: »Mit der Entwicklung von »My-Pantone« haben wir den ersten Schritt hin zum mobilen Farbmanagement gemacht.«

Genau diesen Trend hat Pantone aufgegriffen und den klassischen Farbfächer als Applikation für das iPhone entwickelt. My-Pantone beinhaltet die Pantone-Farbbibliotheken und ermöglicht es Designern, spontane Inspirationen überall, schnell und einfach umzusetzen. Außerdem lassen sich eigene Farbpaletten mit anderen iPhone-Nutzern über so genannte »Social Networks« im

Internet austauschen. Mit der Entwicklung von My-Pantone haben wir den ersten Schritt hin zum mobilen Farbmanagement gemacht. Dieser Trend hat aber gerade erst begonnen.

Peter Schellhorn, Sales Director und Prokurist bei Meyle+Müller Medien-Management, Pforzheim:

Meyle+Müller ist mit 180 Mitarbeitern einer der größten Pre-Media-Dienstleister in Deutschland. Lange Zeit war Mobile-Marketing für uns ein nicht greifbares Thema. Das hat sich mit dem iPhone und den so genannten Apps dramatisch geändert. Wer sich einmal als Endanwender mit den aktuellen Angeboten auseinandersetzt oder aufmerksam über Messen wie DM-Exco, Mail Order World oder Buchmesse gegangen ist, kann das deutlich spüren. Wir befassen uns mittlerweile sehr intensiv mit den Chancen und Möglichkeiten, die diese neue Vermarktungs-Plattform unseren Kunden bietet, und welchen Beitrag wir dazu leisten können. Aus diesen Überlegungen heraus sind verschiedene Produktideen entstanden; aus einigen haben wir in den letzten Monaten Prototypen entwickelt, die bei unseren Kunden auf großes Interesse gestoßen sind. Für uns ist klar, dass im Mobile-Marketing große Chancen zur Weiterentwicklung unseres Leistungsportfolios sowie zur Stärkung unseres Kerngeschäfts liegen. Getreu unserem Motto »Feel the Innovation!« unterstützen wir unsere Kunden dabei, ihren Kunden auch über diesen neuen Vermarktungskanal Mehrwerte zu bieten.

Jörg Oyen, Unternehmensberater für Web und Print, Köln: Seit 1986 durchlebe ich mit der Einführung von Desktop



Peter Schellhorn: »Für uns ist klar, dass im Mobile-Marketing große Chancen zur Entwicklung unseres Portfolios liegen.«

Hier berichten Anwender, Unternehmer, Interessenvertreter und Kenner der Branche von ihren Erfahrungen

Ihre Meinung ist uns wichtig!

Senden Sie uns Ihre Briefe/Kommentare zum Thema oder allgemeine Fragen aus dem Bereich Publishing an folgende E-Mail: redaktion_pp@publish.de

Publishing durch Apple die fortschreitende Digitalisierung in der Publishing-Branche. Im Rahmen von Projekten versetzte ich meine Kunden in die Lage, passende Verbindungen zwischen Datenquellen und Layoutvorgaben für Print und Web sowie Anwendern und Anwendungen auf Ersteller- und Consumer-Seite zu erschließen und effektiv zu nutzen. Genauso wie heute ohne Vernetzung digitales Publishing nicht funktioniert, sehe ich die Notwendigkeit, über vernetzte Devices, (also mobile Anwendungen) Informationen im Anwendungskontext einfach nutzen zu können. Auf Erstellerseite bieten sich Anwendungen wie die Dropbox, ein Webservice, der es erlaubt, zwischen Computern und Anwendern Dateiinhalte von Ordnern synchronisiert und versioniert zu nutzen. Eine weitere Möglichkeit ist es, per VNC (Remote Desktop) aus der Ferne Rechner und Prozesse kontrollieren zu können. Beides sind Anwendungen, die die Kommunikation vereinfachen und Reaktionszeiten im Erstellungsprozess reduzieren können. Zu beobachten bleibt, wie die Entwicklung von mobilen Review-Werkzeugen zum schnellen Sichten



Jörg Oyen: »... ich sehe die Notwendigkeit, über mobile Anwendungen Informationen im Anwendungskontext einfach nutzen zu können.«

von Entwürfen und Medien, Kommentare einsehen und Feedback geben, verlaufen wird. Eventuell wird sich mit der nächsten Flash-Version einer neuen Adobe Creative Suite die Lücke schneller schließen, wenn eine Konvertierung als iPhone-App ermöglicht wird. Die Gespräche führte: Petra Ebeling