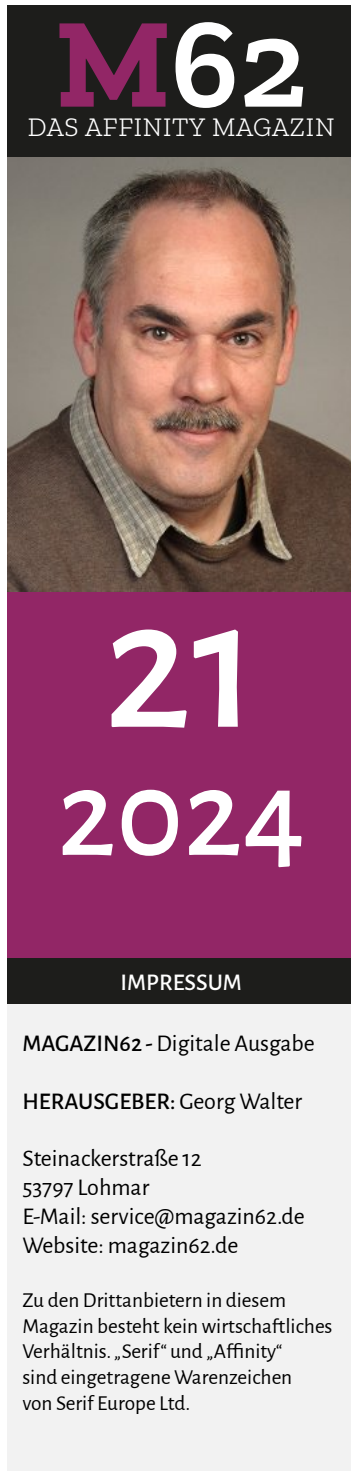


M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

21



Herzlich Willkommen

Liebe Affinity-Freunde

Nach einer etwas längeren Pause kann ich Ihnen wieder eine normale M62-Ausgabe anbieten. Das Heft Nr. 21. Erstmals habe ich Textpassagen über ChatGPT in das Magazin mit eingebunden. Diese sind gesondert gekennzeichnet. In dieser Ausgabe finden Sie wie immer einige sehr interessante Ansätze, um Problemchen im Affinity-Publisher zu lösen. Ich habe mir die BETA der Version 2.5 angesehen und im Heft erfahren Sie etwas über die wenigen Neuerungen des Publishers. Interessant dürfte das neue Werkzeug zum Generieren von QR-Code sein und die neu eingeführten „variablen Schriften“. Man sieht es immer wieder in unterschiedlichen Publikationen, Bilder sind von der ersten bis zur letzten Seite durchnummeriert.

Im Heft erfahren Sie, wie es gemacht wird. Dann habe ich mich einmal mit dem Panel „Beschränkungen“ auseinandergesetzt, von mir bisher leider zu wenig beachtet, kann man sich hier einige Arbeit beim Formatieren von Gruppen-Elementen sparen. Ein weiteres Thema ist der KI-Generator ChatGPT und hier zeige ich auf, wie man sich bei einer Schreibblockade helfen lassen kann. Alle, die sich meinen Magazin-Baukasten „gegönnt“ haben, werden sich freuen. Im Heft beschreibe ich alle Elemente der Vorlage. Dies war mangels Zeit bisher leider nicht möglich gewesen.

In diesem Zusammenhang gebe ich einmal einen Überblick darüber, mit welchen Rubriken man ein Magazin füllen kann. Im Bereich Tipps & Tricks habe ich wieder einige sehr gute Hilfen im Umgang mit dem Publisher aufgeführt. Zu guter Letzt finden Sie am Ende des Heftes Informationen zur Herstellung von Papier.

In diesem Sinne darf ich Ihnen wieder viel Freude beim Lesen und Ausprobieren wünschen.

Ihr Georg Walter

In eigener Sache

M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

WILLKOMMEN MAGAZIN GUT ZU WISSEN TUTORIALS RESSOURCEN LINKS

DAS DIGITALE MAGAZIN FÜR DEN AFFINITY PUBLISHER

Ich biete Ihnen hier ein digitales Magazin für den Affinity Publisher an. Ich möchte Ihnen Tipps, Tricks und Hintergrundinformationen zu dem Programm an die Hand geben. Für alle Leser/Leserinnen sind sicherlich auch die vielen Links, Quellen und Ressourcen interessant. Schauen Sie doch einmal!

Die Angebote und der Informationsgehalt auf meiner Website werden immer umfangreicher. Den Statistiken entnehme ich, dass immer mehr Anwender auch längere Zeit damit verbringen, die Inhalte zu konsumieren. Das freut mich natürlich sehr. Ab und an ertappe ich mich dabei, die Optik der Website anpassen zu wollen, um die vielen Informationen besser zu strukturieren. Täglich sind etwa 50 Personen online, die sich auf der Magazin-Seite umschauen. Das ist nicht wenig, wenn man bedenkt, dass der Affinity-Publisher eher ein Nischenprodukt ist. Aber ich sehe, dass das Interesse da ist. So werde ich sicherlich in den nächsten Wochen und Monaten einige Aktualisierungen vornehmen, geplant sind hier auch eine Übersicht von schönen und ansprechenden Schriftarten und deren Bezugsquellen. Derzeit etwas stiefmütterlich behandelt werde ich mich den Stilen im Publisher widmen und auf der Website einige Ideen anbieten.

Wir alle sind „Jäger und Sammler“, dies wird sicherlich einige Anwender freuen. Nach dem Verkauf der Affinity-Suite wird es sicherlich auch interessant sein, was CANVA auf seiner Website anbieten wird. Ich denke aber, dass ich hier weniger berichten werde, denn das würde zum einen meine Magazin-Seite sprengen und dem Affinity-Publisher nicht gerecht werden. Ich verstehe bis heute nicht, warum diese tolle Suite an einen eher unscheinbaren Anbieter verkauft wurde.

Ab und an erreichen mich auch Anfragen von Anwendern, ich solle doch einmal über dieses oder jenes Thema schreiben. Durch die sozialen Medien, wie Facebook, kann ich natürlich wesentlich schneller auf solche Bitten eingehen. Hier würde ich mir aber wünschen, dass mehr kommt. Denn nach den Anfragen bleiben leider Rückmeldungen oft aus.

Bildunterschriften nummerieren

Stellen Sie sich vor, Sie möchten alle Fotos in einer Publikation seitenübergreifend durchnummerieren. Bei normalen Bildunterschriften braucht man ja den Text nur unter das jeweilige Foto zu stellen. Mit Hilfe eines Absatzstils und den Einstellungen für die „Aufzählung und Nummerierung“ lässt sich dieses Vorhaben leicht im Affinity-Publisher umsetzen. Mit einem zusätzlichen „Zeichenstil“ kann man die „Aufzählung“ noch verfeinern, zum Beispiel in „fett“ darstellen.

Die Einstellungen beim Absatzstil

Erstellen Sie einen neuen Absatzstil und wechseln Sie unten zu dem Reiter „Aufzählung und Nummerierung“. Hier geben Sie jetzt in den einzelnen Feldern folgende Infos ein.

Typ: Die Listenform 1,2,3,4

Stufe: Die Stufe 1

Text: Am Beispiel habe ich hier den Text „Abb“ eingegeben, danach folgt ein Leerzeichen (Tastatur), gefolgt von einem Platzhalter für die „Stufe 1“, diesen Platzhalter fügt man über den nach unten zeigenden Pfeil im Feld „Text“ ein, es öffnet sich ein Pop-Up-Menü. Anschließend tippt man im Feld noch einen Doppelpunkt ein (Tastatur).

Stil: Über dieses Feld kann man dem Listen-Element einen „Zeichenstil“ zuordnen. Damit kann man die spätere Nummerierung entweder „fett“ oder mit einer anderen Farbe formatieren.

Tabstopp: Auf NULL mm belassen.

Ausrichtung: Auf LINKS belassen.

Name: Dies ist wichtig und darf nicht leer stehen. Vergeben Sie hier einfach das Wort „nr“ und setzen Sie ein Häkchen bei „Global“.

Nummerierung starten bei: Stellen Sie hier die Zahl „1“ ein, da die Nummerierung ja bei „1“ beginnen soll. Nummerierung neu starten: Hier muss man „Nur manuell“ einstellen, sonst steht unter jedem Bild in Ihrer Publikation die Zahl „1“.

Der passende Zeichenstil

In den meisten Fällen möchte man die Angabe zur

Bildnummer „fett“ formatieren, der Text daneben soll aber nur normal ausgegeben werden. Legen Sie dazu einen neuen „Zeichenstil“ an und vergeben Sie hier NUR im Reiter „Schrift“ die Schriftstärke „fett“. Fertig. Wenn Sie jetzt im oben beschriebenen Absatzstil bei „Stil“ den Namen des Zeichenstils angeben, wird die Nummerierung „fett“ dargestellt.

Das Vorgehen mit Gruppierung

Laden Sie das erste Foto in Ihre Publikation und vergeben Sie darunter eine „Bildunterschrift“. Weisen Sie dieser nun den vorher erstellten Absatzstil zu. Sie werden feststellen, dass in der Bildunterschrift jetzt die Nummerierung bei „1“ beginnt. Laden Sie ein zweites Foto hinzu und verfahren Sie, wie oben beschrieben. Die Bildunterschrift bekommt nun eine „2“ vorangestellt.

Abhängigkeiten im Panel EBENEN

Gruppieren Sie das Foto 1 mit der Bildunterschrift und machen Sie das bei allen Fotos. Jeweils eine Gruppe erstellen. Damit die Reihenfolge der Nummern auch korrekt wiedergegeben wird, muss man die Gruppen im Panel EBENEN richtig anordnen. Das muss man auf jeder Publikations-Seite kontrollieren. Dabei steht die Gruppe mit der kleinsten Bildnummer im Panel EBENEN unten.

Auf diese Art und Weise kann man alle vorkommenden Fotos mit einer richtigen Bildnummer ausweisen.

Ein spezieller Fall

Möchte man, dass die Nummerierung neu beginnt, weil man z.B. ein neues Kapitel beginnt, kann man das über das Panel ABSATZ steuern. Wählen Sie die Bildunterschrift des Fotos aus, bei dem wieder bei „1“ begonnen werden soll, gehen Sie in das Panel ABSATZ und setzen Sie in der Rubrik „Nummerierung und Aufzählung“ ein Häkchen bei „Nummerierung jetzt neu starten“.



Abb 1: Das ist das Bild Nr. 1



Abb 2: Das ist das Bild Nr. 2



Abb 3: Das ist das Bild Nr. 3



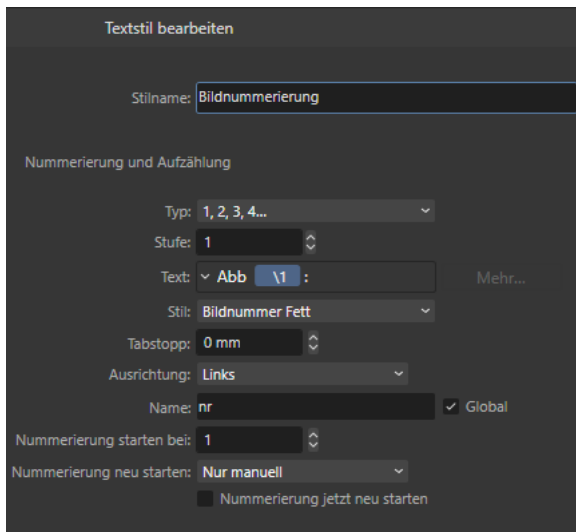
Abb 4: Das ist das Bild Nr. 4



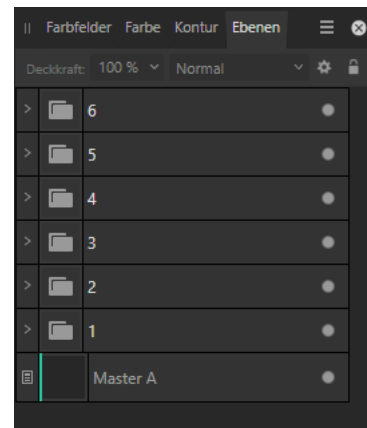
Abb 5: Das ist das Bild Nr. 5



Abb 6: Das ist das Bild Nr. 6



Die korrekten Einstellungen beim Anlegen eines Absatzstils



Die korrekten Reihenfolge im Panel EBENEN

Das Panel Beschränkungen

Bisher habe ich dieses Panel in meinen Magazinen noch nicht beschrieben. Über die Einstellungen der „Beschränkungen“ kann man die Größenänderungen von Elementen in einem Container (Gruppe) beeinflussen. Nehmen wir aus dem vorherigen Kapitel in diesem Heft ein Foto mit der Bildunterschrift. Es handelt sich ja um eine Gruppe (Foto und Bildtext). Über „Beschränkungen“ kann man nun festlegen, dass sich die Größe der Bildunterschrift NICHT VERÄNDERT, wenn man die Gesamtgröße der Gruppe anpasst.

Der Text mit der Bildunterschrift hat eine Höhe von 6 mm. Wenn man nun die gesamte Gruppe mit dem Anfasser am unteren Ende nach unten zieht, und somit das Foto in seiner Größe anpasst, bleibt die Bildunterschrift gleich hoch, nämlich 6 mm. Dazu wählt man im Panel EBENEN die Bildunterschrift aus und verändert im Panel BESCHRÄNKUNGEN die Einstellungen.

Standardmäßig sind im Panel BESCHRÄNKUNGEN die Pfeile für horizontal und vertikal sichtbar. Wenn man das so belässt, wird die Bildunterschrift bei einer Vergrößerung der gesamten Gruppe mit vergrößert. Möchte man das nicht, klickt man auf die Pfeile, um sie auszuschalten. Für unser Beispiel macht man das mit beiden Pfeilen (ausschalten). Bei einer Vergrößerung der Gruppe bleibt die Bildunterschrift in ihrer Höhe und Länge bestehen.

Wendet man die „Beschränkung“ NICHT an, wie unten rechts zu sehen, vergrößert sich auch der Bereich der Bildunterschrift, wenn man die gesamte Gruppe am unteren Anfasser nach unten in die Länge zieht. Das Foto wird größer und auch der Bereich des Textes darunter.



Abb. 1: Pedro streicht die Außenfassade des Gebäudes

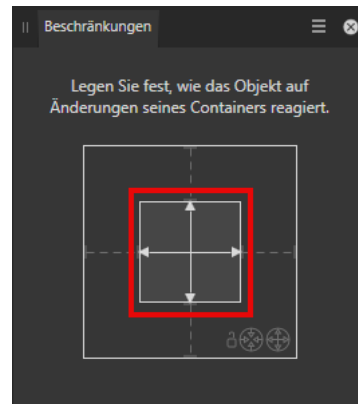


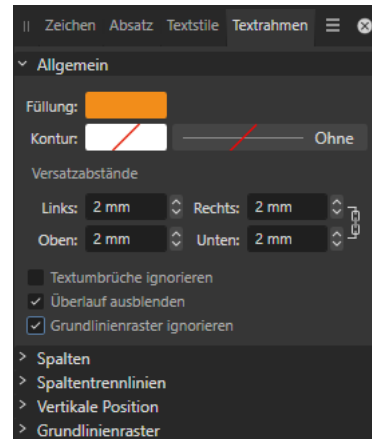
Abb. 1: Pedro streicht die Außenfassade des Gebäudes

Der Aufmacher

Diese Geschichte ist eigentlich schnell erzählt. Man teilt Ihnen den Termin einer Veranstaltung mit und Sie sollen für diese einen Aufmacher in einem Stadtmagazin gestalten. Im Idealfall bekommen Sie die Fotos vom Veranstalter gestellt. Meist sieht es aber anders aus. Da muss man sich halt etwas einfallen lassen. Für diese Art von Information kann man Fotos und Texte kombinieren. Dem Thema angemessen sucht man sich im Internet ein Foto mit passendem Hintergrund, da gibt es genügend Plattformen.

Oder man wendet sich an das Stadtarchiv. Da deren Mühen aber meist länger malen, kommt wohl zuerst die Suche im Internet in Frage. Alle Texte setzt man nun in das Foto, wobei man den Lesern zuerst vermitteln muss, worum es geht. Der Text wird dann auch wesentlich größer formatiert. Alle Eckdaten werden dann in einem Textrahmen mit Hintergrundfarbe zusammengefasst. Vergessen Sie nicht,

im Panel ABSATZ das Grundlinienraster zu deaktivieren. Somit lässt sich der Text besser anpassen und wenn nötig, noch erweitern.



Die Einstellungen für den farbigen Textrahmen sind hier gut zu erkennen.



Texthilfen mit KI-Generatoren

Die Vorarbeiten zu einem Magazin oder einer Zeitschrift, die man mit dem Affinity-Publisher gestalten möchte, beginnen meist mit der Erfassung von Texten. Je länger man sich mit diesen Texten beschäftigt, umso mehr stellt man fest, dass einem die Texte nicht immer schnell von der Hand gehen, man nach Inhalten lange suchen muss. Hier kommen KI-Textgeneratoren ins Spiel. Nun sollte man aber nicht meinen, dass diese Generatoren einem die ganze Arbeit abnehmen. Vielmehr lassen sich damit Grundlagen von Texten erstellen, die man danach noch verfeinern muss. Sie dienen aber auch zur Ideenfindung, zum Brainstorming und zur Inspiration. Schreibblockaden werden so minimiert. Möchte man kurze Texte einsetzen, die einem immer gleich ablaufenden Schema folgen, können KI-Textgeneratoren wertvolle Dienste leisten. Zusammenfassend kann man sagen, dass diese Generatoren immer dann gute Dienste leisten, wenn man Überschriften, Produktbeschreibungen, Textzusammenfassungen, Textergänzungen, Übersetzungen oder FAQs generieren möchte. Diese Generatoren können keine neuen Inhalte erschaffen, sie geben nur bekannte Inhalte wieder. Somit sind sie nicht geeignet, wenn man anspruchsvolle Artikel, Marketing-Texte, Bücher oder Detailtexte schreiben möchte. Dazu zählen zum Beispiel juristische oder medizinische Texte. Erst kürzlich haben die Macher der Software „[HelpNDoc](#)“ in ihre Software eine KI-Engine eingebaut. Hier kann man sich über eine Login-Maske einen KI-Generator zuschalten, der in der Software selbst Texte erfasst. In meinen Magazinen habe ich auf diese Software zur Erfassung von Texten schon einige Male hingewiesen. Man kann sie kostenlos mit einigen Einschränkungen nutzen. Gibt man bei ChatGPT zum Beispiel die Frage ein, „wer war Martin Luther“, bekommt man in mehreren Absätzen unterteilt eine sehr gute Zusammenfassung zur gestellten Frage. Wenn man ein Stadt-Magazin herausbringen möchte, kann man über ChatGPT zum Beispiel eine kurze Textpassage über die Historie seiner Stadt generieren lassen. Die Möglichkeiten sind vielfältig.

Ein Beispiel: Stellen Sie in [ChatGPT](#) die Frage, wann ihre Stadt gegründet wurde. „Wann wurde Trier gegründet?“. Als Antwort können Sie den generierten Text ohne Änderungen übernehmen, oder Sie passen ihn ein wenig an.

„Trier wurde laut historischen Aufzeichnungen etwa im Jahre 16 v. Chr. als Augusta Treverorum von den Römern gegründet. Es war eine bedeutende Stadt im Römischen Reich und ist heute eine Stadt in Deutschland, die für ihre reiche Geschichte und ihre gut erhaltenen römischen Baudenkmäler bekannt ist.“ ChatGPT 3.5

Das mag für die eigenen Ansprüche zu wenig Inhalt sein. Jederzeit lassen sich die Informationen noch vertiefen. So gibt es in Trier ein Stadttor mit dem Namen „Porta Nigra“. Lassen Sie sich darüber weitere Informationen generieren.

„Die Porta Nigra ist eines der bekanntesten Wahrzeichen von Trier. Sie ist ein imposantes römisches Stadttor, das im 2. Jahrhundert n. Chr. errichtet wurde. Der Name „Porta Nigra“ stammt aus dem Mittelalter und bedeutet „Schwarzes Tor“, vermutlich aufgrund der dunklen Färbung des Steins oder wegen der Patina, die sich im Laufe der Zeit darauf gebildet hat. Die Porta Nigra ist das am besten erhaltene römische Stadttor nördlich der Alpen und gehört zum UNESCO-Welterbe. Es ist ein eindrucksvolles Beispiel für die Baukunst der Römer und zieht jährlich zahlreiche Besucher an.“



Die Porta Nigra in Trier

Die beliebtesten Zeitschriften und Magazine

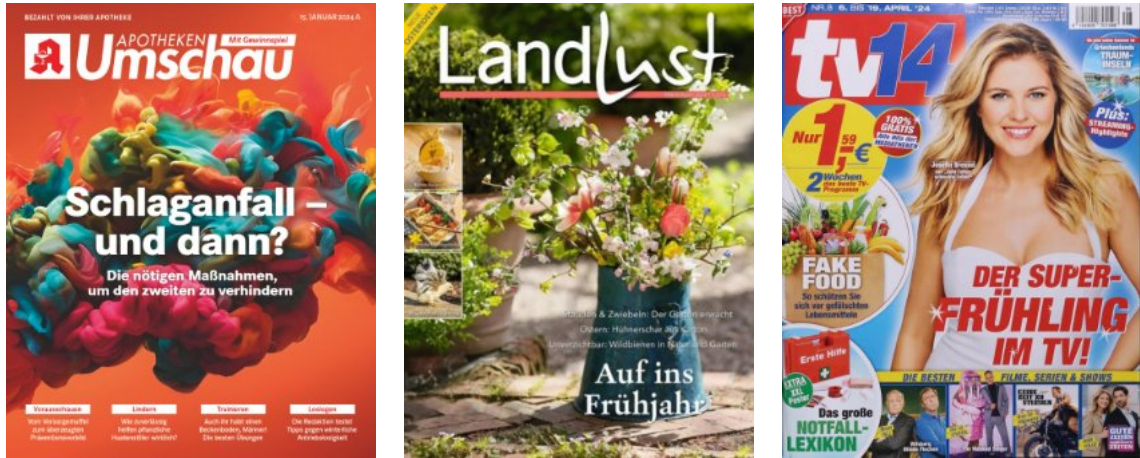


Abb.: Unterschiedliche Zeitungs-Cover. Das Copyright liegt bei den Verlagen.

Eine Unmenge an Magazinen und Zeitschriften werden jeden Monat in Deutschland konsumiert. Viele beliebte Zeitschriften haben dabei eine hohe Auflage. Die auflagenstärkste Zeitschrift ist die kostenlose „Apotheken Umschau“ mit etwa 9,5 Millionen Exemplaren. Generell haben Gesundheitsmagazine in Deutschland eine Reichweite von etwa 18 bis 20 Millionen Exemplaren. Meist werden die Zeitschriften monatlich, wöchentlich und manchmal auch täglich herausgegeben. Die Interessen der Leser können nicht unterschiedlicher sein. Gelesen werden Autozeitschriften wie die „ADAC Motorwelt“ mit etwa 4 Millionen Lesern, die Fernsehzeitschrift „tv14“ mit etwa 2,4 Millionen Lesern, Magazine wie der Stern (750.000) oder Spiegel (850.000), Zeitschriften für Senioren, Immobilien- oder Finanzmagazine, Magazine über das Essen, den Garten, die Gesundheit, Mode und viele mehr. Dabei beschränkt sich das Angebot längst nicht nur auf die Print-Ausgaben, seit Jahren bieten viele Verlage ihr Leseangebot auch digital an.

Die Verlage dahinter: Die herausgebenden Verlage sind zum Teil bekannt, wie die „Funke Medien-gruppe“, der „Burda-Verlag“, die „Bauer Media Group“, der „Spiegel-Verlag“ oder der ADAC selbst.

Das richtige Magazin-Format: Bei Print-Magazinen orientieren sich die Verlage meist an die Standard-Formate wie Din-A4 oder 220 x 280 mm. Sonderformate, mit denen man sich von der Konkurrenz abhebt, findet man genauso im Dschungel der Zeitschriften. Dabei muss man zwischen den Print- und Online-Versionen unterscheiden. Gerade bei den Print-Versionen entstehen völlig andere Produktions- und Verteilerkosten, die kalkuliert werden müssen.

Bei Digital-Ausgaben kommt es weniger auf diese Kosten an, hier muss man eher die Vertriebskosten im Blick haben, denn man muss wissen, wo man seine Leserschaft findet. Online-Magazine punkten daher auch mit anderen unüblichen Formaten, in denen die Inhalte spannend aufbereitet werden können. So habe ich für mein Magazin62 das Format 190 x 240 mm gewählt. Hier ist es aber wichtig zu wissen, wer so ein Magazin lesen soll und wo es gelesen wird (Online oder Print).

Magazine und ihre Rubriken

Um das eigene Magazin interessant und lesenswert zu gestalten, kann man die Inhalte in Rubriken einteilen. Das schafft Struktur und Übersicht. Leser/innen können sich so schnell orientieren und die für sie wichtigen Informationen direkt aufrufen. Nicht jede Rubrik ist für einen Leser interessant.

Das Inhaltsverzeichnis: Je umfangreicher ein Magazin ist, umso wichtiger wird das Inhaltsverzeichnis. Hier ist schnell abzulesen, wo welche Information steht. Das Verzeichnis kann man ansprechend gestalten, indem man zu den wichtigsten Themen im Inhaltsverzeichnis Fotos mit aufnimmt.

Das Editorial: Ganz vorne in einem Heft kann der Verantwortliche einer Redaktion im Editorial eine Heftzusammenfassung schreiben, erklären warum es im Heft geht und auf die wichtigsten Inhalte aufmerksam machen.

Die Nachricht: Bei einer Nachricht beginnt man oben mit dem Wichtigsten, gefolgt von einer oder mehrerer Kurznachrichten. Hier stehen dann vielleicht auch vergangene Ereignisse in Kurzform.

Fotoreportage/Bericht: Dies könnte ein Reisebericht sein, untermalt mit vielen Fotos. Die Bilder können im Text verteilt oder auf einer Gesamtseite platziert werden. Hier sind kurze Texte gefragt, die sich auf den Inhalt der Fotos beziehen. Wichtig ist, dass man qualitativ hochwertige Bilder nutzt. Bei einem Reisemagazin kann man hier Reiseberichte, Wanderrouuten oder Fahrradtouren beschreiben.

Besprechungen/Kritiken: Möchte man in einem Magazin die Leser unterhalten, kann man in einer Rubrik Inhalte eines Buches zusammenfassend besprechen, aktuelle Filme oder Theaterstücke kritisieren oder über Computerspiele oder Kochrezepte berichten. Der Inhalt dieser Rubrik hängt natürlich an der Ausrichtung des Magazins.

Interviews: Mit einem Interview holt man sich eine gewisse Lebendigkeit in das Magazin. Interviews können mit drei bis fünf Fragen kurz ausfallen. Lange Interviews kann man mit einem Frage-Antwort-Dialog präsentieren, oder die Person spricht von Anfang bis Ende. Zur Auflockerung des Textes sollte man Zwischenüberschriften verwenden, somit wird der Text etwas aufgelockert.

Die Kolumne: Hier berichtet eine Person über ein bestimmtes Thema oder eine Anekdote. Die Kolumne wird meist einspaltig gesetzt. Auf Wunsch kann man die berichtende Person mit ihrem Namen und einem kleinen Foto mit abbilden.

Anzeigen: Je nach Magazin, vielleicht bei einer monatlich erscheinenden Stadtzeitung, kann man mit Anzeigen der örtlichen Geschäftsleute das Interesse der Leser/innen wecken, die z.B. auf der Suche nach einem Handwerker sind. Über Anzeigenpreise (abhängig von der Anzeigengröße im Heft) wird die Finanzierung gewährleistet. Hier muss man sich im Vorfeld genau überlegen, wie man mit einem fairen Preismodell an die Geschäftsleute herantritt.

Kleinanzeigen: Hier können Privatleute kostenfrei Sachen verkaufen. Dafür kann man kein Geld nehmen, denn sonst wird sich niemand darauf einlassen. Bei wenigen Angeboten reicht eine Magazin-Spalte, bei größerem Aufkommen kann man die Angebote auf einer kompletten Seite, oder einer halben Seite anbieten.

Leserbriefe: Je nach Thema eines Magazines können Leserbriefe den Inhalt bereichern. Leser, die ihre Briefe einreichen, müssen aber klar darüber informiert werden, dass man sich ein Kürzen des Textes als Redaktion vorbehält.

Fortsetzungsgeschichten: Bei einem Plan, mehrere Magazine herauszubringen, kann man eine umfangreiche Geschichte auf mehrere Ausgaben aufteilen.



Das erhöht bei der Leserschaft die Bereitschaft, auch die Folgeausgaben zu beziehen.

Comics: Zur Auflockerung des Heftinhalts kann man kleinere Comic-Strips veröffentlichen. Idealerweise mit fortlaufenden Geschichten oder, wenn passend, zu aktuellen Ereignissen. Hier kann man im Affinity-Publisher die Sprechblasen-Werkzeuge verwenden.

Ratschläge von Experten: Gerade solche Rubriken haben für die Leserschaft einen Mehrwert. Sinnvoll ist hier aber eine klare Abgrenzung für ein spezielles Thema.

Das Porträt: Mit Hilfe eines Fotos und mehreren kurz zusammenfassenden Informationen kann man eine Person porträtieren. Das kann jemand aus der Gemeinde sein, jemand mit einem Ehrenamt oder jemand, der gerade seinen runden Geburtstag feiert.

Das Tagebuch: Ohne zu persönlich zu werden, kann eine Person über sein Leben oder seine Aktivitäten im öffentlichen Raum schreiben. Auch hier können Inhalte über mehrere Magazin-Ausgaben verteilt werden.

Die Umfrage: Hier sehe ich eher eine geringe Beteiligung von Lesern, aber wenn man das richtig kommuniziert, bekommt man vielleicht ein gutes Ergebnis heraus. Das wäre sinnvoll für öffentliche Belange.

Das Quiz: Hier kann man mit einigen Fragen zu einem bestimmten Thema oder mit zwei Fotos und versteckten Fehlern die Leserschaft dazu animieren, das Magazin länger zu nutzen. Die Lösungen solcher Quizfragen werden meist am Ende eines Magazins oder in der nächsten Ausgabe veröffentlicht.

Geschichten: Ob Vereinszeitschrift oder Stadtmagazin, Informationen zur Geschichte eines Vereins/einer Stadt werden gerne gelesen. Untermalt mit einigen schönen Fotos kann man so seine Region vorstellen. Das wäre sicherlich auch für zugezogene Menschen interessant.

Listen: Zu unterschiedlichsten Themen lassen sich Listen erstellen, mit deren Hilfe man ein Ranking erzeugt. Das können die besten Bücher, Freizeitparks oder Backrezepte sein. Hier würde ich auch aktuelle Termine der Stadtverwaltung mit einordnen.

Das Horoskop: Immer noch gerne gelesen, sind Horoskope. Dabei kann man sich bei den Texten aus dem Internet bedienen oder man schreibt selbst etwas zu den einzelnen Sternzeichen. Für diese Rubrik ideal, lassen sich auch sehr schöne Abbildungen der einzelnen Sternzeichen verwenden – sie sollten allerdings dasselbe Design haben.

Die Rätselseite: Im Internet findet man ganze Rätsel-Generatoren, mit denen man seine Magazinseiten füllen kann. Hier ist aber Abwechslung mit Hilfe verschiedener Rätsel-Typen wichtig.

Meine Magazin-Vorlage

Anfang April 2024 habe ich auf Wunsch einiger Anwender auf meiner Website eine [Vorlage für ein Stadtmagazin](#) im Format Din-A4 angeboten, inklusive einer Asset-Datei. Leider fehlte mir für erklärende Informationen die Zeit. Das möchte ich in diesem Heft nun nachholen. Dieses Projekt hatte sehr viel Spaß gemacht und zeigte, dass man mit etwas Geduld, einigen Ideen zur Gestaltung und einer klaren Formsprache mit dem Affinity-Publisher ein ansehnliches und modernes Magazin erschaffen kann.

Hier sei angemerkt, dass in unserer Stadt ein ähnliches Magazin kostenlos verteilt wird (es trägt sich durch Werbung) und die Verantwortlichen leider noch nie etwas von Gestaltungsrastern und modernem Layout gehört haben. Der Layouter ist in den 1980er-Jahren hängen geblieben. Das wollte ich natürlich besser machen.

Die Master-Seite

Das ganze Layout wird über die Master-Seite gesteuert. Hier werden immer wiederkehrende Elemente platziert. Die Bilder am oberen Rand mit dem Logo und rechts der Information zur aktuellen Ausgaben-Nummer, am unteren Rand der Bereich für Info- und Werbeblöcke.

Das Cover

Auch hier war Einfachheit gefragt, der Fokus der Vorlage lag auf den Inhalten und den Spalten-Layouts.

Das Logo

Ein einfaches Logo war schnell erstellt, es musste nichts Besonderes sein. Wer möchte, kann zum Beispiel auch ein Stadtwappen mit integrieren, das hatte hier keinen Vorrang, da die Vorlage allgemein gehalten werden sollte.

Die Überschriften

Hier wurden drei unterschiedlich lange Rechtecke in einer hellen grünen Farbe (#9FEB40) mit einer

immer gleichbleibenden Höhe von 10 mm verwendet. Darüber in gleicher Größe ein Textrahmen mit einer Schriftgröße von 12 Punkt, die Schrift ist auf Weiß eingestellt. So kann man mit unterschiedlichen Breiten verschiedene Spaltenlayouts abdecken. Die Textrahmen mit den Überschriften sind zu den Hintergrund-Rechtecken etwas nach rechts versetzt, damit der Text nicht direkt am Rand der Rechtecke beginnt.

Info- und Werbeblöcke

Zur besseren Übersicht ist im Layout am unteren Rand ein Bereich für Werbung und Infoblöcke vorgesehen. Man sieht in Magazinen oft, dass solche Blöcke kreuz und quer mitten im Layout gesetzt werden. Ich bin der Meinung, dass dies die Leserschaft beim Lesefluss stört. Wenn man Werbung im Layout platzieren möchte, sollte das unten oder in den Randspalten geschehen.

Alle Werbeblöcke sind 30 mm hoch und passen genau ins Layout am unteren Rand des Magazins. Das Gesamtlayout des Magazins beträgt 190 mm. Bei zwei Werbeblöcken nebeneinander ist eine Grafik 92 mm breit, mit einem Abstand zur zweiten Grafik von 6 mm. Bei drei Werbeblöcken nebeneinander ist eine Grafik 59,4 mm breit, der Zwischenraum beträgt auch hier 6 mm.

Die Spalten-Layouts

Das Kernstück sind die verschiedenen Layouts pro Seite, die, wenn man sie fertiggestellt hat, als ASSET gespeichert werden. Somit lassen sie sich immer wieder ohne Zeitaufwand in weiteren Seiten verwenden. In jedem Layout haben die Fotos eine bestimmte Größe und lassen sich immer wieder durch andere Bilder ersetzen. Auch die Texte haben eine bestimmte Länge. Entweder hält man sich daran, oder man lässt den Textrahmen bei größeren Textmengen auf die nächste Seite fließen. Das bedeutet zwar, dass man das Layout-Schema auf der Folgeseite nicht halten kann, aber hier sollten Feinjustierungen kein Problem sein.



Die Anordnung der Elemente auf der Masterseite und das einfach gehaltene Magazin-Cover

MEINE STADT

DAS NEUSTE AUS DER REGION

UNSERE TITEL-STORY

NAHERHOLUNG IN UNSERER REGION

KINDER•KITA•SCHULE

Das Logo und die drei verschieden langen Überschriften



DIE STADTVERWALTUNG

Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisi. Morbi consectetur mauris quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Morbi nisl eros, dignissim nec, malesuada et, convallis quis, augue. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Proin aliquam, leo at lectus tempus, eros lectus delfind massa, quis sollicitudin erat magna non leo. Vestibulum vel metus. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisl vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, nasciipit semper, congue eu, risi. Quisque malesuada volutpat enim. Vestibulum leo sem, molestie a, mauris bibendum, feugiat facilisis, nisl. Nam scelerisque odio. Suspendisse fermentum faucibus felis. Praesent pharetra. In consequat felis in tellus. In mi enim, rhoncus

DER BÜRGERMEISTER BERICHTET



Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisi. Morbi consetetur mauris quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Morbi nisl eros, dignissim nec, malesuada et, convallis quis, augue. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Proin aliquam, leo at lectus tempus, eros lectus delfind massa, quis sollicitudin erat magna non leo. Vestibulum vel metus. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisl vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, nasciipit semper, congue eu, risi. Quisque malesuada volutpat enim. Vestibulum leo sem, molestie a, mauris bibendum, feugiat facilisis, nisl. Nam scelerisque odio. Suspendisse fermentum faucibus felis. Praesent pharetra. In consequat felis in tellus. In mi enim, rhoncus

NAHERHOLUNG IN UNSERER REGION



KINDER-WITA-SCHULE



Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisi. Morbi consetetur mauris quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum

NORTHVILLE (HURLE HALL)

Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisi. Morbi consetetur mauris quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Morbi nisl eros, dignissim nec, malesuada et, convallis quis, augue.

Naherholung
Wir fühlen u

UNSERE TITEL STORY / STADTPARTNERSCHAFTEN



Sed interdum, nisl at consequat tristique, lacus nulla porta, vitae, sed imperdiet sem. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisl vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, nasciipit semper, congue eu, risi. Quisque malesuada volutpat enim. Vestibulum leo sem, molestie a, mauris bibendum, feugiat facilisis, nisl. Nam scelerisque odio. Suspendisse fermentum faucibus felis. Praesent pharetra. In consequat felis in tellus. In mi enim, rhoncus

liquam dapibus ipsum vitae sem. Ut eget mauris ac nunc lectus ornare. Phasellus enim augue, rutrum tempus, blandi in, vehicula eu, congue. Sed consequat metus. Proin moris. Duis a mi non tellus malesuada interdum. Cras in neque. Sed lacini, felis et sodales pretium, justo sapien hendrerit est, et convallis nisi quam sit amet erat.

DIE FEUERWEHR BERICHTET



Marcenas eu diam a leo porta interdum. In non massa quis odio fringit sagittis. Quisque ac lorem. Marcenas ut sem sed ipsum nasciipit malesuada. Nulla quis dui quis ante fermentum interdum. Proin eget est a sagittis vehicula mattis. Pellentesque sed nisi at nisl scelerisque laculis. Phasellus orci. Nulla adipiscing. Suspendisse et leo vel elit

SENIOREN MACHEN SPORT



Marcenas eu diam a leo porta interdum. In non massa quis odio fringit sagittis. Quisque ac lorem. Marcenas ut sem sed ipsum nasciipit malesuada. Nulla quis dui quis ante fermentum interdum. Proin eget est a sagittis vehicula mattis. Pellentesque sed nisi at nisl scelerisque laculis. Phasellus orci. Nulla adipiscing. Suspendisse et leo vel elit. Proin tempus, ligula at sitichend nibh fringit odio, nec tincidunt erat orci. Nam lacus odio. Aliquam adipiscing urna sed elit in eros aliquam aliquam. Donec at a cursum. Integer dolor. Vestibulum sit ague fermentum consetetur. Integer ipiscing Suspendisse et leo vel elit. Proin tempus, ligula at sitichend nibh fringit odio, nec tincidunt erat orci. Nam lacus odio. Vivamus vel sapien. Ut, laoreet eu, dapibus quis, egetas non, velit nuncque penatibus et magnis dis, tics, nascetur ridiculus mus. Nullam felis. Mauris nibh velit.

MEINE STADT
DAS NEUSTE AUS DER REGION

VERANSTALTUNGEN



Marcenas eu diam a leo porta interdum. In non massa quis odio fringit sagittis. Quisque ac lorem. Marcenas ut sem sed ipsum nasciipit malesuada. Nulla quis dui quis ante fermentum interdum. Proin eget est a sagittis vehicula mattis. Pellentesque sed.



Marcenas eu diam a leo porta interdum. In non massa quis odio fringit sagittis. Quisque ac lorem. Marcenas ut sem sed ipsum nasciipit malesuada. Nulla quis dui quis ante fermentum interdum. Proin eget est a sagittis vehicula mattis. Pellentesque sed.

SENIOREN TREFFEN SICH

Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet laculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie ut, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Suspendisse potenti. Sed tincidunt varius arcu. Mauris vitae arcu sit amet quam condimentum pulvinar. Aenean arcu elit, accumsan id, consequat venare, lobortis vitae, ligula. Quisque vitae velit ac sapien placerat nasciipit.

Donec mollis justo sed justo pellentesque sollicitudin. Duis bibendum adipiscing nibh. Marcenas diam risus, molestie ut, porta et, malesuada eget, nisl. In fermentum leo sed turpis. Sed lacus velit, consequat in, ultricies sit amet, malesuada et, diam. Integer mauris sem, convallis ut, consequat in, sollicitudin sed, leo. Cras purus elit, hendrerit ut, egestas eget, sagittis ut, nulla. Integer justo dui, faucibus dictum, convallis sodales, accumsan id, risus.

DIE ÖFFNUNGSZEITEN UNSERER GLEISENKAMMER

Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet laculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie ut, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Suspendisse potenti. Sed tincidunt varius arcu. Mauris vitae arcu sit amet quam condimentum pulvinar. Aenean arcu elit, accumsan id, consequat venare, lobortis vitae, ligula. Quisque vitae velit ac sapien placerat nasciipit.

Donec mollis justo sed justo pellentesque sollicitudin. Duis bibendum adipiscing nibh. Marcenas diam risus, molestie ut, porta et, malesuada eget, nisl. In fermentum leo sed turpis. Sed lacus velit, consequat in, ultricies sit amet, malesuada et, diam. Integer mauris sem, convallis ut, consequat in, sollicitudin sed, leo. Cras purus elit, hendrerit ut, egestas eget, sagittis ut, nulla. Integer justo dui, faucibus dictum, convallis sodales, accumsan id, risus. Quisque vitae velit ac sapien placerat nasciipit.

IMPRESSIONEN UNSERER STADT-JAHRMARKTS



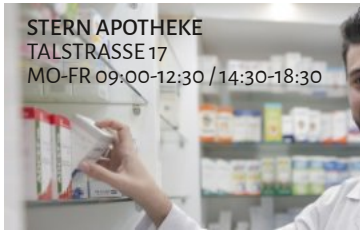
Abbildung: Suspendisse non Phasellus turpis justo aliquet ac, accumsan sed, posuere quis, ac. Morbi pretium lacus. Cras non metus. Donec laoreet sem a dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Vivamus laoreet dui et elit. Phasellus curabitur nulla non odio. Nulla a velit sed nisl lacus pretium. Suspendisse nunc odio. Mauris ornare eros. Quisque et sagittis et magna sollicitudin sodales. Donec nulla justo, adipiscing uti amet. feugiat ac, facilisi ac, mauris, risus.

Umgebung!
serer Region

DER RICHTIGE NOTRUF

POLIZEI 110
FEUERWEHR & RETTUNGSDIENST, NOTARZT 112
ÄRZTLICHER BERATUNGSDIENST: 116117
GIFT NOTRUF BONN: 0228-19240





STERN APOTHEKE
TALSTRASSE 17
MO-FR 09:00-12:30 / 14:30-18:30



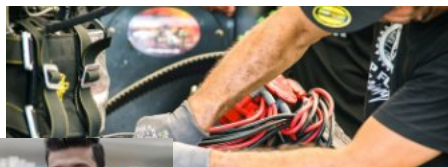
AUTOHAUS WILMER
TALSTRASSE 4
REPARATUREN•ABGAS•TÜV



PRAXIS DR. WINTER
AMBULANTE PRAXIS
MO-FR. 09:00-12:30
MO+DO 14:00-18:00



STERN APOTHEKE - TALSTRASSE 17
MO-FR 09:00-12:30 / 14:30-18:30



WILMER - TALSTRASSE 4
REPARATUREN•ABGAS•TÜV

Naherholung in ländlicher Umgebung!
Wir fühlen uns wohl in unserer Region

Verschieden große Info- und Werbebanner, die sich optimal in den unteren Bereich des Layouts einbauen lassen

Neues in der Affinity-Version 2.5

Es mag jedem selbst überlassen sein, ob die Neuerungen in der Affinity-Suite 2.5 für den Anwender bahnbrechend oder nur marginal wichtig sind. Variable Fonts, ein QR-Code-Generator, das Festlegen von Werten der Raster- und Achsen-Einstellungen als Standardwert oder die Bereitstellung des Typografie-Diialogs als neues eigenständiges Panel. Bahnbrechend sind diese Gimmicks für mich persönlich nicht. Allerdings ist es verständlich, dass man bestimmte Funktionen oder Einstellungen mit neuen Updates neu organisieren möchte. In der BETA-Software sind einige Begriffe noch nicht ins Deutsche übersetzt. Daher können sich einige meiner hier gemachten Angaben in der Endfassung noch ändern.

Das Panel Typografie

Hier sei nur erwähnt, dass der Normalanwender über dieses Panel bestimmte Textpassagen schneller neu formatieren kann. So kommt man im Panel über die Rubrik GROSSBUCHSTABEN an die Einstellungen für „Großbuchstaben“ und „Kapitälchen“ schneller heran.

Raster- und Achseneinstellungen

Diese „neue Funktion“ muss man eigentlich nicht extra erwähnen. Die Einstellungen lassen sich nun als Standardwert festlegen. Somit kann man darauf immer wieder zurückgreifen und muss sie nicht immer wieder neu eingeben.

Kleinere Verbesserungen

Mit der Version 2.5 werden einige neue Kameras in die RAW-Liste mit aufgenommen. Dies sind: FujiFilm X100VI, Leica SL3, Pentax KF (Rioch), Samsung Galaxy S23+, Samsung Galaxy S23 Ultra und Sony ILCE-9M3 (A9 III).

Dann hat man speziell für den Import von AutoCad-Dateien den Import von Poly-Linien verbessert. So werden bei importierten Zeichnungen die Knotenpunkte auf ein machbares Minimum reduziert.

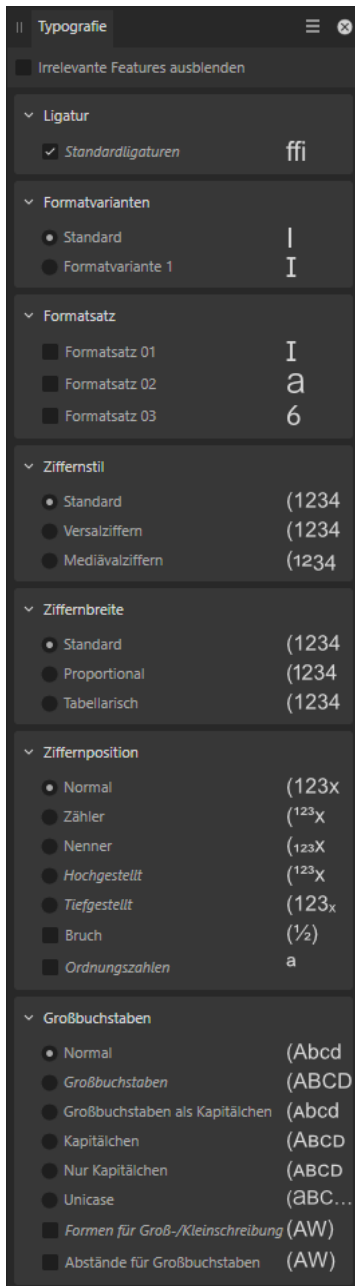
Das neue QR-Code Tool

Interessant ist diese Neuerung, wenn man in seiner Publikation, Digital oder Print, einen scannbaren Code integrieren möchte, um den Lesern eine zusätzliche Quelle im Internet anzubieten. So kann man mit einem solchen Code auf eine eigene Webseite verlinken, wo zusätzliche Informationen angeboten werden.

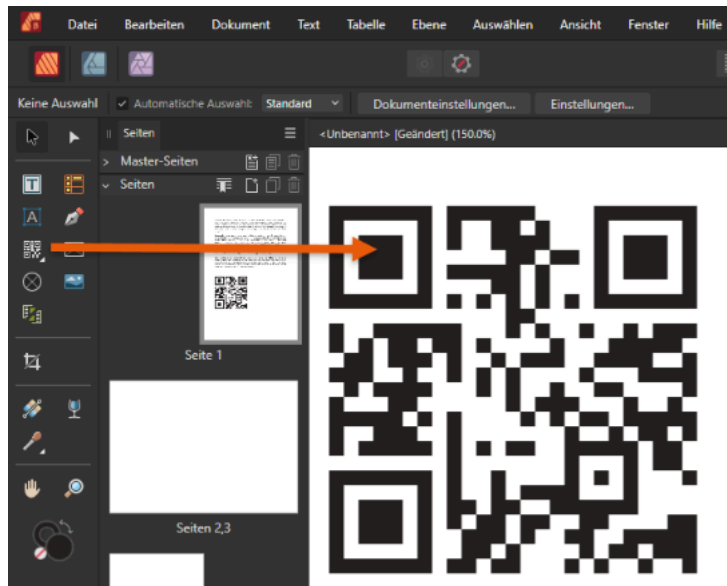
Das QR-Code Tool lässt sich über die Werkzeugleiste aktivieren. Dann zieht man einfach den Rahmen auf, bis die gewünschte Größe erreicht ist. Die Größe lässt sich jederzeit ändern. Auch die Farbe kann eingestellt werden. Ist der Code markiert, sieht man oben in der Menüleiste den Eintrag „Payload“. Hier sind nun folgende Eingaben möglich:

1. Eine Internet-Adresse wie „www.MeineSeite.de“
2. Ein SMS-Code mit der Struktur SMSTO:Nummer: Nachricht
Beispiel: SMSTO:01472536785:Hallo Verena
3. Ein GEO-Standort mit der Struktur GEO:lat:lon:height
Beispiel: GEO:40.71872,-73.98905.100
4. Ein WLAN-Zugang mit der Struktur WIFI:ssid;T:Type; P:Passwort
Beispiel: WIFI:S:MyWiFISSID;T:WPA;P:MyPassWord;;

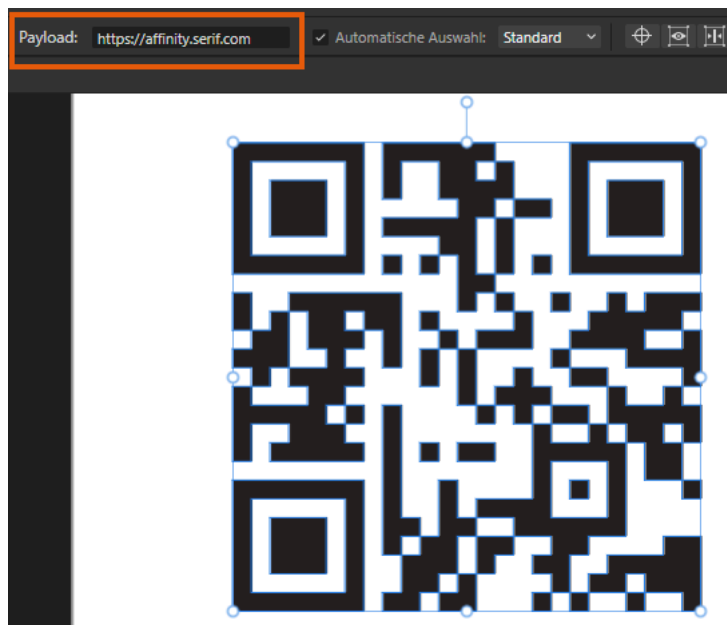
Hier bitte ich um Verständnis, dass ich die Informationen zu den Punkten 3 und 4 aus dem Affinity-Forum übernommen habe und auf die einzelnen Einträge nicht näher eingehe. Hier bitte ich um Geduld, denn diese Einträge werden sicherlich in der offiziellen deutschen Version erklärt werden.



Das neue Panel TYPOGRAFIE



Das QR-Code Werkzeug in der Werkzeugpalette



Über den Eintrag „Payload“ wird der gewünschte Code eingegeben

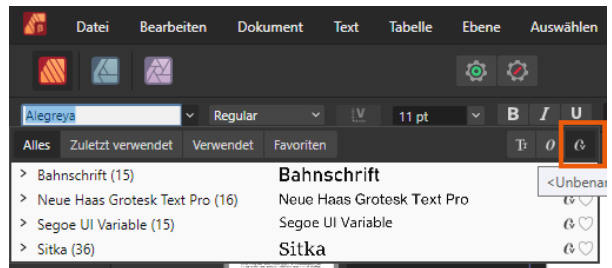
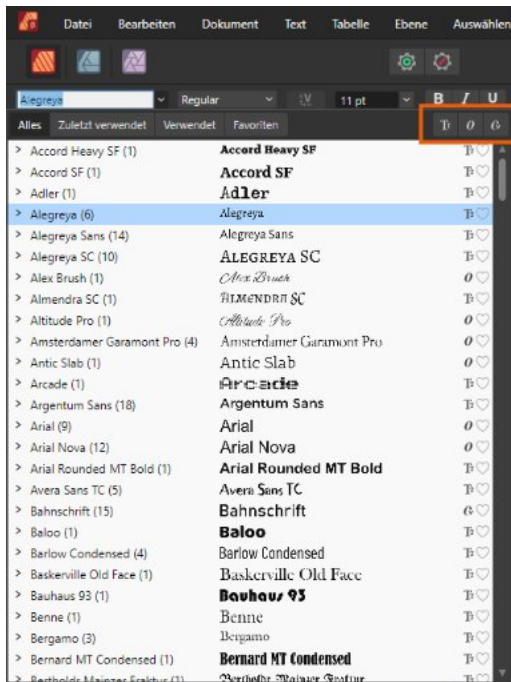
Neue variable Fonts

Im Affinity-Publisher 2.5 werden als Neuerung „Variable Fonts“ zur Verfügung gestellt. Verfolgt man die Informationen im Affinity-Forum zu den BETA-Tests, müssen für diese Neuerung einige Unwägbarkeiten aus dem Weg geräumt werden. Eines vorweg – diese Art von Schriften-Management eignet sich nur für digitale Publikationen. Bei Print-Produkten muss nämlich gewährleistet werden, dass beim Export einer PDF-Datei alle Schriftschnitte separat ausgegeben werden können. Mir persönlich wäre das Controlling für zu druckende Publikationen zu aufwendig. Nachfolgend darf ich einen Text zur Definition von variablen Fonts präsentieren, der mit Hilfe von [ChatGPT](#) generiert wurde.

„Variable Fonts sind eine moderne Technologie im Bereich der Typografie, die es ermöglicht, eine einzige Font-Datei zu verwenden, um eine breite Palette von Stilen und Variationen innerhalb derselben Schriftart zu erzeugen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Schriftarten, bei denen separate Dateien für verschiedene Stile wie Fett, Kursiv

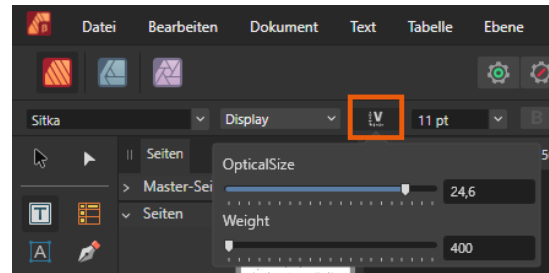
oder Condensed vorhanden sind, können variable Fonts eine kontinuierliche Bandbreite von Stilen innerhalb einer einzigen Datei bieten. Diese Flexibilität wird durch die Integration von Achsen ermöglicht, die verschiedene Aspekte der Schrift steuern, wie zum Beispiel Gewicht, Breite, Neigung, optische Größe und mehr. Durch die Anpassung dieser Achsen können Designer fein abgestimmte Variationen erstellen, die nahtlos von dünnen, leichten Schriftstilen bis zu fetten, breiten oder kursiven Stilen reichen können. Variable Fonts bieten eine Reihe von Vorteilen, darunter eine verbesserte Leistung durch reduzierte Dateigröße im Vergleich zu traditionellen Schriftdateien für jeden Stil, mehr Flexibilität für Designer bei der Gestaltung von Text und eine verbesserte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Bildschirmgrößen und -auflösungen. Sie werden zunehmend in Webdesigns und digitalen Anwendungen eingesetzt, um eine bessere Typografie und eine effizientere Ressourcennutzung zu ermöglichen.“

ChatGPT 3.5

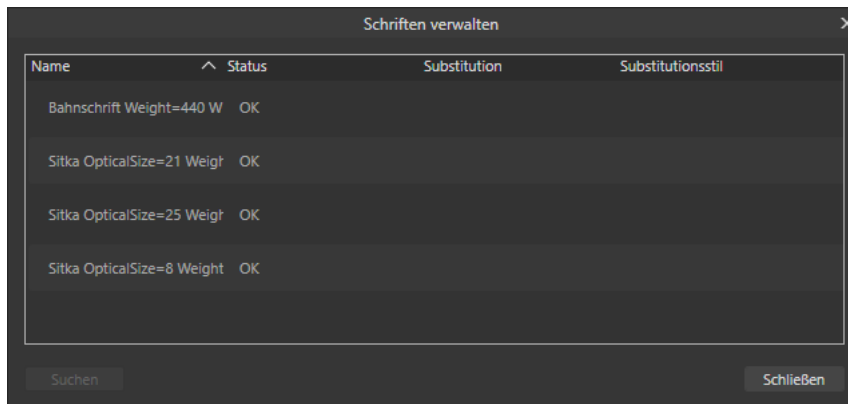


Variable Fonts finden Sie oben links im Bereich zur Auswahl von Schriftarten. Markiert sehen Sie 3 neue kleine Symbole über die man entweder TrueType, OpenType oder variable Schriften auswählen kann. Vorausgesetzt, man hat einen Text markiert. Hier ist auch schnell ersichtlich, welche variablen Fonts auf dem Rechner schon installiert sind. Mit diesen 3 Symbolen kann man die gewünschten Schriften an/aus stellen.

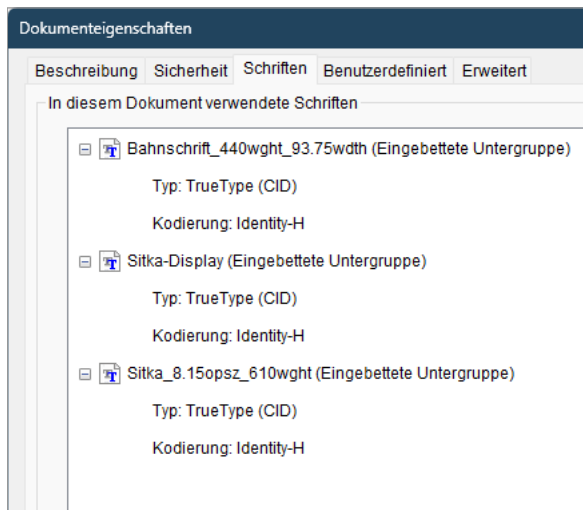
Suspendisse sem lorem, ornare non, vestibulum ut, tui convallis aliquet eros. Nunc nec nulla eget urna convallis eros at augue. Integer feugiat nisi vitae velit. Cras convallis pulvinar. Etiam velit orci, pellentesque at, porttitor Donec in odio sed nisl venenatis feugiat. Phasellus sod dignissim, justo turpis ornare felis, in imperdiet per imperdiet, quam a gravida pulvinar, est sem faucibus pede turpis id ante. In facilisis sodales arcu. Mauris tunc sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per in



Hat man sich für einen „variablen Font“ entschieden, kann man über das kleine „V-Symbol“ ein Menü öffnen, in dem man die optische Größe und das „Gewicht“ der Schrift einstellen kann. Vor dem kleinen „V-Symbol“ kann eine Liste von Schriftschnitten zugeschaltet werden, um den gewünschten Text direkt anzusteuern.



Über die Schriftenverwaltung ist jederzeit ersichtlich, welche Schriften verwaltet werden



Nach dem Export in eine PDF-Datei sieht man die Schriften in den Dokumenteinstellungen des Acrobat-Readers

Tipps und Tricks

Zoom vergrößern	Strg+Num +
Zoom verkleinern	Strg+Num -
Passend zoomen	Strg+0
Auf Breite zoomen	Alt+Umschalt+0
Nach links drehen	
Nach rechts drehen	
Rotation zurücksetzen	Strg+Alt+Umschalt+R
50 %	
100 %	Strg+1
150 %	
200 %	Strg+2

Zoom mit „Z“

Im Publisher kann man mit dem Buchstaben „Z“ die Zoom-Lupe aufrufen und durch ziehen bestimmte Bereiche vergrößern. Ist diese Zoom-Lupe aktiv, kann man mit einem Rechtsklick ein kleines Menü aktivieren und weitere Zoom-Einstellungen aufrufen.

Anführungszeichen setzen

Hier sind einige Tastatur-Befehle für deutsche, englische und französische Anführungszeichen aufgeführt. Die Zahlen der ALT-Befehle werden über den Nummernblock der Tastatur eingegeben. Siehe auch den Tipp auf der rechten Seite.

Doppelte deutsche Anführungszeichen

SHIFT + 2 („“)

Einfache deutsche Anführungszeichen

SHIFT + # (‘’)

Doppelte englische Anführungszeichen

ALT + 0147 sowie ALT + 0148 (“”)

Einfache englische Anführungszeichen

ALT + 0145 sowie ALT + 0146 (‘’)

Doppelte französische Anführungszeichen

ALT + 0171 sowie ALT + 0187 («»)

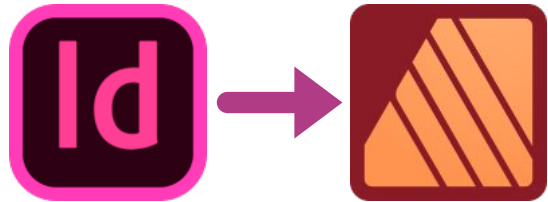
Einfache französische Anführungszeichen

ALT + 0139 sowie ALT + 0155 (‹›)



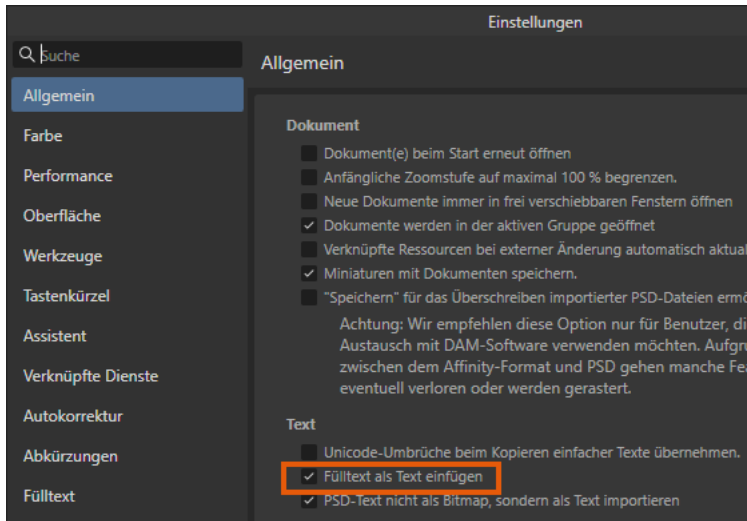
Copy und Paste

Möchte man im Publisher ein Objekt über die Zwischenablage an eine bestimmte Stelle in der Ebenen-Hierarchie kopieren, markiert man einfach das Element in der Ebenenpalette aus, welches UNTER dem später eingefügten Objekt liegen soll. Hier zu sehen wurde das Foto markiert und der grüne Balken landet über die Zwischenablage automatisch über dem Bild, aber unter dem Text, so wie gewollt.



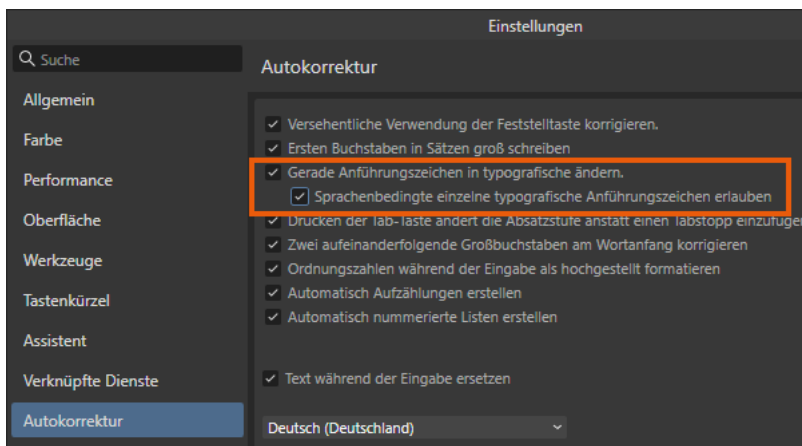
Einfügen im Publisher

Selbst habe ich es nicht ausprobiert, aber man kann wohl in InDesign Elemente in die Zwischenablage kopieren und diese im Affinity-Publisher wieder einfügen. Einfach mal probieren, ob es geht. So soll Text weiterhin editierbar bleiben.



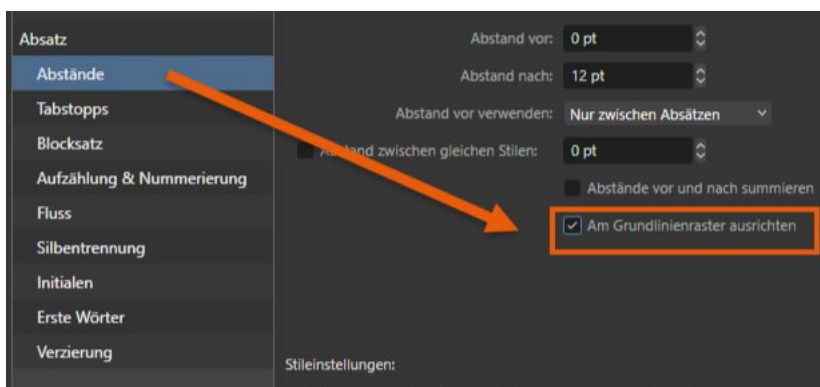
Fülltext lässt sich nicht bearbeiten

Sie haben über das Menü „Text“ in einen Textrahmen Fülltext eingefügt und dieser lässt sich nicht bearbeiten? Mit einem Häkchen in den Einstellungen, im Bereich „Allgemein“, lässt sich das ändern.



Fremde Anführungszeichen

Über ein Häkchen in den Einstellungen im Bereich „Auto-korrektur“ kann man dem Publisher mitteilen, dass er fremde Anführungszeichen verarbeiten soll.



Das Grundlinienraster

Beim Erstellen eines neuen Textstils konnte man in den Einstellungen zum Textstil bisher das Grundlinienraster in einer Extrarubrik an oder abschalten. Ab der Version 2.5 findet man die Einstellungen in der Rubrik „Abstände“.

Wie wird Papier hergestellt?

Die Herstellung von Papier ist ein faszinierender Prozess! Über die Jahrhunderte hinweg hat sich der Verarbeitungsprozess stark gewandelt. Im Wesentlichen besteht er aus mehreren Schritten:

Holzschliff: Zunächst werden Holzfasern gewonnen, typischerweise aus Holzstämmen. Diese werden zerkleinert und zu einer feinen Masse, dem Holzschliff, verarbeitet.

Faserbehandlung: Der Holzschliff wird mit Wasser vermischt und in großen Behältern gekocht, um die Fasern zu trennen und zu reinigen. Chemikalien können hinzugefügt werden, um den Bleichprozess zu unterstützen und die Qualität des Papiers zu verbessern.

Papierherstellung: Die Faserlösung wird dann auf eine Form gegossen, die ein Drahtgewebe oder eine Siebmatte sein kann. Das Wasser wird aus der Faserlösung abgelassen, wodurch die Fasern miteinander verflochten werden und eine dünne Schicht bilden.

Pressen: Das entstandene Blatt wird zwischen Pressen gepresst, um überschüssiges Wasser zu entfernen und die Fasern weiter zu verfestigen.

Trocknung: Das noch feuchte Papier wird auf großen Rollen oder Gestellen getrocknet. Dies kann durch Lufttrocknung oder maschinelle Trocknung erfolgen. Weitere Behandlung: Je nach gewünschter Qualität und Verwendungszweck kann das Papier zusätzlich behandelt werden, z.B. durch Beschichtung, Schneiden, Falzen oder Stanzen.

Welche Papiersorten gibt es?

Es gibt eine Vielzahl von Papiersorten, die für unterschiedliche Zwecke hergestellt werden. Hier sind einige der gängigsten:

Druckpapier: Dies ist das Standardpapier, das für den Druck von Dokumenten, Büchern, Zeitschriften und ähnlichen Materialien verwendet wird. Es gibt

verschiedene Arten von Druckpapier, darunter Offsetpapier, das für den Offsetdruck verwendet wird, und Matt- oder Glanzpapier, das für hochwertige Druck-Erzeugnisse wie Magazine verwendet wird.

Karton: Karton ist dicker und steifer als normales Papier und wird für die Herstellung von Verpackungen, Karten, Einladungen und anderen Materialien verwendet, die zusätzliche Stabilität erfordern.

Zeichenpapier: Dies ist ein dickes Papier, das oft von Künstlern und Illustratoren verwendet wird. Es ist in verschiedenen Oberflächen erhältlich, einschließlich glatt, texturiert oder gerippt, und ist in der Regel säurefrei, um eine lange Haltbarkeit zu gewährleisten.

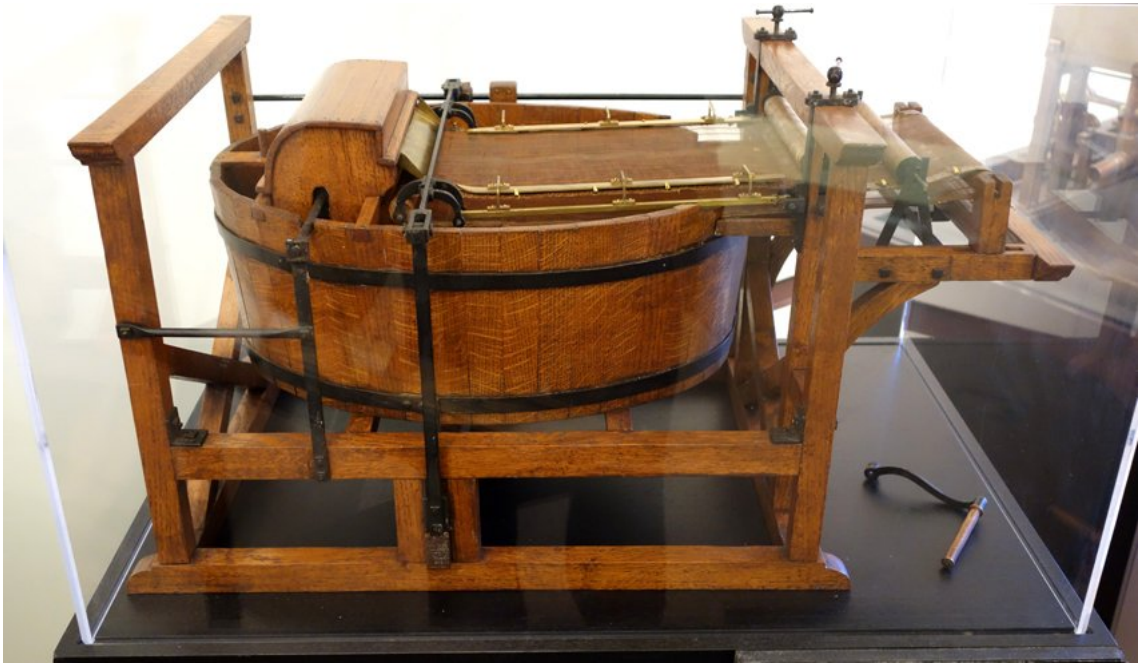
Fotopapier: Fotopapier ist speziell für den Druck von Fotos entwickelt worden und ist in verschiedenen Oberflächen erhältlich, darunter glänzend, matt und seidenmatt.

Packpapier: Dies ist ein robustes, unbeschichtetes Papier, das zum Verpacken von Waren verwendet wird. Es kann auch als Füllmaterial in Verpackungen verwendet werden.

Briefumschläge: Briefumschläge sind speziell gestaltete Papiere, die zum Versenden von Briefen und anderen Dokumenten verwendet werden. Sie sind in verschiedenen Größen und Stilen erhältlich, einschließlich Fensterumschlägen und gepolsterten Umschlägen.

Wasserzeichenpapier: Dies ist ein hochwertiges Papier, das ein Wasserzeichen aufweist, das während des Herstellungsprozesses eingearbeitet wird. Es wird oft für diplomatische Dokumente, Urkunden und andere wichtige Unterlagen verwendet.

Das sind nur einige Beispiele, und die Vielfalt der Papiersorten ist groß. Jede Sorte hat ihre eigenen



Papiermaschine aus dem Jahr 1798 von Robert C. Williams

Eigenschaften und wird für spezifische Anwendungen hergestellt.

Welche Papierhersteller gibt es?

Es gibt mehrere deutsche Papierhersteller, die eine breite Palette von Papierprodukten herstellen, darunter Verpackungspapiere, Druckpapiere, Spezialpapiere und mehr. Einige der bekanntesten deutschen Papierhersteller sind:

Mondi: Mondi ist ein internationales Verpackungs- und Papierunternehmen mit Hauptsitz in Österreich, aber es hat auch bedeutende Produktionsstätten in Deutschland.

Stora Enso: Obwohl Stora Enso ein finnisches Unternehmen ist, hat es auch Produktionsstätten in Deutschland. Es ist eines der größten Papier- und Verpackungsunternehmen der Welt.

Sappi: Sappi ist ein globaler Papier- und Zellstoffhersteller mit Produktionsstätten in Europa, Nordamerika und Afrika, darunter auch in Deutschland.

UPM: UPM ist ein finnisches Unternehmen, das auch in Deutschland Papierfabriken betreibt. Es ist ein bedeutender Produzent von Druckpapieren.

Zanders: Zanders ist ein deutscher Hersteller von Spezialpapieren mit Sitz in Bergisch Gladbach. Sie produzieren hochwertige Papiere für verschiedene Anwendungen, darunter Etiketten, Verpackungen und grafische Anwendungen.

Diese Unternehmen sind nur einige Beispiele, und es gibt viele weitere kleinere Papierhersteller in Deutschland, die sich auf bestimmte Arten von Papierprodukten oder Nischenmärkte spezialisiert haben.



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

22



M62
DAS AFFINITY MAGAZIN



22
2024

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER: Georg Walter

Steinackerstraße 12
53797 Lohmar
E-Mail: service@magazin62.de
Website: magazin62.de

Zu den Drittanbietern in diesem
Magazin besteht kein wirtschaftliches
Verhältnis. „Serif“ und „Affinity“
sind eingetragene Warenzeichen
von Serif Europe Ltd.

Herzlich Willkommen

Liebe Leserinnen/Leser!

Das neue M62-Heft Nr. 22 liegt Ihnen nun vor. Kurzweilig wollte ich den Lesern/Leserinnen einige Themen mit an die Hand geben und somit ein breites Spektrum an interessanten Texten anbieten. Gestalten Sie eine Urkunde mit der Datenzusammenführung, fügen Sie Wasserzeichen in Ihr Dokument ein, erfahren Sie etwas über das Feintuning von Textrahmen, gestalten Sie eine Zeitung und schauen Sie sich an einem Beispiel an, wie variable Schriften formatiert werden. Sie lernen etwas über Graustufen-Bilder und einige wichtige Einstellungen im Publisher. Für Fans des Designers ist auch etwas dabei. Ich erläutere die Funktionen der Werkzeuge „Konturbreite“ und „Umrandung“ anhand einiger Beispiele. Erleben Sie eine kleine Zeitreise alter Textprogramme wie Wordstar oder Superwriter und erfahren Sie etwas über ein Buch aus dem 15. Jahrhundert, das bis heute „keiner lesen kann“.

Letzte Meldung

Gerade hat CANVA die neue Version 2.5.3 der Affinity-Suite veröffentlicht. Hier geht es nur um Fehlerkorrekturen. In Kürze wird wohl schon die BETA-Phase der Version 2.6 gestartet. Hier wird aber darauf hingewiesen, dass diese Phase länger dauern kann. Welche Neuerungen kommen werden, ist auch noch nicht bekannt.

Ich wünsche Ihnen nun wieder recht viel Freude beim Lesen und Ausprobieren. Wenn Sie ein Thema vermissen, lassen Sie es mich wissen. Ich versuche es dann in der nächsten Heftnummer zu realisieren.

Ich wünsche Ihnen schöne Sommertage.

Ihr Georg Walter

Der Kunde ist König



In einem beruflichen Designerleben kommen einem so manche Kunden unter. Viele sind völlig entspannt und pflegeleicht, andere glauben, sie hätten einen Sklaven gemietet. Harte Worte, aber leider ist das manchmal bittere Realität. Je länger man diesen Beruf ausübt, umso mehr „komische Typen“ laufen einem dabei über den Weg. Besonders interessant wird es, wenn alle Texte und Fotos vom Kunden selbst kommen und dieser behauptet, dass alles professionell gemacht wurde. Da soll man aus schlecht aufgenommenen Fotos noch das Beste rausholen, Bilder liegen oft in zu geringer Qualität vor, und das, obwohl man im Vorfeld die Mindestvoraussetzungen übermittelt hat. Texte werden im Laufe eines Projekts mehrmals geändert, erweitert oder komplett ausgetauscht, vielleicht sogar mit unzähligen Rechtschreibfehlern versehen. Spätestens da merkt man, dass es mit so einem Kunden Probleme geben wird. Wie will man da mit dem Affinity-Publisher eine ordentliche Arbeit abliefern? Jetzt könnte man meinen, dass man das alles schon beim Projektstart berücksichtigen sollte. Aus Erfahrung wird man klug, ja. Aber die Realität sieht einfach anders aus.

Meine Wunderwaffe dagegen lautet: Setzen Sie für alle Texte und Fotos Deadlines. Zusätzlich MUSS man mit dem Kunden auch Zusatzzahlungen bei Verzug vereinbaren. Wenn sich ein Kunde darauf nicht einlassen will, und das sind meine Erfahrungen, wird er sich bei der Bezahlung am Ende des Projekts oft genug quer stellen. Man hat nur

Ärger damit. Mit der Zeit bekommt man ein Gespür dafür, wie man solche Kunden behandeln muss. Der einzige Weg ist dann, das Projekt zu stoppen.

Im Internet findet man genügend Leitfäden, die einem erklären, wie man mit schwierigen Kunden umgehen sollte. Versuchen Sie einmal, die Regeln dieser Leitfäden auf Kunden anzuwenden, die rechthaberisch alles besser wissen. Alles schon erlebt. Eine Regel besagt, dass man „ruhig bleiben“ und „nicht alles persönlich nehmen“ soll. Genau hier stellt man schnell fest, dass Kunden diese Regeln nicht beherzigen werden, da sie beratungsresistent und arrogant daherkommen. Eine weitere Regel besagt, dass man den Kunden „ausreden lassen soll“. Wenn unklare Positionen aber wochenlang per E-Mail oder Telefonaten diskutiert werden, stimmt etwas an der Kommunikation nicht. Darunter wird immer die reine Projektarbeit leiden. Hier kann ich nur empfehlen, dass Projekt abzubrechen, denn man wird sich mit solchen Kunden nicht einig werden. Hat man zudem noch weitere Projekte in Arbeit, muss man halt auf diese Quertreiber verzichten, denn darunter leiden auch die anderen Aufträge. Klar kann man daran dann nichts verdienen, aber vielleicht freut sich ein weiterer Kunde, den man bis dato trösten musste. Im Regelfall wird man für Projekte einen Vertrag mit einem Kunden machen. In diesem sollte man vorausschauend schon einmal einige Fallstricke „ausschließen“. Dafür muss man sich im Vorfeld Gedanken machen und bestimmte Vorgaben definieren.

Neues in den Publisher-Versionen

Damit Sie den Überblick nicht verlieren, habe ich Ihnen hier einmal die wichtigsten Neuerungen der verschiedenen Publisher-Updates aufgeführt. Bei jeder Version kamen immer auch kleinere Bug-Fixes hinzu, die hier nicht explizit erwähnt werden.

November 2022 – Version 2.0

1. Das Panel BÜCHER wird eingeführt
2. Fußnoten, Randnoten und Endnoten werden eingeführt
3. Das Platzieren von Bildern per Autoflow wird erweitert
4. Ebenen für verknüpfte Dateien lassen sich ein/ausblenden
5. Übertragen von Stilen mit der Stil-Palette
6. Performance des Publishers wird gesteigert
7. Dialogfeld zu „neues Dokument“ wird erweitert
8. Miniaturen zuletzt genutzter Dokumente werden angezeigt
9. Neuer Look für das Panel EBENEN
10. Optimiertes Panel FARBE mit Spektrumsfeld
11. Einblenden zuletzt genutzter Rasterpinsel
12. Mehrere Instanzen der Ebeneneffekte lassen sich anwenden
13. Schnelle Bitmapfüllung
14. Inhaltstypen erscheinen in allen drei Affinity-Anwendungen
15. Eine neue Datei wird aus einem Stock-Foto generiert
16. Wort- und Zeichenzahl wird ausgegeben
17. Erneutes Speichern von Paketen
18. Umwandeln von Grafik-/Rahmentext
19. Platzieren von DXF-/DWG-Dateien

September 2023 – Version 2.2

1. Einführung selbst definierter Textvariablen
2. Hinzufügen einer Auswahl zu einer neuen Ebene per ALT-Klick
3. Querverweise werden eingeführt
4. Ansicht – Effekte können per Symbol ausgeblendet werden
5. Ansicht – Layout per Symbol in Graustufen anzeigen
6. Änder von Hilfslinien-Farben
7. Langes Drücken auf Werkzeugkürzel
8. Datumsformate können selbst definiert werden
9. Direktes Öffnen von Bildformaten
10. Suchen und Ersetzen-Dialog wird erweitert
11. Wechsel zur vorherigen Layoutseite
12. Das Panel INDEX erhält zusätzliche Optionen
13. Objekte können mithilfe einer Maske definiert werden
14. Dateneingabe bei markierten Objekten durch RETURN-Taste
15. Neuer Eintrag „Knoten lösen“ in Kontextmenü
16. Neue Option „Alles auf aktueller Ebene auswählen“
17. Schrift-Favoriten werden in allen APPS synchronisiert
18. Erweiterte Möglichkeiten in der Datenzusammenführung

Mai 2023 – Version 2.1

1. Ausgeglichene Strichlinienmuster
2. Komplexe Strichlinienmuster
3. Kolumnentitel wird eingeführt
4. Mischmodi lassen sich mit Tastenkürzel belegen
5. Duplizieren von Ebenen durch die ALT-Taste
6. Reduzieren/Erweitern von Ebenen mit der ALT-Taste
7. Erweiterungen für Hilfslinien
8. Neue Suchleiste in „Mein Konto“
9. Umbenennen von Ebenen mit Tastenkürzel
10. Option „Alles schließen“ im Menü „Datei“
11. Erweitertes Neuordnen im Panel ASSETS
12. Neues Maß- und Flächenwerkzeug
13. Mischmodi und Deckkraft direkt im Panel EBENEN

November 2023 – Version 2.3

1. Neues Spiralenwerkzeug
2. Option für Pixelraster im Menü „Ansicht“
3. Erstellen Kennwort geschützter PDF-Dateien
4. Erweiterung für das Verschieben nach Werten
5. Neues Panel TAGS für Alt-Texte zu Bildern und Objekten
6. Ändern der Hintergrundfarbe im Panel ASSETS
7. Suchen und Ersetzen mit Feldern

Februar 2024 – Version 2.4

1. Neues Panel STATUS
2. Auswahlbox festlegen
3. Wechsel zwischen Knotenwerkzeug und „verschieben“
4. Schützen/Freigeben untergeordneter Elemente mit Leertaste
5. Erweiterte Möglichkeiten bei horizontaler/vertikaler Verteilung
6. Identisches Skalieren/Drehen von Objekten

Mai 2024 – Version 2.5

1. Variable Schriften
2. Neues QR-Code Werkzeug
3. Neues Typografie-Panel
4. Rastereinstellungen als Standard festlegen

Sicherheit mit Wasserzeichen und Kennwortschutz

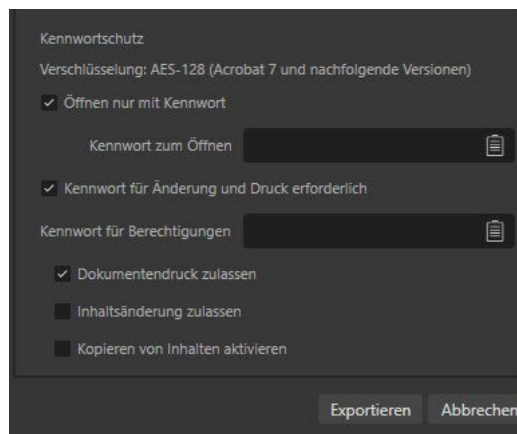
Möchte man ein Publisher-Projekt als PDF-Datei weitergeben und diese gleichzeitig schützen, kommen entweder Wasserzeichen mit ins Spiel, oder eine Passwort-Abfrage, die man über den Export-Dialog steuern kann. Man muss sich aber darüber im Klaren sein, dass es eine hundertprozentige Sicherheit nicht geben kann. Möchte man sein Projekt einer Handvoll Leuten zur Begutachtung übermitteln, kann man allerdings davon ausgehen, dass sich unter ihnen kein Hacker befindet, der die Methoden zur Freigabe von Passwörtern kennt. Mit Wasserzeichen kann man eigentlich nichts verkehrt machen. Der sinnvollste Weg für ein Wasserzeichen ist der Weg über die Masterseiten einer Publisher-Datei. Dabei sollte man beachten, dass der Inhalt einer Publikation immer noch gut lesbar sein muss. Über die Masterseiten kann man zum Beispiel einen Wasserzeichentext quer in einem leichten Grauton (10-15%) einfügen. Später, wenn man eine finale PDF-Datei erzeugen möchte, kann man den Text wieder löschen. Man unterscheidet generell zwei Versionen von Wasserzeichen, mit denen man zum einen die Echtheit eines Dokuments belegen kann,

zum anderen das geistige Eigentum schützt. Physische Wasserzeichen findet man traditionell in offiziellen Dokumenten, Banknoten, Briefmarken oder Urkunden. Digitale Wasserzeichen finden Verwendung in Bildern, Videos oder Audio-Dateien. Sie können sichtbar oder unsichtbar eingesetzt werden. In ihnen lassen sich Angaben zum Eigentümer, Copyright oder Datum erfassen.

Für digitale Medien gibt es einige Lösungen, die ich hier kurz erläutern möchte. Für Fotos bietet sich der Digimarc-Filter an. Hier muss man sich allerdings bei DIGIMARC anmelden, um eine eigene ID zu bekommen. Diesen Filter findet man meist bei Photoshop. Online findet man unter dem Begriff „Watermark“ oder „Watermarkly“ verschiedene Lösungen, die aber meist sehr eingeschränkt nutzbar sind. Bei guten Videoschnittprogrammen findet man integrierte Lösungen in der Software selbst. Für Dokumente findet man zwar online einige Tools, die einem beim Erstellen von Wasserzeichen helfen, meist reicht es aber völlig aus, das eigene Textprogramm dafür zu nutzen.

Das Exportieren einer PDF-Datei

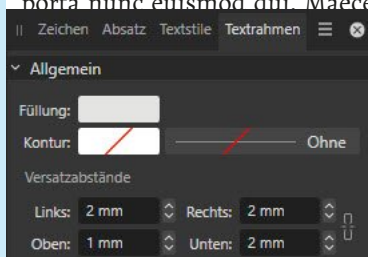
Über den Export-Dialog zur Generierung einer PDF-Datei im Affinity Publisher kann man dem Dokument ein Passwort vergeben, das der Empfänger kennen muss. Über ein weiteres Kennwort kann man weitere Bearbeitungsschritte freigeben, wie das Drucken, die Änderungen am Inhalt und das Kopieren von Inhalten. Mit einem Häkchen erlaubt man dem Leser, weitere Optionen nutzen zu können.



Der Kennwortschutz im PDF-Export-Dialog

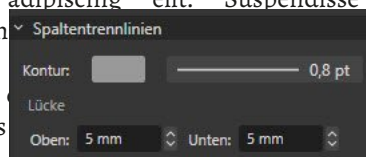
Textrahmen mit gleichbreiten Spalten

Donec malesuada, urna sit amet varius aliquam, nibh tortor laoreet turpis, eget sodales felis nibh ac sapien. Fusce eget augue. Integer sed risus. Aenean mollis. Donec facilisis egestas quam. Duis bibendum augue id mauris. Sed laoreet, tortor vel cursus fringilla, turpis elit vestibulum arcu, eu varius dolor leo in nulla. In sem ipsum, faucibus quis, varius tristique, porta eget, lorem. Curabitur hendrerit diam et mauris. Etiam porta nunc euismod dui. Maecenas a lectus. In



Suspendisse id
ed lacus. Duis
inia, felis erat
velit a massa.
posuere tristique.
acidunt lorem.
alputate. Morbi

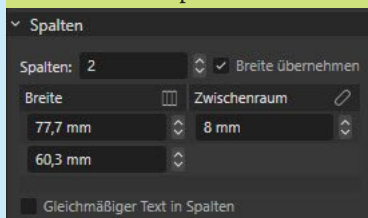
massa nunc, convallis a, commodo gravida, tincidunt sed, turpis. Aenean ornare viverra est. Maecenas lorem. Aenean euismod iaculis dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet iaculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie eu, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse potenti. Sed tincidunt arcu sit amet Aenean arcu ornare, lobortis



Hier zu sehen ist ein gleichbreiter Spaltentext, die Spaltentrennlinie wurde oben und unten um 5 mm verringert. Der Textrahmen ist farbig weiß formatiert. Der Textabstand zum Rahmen wurde mit 2 mm angegeben, bedingt durch das Grundlinienraster wurde der Wert für OBEN nur mit 1 mm angegeben.

Textrahmen mit unterschiedlich breiten Spalten

Donec malesuada, urna sit amet varius aliquam, nibh tortor laoreet turpis, eget sodales felis nibh ac sapien. Fusce eget augue. Integer sed risus. Aenean mollis. Donec facilisis egestas quam. Duis bibendum augue id mauris. Sed laoreet, tortor vel cursus fringilla, turpis elit vestibulum arcu, eu varius dolor leo in nulla. In sem ipsum, faucibus quis, varius tristique, porta eget, lorem. Curabitur hendrerit diam et mauris. Etiam porta nunc euismod dui. Maecenas a lectus. In hac habitasse platea dictumst. Suspendisse id massa.



Duis eleifend, felis eu
t nisl, vitae congue leo
sto a turpis posuere
tum tincidunt lorem.
putate. Morbi massa
gravida, tincidunt sed,

turpis. Aenean ornare viverra est. Maecenas lorem. Aenean euismod iaculis dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet iaculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie eu, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse potenti. Sed tincidunt varius arcu. Mauris vitae arcu sit amet quam condimentum pulvinar.

Hier zu sehen ist ein Textrahmen mit zwei unterschiedlich breiten Spalten. Der Textrahmen ist farbig formatiert, mit einer weißen Trennlinie.

Variable Schriften

Im vorherigen Heft Nr. 21 habe ich die neue Funktion der „variablen Schriften“ schon kurz angesprochen. Allerdings hat jeder Anwender unterschiedliche Schriften für dieses Format installiert und in den meisten Fällen hat man nur sehr wenige Auswahlmöglichkeiten zur Veränderung dieser Schriften. Um zu verstehen, wie man mit variablen Schriften umgeht, habe ich hier einmal ein Beispiel anhand der Google-Schrift „Roboto Flex“ aufgeführt.

Dieser Font ermöglicht mehrere Einstellungen als viele andere Schriften. Hat man einen Schriftzug eingegeben, gibt es zwei Möglichkeiten, diesen zu verändern. Auf dem klassischen Weg ruft man den Schriftschnitt über das Auswahlmenü auf oder wenn man mehr Feintuning möchte, über das kleine V-Symbol, wo man mit Schieberegler die Zustände der Schrift verfeinern möchte.

Optical Size: Die Schrift verändert sich in ihrer Form, wird fett oder light formatiert

Weight: Die Schrift wird von light bis fett formatiert, wobei sie sich auseinanderzieht

GRAD: Hier verändern sich die Buchstaben mit den innenliegenden Löchern wie B,O,D

Width: Der Text wird auseinandergezogen oder er verringert sich

Slant: Text neigt sich von links nach rechts (Kursiv)

Unsichtbare Achsen einblenden

Bei einigen Schriften kann man unsichtbare Achsen einblenden. Am Beispiel der Roboto Flex sind das einige. Versuchen Sie einmal Ihr Glück. So kann man bei der Einstellung **vtuc** die Anfangsbuchstaben von Wörtern in ihrer Höhe anpassen und bei **vtlc** alle anderen Wörter.

Download Roboto Flex:

[Hier können Sie sich die Schrift herunterladen!](#)

Roboto Flex

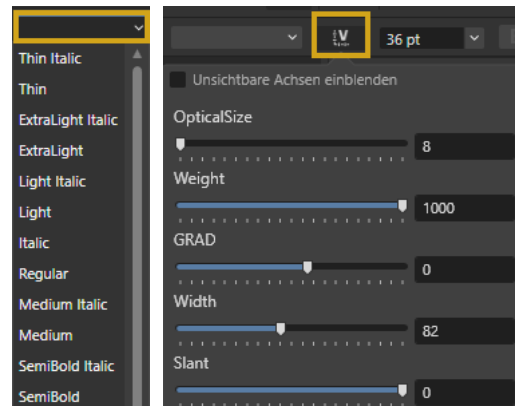
Optical Size 8, Weight 1000,
GRAD Null, Width 82, Slant Null

Roboto Flex

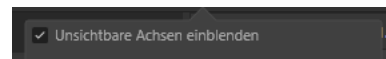
Optical Size 144, Weight 775,
GRAD 150, Width 60, Slant -10

Roboto Flex

Optical Size 60, Weight 400,
GRAD -80, Width 120, Slant Null



Klassische Auswahl der Schrift über die Liste, oder über das V-Symbol für das Feintuning der Schrift



Setzen Sie ein Häkchen bei „UNSIHTBARE ACHSEN EINBLENDEN“ und es stehen weitere Schieberegler zur Verfügung

Zeitungen gestalten

Wie wäre es, wenn man einer Person zum Geburtstag eine Zeitung mit dem Geburtsstagsdatum schenkt? Online kann man sich für etwa € 50,00 eine solche Zeitung schicken lassen, man ist hier allerdings auf wenige Zeitungstitel beschränkt. Da sind dann die tagesaktuellen Informationen zum angegebenen Datum beschrieben. Oder man nimmt sich Zeit und recherchiert die passenden Ereignisse selbst. Dafür findet man im Internet genügend Informationen. Lassen sich zu einem Datum nicht genügend Infos finden, kann man die Suche auch auf den passenden Monat ausdehnen. Es muss auch nicht eine komplette Zeitung sein. Ideal ist schon ein Format in der Größe Din-A-3, mit 4 Seiten. Druckereien bieten solche Formate an, gedruckt auf passend dünnem Papier, entweder 1/1- oder 4/4 farbig. Wer es sich nicht zutraut, eine Zeitung im alten Stil zu gestalten, darf natürlich gerne auf ein moderneres Layout setzen. Das Gestalten einer solchen Zeitung ist nicht auf das Geburtstags-Thema beschränkt. Es gibt sicherlich auch Ereignisse im eigenen Sport- oder Kegelverein, ein Klassentreffen oder zu einem Jubiläum.

Für den Bereich mit dem Namen der Zeitung können auch florale Muster verwendet werden, um einen Vintage-Look zu erzeugen. Je nach Größe der Zeitung wählt man ein dreispaltiges Layout, wobei die Spaltenzwischenräume passend zwischen 6-8 mm gewählt werden sollten. In den meisten Fällen fällt eine Spaltenhilfslinie weg. Man beachte, dass der Seitenrand einer Zeitung schmaler gehalten ist als bei anderen Druckprodukten. Hier fährt man sehr gut mit einem Seitenrand von 10-15 mm. Nicht zu unterschätzen ist auch der Farbauftrag beim Drucken. Zeitungen werden meist auf Papier mit einer Grammatur von 50-90 g/m² gedruckt.



Muster aus der TrueType-Schrift: [Flower Ornaments](#)

Unsere Familie

Ausgabe vom
4. Januar 1998

Aktuelles | Informationen | Nachrichten | Lokales | Panorama | Sport | Wetter

Der Familien-Clan

Vivamus iaculis dolor id felis. Phasellus cursus nulla non odio. Nulla a lectus sed nisi luctus portum. Sed egestas rutrum odio. Nunc ornare arcu. Quisque at augue ac magna sollicitudin sodales. Donec nulla justo, adipiscing sit amet, feugiat ac, facilisis euismod, risus. Pellentesque tincidunt, dolor eu dignissim mollis, justo sapien laculis pede, vel tincidunt lacus nisl sit amet metus. Fusce ac est vitae purus varius tristique. Phasellus mattis ornare ligula. Donec id nibh. Vestibulum metus quam, ultrices in, sagittis tincidunt, gravida et, sapien. Sed bibendum lectus vitae tincidunt dapibus, sem felis posuere est. Id ornare augue lorem in purus. Suspendisse ligula. Sed mollis tristique mauris. Nullam nunc nunc, aliquet et, tristique nec, portitor quis, urna. Etiam eu erat. Morbi ut nisl. Curabitur semper sem. Nulla turpis nibh, tempor nec, aliquet vitae, elementum ac, mauris. Quisque pellentesque metus ac quam. Donec magna nulla, aliquet vitae, congue ac, faucibus ut, erat. Donec sit amet neque. Donec posuere tempus massa. Duis vulputate

mauris sit amet purus. Duis vestibulum. Fusce ac erat. Curabitur sagittis. Pellentesque Caricels, ante id lobortis feugiat, ipsum magna congue risus, pulvinar euismod arcu nunc ac turpis. Com sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Aliquam vel quam ut tellus gravida faucibus. Vivamus justo est, elementum vitae, malesuada eu, fermentum in, sapien. Donec sit amet in iusto. In velit Vivamus turpis pede, dignissim sed, scelerisque nec, pretium sit amet, dai. Nam nec felis non turpis hendrerit varius. In ultrices ornare lorem. Quisque bibendum, massa sed venenatis malesuada, diam ipsum blandit urna, vel ultrices pede nulla vitae lacus. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Vestibulum semper enim non eros. Sed vitae arcu. Aliquam erat volutpat. Praesent odio nisl, suscipit at, rhoncus sit amet, portitor sit amet, leo. Aenean hendrerit est. Etiam ac augue. Morbi tincidunt neque ut lacus. Duis vulputate cursus orci. Mauris justo lorem, scelerisque sit amet, placerat sed, condimentum in, leo. Donec urna est, semper quis, auctor eget, ultrices in, purus. Etiam rutrum, aliquam blandit dai a libero. Praesent tortor, tortor, bibendum vehicula, accumsan sed, adipiscing a, pede. Nullam et tortor. Suspendisse tempor leo qui nunc fringilla volutpat. Donec rutrum ullamcorper lorem. Nunc tincidunt sagittis augue. Quisque lacinia. Phasellus sollicitudin. Mauris purus. Donec est nunc, ornare non, aliquet non, tempus vel, dolor. Integer sapien nibh, egestas ut, cursus sit amet, faucibus a, sapien. Vestibulum purus purus, elementum ac, luctus ullamcorper, ornare vitae, massa. Nullam posuere sem ut mauris. Nullam velit. Quisque sodales. Donec suscipit suscipit erat. Nam blandit. Praesent congue lorem non dolor. Maecenas vitae erat. Ut ac purus vel purus dapibus gravida. Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Nam nunc felis non turpis hendrerit varius. In ultrices ornare lorem. Quisque bibendum, massa sed.

Hornbacher Kegelbrüder

Ausgabe vom
4. Januar 1998

Aktuelles | Informationen | Nachrichten | Lokales | Panorama | Sport | Wetter

Der Verein stellt sich vor

Vivamus iaculis dolor id felis. Phasellus cursus nulla non odio. Nulla a lectus sed nisi luctus portum. Sed egestas rutrum odio. Nunc ornare arcu. Quisque at augue ac magna sollicitudin sodales. Donec nulla justo, adipiscing sit amet, feugiat ac, facilisis euismod, risus. Pellentesque tincidunt, dolor eu dignissim mollis, justo sapien laculis pede, vel tincidunt lacus nisl sit amet metus. Fusce ac est vitae purus varius tristique. Phasellus mattis ornare ligula. Donec id nibh. Vestibulum metus quam, ultrices in, sagittis tincidunt, gravida et, sapien. Sed bibendum lectus vitae tincidunt dapibus, sem felis posuere est. Id ornare augue lorem in purus. Suspendisse ligula. Sed mollis tristique mauris. Nullam nunc nunc, aliquet et, tristique nec, portitor quis, urna. Etiam eu erat. Morbi ut nisl. Curabitur semper sem. Nulla turpis nibh, tempor nec, aliquet vitae, elementum ac, mauris. Quisque pellentesque metus ac quam. Donec magna nulla, aliquet vitae, congue ac, faucibus ut, erat. Donec sit amet neque. Donec posuere tempus massa. Duis vulputate

mauris sit amet purus. Duis vestibulum. Fusce ac erat. Curabitur sagittis. Pellentesque Caricels, ante id lobortis feugiat, ipsum magna congue risus, pulvinar euismod arcu nunc ac turpis. Com sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Aliquam vel quam ut tellus gravida faucibus. Vivamus justo est, elementum vitae, malesuada eu, fermentum in, sapien. Donec sit amet in iusto. In velit Vivamus turpis pede, dignissim sed, scelerisque nec, pretium sit amet, dai. Nam nec felis non turpis hendrerit varius. In ultrices ornare lorem. Quisque bibendum, massa sed venenatis malesuada, diam ipsum blandit urna, vel ultrices pede nulla vitae lacus. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Vestibulum semper enim non eros. Sed vitae arcu. Aliquam erat volutpat. Praesent odio nisl, suscipit at, rhoncus sit amet, portitor sit amet, leo. Aenean hendrerit est. Etiam ac augue. Morbi tincidunt neque ut lacus. Duis vulputate cursus orci. Mauris justo lorem, scelerisque sit amet, placerat sed, condimentum in, leo. Donec urna est, semper quis, auctor eget, ultrices in, purus. Etiam rutrum, aliquam blandit dai a libero. Praesent tortor, tortor, bibendum vehicula, accumsan sed, adipiscing a, pede. Nullam et tortor. Suspendisse tempor leo qui nunc fringilla volutpat. Donec rutrum ullamcorper lorem. Nunc tincidunt sagittis augue. Quisque lacinia. Phasellus sollicitudin. Mauris purus. Donec est nunc, ornare non, aliquet non, tempus vel, dolor. Integer sapien nibh, egestas ut, cursus sit amet, faucibus a, sapien. Vestibulum purus purus, elementum ac, luctus ullamcorper, ornare vitae, massa. Nullam posuere sem ut mauris. Nullam velit. Quisque sodales. Donec suscipit suscipit erat. Nam blandit. Praesent congue lorem non dolor. Maecenas vitae erat. Ut ac purus vel purus dapibus gravida. Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Nam nunc felis non turpis hendrerit varius. In ultrices ornare lorem. Quisque bibendum, massa sed.

Hans Klar, 1. Vorsitzender



ALT+097



ALT+098



ALT+099



ALT+100



ALT+101



ALT+102



ALT+103



ALT+104



ALT+105

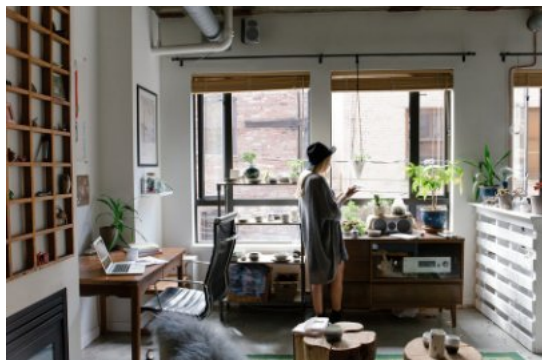
Der Dingbats-Zeichensatz „Flower Ornaments“ besteht nur aus wenigen Symbolen. Bevor man sich für eines dieser Ornamente entscheidet, sollte man sie alle erst einmal auflisten und schauen, mit welcher Tastenkombination jedes Symbol aufgerufen wird. Ohne ein Schriftenverwaltungsprogramm muss man etwas länger suchen. Bei gedrückter ALT-Taste wählt man die oben angegebenen Nummern rechts auf der Tastatur im Nummernblock.

Arbeiten mit Graustufen-Bildern

Graustufenbilder, auch als Graubilder oder Grauton-Bilder bekannt, sind Bilder, die ausschließlich aus verschiedenen Schattierungen von Grau bestehen, ohne Farbkomponenten. In einem Graustufenbild kann jedes Pixel einen Grauwert zwischen Schwarz und Weiß annehmen.

Ein Graustufenbild hat in der Regel eine Farbtiefe von 8 Bit pro Pixel, was bedeutet, dass es 256 mögliche Graustufen gibt, von 0 (Schwarz) bis 255 (Weiß). Graustufenbilder können durch Konvertierung von Farbbildern erzeugt werden. Dies geschieht typischerweise durch Berechnung eines gewichteten Durchschnitts der Rot-, Grün- und Blauwerte (RGB) eines Pixels. Graustufenbilder werden häufig in Bereichen wie Fotografie, Druck, Bildverarbeitung und maschinellem Sehen verwendet. Sie sind nützlich, weil sie weniger Daten als Farbbilder enthalten und einfacher zu verarbeiten sind. Sie

eignen sich gut zur Darstellung von Intensitätsinformationen, wie zum Beispiel in Röntgenbildern oder anderen medizinischen Bildern. In der Praxis können Graustufenbilder in verschiedenen Anwendungen nützlich sein, die von Kunst und Design bis hin zu technischen und wissenschaftlichen Feldern reichen. Im Affinity-Publisher kann man Bilder importieren. Bei Graustufen-Fotos, die im Farbraum RGB gespeichert wurden, wird nach dem Importieren eines solchen Fotos oben in der Kontextleiste „nur K“ aktiviert. Das geschieht automatisch und kann nicht in den Voreinstellungen geändert werden. Manchmal ist dies lästig. Wenn man mehrere Versuche mit unterschiedlichen Fotos macht, wird man schnell sehen, dass diese Funktion ihr Ziel nicht erreicht. Die Bilder wirken oft viel zu flau. Daher ist es immer besser, reine Graustufenbilder mit einem Grafikprogramm umzuwandeln.



Normales Farbfoto



Normales Farbfoto mit „nur K“ formatiert

Oben links ist das farbige Original zu sehen. Oben rechts, das gleiche Bild, aber über die Kontextleiste mit „nur K“ formatiert. Unten rechts ein reines Grau-Bild, mit Photoshop in Graustufen umgewandelt. Man sieht deutlich, dass die Funktion „nur K“ das Bild zu flau konvertiert. Deshalb ist es immer besser, diese Bilder mit einem Grafikprogramm in ein Grau-Bild umzuwandeln.



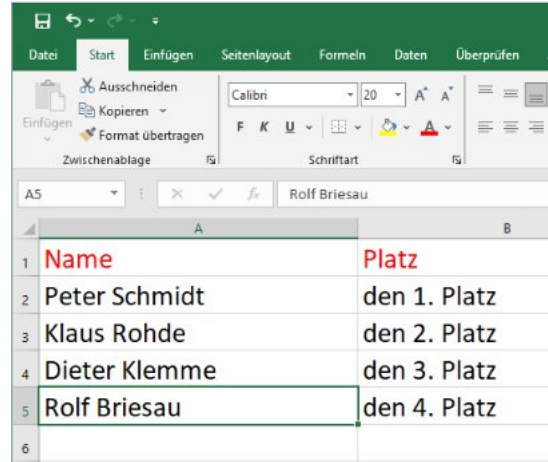
Ein reines Graustufen-Foto

Datenzusammenführung – Urkunden

Um das Thema der „Datenzusammenführung“ nochmals zu erklären, ist ein Projekt zur Erstellung von Urkunden ein dankbares Unterfangen. Nachdem man beim Erstellen eines neuen Dokuments alle nötigen Parameter eingegeben hat, kann man sich an die Feinheiten machen. Achten Sie unbedingt darauf, das Dokument ohne die Angabe „mit Doppelseiten“ zu erstellen, erstellen Sie es als Einzeldokument. Platzieren Sie dann ein passendes Urkunden-Foto, alle relevanten Texte, die NICHT der Datenzusammenführung unterliegen und erfassen Sie die Daten in einer Excel-Tabelle. In der Werkzeug-Palette ruft man nun das „Layout-Werkzeug zur Datenzusammenführung“ auf und zeichnet damit einen Rahmen über das ganze Dokument. Oben in der Kontextleiste stellt man die Parameter auf je 1 Spalte und 1 Zeile ein.

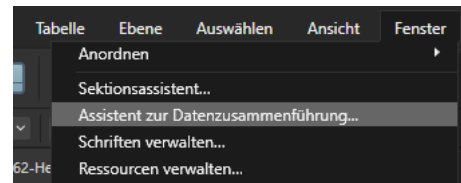
Nun ruft man den Assistenten zur Datenzusammenführung im Menü „Fenster auf“. Hier lädt man die passende Excel-Tabelle. Nachfolgend zieht man leere Textrahmen im Dokument auf, die man jederzeit formatieren kann, und fügt die Felder der Excel-Tabelle über das Panel „Felder“ ein. Hier sind es 2 Textrahmen, für den Namen und für die Platzierung beim Kegeltturnier. Im Panel „Ebenen“ zieht man diese Textfelder mit der Mouse auf die Ebene „Layout für die Datenzusammenführung“. Macht man das nicht, kann es passieren, dass die Textfelder ÜBER dem Rahmen der Datenzusammenführung liegen und somit beim Generieren nicht berücksichtigt werden. Klicken Sie im Assistenten auf ERSTELLEN und alle Urkunden werden in einem neuen Dokument generiert.

Hier ist wichtig, dass man den Rahmen zur Datenzusammenführung über das ganze Dokument zieht und nicht nur über einen passenden Bereich. Dann nämlich werden Excel-Daten verschluckt und, aus unerklärlichen Gründen, der Datenzusammenführungsrahmen mit einer weißen Linie versehen.

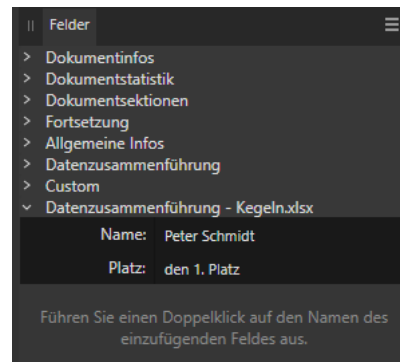


Name	Platz
Peter Schmidt	den 1. Platz
Klaus Rohde	den 2. Platz
Dieter Klemme	den 3. Platz
Rolf Briesau	den 4. Platz

Die Excel-Tabelle mit allen erfassten Daten



Den Assistenten findet man im Menü „Fenster“



Über das Panel „Felder“ werden die Platzhalter in den Bereich der Datenzusammenführung eingesetzt



Aufbau des Dokuments

Bei der Urkunde handelt es sich um eine Grafik, die man sich leicht im Internet herunterladen kann (PIXABAY).

Der hier sichtbare markierte Bereich stellt den Rahmen der Datenzusammenführung dar, den man mit gleichnamigem Layout-Tool im Dokument über die gesamte Höhe und Breite des Dokuments aufzieht.

Der erste Text wird ganz normal im Dokument gesetzt und passend formatiert. Er ist kein Bestandteil der Datenzusammenführung.

Der Name und die Angabe zum erzielten Platz werden über den „Assistenten zur Datenzusammenführung“ mit Hilfe einer importierten Excel-Tabelle in die Urkunde eingesetzt. Hier hilft das Panel „Felder“.

In die Urkunde wird zum Schluss noch die Jahreszahl mit einem normalen Textrahmen eingefügt. Auch sie ist kein Bestandteil der Datenzusammenführung.



Wenn man alles richtig gemacht hat, werden die Urkunden mit den richtigen Namen und Platzierungen gespeichert

Affinity-Publisher

Einstellungen näher beleuchtet

Über die Zeit hinweg, in der ich mit dem Publisher arbeite, habe ich einige Einstellungen der Software angepasst, um mir das Leben bei der Arbeit mit dem Publisher zu erleichtern und zum anderen, um Fehler zu korrigieren und bestimmte Funktionen „freizuschalten“. Sämtliche Möglichkeiten kann man in der Hilfe nachlesen, hier möchte ich nur auf wesentlich wichtige Einstellungen hinweisen, die „ab Werk“ nicht unbedingt mit einem Häkchen versehen wurden.

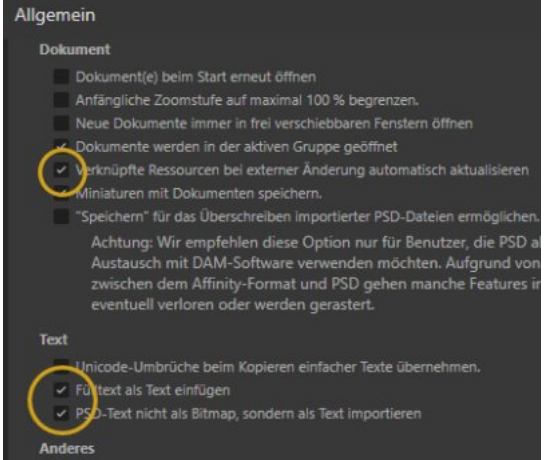
Der Bereich „Allgemein“

In diesem Bereich findet man Einstellungen für „Dokument“, „Text“ und „Anderes“. Am wichtigsten sind hier folgende Funktionen, bei denen man einen Haken setzen sollte: Bei „Dokument“ findet man den Eintrag „Verknüpfte Ressourcen bei externer Änderung automatisch aktualisieren“. Hier muss man einen Haken setzen, denn nur so werden im Publisher extern angepasste Bilder auch ausgetauscht. Bei „Text“ sollte man ein Häkchen bei „Fülltext als Text einfügen“ und „PSD-Text nicht als Bitmap, sondern als Text importieren“ setzen. Wenn man einen Fülltext importiert, möchte man ihn sicherlich auch editieren. Dies gilt auch für Photoshop-Dateien, in denen Text vorhanden ist. Interessant ist auch der untere Bereich in dieser Kategorie. Hier besteht die Möglichkeit, den Ordner von Affinity-Fonts mit dem Explorer unter Windows zu öffnen.

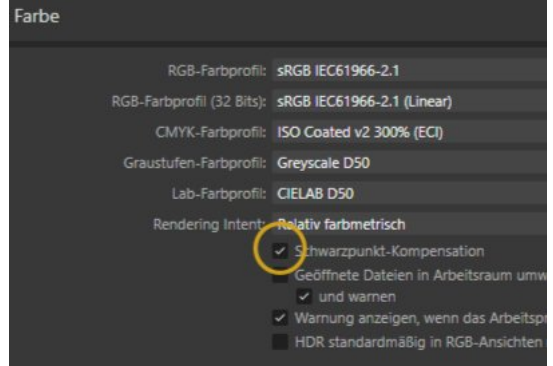
Der Bereich „Farbe“

In diesem Bereich werden dem Anwender meist unterschiedliche Systeme und Einstellungen angezeigt. Für die RGB-Farbräume steht meist der Wert „sRGB IEC61966-2.1“ zur Verfügung und sollte auch nicht geändert werden. Sehr wichtig ist die Angabe bei „CMYK-Farbprofil“. Hier hat sich der Wert „ISO Coated V2 300% (ECI)“ bewährt und bedeutet einen gewissen Standard bei den Druckprofilen. „Greyscale D50“ und „CIELAB D50“ sollte man bei den Graustufen-Profilen und LAB-Profilen stehen lassen.

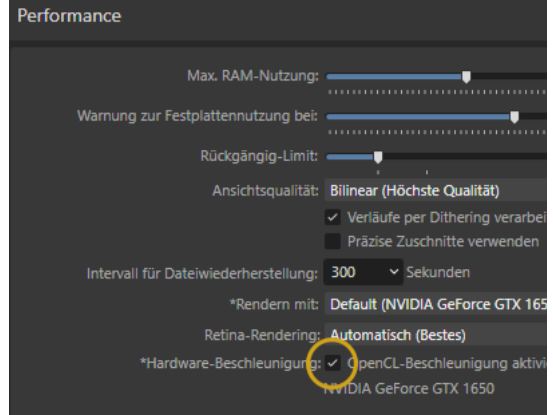
Bereich „Allgemein“



Bereich „Farbe“



Bereich „Performance“



Setzen Sie auch einen Haken bei „Schwarzpunkt-Kompensation“, denn dadurch lässt sich die Detailgenauigkeit in Schattenbereichen bei Drucken steuern.

Der Bereich „Performance“

In diesem Bereich hängen die Einträge natürlich von der Konfiguration des Rechners ab. Hier sollte man eigentlich erst einmal nichts ändern. In der Vergangenheit haben einige Anwender bei bestimmten Problemen darauf hingewiesen, dass man die „Hardware-Beschleunigung“ mal abschalten sollte. Diese Art von Einträgen sind immer auch abhängig von der eingesetzten Grafikkarte. Ich bin da kein Fachmann, aber wenn die eigene Grafikkarte keine Beschleunigung anbietet, sollte man das Häkchen herausnehmen.

Der Bereich „Oberfläche“

In diesem Bereich kann man die Art, wie sich der Publisher darstellt, selbst einstellen. Wichtige Punkte sollte man hier kontrollieren. „Linien in Punkt angeben“, „Textgröße in Punkt angeben“ und „Schriftenliste immer mit weißem Hintergrund“ sollten aktiviert sein. Interessant ist sicherlich auch die Möglichkeit, „beim Erstellen von Ebenen und Gruppen nach dem Namen zu fragen“. Für meine Arbeit ist das nicht relevant, da ich mir angewöhnt habe, genannte Ebenen und Gruppen automatisch mit einem Namen zu versehen.

Der Bereich „Werkzeuge“

In diesem Bereich sind zwei Funktionen wichtig, bei denen ich ein Häkchen gesetzt habe. „Zoomen durch ziehen“ sollte man unbedingt anwählen. Es ermöglicht mit der Lupe in einem Dokument, einfach durch ziehen nach rechts in das Dokument hineinzuzoomen. Hier kann man die Lupen-Funktion mit dem Buchstaben „Z“ auf der Tastatur aufrufen. Vorausgesetzt, der Cursor befindet sich nicht in einem Textrahmen. Den Eintrag „Werkzeuge zwischen Dokumenten synchronisieren“ sollte man unbedingt aktivieren, da man mit gleichen Werkzeug-Einstellungen zwischen verschiedenen Dokumenten hin und herspringen kann, ohne dass die Einstellungen verändert werden.

Bereich „Oberfläche“

- ☒ Hintergrundebene beim Import automatisch schützen
- ☒ Linien in Punkt angeben
- ☒ Textgröße in Punkt angeben
- ☐ Vorschau für Pinsel anzeigen
- ☐ Immer Fadenkreuz für Pinsel anzeigen
- ☐ *Zeigerunterstützung aktivieren
- ☒ Schriftliste immer mit weißem Hintergrund

*Neusta

Bereich „Werkzeuge“

Werkzeuge

- Größe der Werkzeugmarker: **Klein** **Standard** **Mittel** **Groß**
- ☐ Objekt auswählen, wenn es den Auswahlrahmen schneidet
 - ☐ Mit Umschalttaste durch Werkzeuggruppen schalten
 - ☐ Mausrad zum Zoomen verwenden
 - ☒ Zoomen durch Ziehen
 - ☐ Unterstützung für Radialsteuerung aktivieren (Neustart erforderlich)
 - ☒ Werkzeuge zwischen Dokumenten synchronisieren
 - ☐ Touch nur für Gesten
 - ☐ Leinwandrotation mit Alt + Scrollrad

Bereich „Fülltext“

Fülltext

Sprache: Deutsch (Deutschland) ▾

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod
 magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo
 gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ips
 elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliqu
 et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea
 sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam non
 dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo
 gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Duis au
 vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilis
 dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te fe
 amet.

Der Bereich „Fülltext“

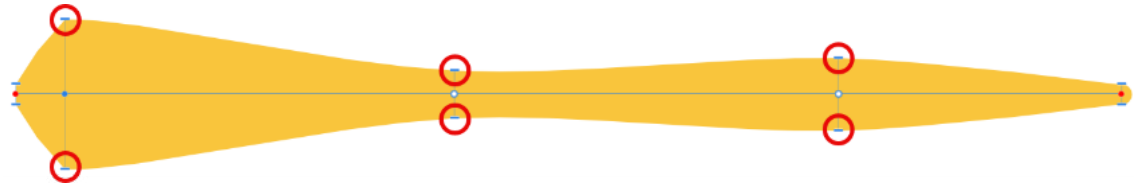
Über das Menü „Text-Fülltext einfügen“ kann man einen Dummy-Text in einen Textrahmen einfügen. Über die Einstellungen wählt man entweder einen eigenen Text, den man dort erfassen kann, oder einen integrierten Standardtext. Hier muss man nicht viel Text eingeben, denn dieser wird je nach Größe des Textrahmens vervielfältigt.



Designer: Das Werkzeug „Konturbreite“

Ab der Affinity-Version 2.5 findet man im Designer ein neues Werkzeug, mit dem man eine Kontur erweitern oder verringern kann. Das Konturbreite-Werkzeug kann man für alle Formen nutzen. Bei einigen muss man allerdings einen zusätzlichen Knoten setzen, wie bei Spiral-Werkzeug. Sobald man das Werkzeug auf eine Form anwendet, erscheinen „Anfasser“, die man mit der linken Mouse-Taste nach außen oder innen ziehen kann. Um einen neuen Knoten zu setzen, muss man nicht das KNOTEN-WERKZEUG wählen, man kann das KONTURBREITE-Werkzeug weiter benutzen. Eine sehr interessante

Variante dieses Werkzeugs findet man im Panel KONTUR. Ganz unten rechts im Panel kann man über den Punkt DRUCK ein Diagramm aufrufen. In diesem Diagramm werden die Konturbreiten angezeigt. Jederzeit kann man in diesem Diagramm die „Anfasser“ an eine andere Stelle ziehen. Die Änderungen sieht man an der Form sofort. Zusätzlich lässt sich ein Profil abspeichern und jederzeit auch auf andere Formen anwenden. Allerdings muss hier in den meisten Fällen noch ein Feintuning stattfinden.



Einstellungen in der Kontextleiste

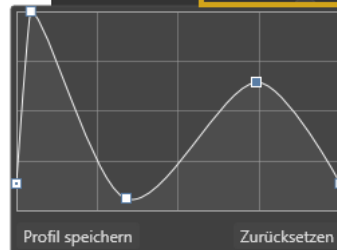
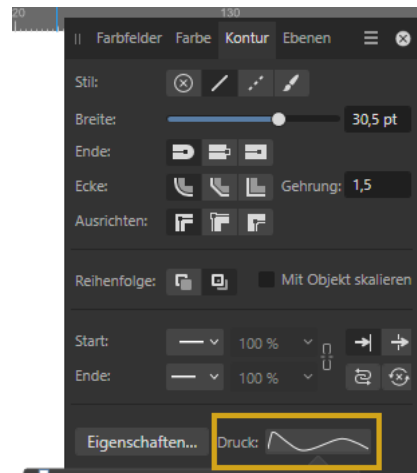
Sobald man das Werkzeug gewählt hat, stehen oben in der Kontextleiste folgende Einstellungen zur Verfügung.

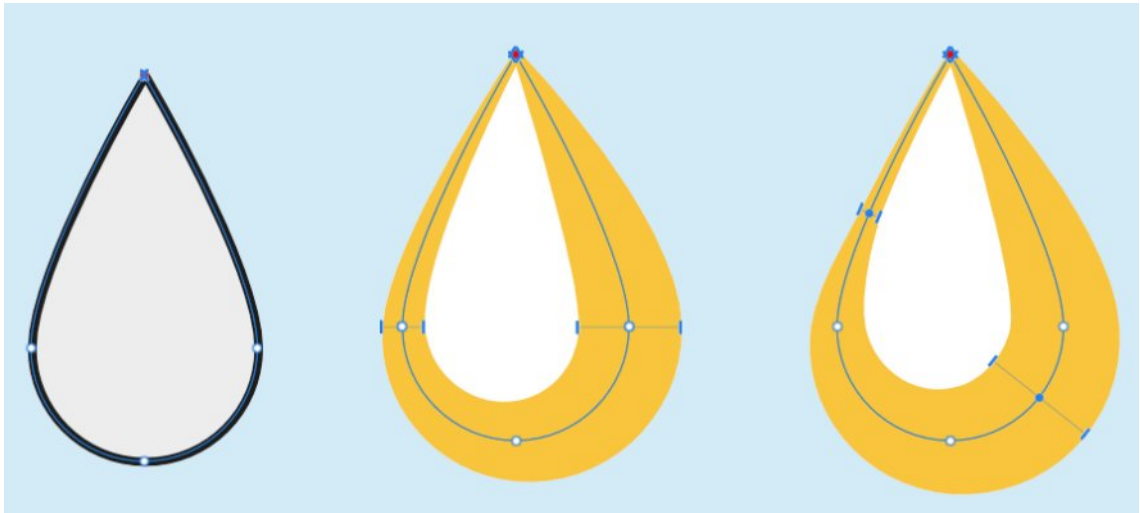
Linienbreite sperren: Die maximale Breite kann nicht größer sein als die eingestellte Linienbreite (100%). Möchte man das nicht, darf diese Option nicht aktiviert sein.

Punktreihenfolge sperren: Druckpunkte lassen sich nicht über einen bereits platzierten Punkt hinauschieben. Möchte man die Reihenfolge ändern, darf diese Option nicht aktiviert sein.

Magnetisch an Kurvenknoten ausrichten: Möchte man einen Knoten ausrichten, werden mit weißer Füllung runde Druckpunkte für das Ausrichten angezeigt.

Magnetisch an Breiten derselben Kurve ausrichten: Hier kann man mithilfe der SHIFT-Taste die Breite einer Kontur für eine magnetische Ausrichtung nutzen.





Hier ein Beispiel mit dem Werkzeug „Träne“. Links das Original, in der Mitte die Verbreiterung an zwei Punkten und die Abbildung rechts soll zeigen, dass man die Verbreiterung bei gedrückter Mouse-Taste auch am Pfad verschieben kann.



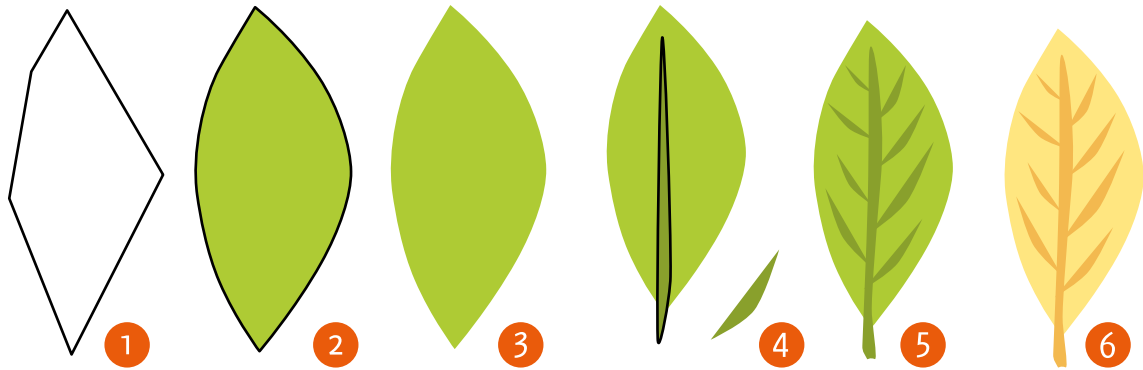
Hier ein Beispiel mit dem Werkzeug „Spirale“. Hier muss man allerdings wissen, dass man für die Verbreiterung an einer Stelle einen NEUEN KNOTEN setzen muss. Dazu muss man NICHT das KNOTENWERKZEUG wählen, es geht auch mit dem Werkzeug KONTURBREITE. Links die originale Spirale, in der Mitte die Verbreiterung und rechts die gleiche Verbreiterung, nur mit den Knotenpunkten.



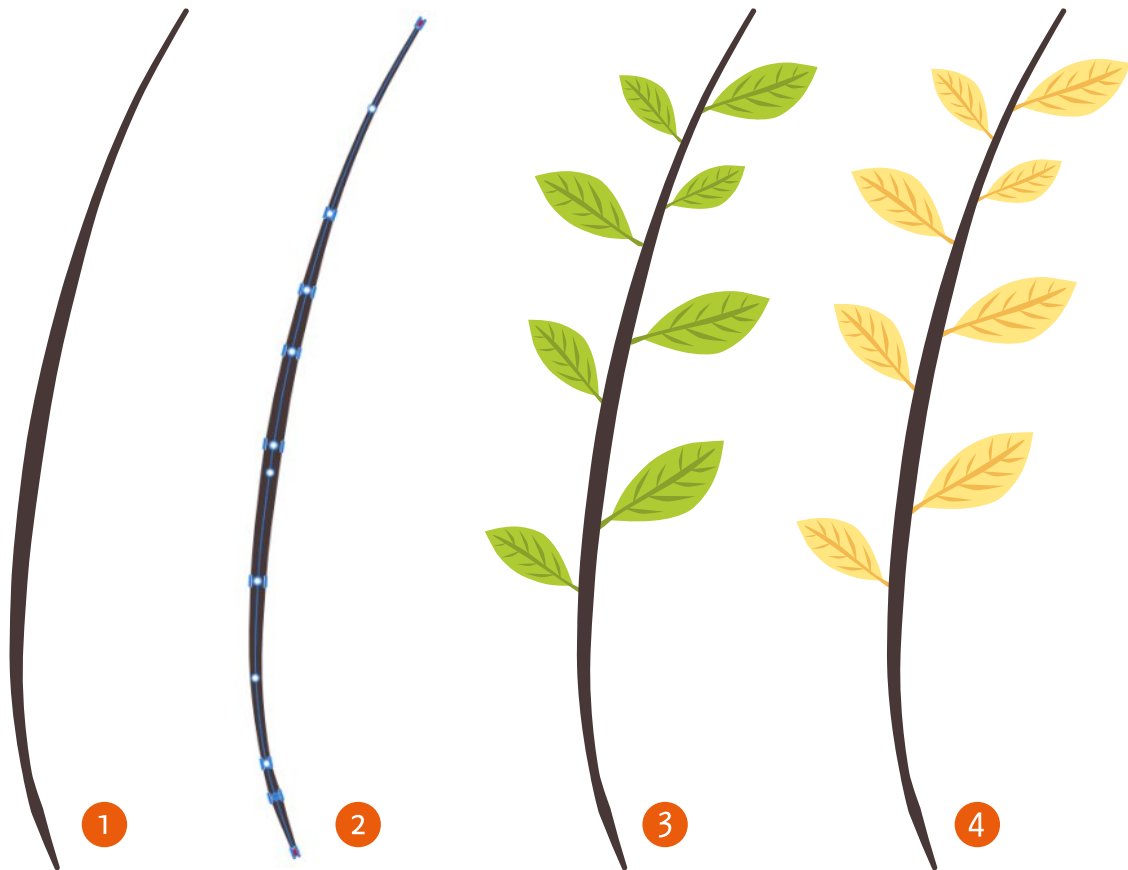
Designer: Blätterwald

Ein typisches Beispiel für die Verwendung des Werkzeugs „Konturbreite“ ist das Zeichnen von Blättern. Hier kann man mit dem Werkzeug zum Beispiel die Maserung in den Blättern ändern oder die Zweige passend verengen/verbreitern. Der

Gestaltung sind keine Grenzen gesetzt. Man sollte sich mit diesem Werkzeug und dem Zeichenstift-Werkzeug aber etwas Zeit nehmen, um die besten Ergebnisse zu erzielen.



V.I.n.R.: Form zeichnen mit dem Zeichenstift-Werkzeug (1), die Pfadpunkte abrunden (2), das Blatt ohne Rand (3), den Stamm zeichnen mit dem Zeichenstift-Werkzeug und die Maserung im Blatt (4), die Maserung durch Kopieren und drehen der einzelnen Elemente (5), das Blatt mit anderen Farben (6)



V.I.n.R.: Ein Zweig, gezeichnet mit dem Zeichenstift-Werkzeug (1), der Zweig in Bereichen verbreitert mit dem Werkzeug „Konturbreite“ (2), kopieren der Blätter und anordnen durch spiegeln und verkleinern (3), eine Farbvariante (4)

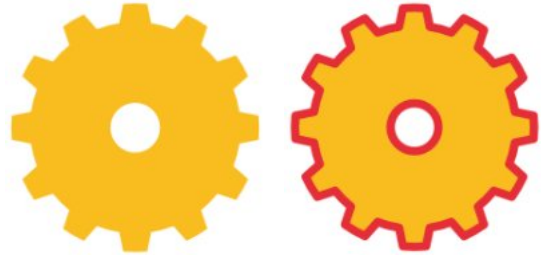


Designer: Das Werkzeug „Umrandung“

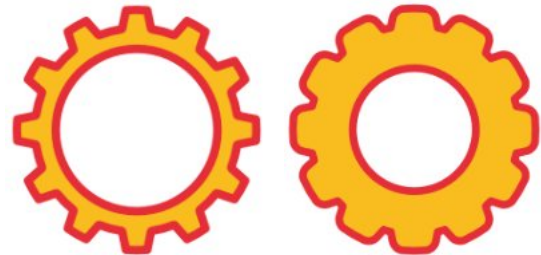
In der Hilfe steht, dass man mit dem Werkzeug „Umrandung“ im Designer die Kontur einer Kurve oder Form in einem bestimmten Abstand zu ihrem Objekt platzieren kann. Diese Beschreibung ist ziemlich abstrakt und man kann sich darunter nicht recht etwas vorstellen. Um herauszufinden, wie sich dieses Werkzeug auf eine Form auswirkt, sollte man es einfach mal ausprobieren. Zeichnen Sie, wie hier zu sehen, ein Zahnrad, vergeben Sie eine Füllung und eine Kontur. Weisen Sie der Form passende Farben zu. Wenn man nun das Werkzeug „Umrandung“ aufruft, wird ein kleiner Knoten-Cursor sichtbar, mit einer kurzen runden Linie darunter.

Diesen Cursor kann man jetzt aus dem Objekt heraus oder in das Objekt hineinziehen. Probieren Sie es aus. Die Kontur wird sich verändern, entweder wird sie in das Objekt hineingezogen oder aus ihm heraus. Das Werkzeug bietet noch einen anderen Weg an. Sobald man es ausgewählt hat, erscheint oben links in der Kontextleiste der Eintrag RADIUS. Dort kann man die Kontur mit Minus- und Pluswerten beeinflussen.

In der Kontextleiste sind weitere Einstellungen möglich, wie Umrandungstyp, Umrandungsende, Umrandungsfüllung und die Gehrung. In der Hilfe steht außerdem, dass man die Füllfarbe und Konturfarbe über ein Farbfeld ändern kann. Hier sind für mich einige Ungereimtheiten sichtbar, denn nicht jede dieser hier genannten Einstellungen lassen sich auf alle Formen anwenden. Zeichnen Sie ein Polygon, können Sie z.B. eine Öffnung erzwingen und den Umrandungstyp ändern.



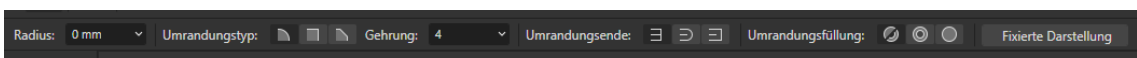
Das normale Werkzeug „Zahnrad“, nur mit Füllung und mit Füllung und Kontur



Das Werkzeug „Umrandung“, mit einem negativen Radius und einem positiven Radius. Angewendet auf die oben rechts gezeigte Form



Das Werkzeug „Polygon“, mit dem Umrandungstyp „rund“ und einem erzwungenen Loch mit dem Umrandungstyp „abgeschrägt“



Die Kontextleiste des Werkzeugs „Umrandung“

Textprogramme – eine kleine Zeitreise

Im Affinity-Publisher kann man zwar über einen Textrahmen Texte erfassen. Sinnvoller ist allerdings das Erfassen von Artikeln mit Hilfe von externen Textprogrammen. Aber welche Textprogramme gab es eigentlich früher und welche Programme bleiben heute übrig? Folgen Sie mir auf eine kleine Zeitreise und lernen Sie die guten alten Textverarbeitungsprogramme kennen. Heute kennen und arbeiten wir mit Microsoft Word, [Libre Office](#), [Softmaker Office](#), Word Perfect, [Apple Pages](#), [Scrivener](#) und einigen Nischenlösungen. Einige der genannten Programme sind Teil einer Office-Suite mit Kalkulation, Präsentation und Datenbank. Es gibt Anwender, die schwören auf sogenannte Markdown-Editoren, wie „[Typora](#)“, „[MarkdownPad](#)“ für Windows oder den „[iA Writer](#)“, mit denen man „fast“ nur reinen Text erfassen kann.

Vor fast 70 Jahren begann die Ablösung der Schreibmaschine durch die ersten „Word Processoren“. Vielleicht erinnern Sie sich noch an „Electric Pencil“, „WordStar“, „Superwriter“ oder „Euroscript“ und daran, wie man bei erst genanntem Programm mit der ESC-Taste den Text auf eine Tonbandkassette abspeichern konnte? Bei WordStar konnte man auch ohne Mouse mit einem Cursor durch den Text steuern. Einige wenige Programme forderten damals den Anwender auf, doch jetzt bitte den Text zu speichern. Schmerzhafte Erinnerungen traten immer dann auf, wenn Texte mangels Disketten-Kapazität nicht mehr gespeichert werden konnten, da kam es schon mal vor, dass die Textverarbeitung einfach gelöscht wurde. Gleichwohl kam es schon mal vor, dass beim Start der Silbentrennung eingefügte Fußnoten verschwanden. Teilweise spielten sich Dramen ab, wenn es darum ging, einem Verlag einen Text zuzuschicken.

Heute wissen die meisten Anwender nicht mehr, dass zum Beispiel das Programm WordStar von Rob Barnaby für das Betriebssystem CP/M in nur 4 Monaten in der Sprache ASSEMBLER mit 137.000 Codezeilen geschrieben wurde. WordStar wurde in

42 Sprachen übersetzt. Es gab allerdings schon vor WordStar Firmen, die elektronische Systeme verkauften. Hier sei nur die Firma IBM mit ihrem „MT/ST-System“, dem „Magnetic Type Selectric Typewriter“ zu nennen, bei dem es sich um eine Kugelpkopfschreibmaschine mit einer Speicherkassette handelte. Auf ein Band passten zwölf Din-A4-Seiten. Eine Serienbrieffunktion war integriert. Allerdings war der Preis mit über 42.000 Mark sehr teuer, es war allerdings möglich, diese Maschine für über 1000 Mark im Monat zu mieten. Es folgten Exemplare mit Magnetkarten, die zur damaligen Zeit viele Rechtsanwälte nutzten. Firmen wie „Redactron“, „Remington“, Wang und Burroughs entwickelten eigene Systeme.

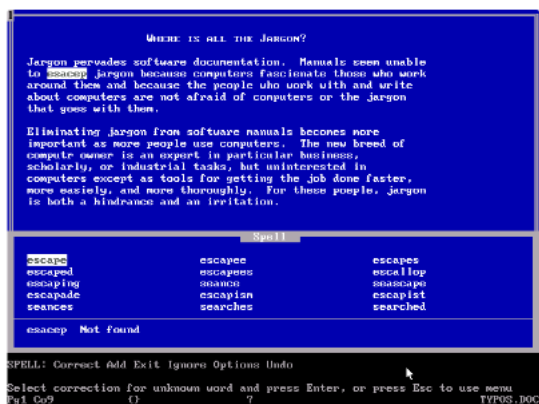
Programme wie „Electric Pencil“ oder „Easywriter“ wurden erschwinglicher, weil auch die Mikrocomputer immer günstiger wurden. WordStar wurde ab 1978 entwickelt und war bis in die Mitte der 1980er-Jahre federführend. Durch einen gravierenden Marketing-Fehler sank der Stern des Programmes in der Gunst der Anwender aber schnell wieder. Man verzichtete mit Erscheinen von WordStar 5.0 auf eine Druckerdatenbank und vergaulte somit viele User, da man Texte nun nicht mehr ausdrucken konnte. Das war auch das Ende der Firma „MicroPro“, die WordStar vertrieben hatte.

Der Programmierer Charles Simonyi, er kam von der Firma Xerox, programmierte bei Microsoft am hausinternen „Microsoft Word“ mit, dass im Jahr 1985 vorgestellt wurde. Das Programm verkaufte sich lange Zeit besser auf dem MAC als in der PC-Version unter DOS. Ab Windows 3.0 lief das Programm dann direkt unter dem Betriebssystem.

Aus heutiger Sicht gestaltete sich das Arbeiten mit Textprogrammen sehr abenteuerlich. Bei „Euroscript“, die deutsche Version von „XyWrite“, verzichtete man auf Menüs und Befehlstasten. Um einen Text vom linken Rand abzusetzen, tippte man z. B. „LR 5“, für das Zentrieren von Text „ZE“ und für das

Drucken „DR“. Anfang der 1980er-Jahre kamen dann die ersten Heimcomputer auf den Markt. Hier sind Firmen wie Commodore, Atari und Sinclair zu nennen. In Büros konnten sich die Geräte aber nicht durchsetzen, bedingt durch die geringe Zeichenauflösung. Im Jahr 1985 brachte die britische Firma AMSTRAD einen Büro-Computer auf den Markt, den „PCW8256“. Rechner, Diskettenlaufwerk und Monitor steckten zusammen in einem Gehäuse. Dieser Rechner ist bei uns besser bekannt als „Schneider Joyce“. Zwischen 1985 und 1991 dominierte unter DOS die Textverarbeitung „Word Perfect“. Leider verschlief man die Windows-Welt. 1991 brachte man zwar eine Windows-Version heraus, sie war aber sehr langsam und fehlerhaft. Die Firma „Novell“ kaufte das Programm und wollte es gemeinsam mit „Quattro Pro (Kalkulation)“ und „Paradox (Datenbank)“ als Office-Version herausbringen. Dieses Vorhaben wurde zu einem Fiasko.

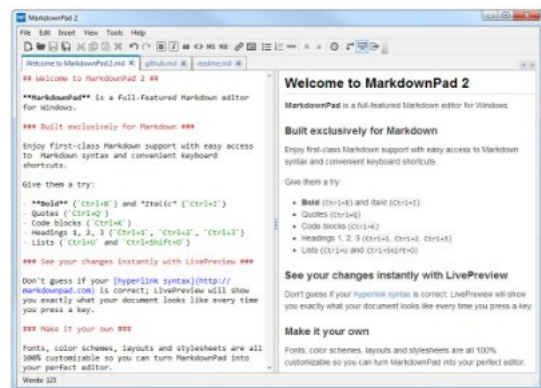
Der amerikanische Autor Peter McWilliams stellte im Jahr 1983 die These auf, dass man in zehn Jahren keine Tastaturen mehr benötige. Er brachte zur Textfassung das Thema Spracheingabe ins Spiel. Etwas kurios glaubte er zudem, dass Anwender keine Drucker mehr benötigten, sondern diese Funktion über Satelliten abgewickelt wird.



Word 5.0 unter DOS

Texte erfassen mit Markdown-Editoren

Entwickelt wurden diese Editoren für Anwender, die Texte ohne unsichtbare Formatierungen schreiben wollten, meist für Anwendungen im WWW-Bereich. Die Texte ähneln einer Programmiersprache, sind aber viel leichter und verständlicher konzipiert. Mit wenigen Sonderzeichen wie Sternchen, Raute und Unterstrich lassen sich Überschriften, Listen und Texte in fett oder kursiv erstellen. Bei einigen dieser Editoren können sogar mehrere Autoren über das Internet an einem Text schreiben.



Der Markdown-Editor „MarkdownPad 2“



Der Markdown-Editor „iA-Writer“

Beispiele:

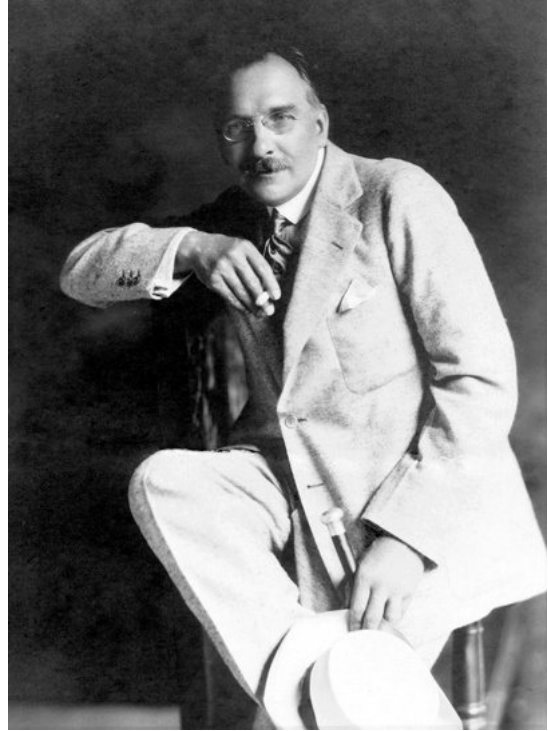
1. Stellen Sie Text ein „#-Zeichen“ voran, wird er als 1. Überschrift identifiziert.
2. Stellen Sie Text ein „##-Zeichen“ voran, wird er als 2. Überschrift identifiziert.
3. Stellen Sie Text ein „*-Zeichen“ voran, wird er kursiv ausgezeichnet.
4. Stellen Sie Text ein „*-Zeichen“ voran, wird er fett ausgezeichnet.

Das Buch, das niemand lesen kann

Ich möchte Ihnen hier einmal ein Buch vorstellen, dass niemand lesen kann. Das sogenannte „Voynich-Manuskript“, erworben im Jahr 1912 von Wilfrid Michael Voynich (1865-1930). Bis heute kann dieses Werk niemand entschlüsseln, geschweige denn, lesen. Es befindet sich in der Yale Universität, in den USA. Es handelt sich um ein Schriftstück aus dem Mittelalter und war schon im Besitz von Rudolf II (1552-1612). Bis heute sind weitere Besitzer nicht eindeutig geklärt. Bis heute weiß man nicht einmal, ob der Text einen sinnvollen Inhalt transportiert.

Die vorhandenen Abbildungen im Buch erinnern an einen botanischen, anatomischen und astronomischen Inhalt. Im Jahr 1962 wurde anhand des Materials, der Farben und des Schreibstils ermittelt, dass dieses Manuskript um etwas 1500 n.Chr. erstellt wurde. Es ist zu vermuten, dass man heute mehr über die verschiedenen Besitzer weiß als über den Verfasser oder den Inhalt. Hier geht es um das dechiffrieren eines Textes und einer der Besitzer, Georg Baresch (1580-1655) scheiterte an dem Vorhaben, was ihn dazu bewog, eine Kopie an den Universalgelehrten Athanasius Kircher (1602-1680) zu schicken. Dieser hat nie geantwortet.

Bei WIKIPEDIA werden zu diesem Buch die Bemühungen einiger Eigentümer aufgeführt, allerdings weiß man heute nicht genau, wo dieses Manuskript zwischen 1666 und 1870 verblieben ist. Man vermutet, dass es sich im Nachlass von Athanasius Kircher befand. Über 200 Jahre schien sich niemand für dieses Buch zu interessieren. Es ist erstaunlich, dass man heute fast lückenlos nachweisen kann, wohin dieses Buch über die Jahre hinweg gegangen ist. Nach dem Tod von Wilfrid Michael Voynich erbte es seine Frau Ethel und seine Sekretärin Anne Nill. Später wurde es an den Buchhändler Hans Peter Kraus verkauft. Er wollte es verkaufen, fand aber keinen Abnehmer. Und so gelangte das Manuskript 1969 als Schenkung in die Yale Universität. Wenn man sich für Bücher interessiert, ist dies sicherlich eine spannende Geschichte!



Wilfrid Michael Voynich (1865-1930)



Athanasius Kircher (1602-1680)

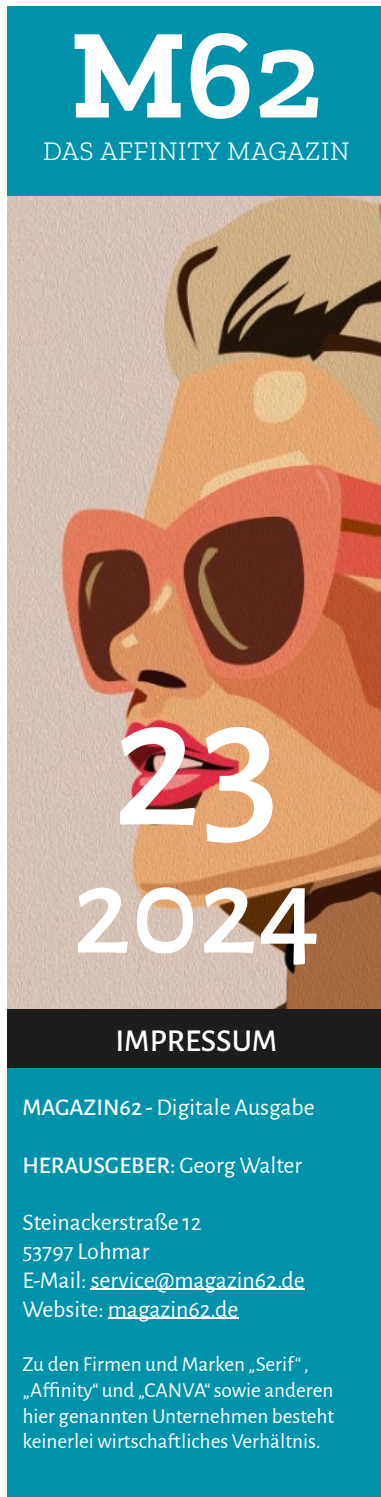




M62

DAS AFFINITY MAGAZIN





HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leserinnen und Leser

Wenn man sich einem Projekt wie meinem Magazin62 verschrieben hat, ist es manchmal gar nicht so einfach, neue Themen und interessante Artikel zu finden. Leider kann ich derzeit auch nur sehr wenig über Neuerungen des Affinity-Publishers berichten und somit auch kaum neue Tutorials anbieten. Vielleicht ist es der Urlaubszeit geschuldet, dass wir von Serif/CANVA nichts Neues geboten bekommen. Ein wenig enttäuschend ist es aber schon, dass wir mit kleineren Updates zur Fehlerbeseitigung getröstet werden. Umso mehr freue ich mich, Ihnen wieder ein neues Heft anbieten zu können. Schon lange geplant, möchte ich Ihnen nun endlich die Vorzüge eines großen Monitors zur Arbeit mit dem Publisher präsentieren. Dann gehe ich noch einmal auf den Umstand ein, dass es im Publisher derzeit nicht möglich ist, in einem einzigen Textrahmen eine lange Überschrift mit Spaltentext zu erstellen. All jene, die ein Magazin produzieren und Ihren Lesern ein Kreuzworträtsel anbieten möchten, zeige ich einige Online-Generatoren, mit denen man schnell zum Ziel kommt. Zudem beschreibe ich, wie man an ein Buch herangeht, um eine Sammlung ansprechend aufzubereiten. Weitere Themen sind Logo-Generatoren, farbige Doppelseiten, Stempelschriften und die Video-Serie von Michael Mayerle aus der Schweiz.

Ich wünsche Ihnen nun wie immer recht viel Freude beim Lesen und Stöbern.

Ihr
Georg Walter



Hyperlink

Wenn Sie dieses Auge im Magazin sehen, können Sie mit einem Mouse-Klick darauf einen Hyperlink in Ihrem Browser aufrufen.

EIGENE VORLAGEN ERSTELLEN

Selbst ist der Anwender/die Anwenderin

Immer wieder taucht bei Anwendern des Affinity Publishers die Frage nach kostenlosen Vorlagen auf und es werden gleichzeitig Vorgaben übermittelt, wie diese auszusehen haben. Alleine anhand dieser Angaben muss jedem klar sein, dass man hier nicht fündig werden kann, schon gar nicht für kostenlose Vorlagen. Dies betrifft in vielen Fällen Neueinsteiger oder Neuanwender, die sich nicht die Mühe machen wollen, die Grundlagen des Programms zu erlernen, um dann eigene Vorlagen zu gestalten. Dies ist in meinen Augen der Tatsache geschuldet, dass zum einen andere Anwender einem die Arbeit abnehmen sollen, man nicht bereit ist, Geld für Fachliteratur auszugeben, oder man schlicht die Mühe scheut, sich mit dem Programm intensiv zu

beschäftigen. Alles muss immer ganz schnell gehen. Mir war es in meinen Publikationen immer sehr wichtig, den Anwendern zu erläutern, dass selbsterworbenes Wissen im Umgang mit dem Affinity Publisher unbezahlbar ist. Erst dann kann man sich auf die spannende Reise machen, eigene Vorstellungen und Ideen selbst zu gestalten. Dazu kommen aber auch die immer wiederkehrenden Sonderangebote für die Software, die einem Neukäufer suggerieren, dass man mit einem Billigprodukt auch schnell zum Ziel kommt. Wer das Handwerk nicht lernt, wird keinen Erfolg haben. Das ist in allen Berufsfeldern so. Diese Weisheit macht auch nicht vor Gelegenheitsanwendern halt.

DAS PUBLISHER-UPDATE AUF VERSION 2.5.5

Nichts Neues von der Version 2.6

Auf Neuerungen im Affinity-Publisher werden wir noch warten müssen. Die Version 2.6 wird zwar als BETA-Version angekündigt, über neue Funktionen schweigt man sich aber aus. Nun muss man den Machern zu gute halten, dass wir uns in der Urlaubszeit befanden. Viele Anwender würden sich aber sicherlich über eine Ankündigung freuen. Seit einiger Zeit gibt es aber das Update auf die Version 2.5.5. Hier wurden viele Fehler für die PC- und MAC-Version beseitigt. So wurde u.a. das Einfügen von Word-Dokumenten mit Hyperlinks und Fußnoten verbessert, hier stürzte der Publisher regel-

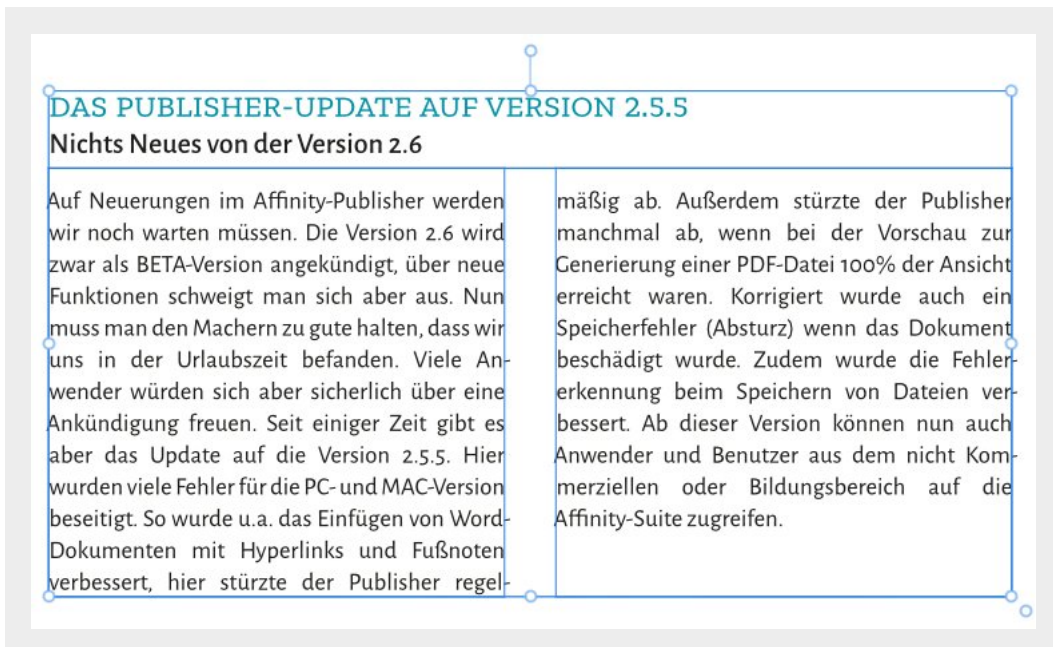
mäßig ab. Außerdem stürzte der Publisher manchmal ab, wenn bei der Vorschau zur Generierung einer PDF-Datei 100% der Ansicht erreicht waren. Korrigiert wurde auch ein Speicherfehler (Absturz) wenn das Dokument beschädigt wurde. Zudem wurde die Fehlererkennung beim Speichern von Dateien verbessert. Ab dieser Version können nun auch Anwender und Benutzer aus dem nicht Kommerziellen oder Bildungsbereich auf die Affinity-Suite zugreifen.

SPALTENTEXT MIT ÜBERSCHRIFT

Eine Zwischenlösung

Derzeit ist es im Affinity-Publisher nicht möglich, einem 2-Spaltentext eine Überschrift über die gesamte Breite des Textes ohne separaten Textrahmen zuzuordnen. Hier muss man sich selbst helfen. In der Ansicht zu sehen ist eine Lösung, bei der oberhalb des Spaltentextes ein weiterer Textrahmen platziert wird, der über die gesamte Textbreite verläuft. Hier muss man allerdings etwas experimentieren. Je nach Textgrößen und Grundlinienraster müssen einzelne Überschriften über einen Textstil leicht angepasst werden. Im hier gezeigten Beispiel bestehen die Überschriften aus 2 verschiedenen Größen. Die farbige Überschrift ist 16pt groß und NICHT mit dem Grundlinienraster verbunden. Die zweite Überschrift ist 13pt groß und

ordnet sich dem Grundlinienraster unter. Zudem wurde im Textstil bei ABSTÄNDEN der Abstand für UNTEN auf 3pt eingestellt. Entscheidend ist aber die Höhe des Überschriften-Textrahmens. Dieser ist IMMER 12pt hoch. So kann man den Spaltentext direkt andocken und die Abstände zwischen Überschriften und Spaltentext bleiben immer gleich. Dieses Konstrukt orientiert sich an den Textgrößen, hier 16pt und 13pt. Wenn man andere Werte verwenden möchte, muss man über die Textstile vielleicht etwas nachjustieren. Der Spaltentext wurde mit 11pt formatiert und orientiert sich am Grundlinienraster. Dieses ist auf 14pt (Rasterabstand) eingestellt.



Beispiel: Hier sieht man die Abstände der beiden Textrahmen zueinander. Oben der Rahmen mit den Überschriften, unten der normale Spaltentext. Die Trennbreite zwischen den Spalten beträgt 8mm.

KREUZWORTRÄTSEL

Mit Generatoren selbst erstellen



Zugegeben, ausprobiert habe ich sie nicht. Aber wer seinen Lesern für das eigene Stadtmagazin ein Kreuzworträtsel anbieten möchte, kann sich einmal auf den nachstehenden Webseiten umschauen. In den meisten Fällen gibt man einfach Fragen oder Worte und die dazugehörigen

Antworten ein und das Rätsel wird auf Knopfdruck automatisch generiert. Das fertige Rätsel kann man sich dann als PDF-Datei ausgeben lassen. Bei einigen Anbietern kann man sich auch ein eigenes Layout zusammenbauen.



Für die Verlinkung einfach auf die Abbildung des Auges klicken

FARBIGE DOPPELSEITEN

Mut zur Lücke

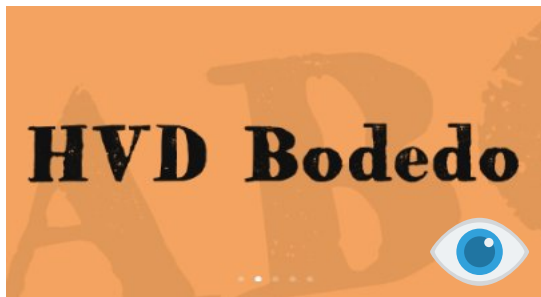
Als Blickfang in einem Magazin darf man durchaus einmal grafisch über die Stränge schlagen und ein riesiges Foto über eine Doppelseite legen. Möchte man dazu noch eine Textbotschaft vermitteln, sollte das Motiv genügend Räume bieten, um darin einen leserlichen Text zu platzieren. Natürlich sollte das Motiv etwas mit dem Textinhalt zu tun haben. Um dies zu verdeutlichen, brauche ich nur wenig Text, um dieses Unterfangen zu vermitteln. Gerne darf man auf das Thema auch mit einer riesigen Überschrift hinweisen.



STEMPELSCHRIFTEN

Auffallen um jeden Preis

Mit Hilfe von sogenannten Stempelschriften kann man in seinen Publikationen Informationen auffallend präsentieren. Diese Art von Schriften eignen sich für Preise, ein Datum oder immer wiederkehrende Kurzinformationen. Nachfolgend darf ich Ihnen einige interessante Fonts präsentieren, bei deren Einsatz man garantiert auffällt.





OLD STAMPER

STENCIL

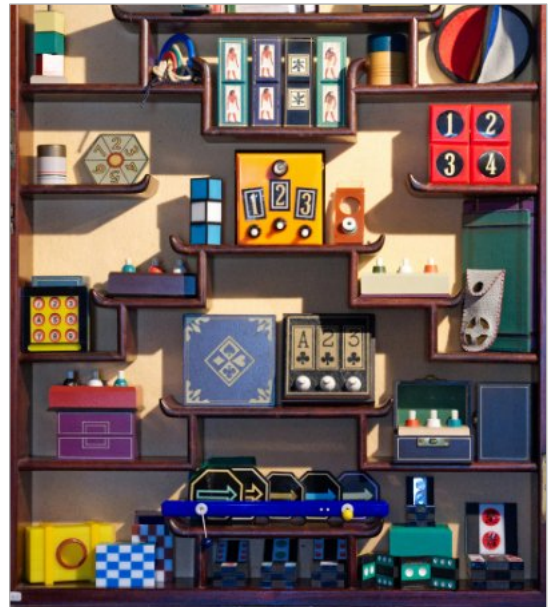
True Sketch

WOODCUT

ZERO ZERO

SAMMLUNGEN

Ein Buch über eine Sammlung entsteht



Nicht zum ersten Mal wurde ich damit beauftragt, die Exponate eines Sammlers in einem Buch festzuhalten. Wer sich an so ein Projekt heranwagen möchte, um es auch professionell umzusetzen, der MUSS sich mit den nötigen Werkzeugen sehr gut auskennen. Mit Hilfe eines Grafikprogramms wie Photoshop oder Affinity-Photo werden die gelieferten Fotos aufbereitet und wenn nötig freigestellt. Bei diesem Projekt mussten über 600 Bilder im RAW-Format gesichtet und bearbeitet werden. Die RAW-Funktionen von Affinity-Photo bieten hier zum Beispiel mehr Möglichkeiten als Photoshop. Die Bilder wurden von einem Fotografen mit einer Profi-Kamera aufgenommen und über eine Cloud an mich geschickt. Mit Handy-Fotos kommt man hier nicht weit, davon ist also unbedingt abzuraten. Die Fotos wurden alle mit demselben Hintergrund aufgenommen

und es wurde darauf geachtet, dass es keine Schattenbildung gab. Versuchen Sie einmal, Bilder mit einem dunklen Schatten freizustellen. Da man als Publisher bei so einem Projekt die Sammlung fast nie im Original sieht, müssen die erklärenden Texte vom Sammler selbst kommen und, für den Publisher ersichtlich, den richtigen Bildern zugeordnet werden. Das ist schon ein logistischer Kraftakt. Bei dieser Aufgabe kann der Affinity-Publisher wertvolle Dienste leisten – die Bilder und Texte wurden in einer eigenen Stoffsammlung (Publisher-Datei) zusammengetragen und geordnet. Über E-Mail wurden die Texte und Informationen übermittelt, hier kommen dann schon mal schnell mehrere Hundert Mails zusammen. Auch hier muss man den Überblick behalten, denn nicht selten bezieht man sich auf eine schon geschriebene E-Mail, die Tage



zurückliegen kann. Bei der Dokumentation einzelner Sammlerstücke muss man sich auf ein einheitliches Format einigen. Dabei sollten erklärende Informationen zu den Stücken so kurz wie möglich gehalten werden. Wenn man sich nicht daran hält, wird sich die Seitenzahl des Buches schnell unkontrolliert erhöhen. Hier muss nicht extra erwähnt werden, dass eine gute Rechtschreibung in einem Textprogramm schon im Vorfeld viele Fehler vermeiden hilft.

Da der Leserkreis für solche Bücher meist sehr klein ist, kann man beim Verkauf der Bücher eine Website zur Werbung schalten und mit einem Newsletter alle interessierten Leser informieren. Vorausgesetzt, man hat eine Newsletter-Liste mit potenziellen Käufern angelegt. Diese bekommt man meist durch den Sammler selbst oder man nutzt die Social-



Media-Angebote der verschiedenen Anbieter. Die Vermarktung wurde von mir übernommen und so entschied ich mich für ein Modell der Vorkasse. Wer das Buch bestellt hat, bekommt eine Rechnung und muss den Betrag VORAB überweisen. Mit diesem Betrag kann man dann, ohne finanzielles Risiko, einen Druckauftrag schalten. Achten Sie bei solch einem Vorhaben unbedingt auf die Portokosten. Ist das Buch nur wenige Gramm zu schwer, zahlt man drauf.

Auf der nächsten Seite sind einige Buchseiten zu diesem Projekt abgebildet, um zu zeigen, wie Sammlungsobjekte in einem Buch angeordnet werden können. Achten Sie bei so einem Projekt auch darauf, dass die Größe des Buches eine wichtige Rolle spielt. Dieses Buch hat die Abmessungen 210 x 280 mm.



Lucky Light Box

Ein kleines Kästchen, mit drei verschiedenfarbigen Schaltern und einem Lämpchen, wird vorgezeigt. Man entsteht ein lustiges Spielchen mit einem Zuschauer, dem man erklärt, dass das Lämpchen immer nur bei einem einzigen Schalter brennt. Man zeigt ihm, wie man den richtigen Schalter findet, aber der Zuschauer wird immer wieder scheitern, diesen richtigen Schalter zu finden. Es gibt etliche Routinen zu dem Trickthema. Man findet verschiedene Größen, Farb- und Designvarianten, unterschiedliche Lämpchen und - Fassungen, diverse Materialien sowie offene Ausführungen und einem Kästchen mit Deckel. Eine Box wurde als senkrechtes Modell gemacht. Die Druckknöpfe sitzen oben auf einer schmalen Deckplatte, das Lämpchen sitzt an der Seitenwand unten.

Material: große Box in orange: Kunststoff

Abmessungen große Box in orange: Höhe mit Sackel und Schalter 4,5 cm, Breite 8,5 cm, Tiefe 9,0 cm

Material: Boxen in rot und braun: Holz und Kunststoff (Schalter)

Anordnung auf offener Seite

Abmessungen Boxen in rot und braun: Höhe mit Schalter 3,8 cm, Breite 6,5 cm, Tiefe 5,2 cm

Material: Boxen in Blau und braun: Holz und Kunststoff (Schalter)

Anordnung im Kästchen mit Klappdeckel, Kästchen (außen) mit Vitrin-Klass-Clips

Abmessungen Boxen in Blau und braun: Höhe 4,3 cm und 4,8 cm, Breite 7,2 cm, Tiefe 4,8 cm



Hier abgebildet ist eine große Version des Kunststücks aus einer Potter-Auktion.

Größtenteils: in der 1980er Jahre

Material: Holz

Abmessungen: Höhe 3,2 cm, Breite 16,5 cm, Tiefe 10,2 cm



Summer Box

Der gleiche Effekt wie bei der Lucky Light Box, nur brennt hier keine Lampe, sondern es erklingt stattdessen ein schwaches Geräusch. Es handelt sich um eine Box mit einem lose aufgesetzten Deckel. Bei einem zweiten Exemplar sind die Knöpfe und Ziffernfelder, auf hellem Untergrund in der Box, tiefer gesetzt. Ebenso ist ein Klappdeckel vorhanden.

Material: Holz und Kunststoff (Schalter)

Abmessungen: Höhe mit Deckel 4,2 cm, Breite und Tiefe 8,8 cm



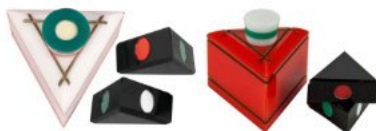
Glas Penetration

Eine Glasplatte, in einem Rahmen, wird vorgezeigt. Dauer befindet sich eine Art Zeiger mit einem Verstellknopf unten und einem kleinen runden Feld oben, welches man auf der Scheibe mittels des Knopfes, hin und herschieben kann. Während man das langsam tut, wird ein Zuschauer gebeten, in einem beliebigen Moment halt zu sagen, damit das runde Feld irgendwo auf der Glasplatte sozusagen per Zufall, verbleibt. Genau an dieser Stelle wird dann ein kleines Stäbchen durch das freie Feld und mithin auch durch die Glasplatte, gestochen. Diese aber bleibt ohne jegliche Beschädigung. Das Kunststück ist mit grünem, rotem und blauem Zeiger und zwei unterschiedlichen kleinen Stäbchen vorhanden. Das Exponat mit rotem Zeiger stammt aus der Sammlung Volker Huber.

Größtenteils: um 1970; Material: Holz, Glas und Kunststoff

Abmessungen: Höhe und Breite 8,8 cm, Dicke ohne Knopf 0,5 cm, mit Knopf 2,0 cm

Länge Stäbchen: 10,0 cm, Durchmesser 0,2 cm



Bermuda Triangle

Ein dreieckiger Deckel und zwei identische dreieckige Kiste werden vorgezeigt. Die beiden Kiste haben einen farbigen Punkt auf jeder Seite. Der Zauberer nimmt den Deckel in die Hand, dreht ihn um und lässt einen der Kiste hineinfallen. Er bittet einen Zuschauer, dasselbe zu tun. Wenn der Deckel hochgehoben wird, stimmen die Farben überein. Auf dem Foto rechts ist ein Exemplar aus dem Potter-Katalog Nr. 49 zu sehen, ferner gibt es eine Variante mit grünem Deckel und schwarzem Knopf sowie eine mit rotem Deckel und weißem Knopf.

Größtenteils: um 1970; Material: Kunststoff

Abmessungen Deckel: Höhe mit Knopf 3,7 cm, Kistenlänge 3,7 cm

Deckel: Kantenlänge 2,5 cm, Höhe 1,0 cm



Streichholz durch Plexiplatte

In eine längliche Hülle, mit Aufsatz, wird eine Plexiglas-Platte eingeführt, die vorgezeigt wird und keine Öffnung hat. Nun wird in den Aufsatz ein Streichholz hinein gesteckt und obwohl die Platte geschlossen ist, fällt dieses Streichholz nach unten durch. Es hat die Plexiglas-Platte somit durchdrungen. Von diesem Kunststück gibt es weitere unterschiedlich farbige Varianten. Auf einem sehr alten und leider sehr schlechten Foto, von Eddy Taytelbaum stammend, ist ein spezielles Etui abgebildet, in dem sich drei Exemplare des Kunststücks in grün, rot und weiß befinden.

Material: Kunststoff und Plexiglas

Abmessungen Länge der Hülle 6,0 cm, Höhe mit Aufsatz 1,8 cm, ohne Aufsatz 0,8 cm, Breite 2,8 cm

Plexiglasplatte Länge 7,0 cm



Puzzle-/Vexierboxen

Sind dieser Boxen ist es, dass man nicht sehen kann, wie und wo sie sich öffnen lassen. Bei der Version mit Fenster kann man z. B. den Ring von einem Cast hinter dem Rücken hinein geben und ihn dann auffordern, seinen Ring wieder heraus zu nehmen, sonst geht er in den Besitz des Magiers über! Man kann auch einfach eine Münze einlegen und dem Zuschauer versprechen, wenn er die Box öffnen kann, gehört die Münze ihm. Es wird ihm kaum gelingen. Die größere gelbe Box gibt es mit und ohne Fenster im Deckel. Es ist auch eine solche Box in weiß sowie in weiß mit schwarzen breiten Streifen bekannt. Die beiden anderen kleineren Boxen sind immer ohne Fenster. Diese haben ein Schachbrett-Muster oben und unten. Bei der braunen Version sieht man, wie man die Box öffnen muss.

Größtenteils: um 1970

Material: Kunststoff

Abmessungen gelbe Box mit Fenster:

Höhe 3,0 cm, Breite 7,2 cm, Tiefe 3,0 cm

Abmessungen braune und blaue Boxen:

Höhe 2,5 cm, Breite 5,5 cm, Tiefe 3,0 cm



Kompass-Trick

Auf einer achteckigen Scheibe sind, unverrückbar, hinten und vorne je ein Pfeil vorhanden. Die Scheibe wird zwischen Daumen und Zeigefinger an zwei Spitzen gehalten und dreht, um beide Seiten zu zeigen. Je nachdem, an welchen Spitzen die Scheibe gehalten wird, ändert sich die Richtung der Pfeile. Einmal zeigen sie, hinten und vorne in die gleiche Richtung, einmal in einem Winkel von 90 Grad und schließlich noch komplett in die entgegengesetzte Richtung. Die Umrundung und die Pfeile gibt es in vielen unterschiedlichen Farbkombinationen und den Kompass in unterschiedlichen Größen. Ein Kompass ist bekannt mit weißer Grundfarbe, schwarzem Innenrand und goldfarbener Pfeil. Zu einem Exemplar wurde ein kleines Täschchen aus Filz mitgeliefert.

Material: Kunststoff

Abmessungen:

Durchmesser 4,7 cm bis 5,5 cm, Dicke 0,2 cm



Card Box

Mit dieser Kartenkassette zeigte Eddy das Kunststück der zerrissenen und wieder hergestellten Spielkarte. Er ließ von einem Zuschauer aus einem Kartenspiel eine Spielkarte wählen, zeriss sie, legte die Kartenteile, bis auf eine Ecke, in die Kassette. Die Ecke reichte er dem Zuschauer und bat ihn, gut darauf aufpassen. Mit Hilfe der Box restaurierte er die Spielkarte, bis auf eine Ecke. Die vom Zuschauer zurückbehaltene Ecke passte genau. Laut Potter-Katalog Nr. 49 wurden nur zwei Exemplare gefertigt. Die Kassette ist verziert mit einem handgemalten goldenen Muster.

Gefertigt in den 1930er-Jahren
Material: Holz
Abmessungen: Höhe 12,0 cm, Breite 7,9 cm



Hypno Disc and the Game of 21

Eine in tortenförmige Segmente unterteilte Scheibe wird vorgezeigt. Der Zuschauer bewegt sie in einer kreisförmigen Bewegung und plötzlich erscheint eine graue münzförmige Scheibe. Dem Zuschauer wird eine Münze vorgezeigt, die er in einem Glücksspiel gewinnen kann. Die Scheibe wird umgedreht. Zu sehen sind die Zahlen 1 bis 6 und 11. Dem Zuschauer wird erklärt, dass er verschiedene Zahlen auswählen soll und wenn er auf die Summe von 21 kommt, gewinnt er die Münze. Dies wird ihm aber nie gelingen. Dieses Kunststück wurde in den 1930er-Jahren für J. H. Van Rinkhousen / Holland gefertigt.



Card in TV

Das Holzmodell eines Fernsehers wird vorgezeigt. Der Bildschirm ist leer. Ein Zuschauer soll sich eine Karte aus einem Kartenspiel auswählen und sich nur auf diese Karte konzentrieren. Wird der Fernseher eingeschaltet, erscheint eine festgelegte Dame und hält die Zuschauerkarte in ihren Händen. Dieses Kunststück wurde laut Potter-Katalog Nr. 55 nie für den kommerziellen Markt entwickelt.

Gefertigt in den 1930er-Jahren
Material: Holz, handverarbeitet
Abmessungen: Höhe 12,7 cm, Breite 10,2 cm, Tiefe 6,3 cm



Think a Word

Einem Zuschauer wird ein achteckiges Ziffernblatt übergeben. Auf dem äußeren Rand sind die Buchstaben des kompletten Alphabets abgebildet. Auf dem inneren Ziffernblatt, es lässt sich drehen, befinden sich 26 Kartenwerte: 13 Pik-As bis König und 13 Herz-As bis König. Ein Zuschauer soll nun an eine Spielkarte und an ein Wort mit vier Buchstaben denken. Während sich der Vorführende abwendet, soll der Zuschauer die innere Scheibe insgesamt viermal mit seiner gedachten Karte so drehen, dass die vier Buchstaben seines gedachten Wortes ausgewählt werden. Alle Buchstaben und Symbole wurden von Eddy mit der Hand auf das Ziffernblatt gemalt. Der Vorführende kann dann die gedachte Spielkarte und das Wort benennen. Dieses seltene Kunststück wurde für J. H. Van Rinkhousen / Holland gefertigt. Zwei weitere Zifferblätter wurden aus Kunststoff und Papier gefertigt.

Gefertigt in den 1930er-Jahren
Material: Holz, Kunststoff, Papier
Abmessungen: 7,0 cm Durchmesser, Dicke 0,9 cm



Chinese Nesting Boxes

Dieses Kunststück fertigte Eddy Taytelbaum zu Beginn seiner Tätigkeiten in Holland an und begründete damit seine Laufbahn als Handwerker für Zauberrequisiten. Er hatte in der Zeitschrift 'Linking Ring' ein Kunststück gesehen, bei dem eine Banknote ausgehoben, die Seriennummer aufgeschrieben wurde und der Geldschein später in einer Flasche wieder auftauchte, die sich in zwei ineinanderstappenden Kästchen befand. Viele der hier verwendeten Elemente findet man später bei anderen Kunststücken wieder. Er verwendete Embleme, Buddha-Figuren, chinesische Zeichen und Zierketten aus Kupfer, wobei er diese mit einer kleinen Handklinge zugeschnitten hat. Die Idee zu dem chinesischen Zeichen auf der schwarzen Box hatte Eddy von seiner Mutter. Sie trug an einer Kette ein Medallion mit diesem Symbol. Dieses findet sich später auch auf seinen Pagoden wieder. Das Buddha-Symbol verwendete er später auch bei seinen Ring-Boxen.

Gefertigt um 1930
Material: Holz
Abmessungen große rote Box: Breite 8,9 cm, Höhe 5,7 cm, Tiefe 7,6 cm
Abmessungen kleine schwarze Box: Breite 7,0 cm, Höhe 3,8 cm, Tiefe 5,7 cm



Sure Shot Dice Box

In einer Schachtel mit Deckel liegen drei weiße Würfel. Der Deckel wird geschlossen und die Schachtel mehrmals geschüttelt. Bevor der Deckel geöffnet wird, kann der Vorführende die Summe der Augenzahlen der Würfel nennen. Die Schachtel kann auch dazu genutzt werden, eine Zahl zu forcieren. Die Schachtel ist aus Karton gefertigt und von Eddy dekoriert.

Gefertigt in den 1930er-Jahren, Material: Karton
Abmessungen: Höhe 2,5 cm, Breite 5,7 cm, Tiefe 5,7 cm



Block of Ribbon

Bei diesem Durchdringungseffekt wird ein Block, mit orientalischen Zeichen verziert, von einem Band in einem Ständer befestigt. Der Block wird im Ständer abgelegt, beide haben jeweils an den Seiten Löcher, durch die während der Vorführung ein Band gezogen wird. Ein Zuschauer wird gebeten, die beiden Enden des Bandes zu halten. Eine Befreiung scheint unmöglich. Der Vorführende zieht nun sichtbar den Block aus dem Ständer heraus. Alle Requisiten können untersucht werden. Dieses Kunststück stellte Eddy in einer kleinen Auflage für die Firma „Mephisto-Hals“ her.

Gefertigt in den 1930er-Jahren, Material: Holz
Abmessungen Block: 10,2 cm, Gesamthöhe: 29,2 cm



Appearing Card in Frame

Ein rechteckiger Rahmen aus Holz, mit zwei Fenstern, ist unverkennbar leer. Ein Zuschauer wählt nun eine Karte aus einem gemischten Kartenspiel, merkt sie sich und gibt sie zurück ins Spiel. Der Zauberer bedeckt den Rahmen für kurze Zeit mit einem Seiden Tuch, zieht es dann weg und man sieht die Rückseite einer Spielkarte. Dreht er den Rahmen um, zeigt die Vorderseite die gewählte Zuschauerkarte. Von diesem Kunststück wurden nicht mehr als sechs Exemplare gefertigt.

Gefertigt in den 1930er-Jahren
Material: Holz
Abmessungen: Höhe 12,3 cm, Breite 8,2 cm, Tiefe 0,5 cm

Appearing Sun

Dies ist ein sehr seltenes Kunststück für Kinder, hergestellt für die Firma „Mephisto-Hals“. Die Sonne erscheint und verschwindet immer wieder hinter den Wolken. Eddy hat für das Bemalen der Wolken eine spezielle Maltechnik verwendet. Laut Potter-Katalog Nr. 59 enthält dieses Kunststück zwei identische Sonnen sowie eine, die etwas von den beiden abweicht.

Gefertigt in den 1930er-Jahren, Material: Holz
Abmessungen Sonne: 10,2 cm Durchmesser
Kästchen: Höhe 14,0 cm, Breite 20,7 cm, Tiefe 2,5 cm
Wolke: Höhe 12,7 cm, Breite 20,3 cm, Tiefe 2,5 cm

HYPERLINKS

Interaktivität schaffen

Dass man in einem fertigen PDF-Dokument mit Hyperlinks auf externe Ziele verweisen kann, ist sicherlich bekannt. Bekannt sein sollte auch, dass man über einen Zeichenstil die Art und Weise, wie Text-Hyperlinks dargestellt werden, steuern kann. Alle Hyperlinks werden mit dem gleichnamigen Panel gesteuert. Als Hyperlink kommt entweder ein Text in Frage oder man legt einen Hyperlink auf eine Grafik. In diesem Magazin habe ich bei einigen Verlinkungen das „Auge“ gewählt. Wenn man darauf mit der

Mouse klickt, wird der Browser mit dem passenden Inhalt geöffnet. Wenn man eine solche Grafik nutzt, sollte man dies im Vorfeld auch kommunizieren, damit sich ein Leser nicht wundert, was diese Grafik zu bedeuten hat. Im Panel HYPERLINKS kann man im oberen Bereich entscheiden, ob man „Alle Layoutseiten“ oder nur spezielle Seiten sehen möchte. In der Liste darunter kann man sich „Alle Typen“ oder nur spezielle ansehen. Hier würde ich die Einstellung immer auf „Alle“ stehen lassen.

Verschiedene Hyperlink-Typen

Im Panel werden folgende Typen aufgeführt.



ANKER: Verlinkt zu einem vorher definierten Anker im Dokument.



E-MAIL: Öffnet beim Leser das E-Mail-Programm.



DATEI: Ruft eine Datei auf, die man von der eigenen Festplatte hinzuladen und in den späteren PDF-Export mit einschließen kann.



SEITE: Verzweigt zu einer Seite innerhalb des Dokuments.



SEKTION: Verzweigt zum Anfang einer Sektion im Dokument.



URL: Ruft den Browser mit einer Internetadresse auf.

Der untere Bereich des Panels

Im unteren Bereich des Panels HYPERLINKS findet man einige Symbole, mit denen man weitere Funktionen tätigen kann.



ZUR QUELLE WECHSELN: Hier springt man zur Quellposition des Links.



ZUM ZIEL WECHSELN: Hier springt man zur Zielposition des Links.



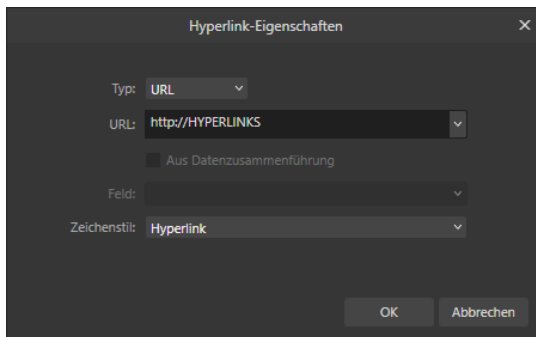
HYPERLINK BEARBEITEN: Der Hyperlink kann in einem Dialogfeld bearbeitet werden.



HYPERLINK HINZUFÜGEN: Hier kann ein neuer Hyperlink erstellt werden.

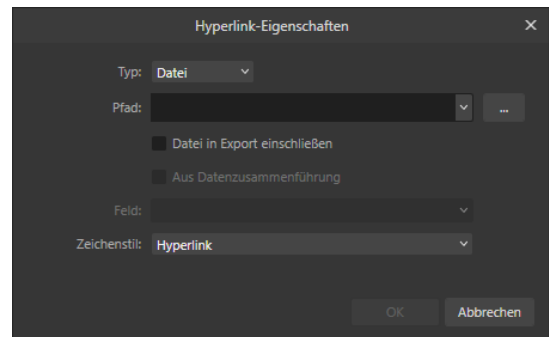


HYPERLINK ENTFERNEN: Ein markierter Hyperlink wird gelöscht.



Standard-Dialog

Über dieses Dialogfeld steuert man alle Hyperlinks



Datei-Dialog

Über dieses Dialogfeld steuert man den Hyperlink DATEI. Über Pfad wählt man eine Datei aus. Unbedingt die Datei in den Export mit einschließen, sonst kann es passieren, dass die Datei später, wenn sie an einem anderen Ort ist, nicht wiedergefunden wird.

DER 34 ZOLL MONITOR

Luxus zum annehmbaren Preis

Als Anwender des Affinity-Publishers habe ich es leider nie verstanden, wie man Desktop-Publishing auf einem Mini-Display effizient umsetzen kann. Alleine das viele Scrollen würde die Arbeit an einem Dokument stark einschränken. Man benötigt unnötig viel Zeit, um sich durch die Seiten zu hangeln. Wer sich eben nicht mit einem Laptop an ein DTP-Projekt wagen möchte, sollte sich einmal überlegen, ob sich die Anschaffung eines Groß-Bildschirms nicht doch lohnt.

Zu moderaten Preisen findet man heute bei einigen Händlern 34-Zoll Monitore, hier kann ich die Monitore der Firma LG nur empfehlen. Ich arbeite seit Jahren damit. In der Abbildung zu sehen ist ein Monitor der Firma LG, den man bei sehr guten Kritiken bei Amazon derzeit für € 229,00 kaufen kann. Dies ist ein sehr gutes Angebot, wenn man bedenkt, dass gleichwertige Monitore anderer Hersteller weitaus mehr Geld kosten. Und LG ist eine sehr gute Firma. Deren Monitore bekommen regelmäßig sehr gute Kritiken.

Wenn man so einen Monitor erst einmal auf seinem Schreibtisch stehen hat und dann den Publisher mit einem Dokument startet, will man ihn nicht mehr missen. Ein richtiges Aha-Erlebnis. Alleine die Tatsache, dass man eine A4-Doppelseite bei einer 100 % Ansicht bearbeiten kann, löst helle Freude aus. Zudem lassen sich alle Studio-Panels am Bildschirmrand ordentlich anordnen und man hat immer noch genug Platz für ein Dokument. Das ist ein Segen, wenn man Dokumente zügig bearbeiten möchte. In der Ansicht unten rechts kann man sehen, wie

Panels angeordnet werden können. Dabei habe ich hier nur die Panels untereinander angeordnet, die ich immer benötige. Außerhalb des Publishings können mehrere Programme gestartet und auf dem Desktop angeordnet werden.

Der oben rechts abgebildete LG-Monitor kommt in einem nahezu rahmenlosen und schlanken Design daher. Der UltraWide Monitor besticht durch sein 21:9-Format. Je nach Grafikkarte ist hier eine Auflösung von bis zu 2560 x 1080 Pixeln (nativ) möglich. Der Energieverbrauch wird durch eine „Smart Energy“-Funktion bis zu 30% reduziert. „FreeSync“ ermöglicht eine weiche Bilddarstellung, ruckelfrei. Die Farben sind satt und das Bild scharf.

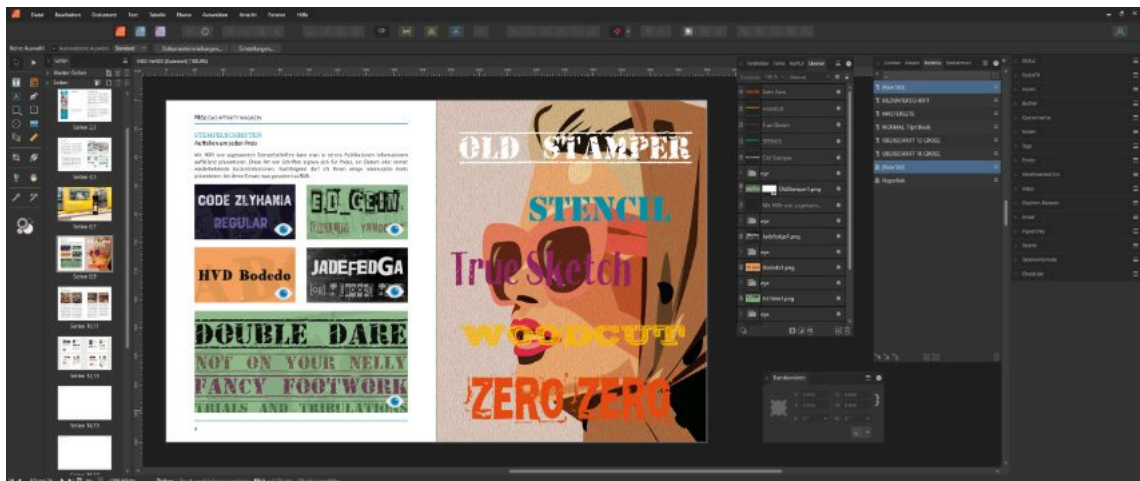
HDR10 und DisplayHDR 400 garantieren dynamische, kontrastreiche Bilder und eine realistische Bildwiedergabe. Weitere Geräte lassen sich über HDMI oder Displayport anschließen. Der sRGB-Farbraum wird auf dem FHD IPS-Display zu 99% abgedeckt. Mit Hilfe von „OnScreenControl“ kann der Monitor angepasst werden, auf Wunsch kann auch der Bildschirm geteilt werden. Der hier beschriebene Monitor ist etwa 9 Kilogramm schwer.

Native Bildschirmauflösung

Hier wird bestimmt, wie scharf Texte und Bilder angezeigt werden. Sie ermöglicht eine bessere visuelle Qualität auf dem Bildschirm.



Angaben bei Amazon: LG Electronics 34WQ500-B UltraWide™ Full HD 34" (87cm), 2560 x 1080, 21:9, AMD FreeSync™, HDR10- and VESA DisplayHDR™ 400, IPS with sRGB 99% (Typ.), Waves MaxxAudio®, 5ms GtG - Schwarz



Ansicht Magazin62-Doppelseite: Bei so einem großen Monitor wird eine Doppelseite des Magazins bei 100 % angezeigt. Man kann hier also bequem auf den einzelnen Seiten alle relevanten Elemente platzieren und alle Publisher-Panels haben genug Platz, um ergonomisch angeordnet zu werden.

Michel Mayerles

Michel Mayerle

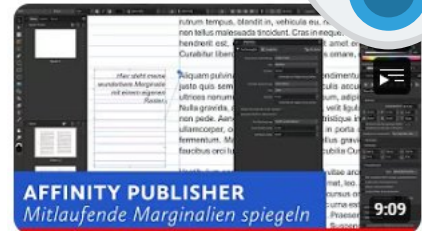
Michel aus der Schweiz erfreut uns immer wieder bei YouTube mit professionellen Videos, nicht nur zum Affinity-Publisher. Er beschäftigt sich dann meist mit kniffligen Aufgaben und zeigt uns auf, dass man aus dem Publisher viel mehr herausholen kann. Hier habe ich Euch einmal neun spannende Videos aufgelistet. Mit einem Klick auf das jeweilige Auge wird das entsprechende Video in eurem Browser aufgerufen!



AFFINITY PUBLISHER

*Mächtiges GREP-Beispiel:
Wörter zusammenhalten bzw. nicht trennen*

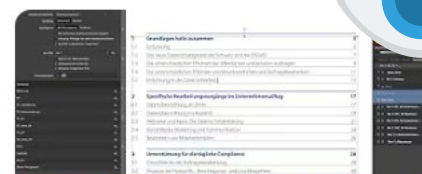
Affinity Publisher: Mit diesem GREP-Befehl verhindert ihr unerwünschte Trennungen / ...



AFFINITY PUBLISHER

Mitlaufende Marginalien spiegeln

Affinity Publisher: Mitlaufende Marginalien spiegeln



INHALTSVERZEICHNIS IN AFFINITY PUBLISHER ERSTELLEN

Affinity Publisher: Ein Inhaltsverzeichnis erstellen

Affinity-

Video-Tutorials



Affinity Publisher: Was sind Gruppenstile?



Affinity Publisher: 360 Bilder mit 1 Mausklick abdunkeln



Affinity Publisher: So funktionieren Querverweise



Affinity Publisher komplett zurücksetzen



Affinity Publisher: Spiel mit Ebenenmaske und Schrift



Affinity Publisher-Dateien verschachteln

Publisher

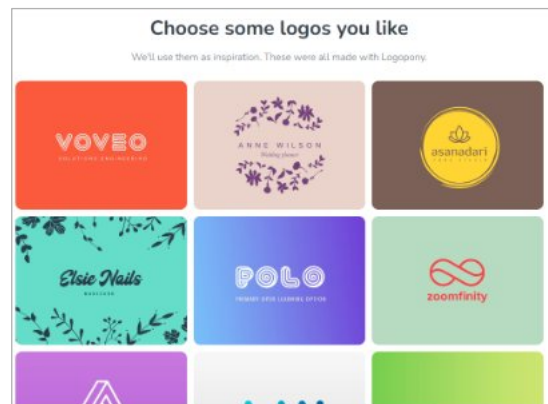
LOGO-GENERATOREN

Identifikation schaffen mit Logopony

Wenn man in einem Browser den Suchbegriff „Logos gestalten“ eingibt, werden einem viele Verlinkungen zu „Logo-Generatoren“ angezeigt. Da wird man vom Angebot förmlich überrollt. Wenn Sie nun mit dem Gedanken spielen, ein Logo gestalten zu wollen, können Sie auf diese Generatoren zurückgreifen. Diese sind allerdings eher für Neulinge gedacht, die sich mit der Gestaltung noch nicht so gut auskennen. Bei einigen muss man sich anmelden, bei anderen nicht. Erwarten Sie allerdings keine Wunder, für einfache Designs reichen die Angebote aber aus. In einigen Fällen startet man mit dem Namen der Firma, wählt eine Vorlage aus und startet dann mit den Feinarbeiten. Wenn es schnell gehen soll und man ein einfaches Logo wünscht, sollte man sich einmal die Plattform [LOGOPONY](#) anschauen. Hier wählt man im

ersten Schritt einen Namen aus, dann folgt eine Auswahl an Vorlagen. Hier sucht man sich eine passende Grafik aus. Im nächsten Schritt kann man ein Symbol dazunehmen. Aus einer großen Auswahl wird man sicherlich das richtige Symbol finden. Nun folgt die Auswahl einer Farbe. Hier werden einem die wichtigsten angezeigt. Ist man sich nicht sicher, kann man diesen Schritt übergehen und später anpassen. Zum Schluss kann man noch einen Slogan vergeben, der dann mit angezeigt wird. Über einen Button werden nun mehrere Logo-Varianten generiert. Eine Anpassung erfolgt dann, indem man eines der Logos auswählt. Was mir hier sehr gut gefällt ist, dass einem auf der Korrekturseite mit dem fertigen Logo Visitenkarten, Firmenschilder, T-Shirts und Online-Ansichten angezeigt werden.

Schritt 01: Den Firmennamen eingeben



Schritt 02: Eine Vorlage wählen

Fügen Sie ein Symbol hinzu

Sie können Ihrem Logo bis zu 5 Symbole hinzufügen und diese später ändern

Suchen Sie 1.000.000 Icons

default impossible animals mountain star floral crown rocket technology leaf

Suchen Sie 1.000.000 Icons

Schritt 03: Ein Symbol auswählen

Wählen Sie Farben aus

Wählen Sie Farben, die Ihre Geschäftsstärke unterstreichen

Schritt 04: Eine Grundfarbe wählen

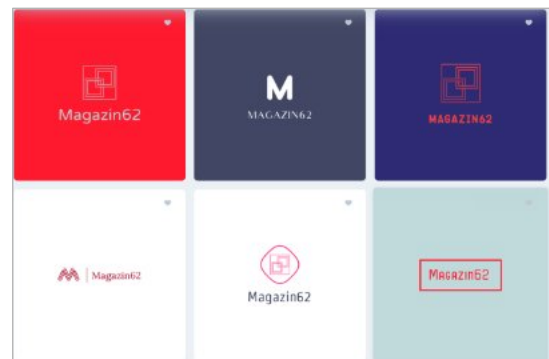
Fast fertig!

Fügen Sie einen Slogan hinzu und halten Sie ihn kurz und einfach, um bessere Ergebnisse zu erzielen

Magazin62

Slogan (optional)

ERSTELLE MEIN LOGO

Schritt 05: Einen zusätzlichen Slogan eingeben**Schritt 06:** Das fertige Logo wählen und anpassen**Schritt 07:** Beispiele mit dem Logo werden angezeigt

KREATIV GESTALTEN

Regeln und Gestaltungsstile



Beim Erstellen von Drucksachen und Webinhalten gibt es ein paar Regeln, mit denen man beim Gestalten von Inhalten immer gut fährt. So sollte man nie ohne ein System gestalten, Inhalte nie gleichbehandeln, das Gesetz der Nähe beachten, Wiederholungen einkalkulieren, man sollte Schriften einordnen können, aber nie zu viele gleichzeitig benutzen und tunlichst zu vermeiden ist der Einsatz von Farben aufgrund des eigenen Bauchgefühls. Spezialeffekte kommen nur da zum Einsatz, wo sie gebraucht werden, und Gestaltung braucht Räume – Weißräume.

Wenn man ein Projekt startet, sollte man immer auch am Anfang beginnen. Oft genug verzettelt man sich und kommt dann aus dem Korrigieren nicht mehr raus. Der Anfang heißt nicht, dass man sein Lieblingsprogramm am Computer startet, um gleich loszulegen. Sie sollten sich besser im Vorfeld folgende Fragen immer zuerst stellen und sich dazu einige Notizen machen. Arbeiten Sie Ihre Notizen aus und gehen Sie diese mit Ihrem Auftraggeber durch. Wer ist die Zielgruppe, was soll vermittelt werden – wie ist die Botschaft, womit sollen die Inhalte vermittelt werden – fehlen noch Texte oder

Grafiken, für welches Medium soll gestaltet werden, gibt es eine Deadline – bis wann muss alles fertig sein, gibt es design-technische Vorlieben des Kunden und wie darf das Design auf keinen Fall aussehen.

Und dann sollte man einem Kunden auch die wichtigsten Design-Stile vermitteln können. Auf der anderen Seite, und das sind meine eigenen Erfahrungen, darf man einem Kunden nicht zu viel zeigen, sonst fängt er an, von jedem etwas zu wollen. Im Folgenden finden Sie einige Kurzbemerkungen zu einigen Design-Stilen. Dazu gibt es auch ein wundervolles Buch mit vielen weiteren Tipps und Ideen, es heißt „STILE & LOOKS“ – Design-Ideen für Print und Web, geschrieben von Gudrun Wegener. Erschienen im Rheinwerk-Verlag

Das Flat-Design: Hier gestaltet man mit stark reduzierten Elementen, weniger ist hier mehr als mehr. Man konzentriert sich auf das Wesentliche und alles wird einfach dargestellt. Mit Hilfe von Farben wird vollflächig und intensiv gestaltet. Meist kommen serifenlose Schriften zum Einsatz und bei der Gestaltung setzt man viele Freiflächen und genügend

Weißraum ein. Im Vordergrund steht die Funktionalität des Designs, sie wird viel für Onlineanwendungen genutzt. Es gibt keine 3D-Darstellungen und es werden weder Effekte, Verläufe, Spielereien noch Texturen eingesetzt.

Vintage-Design: Hier kommen warme und natürliche Farben zum Einsatz. Bei der Gestaltung werden Strukturen und Texturen eingesetzt, sie sind Pflicht. Bei Hintergrundfarben wird kaum mit Weiß gearbeitet, leicht getönte Farben sind besser. Bei Schriften kommen Charakterschriften zum Einsatz, ein Mix aus verschiedenen Schriften ist normal. Selbstgemachte Illustrationen und auf alt gemachte Grafiken prägen diesen Stil. Hier kommen Fotos mit gesättigten Farben zum Einsatz. Grelle Volltonfarben oder leuchtende Pastelltöne gehören nicht zum Stil. Eben so wenig wie große Freiflächen oder Farbverläufe.

Modernes Design: Dieser Stil eignet sich für fast jedes Konzept und er lässt sich jederzeit anpassen. Mit diesem Stil gestaltet man zeitlos und ästhetisch. Genutzt wird ein strenges Gestaltungsraster mit geometrischen Formen. Inhalte und Texte werden kurz und knapp zusammengefasst. Typografisch kommen starke Kontraste zum Einsatz und mit freien Flächen wird nicht gespart. Kontrastreiche Farben kommen ebenso zum Einsatz wie Elemente mit einer Funktion. Auf Verzierungen und ungegliederte Texte wird verzichtet. Fotos haben eine klare Botschaft.

Minimalistisches Design: Dieser Design-Stil ist einfach und braucht strenge Formstrukturen. Es kommen neutrale und helle Farben zum Einsatz, man arbeitet mit großzügigen

Weißräumen. Zur Gestaltung werden flächige glatte Illustrationen und Grafiken eingesetzt. Zu vermeiden sind bunte Farben, selbst gezeichnete Illustrationen, verspielte Designs und Farbverläufe. Für den Druck vermeidet man Glanz- oder zu dünnes Papier.

Auffälliges Design: Hier gilt es Regeln zu brechen und Sehgewohnheiten außer Acht zu lassen. Innovatives Arbeiten ist gefragt. Bei Typografie, Fotos und Farben wird mit starken Kontrasten gearbeitet. Farben kommen kräftig und leuchtend daher. An Weißraum wird nicht gespart und das Lesen der Inhalte wird zur Herausforderung. Der Einsatz von gleichförmigen Designelementen ist zu vermeiden. Zurückhaltung bei Farben und Typografie ist nicht erwünscht. Seien Sie unkonventionell.

Typografisches Design: Hier steht die Schrift beim Gestalten im Vordergrund. Damit Schrift wahr- genommen wird, bleiben Fotos, Farben und Grafiken dezent im Hintergrund. Schrift wird auch als Gestaltungsmittel eingesetzt. Bei der Schriftenwahl gibt es keine Grenzen, wenn Schriften die gleiche Stimmung treffen und sich nicht zu ähnlich sind. Verläufe und Effekte dürfen mit der Typografie nicht konkurrieren.

Illustratives Design: Hier werden Illustrationen großgeschrieben, die einem Design zu einem eigenen Charakter verhelfen. Schriften und Farben bleiben dezent im Hintergrund, unterstützen die Illustration. Das Kombinieren von Illustrationen sollte vermieden, sie sollten mit etwas Freiraum gesetzt werden. Man vermeidet mehrere gleichartige Schriften.



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



Albericus Durerus Nuncius
ipsum in proprijs se effin-
gebant coloribus quatis
anno .xxviii.

24

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER: Georg Walter

Steinackerstraße 12

53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“, „Affinity“ und „CANVA“ sowie anderen hier genannten Unternehmen besteht keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leserinnen und Leser

Es ist mir eine Freude, Ihnen nun doch das 24. M62-Heft anbieten zu können. Nach Ausgabe Nr. 23 stagnierten die Neuerungen der Affinity-Suite und es war für mich erst einmal fraglich, mit welchen Themen ich die Leser noch unterhalten und informieren soll. Nun ist doch ein Heft zusammengekommen, dessen Inhalt wieder einiges verspricht. Zum einen habe ich das Thema „Farben aus Fotos“ noch einmal aufgenommen, denn einigen ist nicht so recht klar, wie mächtig die Funktion in den Affinity-Programmen ist. In einem weiteren Artikel informiere ich über die Geschichte des Monogramms und Albrecht Dürer, der es zu seinem Markenzeichen gemacht hat. Vielleicht entwerfen Sie ja Ihr Eigenes. Anhand einer Druckvorlage für runde Aufkleber erläutere ich, was man bei der Gestaltung von Stickern beachten sollte. Dann zeige ich, wie man im Acrobat Reader über eine Einstellung den Beschnitt einer Druckdatei zur Ansicht bringt. Bald ist Weihnachten. Wie gestaltet man sich sein eigenes Geschenkpapier? Die Grundlagen erfahren Sie in diesem Heft. Zum Thema Speisekarten greife ich einmal das Thema auf, wie man verschiedene Formate für unterschiedliche Medien unter einen Hut bekommt. Für Affinity-Photo-Fans erkläre ich die wunderbaren PlugIn-Möglichkeiten des kostenlosen GMIC-Filters. Hier lassen sich auf schnelle Art und Weise auch Effekte für Fotos generieren, die im Publisher eingesetzt werden können.

Nun wünsche ich Ihnen wieder recht viel Freude beim Lesen und Stöbern im aktuellen Heft.

Ihr Georg Walter

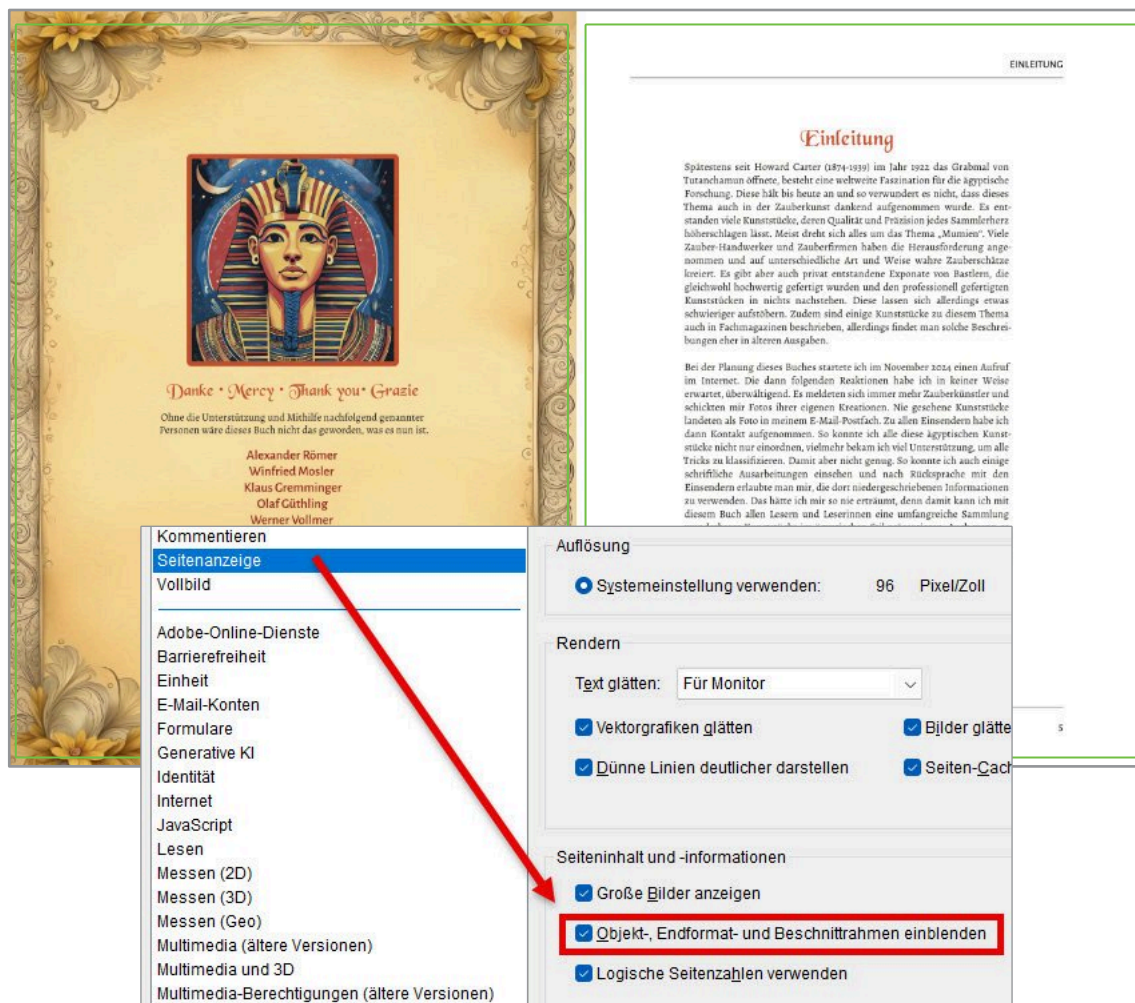


Hyperlink

Wenn Sie dieses Auge im Magazin sehen, können Sie mit einem Mouse-Klick darauf einen Hyperlink in Ihrem Browser aufrufen.

ACROBAT READER

Beschnittanzeige einschalten



Für diesen Tipp bedarf es nicht viel Text. Schalten Sie die Ansicht für den Beschnitt im Acrobat-Reader über die Einstellungen (STRG+K) ein. Dieser wird dann mit Hilfe einer grünen Linie sichtbar.

DER ALLTÄGLICHE WAHNSINN

Lösungen gesucht

Wer wie ich täglich viele Stunden am Rechner sitzt, um das nötige Kleingeld für den Kühlschrank zu generieren, ist immer auf der Suche nach Lösungen oder Ideen für ein Problem, das sich kurzfristig ergeben hat. Plötzlich wird auf dem Bildschirm eine Update-Meldung für eine Software sichtbar und man überlegt, ob man das Geld dafür ausgeben soll, oder kann. Man ist ja bisher auch zurechtgekommen. So vermeldete Affinity vor Kurzem ein kleines Update zur Fehlerbereinigung, das natürlich kostenlos war. Bei anderen Software-Lösungen muss man dann aber schon einmal tiefer in die Tasche greifen. So geschehen bei dem Textprogramm Papyrus Autor. Zuerst schaut man sich bei YouTube die neuen Features an und entscheidet dann, ob man das Geld dafür übrig hat. Im Zuge dieser Aktion fiel mir ein Video auf, in dem mir ein Anwender doch tatsächlich vermitteln wollte, warum ich den Papyrus Autor und auch Scrivener, eine ähnliche Schreibsoftware, zusammen nutzen sollte. In Scrivener hat er seine Texte geschrieben und da der Papyrus Autor aber über eine bessere Duden-Rechtschreibung verfügt, mir erklären wollen, dass ich über eine „Text-Synchronisation“ die Texte zwischen den beiden Programmen zwecks Kontrolle austauschen könne. Der Papyrus Autor kostet etwa € 350 bei Neukauf, der Scrivener € 70. Wenn es darum geht, den Anwendern die Funktion des „Synchronisierens“ zu erklären, hat er seinen Job gut gemacht. Allerdings erschließt sich mir nicht, warum man für teures Geld beide Programme nutzen soll. In meinen Augen ist dieser Ansatz etwas fragwürdig und sicherlich von einigen Anwendern nicht bezahlbar. Das braucht kein Mensch. Gut

zu wissen ist hier aber auch, dass die erweiterte Dudenfunktion in Microsoft Word längst nicht mehr aktualisiert wird. Wer also seine Texte oder Bücher ordentlich und fehlerfrei schreiben möchte, sollte sich den Papyrus Autor einmal anschauen. Ich habe dazu in einem meiner Magazine schon einmal berichtet.

Affinity, Serif und CANVA

Hier gibt es derzeit nichts Neues! Serif wurde an CANVA verkauft, auf deren Website wird aber keine Strategie erkennbar, wie man mit der Affinity-Suite zusammenarbeiten möchte. Geplant war hier im Magazin eigentlich die Funktionsbeschreibung der neuen Seiten-Verwaltung des Publishers. Die BETA-Version 2.6 wird seit geraumer Zeit getestet und es scheint, dass die neuen Seiten-Funktionen die Anwender völlig überfordern. Das liegt meines Erachtens daran, dass man die neuen Funktionen dermaßen umständlich beschreibt, dass man sich selbst als Profi damit nicht auseinandersetzen möchte, da viel zu umständlich. Auch dies gehört zum alltäglichen Wahnsinn, wenn man als Grafiker und Designer nach neuen Lösungen sucht oder suchen muss. Muss man? Eigentlich nicht, denn für die Anwender der Affinity-Suite ändert sich ja nichts. Es dauert halt nur etwas länger. Hier würde ich mir keine Sorgen machen, denn man kann schon sagen, dass es mit dem tollen Softwarepaket weitergeht. Das lässt den Schluss zu, dass man sich nicht anderweitig umsehen muss.

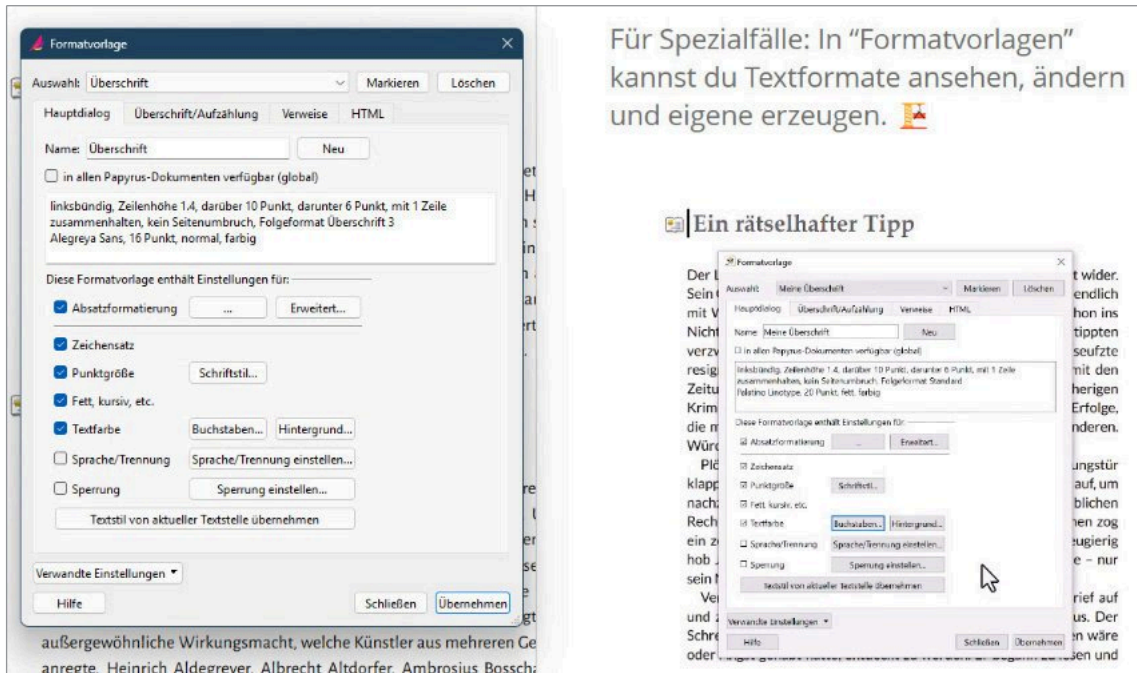


Abb.: In Papyrus Autor 12 werden jetzt zu jeder Funktion kleine Erklärvideos gezeigt.

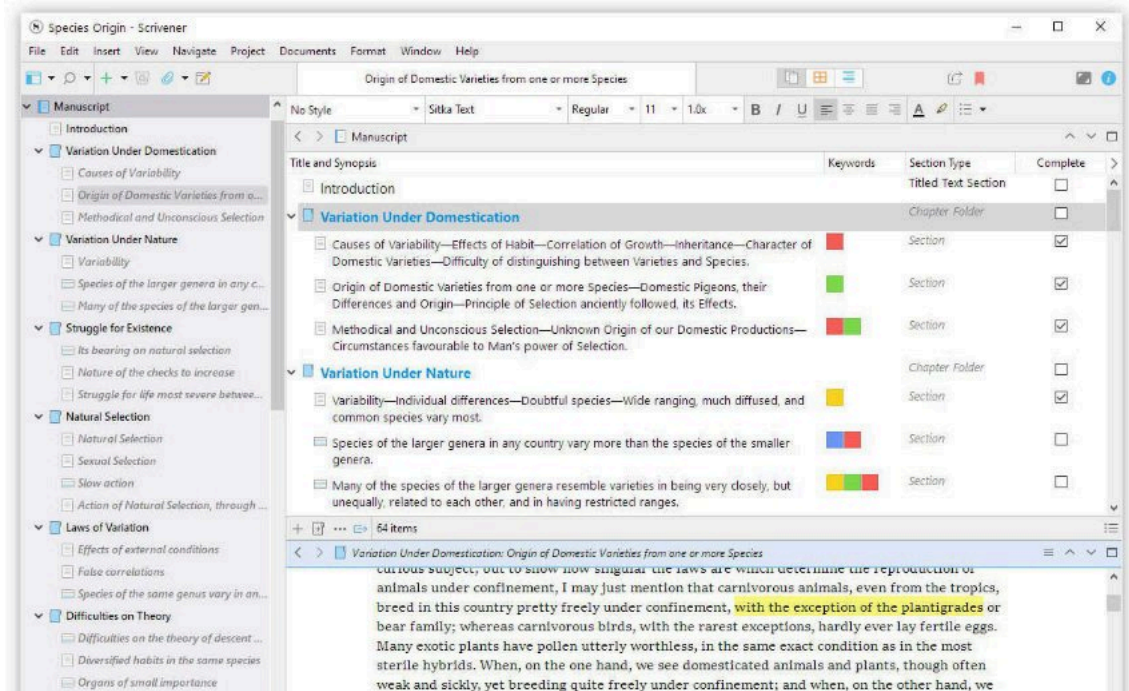
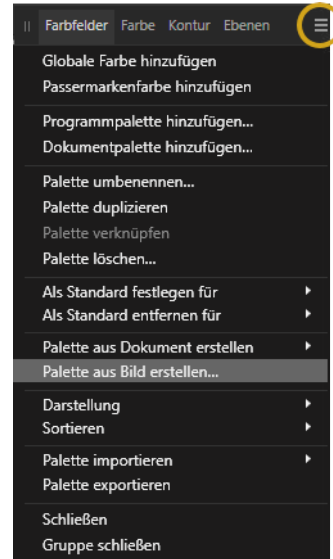


Abb.: Die Arbeitsoberfläche von Scrivener

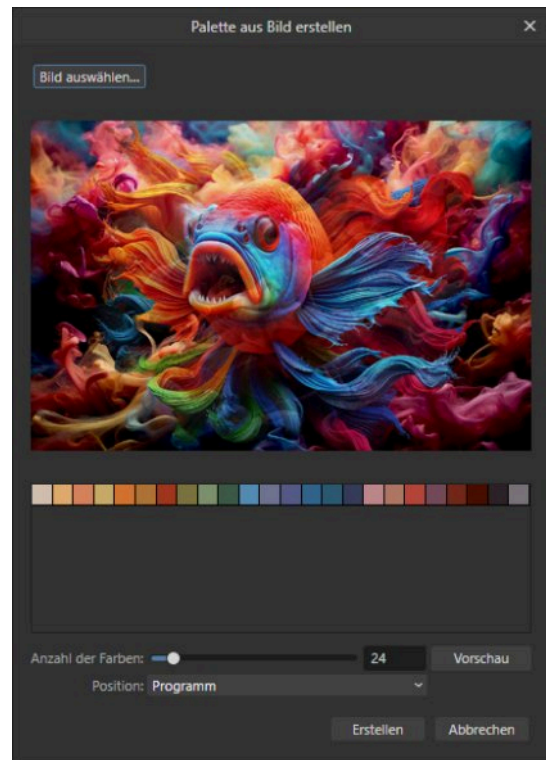
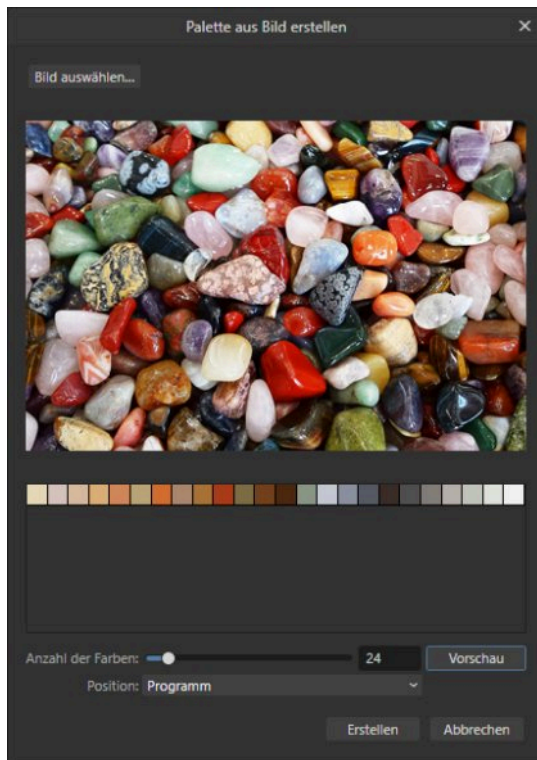
FARBTAFLN

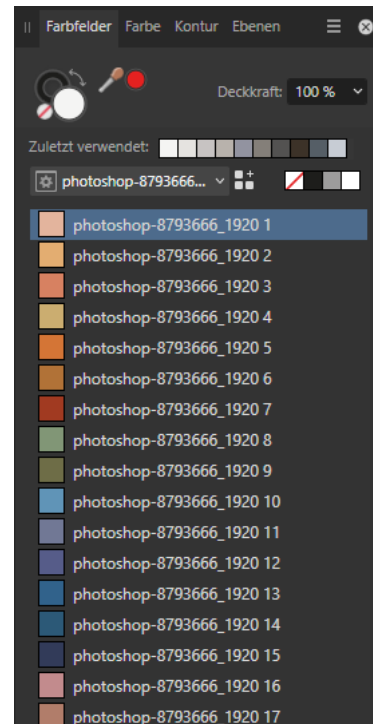
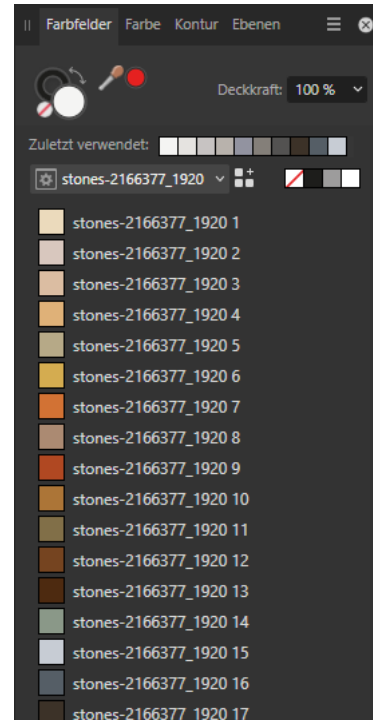
Eigene Farbkombinationen entwerfen

Bei einigen Projekten kann es sinnvoll sein, sich eine eigene Farbpalette zu erstellen. Besonders dann, wenn man sich nicht sicher ist, wie das Projekt farblich umgesetzt werden soll. Hier hilft eine Funktion im Affinity-Publisher, die man über das Panel FARBFELDER erreicht. Wahlweise kann man sich eine Palette aus einem Dokument oder Bild generieren lassen. Ich bevorzuge bei so einem Vorhaben ein Bild, da man hier ein Foto des Projekts verwenden kann. In der Ansicht rechts habe ich 24 einzelne Farben aus dem sichtbaren Bild generieren lassen. Dies wären dann die Hauptfarben für das Projekt. Man achte auch darauf, dass nach dem Erstellen der Palette im Panel der Name der Farbpalette aus dem Namen des Bildes generiert wird. Wer dies nicht möchte, kann das Bild vorher umbenennen. Zu dieser Funktion braucht es nicht viele Worte.



Über das Panel FARBFELDER ruft man den Punkt „Palette aus Bild erstellen“ auf. Wahlweise kann man sich auch eine Farbpalette aus einem Dokument erstellen.





DAS MONOGRAMM

Kunstvolle Buchstaben

Ursprünglich bestand ein Monogramm aus einem Einzelbuchstaben. Im Laufe der Zeit verwendete man das Wort für kunstvoll gestaltete Buchstaben, die zu einem Zeichen zusammengefügt wurden. Hauptsächlich verwendete man die Buchstaben des Vor- und Nachnamens. Albrecht Dürer verwendete als einer der Ersten sein Kürzel, um seine Werke damit zu signieren. Allerdings kennen wir Beispiele, die sehr viel weiter zurückliegen. Im 5. Jahrhundert vor Christus gab es schon das „Christusmonogramm“. Dieses bezeichnet man als „Chi-Rho“ und es bestand aus den beiden übereinander geschriebenen griechischen Buchstaben „X“ und „P“.

Seit Karl dem Großen (747-814) verwendete man diese grafischen Symbole auf Urkunden des Mittelalters und der frühen Neuzeit. Auch Päpste, wie Leo IX. (1002-1054), verwendeten solche Monogramme als Grußformeln auf ihren Urkunden und Dokumenten. Von der Biedermeierzeit bis in die 1930er-Jahre galten solche Monogramme als Zeichen kultivierter Lebensart. Sie waren auf Bettwäsche, Tischdecken, Taschen und Koffern aufgenäht und angebracht. Sie werden zum Signieren von Kunstwerken genutzt und als Zeichen der Urheberschaft auf Münzen, Medaillen und Stempeln. Als Namenszeichen wurden auch schon mal zwei oder mehrere Buchstaben miteinander „verschmolzen“. Auf Schmuckstücken, Geräten, Schau- stücken und Porzellan wurden sogenannte „Punzen“ eingeschlagen oder aufgemalt, um



Abb.: Spiegelmonogramm von Johann Sebastian Bach

den Wert, die Herkunft und den Silber/Goldgehalt zu dokumentieren. Besonders ab dem 18. Jahrhundert kamen sogenannte „Spiegelmonogramme“ in Mode, sie waren besonders beliebt bei Adeligen. Hier wurden meist Initialen verdoppelt und spiegelbildlich miteinander verschränkt. Hier ist das Monogramm von Johann Sebastian Bach zu nennen. Die technische Ausführung zur Gestaltung eines Monogramms nennt man „N-Gramm“. Hier werden Texte oder Buchstaben in Fragmente zerlegt und kunstvoll wieder zusammengesetzt. Das Monogramm besteht meist aus einem Fragment, während das Bigramm aus zwei und das Trigramm aus drei Fragmenten besteht.



Abb.: Monogramm von König Georg II. von England

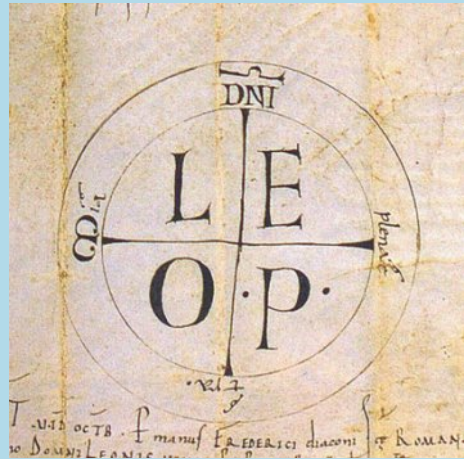


Abb.: Monogramm von Papst Leo IX.



Abb.: Monogramm von Friedrich III.



Abb.: Monogramm von Franz Josef I. von Österreich

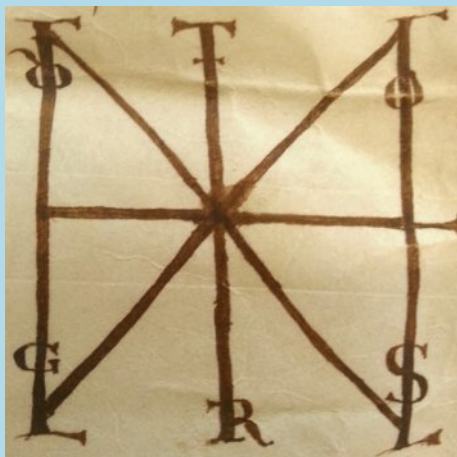


Abb.: Monogramm von Heinrich VIII.

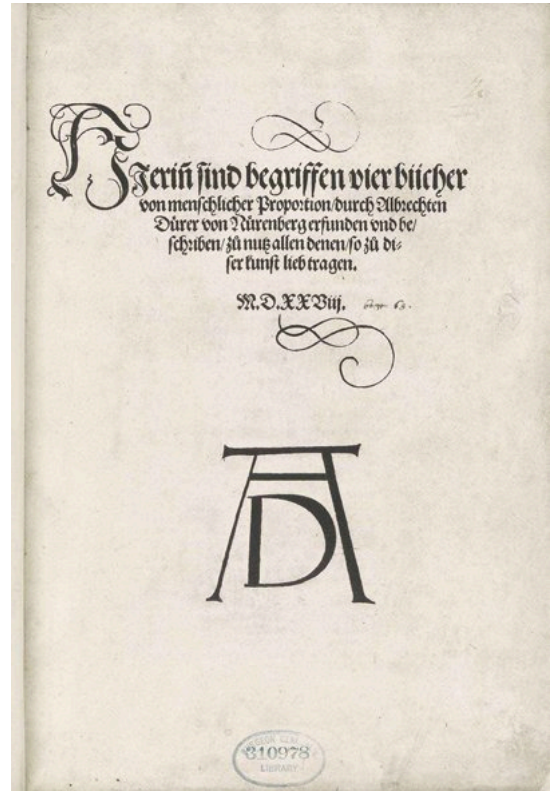


Abb.: Monogramm von Mark Twain

ALBRECHT DÜRER

Sein weltbekanntes Monogramm

Der erste Künstler, der seine Werke kennzeichnete, war Alfred Dürer (1471-1528). Hierbei setzte er die Zeichen seines Namens ein, ein großes „A“ und das „D“ darunter gestellt. Über das „A“ schrieb er die Jahreszahl des signierten Werkes. Albrecht Dürers zahlreiche Selbstdarstellungen zeugen von der steten Bemühung des Nürnbergers, in seiner Kunst persönliche Präsenz zu wahren. Diesem Zwecke diene auch das wohlbekannte Dürer-Monogramm, welches der Künstler konsequent verwendete und insbesondere in den druckgrafischen Kompositionen zu einem Substitut seiner selbst verlebendigte. Dürer verlieh seinen Initialen eine außergewöhnliche Wirkungsmacht, welche Künstler aus mehreren Generationen und Regionen zur Nachahmung anregte. Heinrich Aldegrever, Albrecht Altdorfer, Ambrosius Bosschaert d.Ä. und Hans Hoffmann nutzten die Nachahmung des Dürer-Monogramms, um Aussagekraft und Wirkungspotenzial ihrer eigenen Kunst zu erhöhen. Gemeinsam ist allen Nachahmungsformen des Dürerschen Monogramms die raffinierte Instrumentalisierung des Täuschungseffekts zur Herausstellung der eigenen künstlerischen Position und eigener malerischer Virtuosität. Eine wenn auch kurzzeitige Verwechslung mit Dürer konnte beispielsweise Heinrich Aldegrevers Anspruch auf die Nachfolge des berühmten Meisters effektiv als berechtigt erweisen. Die Vortäuschung des Dürer-Signets in den Monogrammierungen Altdorfers, Bosschaerts und Hoffmanns konnte zudem das



Schrift von Alfred Dürer mit seinem Monogramm

Potenzial ihrer Kunst zur Illusion des Lebens und der Natur stärken. Im Verlauf des 20. Jahrhunderts wurden Albrecht Dürers Ruhm und die Rezeption seiner Kunst häufig zum Gegenstand kunsthistorischer Publikationen. Dabei blieb die Nachahmung des Dürer-Monogramms weitestgehend von der Forschung unbeachtet.

(Quelle: Text von [Ksenija Tschetschik-Hammer](#))

Abbildung rechts:

Alfred Dürer, Selbstbildnis mit Pelzrock
Jahr: 1500 - Mit der Jahreszahl über dem Monogramm

1500

AD

Alberus Durerus Noricus
ipsum me proprijs sic effin-
gebam coloribus quatis
anno xxviii.



SPEISEKARTEN

Formate miteinander kombinieren

Früher nannte man das Gestalten einer Speisekarte in der Branche eine „Königdisziplin“. Heute kann man sich für kleines Geld online aus unendlich vielen Vorlagen bedienen. Und trotzdem muss man einige Dinge beachten, auch Vorgaben der Ämter für das Deklarieren von Zusatzstoffen. Da ist man auf den Auftraggeber angewiesen, er muss dem Gestalter die nötigen Informationen zur Verfügung stellen. Aber nicht nur das. Wer Speisekarten plant, muss diese in verschiedenen Formaten umsetzen und liefern. Karten werden am Platz dem Kunden angereicht (vielleicht auch als Tischaufsteller), im Aushang vor dem Lokal in einer Vitrine platziert, vielleicht noch als Falzflyer, wenn man z.B. einen Lieferservice betreibt, und nicht zu vergessen, verschiedene Online-Version für die eigene Homepage, Handys und die sozialen Medien.

In diesem Artikel geht es weniger um die Gestaltung einer Speisekarte, vielmehr habe ich mir einmal Gedanken gemacht, wie man mit allen Formaten zurechtkommt und dem Kunden bei Preisänderungen schnell ein „Update“ liefern kann. Jetzt könnte man meinen, mit dem Affinity Publisher und der integrierten Datenzusammenführung (DZ) wäre das alles ein Kinderspiel. Leider nicht, denn dafür ist sie zu statisch aufgebaut. Einige Tests bestätigen das. Konnte man mit dem Publisher V 2.0 noch mehrere Excel-Tabellen verwalten, funktioniert das bei mir mit der neuen Version noch nicht. Was also tun?

Experimente vermeiden: Bevor man sich mit dem Layout und der Gestaltung einer Speise-

karte auseinandersetzt, ist es sinnvoll, wenn der Kunde erstmal alle relevanten Daten liefert. Wenn er eine Word-Datei liefert, geben sie dieser Datei einen eindeutigen Namen. Ich hänge immer ein „REF001“ (Referenznummer) an den Dateinamen an, so weiß ich immer, wo ich stehe, und bei Absprachen per E-Mail kann man sich immer auf die letzte Datei beziehen. Hat der Kunde geliefert, sieht man schon den Umfang an Text, der verarbeitet werden muss. Im besten Fall hat der Kunde sein Angebot schon ordentlich in Gruppen unterteilt. Schmeißt er die Getränke mit den Hamburgern durcheinander, gebe ich die Datei zurück – die Struktur muss von Kunden kommen.

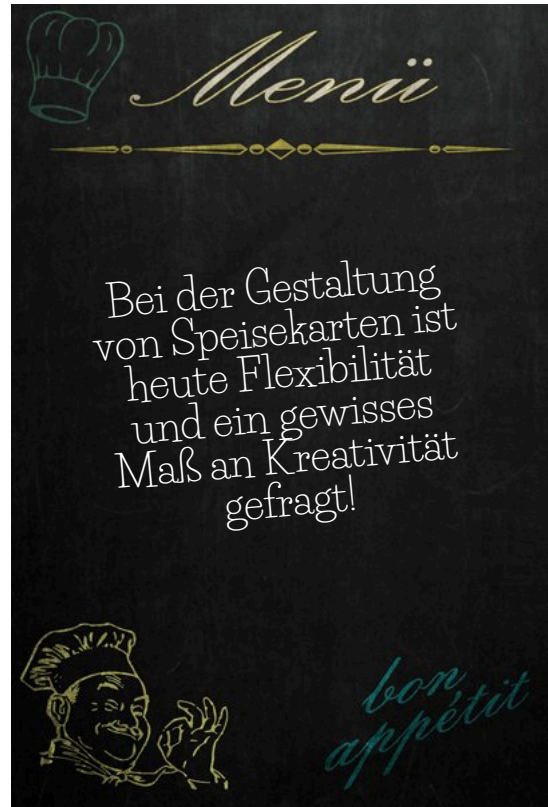
Absprachen mit dem Kunden: Es liegt in der Natur der Sache, dass jede Änderung, auch später bei Preisanpassungen, mit dem Kunden besprochen werden müssen. Jeder Schritt sollte dokumentiert werden. Dazu gehören auch die Angaben der Zusatzstoffe. Sind sie in der Word-Datei mit aufgeführt, ist alles in Ordnung. Muss man dem Kunden hinterherrennen, muss man auf Vollständigkeit bestehen. Man stelle sich vor, die Speisekarte wird geliefert, aber es fehlen noch einige Angaben. Hier sind Missverständnisse vorprogrammiert und die werden dem Gestalter nicht bezahlt.

Das Corporate Design: Sind bei einem Kunden grafische Grundelemente vorhanden, müssen diese im Layout verwendet werden. Das wird immer dann interessante, wenn ein Restaurantbetreiber einen anderen Grafiker wählt. Hier ist zu überlegen, ob alle Grafiken mit Hilfe des Affinity Designers neu erstellt und als ASSET zur Verfügung gestellt werden. Das gilt natürlich auch für neu angelegte Grafiken.

Die Orientierung: Ich orientiere mich nach der Hauptspeisekarte. Wünscht der Kunde ein Din A4-Format, beginne ich mit der Gestaltung in diesem Format. Dabei lege ich für jedes Text-Element einen eigenen Textstil an. Wünscht der Kunde danach noch ein beidseitiges Din A3-Format für seine Außenvitrine, kann man mit einer Kopie der Hauptspeisekarte arbeiten und das Dokumentenformat sowie die Textstile anpassen. Wechselt man hier von einem Falz-Flyer-Format zu einem A3-Poster, muss der Inhalt der Speisekarte umgebaut werden. In Absprache mit dem Kunden kann das Posterformat auch aus einer Din A4 Karte gedruckt werden. Natürlich geht auch der umgekehrte Fall. Weiß man als Gestalter, welche Formate benötigt werden, kann man auch mit einem Posterformat beginnen und für das kleinere A4-Format ein kleineres PDF drucken lassen. Hier spart man Zeit.

Je nach Auftrag wäre auch die Gestaltung mit dem Affinity Designer interessant. Gerade für digitale Speisekarten könnte man alle Einzel-seiten mit ARTBOARDS steuern. Werden Druck-produkte benötigt, ist es ein Leichtes, die einzelnen Seiten im Publisher „umzugruppieren“.

Mehrere Textstile: Legen Sie sich Textstile für die Grundkarte an. Überschrift, Normaltext und Legendentext. Benennen Sie diese Stile mit einem eindeutigen Namen. Zum Beispiel wären Namen wie Überschrift A4, Normal A4 und Legende A4 sinnvoll. Für weitere Formate kopieren Sie diese Stile und passen Sie sie den Gegebenheiten an.



AUFKLEBER GESTALTEN

Genaue Maße sind gefragt

Schaut man sich bei den Online-Druckereien um, so findet man mittlerweile eine Vielzahl von Aufklebern, die man sich für die unterschiedlichsten Zwecke drucken lassen kann. Unter den Standard-Stickern findet man Aufkleber mit vorgegebenen Größen, aber auch mit freien Größen. Dazu gibt es vegane, statisch haftende und auch wiederablösbare Aufkleber. Hier muss man aber immer beachten, ob die Formate für innen oder/und außen geeignet sind. Sollen Sticker blickdicht sein, für das eigene Auto geeignet sein oder ein Hologramm tragen.

Da ist man als Anwender schnell überfordert. Hier lohnt sich immer ein Blick in die genauen Beschreibungen der Aufkleber. Alleine für den normalen runden Sticker findet man bei „Wir machen Druck“ drei verschiedene Größen. Mit den Endformaten 9,5 x 9,5 cm, 14,8 x 14,8 cm und 21,0 x 21,0 cm. Passt hier die Größe nicht, kann man auf ein „freies Format“ ausweichen oder viele weitere Formate wählen. Da findet man dann Aufkleber im Format 4,2 x 19,6 cm, 5,0 x 9,0 cm, 7,2 x 21,0 cm und viele mehr. Und wer es außergewöhnlich mag, kann sich auch Sticker mit einer fühlbaren Oberfläche fertigen lassen.

Geschlitztes Trägermaterial: Hier ein kleiner Tipp: Schauen Sie, wie die Rückseite des Aufklebers beschaffen ist. Von Vorteil sind „geschlitzte“ Varianten, denn damit lassen sich die Sticker leichter abziehen, weil das Trägermaterial dann aus mehreren kleineren Einheiten besteht.

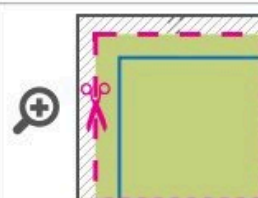
Vorlagen zum Download: Bei „Wir machen Druck“ findet der Anwender einen großen Vorteil. Zu fast jedem Druckprodukt gibt es eine Vorlage mit den genauen Maßen zum Download. Generell werden beim Anlegen der Druckdaten zwei Versionen unterschieden. Zum einen das „Endformat“ und zum anderen das „Datenformat“. In den meisten Fällen muss zum Endformat noch ein Beschnitt von 3 mm hinzugefügt werden. Enthält Ihr Aufkleber transparente Stellen, muss dies im Auftrag mit „Haftfolie transparent“ angegeben werden. Benötigt man dies nicht, kann man auch „Haftfolie weiß“ angeben.

Datenblätter: Anhand des passenden Datenblattes (siehe rechte Seite) sieht man schnell, was die Druckerei benötigt. Da findet man dann meist noch einige Hinweise und Tipps, damit das Anlegen des Aufklebers ordentlich voranschreitet. Bei der Verarbeitung von Stickern gibt es zwei Möglichkeiten. Die Aufkleber werden erst nach dem Druck ausgestanzt, oder, meist im Digitaldruck, sind die Druckbogen schon vorgestanzt. Aus beiden Gründen sollte man seine Aufkleber strikt nach den Vorgaben anlegen.

Spezielle Formate: Findet man bei seinem Druckdienstleister kein passendes Format, kann man sich seine Wunschgröße auch anfertigen lassen. Das wird dann aber schnell sehr teuer, denn hier muss die passende Stanzform erst angefertigt werden. Für den Kleinanwender lohnt sich das sicherlich nicht.

Datenblatt

Rund-Aufkleber

**Datenformat: 101 x 101 mm**

Das Format, in dem Ihre Druckdaten angelegt sein sollten. In diesem Format enthalten sind: **3 mm Beschnitt**.

Dieser Beschnitt wird während der Produktion von uns entfernt. Bitte legen Sie Hintergründe und randabfallende Objekte immer bis an den Rand Ihres Datenformats an, um weiße Seitenränder zu vermeiden.

Endformat: 95 x 95 mm**Gestanztes Endformat: Ø 95 mm**

In diesem Format erhalten Sie Ihr fertiges Druckprodukt.

Sicherheitsabstand: 6 mm

(auf allen Seiten)

Dieser wird vom Datenformat aus gemessen und verhindert unerwünschten Anschnitt Ihrer Texte und Informationen während der Produktion.

5 Tipps zur fehlerfreien Gestaltung Ihrer Druckdaten

Allgemein

Hintergrundbilder, Farben, Verläufe und Grafiken sollten unbedingt bis an den Rand des Datenformats angelegt werden, da produktionstechnisch kleinere Toleranzen beim Schneiden Ihres Druckproduktes auftreten können.

Farbmodus

Der Farbmodus Ihrer Druckdaten muss **CMYK** sein, da sonst nach dem Druckvorgang ein (leicht) veränderter, optischer Gesamteindruck entstehen kann. (Daten im RGB-Farbmodus werden automatisch durch uns nach **CMYK** konvertiert.)

Auflösung

Die Auflösung von Bildgrafiken sollte mindestens **300 dpi** betragen. Achten Sie darauf, dass Sie für Ihre Druckvorlagen immer hochauflösende Bilder verwenden, da Ihr Druckprodukt andernfalls (leicht) pixelig wirken kann.

Dateiformat

Speichern Sie Ihr Dokument im PDF-Format ab. Achten Sie darauf, Schriften einzubetten und (soweit als möglich) Transparenzen zu reduzieren.

Seiten(-reihenfolge)

Senden Sie mehrseitige Dokumente chronologisch in korrekter Reihenfolge als eine einzige PDF-Datei oder benennen Sie Einzeldokumente entsprechend mit fortlaufenden Seitennummern.

v. 1.0

GESCHENKPAPIER

Das eigene Weihnachtspapier

Um Geschenke zu verpacken, kaufen wir meist fertige Papiere im Fachhandel. Man kann sich das eigene Geschenkpapier aber auch ganz individuell selbst herstellen und dann als Poster in einer Druckerei drucken lassen. Ob für einen Geburtstag oder, wie hier erklärt, für das Verpacken eines Weihnachtsgeschenks. Dafür ist der Affinity-Publisher wie geschaffen. Natürlich muss man sich genau überlegen, wie viel Meter man benötigt. Für ein A2-Poster im Querformat (59,4 x 42,0 cm), auf 100g Glanzpapier, zahlt man ca. € 15,00. Vielleicht nicht ganz so günstig wie im Geschäft, aber sicherlich mit einer persönlichen Note.

Die Motive

Auf der Suche nach dem passenden Motiv spielt immer auch der eigene Geschmack eine wichtige Rolle und die Bereitschaft, sich auf dieses Unterfangen einzulassen. Man muss das Rad nicht neu erfinden, denn mit größter Wahrscheinlichkeit wartet schon ein passendes Motiv in einer der vielen kostenlosen Bild-datenbanken, die man online einsehen kann. Die hier zur Erklärung abgebildeten Motive stammen alle von PIXABAY. Über das Suchwort „Weihnachten“ und „Muster“ findet man in den meisten Fällen etwas Passendes. Ein einfacher und schneller Weg zur Gestaltung eines Weihnachtspapiers ist ein Muster, das sich an den vier Seiten nahtlos wiederholt und passend vervielfältigt werden kann. Ein solches Muster ist hier abgebildet, mit den schwarzen Bäumen auf rotem Hintergrund.



Abb.: Weihnachtsmuster mit nahtloser Folge

Weihnachtspapier im Format Din A2

Man legt sich die passende Papiergröße im Publisher an und importiert das Einzelmuster in das Dokument. Wenn nötig, kann man es in der Größe noch anpassen. Legen Sie dieses Muster genau in der Mitte der Datei ab. Nun ist es sehr einfach, dieses Muster zu vervielfältigen und jeweils links und rechts an das erste Muster anzusetzen. Dabei spielt es keine Rolle, wenn die Muster aus dem Dokument herausragen. Hat man drei der Muster angeordnet, werden diese gruppiert (STRG+G). Nun ist es ein Leichtes, diese wiederum zu kopieren und oben, wie unten, anzusetzen. Dabei sollte man in das Dokument „hineinzoomen“ um zu schauen, ob es „Blitzer“ gibt. Wenn nötig kann man die Muster ganz leicht überlappen lassen, bis alles passt. Zum Schluss beschneidet man die überlappenden Elemente mit dem Werkzeug „Vektorzuschnitt“.



Abb.: Vervielfältigung eines Musters aus der Mitte heraus auf einem Din A2-Bogen



Abb.: Überstehende Elemente des Musters werden mit dem Werkzeug „Vektorzuschnitt“ an den Rändern abgeschnitten

Collage aus Einzelementen

Hier wird es etwas schwieriger, denn man muss sich erst einmal auf die Suche nach passenden Motiven begeben. Wer es völlig gewagt angehen möchte, kann natürlich auch völlig unterschiedliche Symbole, Figuren und Motive kombinieren. Hier gilt, dass man erst einmal „sammelt“. Im besten Fall liegen die Figuren im Vektorformat vor, so lassen sie sich leichter skalieren und, ganz wichtig, man kann den Hintergrund nach Belieben farbig anpassen. Bei der Anordnung sollte man darauf achten, dass im Muster nicht zu große Lücken entstehen. Eine weitere sehr schöne Variante bekommt man, wenn man Muster mit verschiedenen Hintergrundfarben anlegt und diese beim Zusammensetzen miteinander kombiniert.



Abb.: Sammlung einiger Einzelfiguren



Abb.: Muster mit zusammengesetzten, farblich unterschiedlichen Hintergründen



Abb.: Muster mit verschiedenen einfarbigen Hintergründen

DER GMIC-FILTER

Für Photoshop und Affinity Photo

Früher musste man sich für die unterschiedlichsten Foto-Effekte mehrere Filter auf den Rechner laden. Mit dem GMIC-Plugin werden heute viele Effekte abgedeckt. In Affinity-Photo kann man sich den Filter über die Einstellungen-Photoshop-Filter ins Programm holen. Schauen Sie sich die Affinity-Hilfe an, dort wird genau erklärt, wie man es macht. Wer sich näher mit diesem kostenlosen Filterpaket beschäftigen möchte, findet bei YouTube einige Videos dazu.

Je nach Rechner-Konfiguration kann das Laden des Plugins etwas dauern, dann kann man aber sehr flüssig damit arbeiten. Vorab sollten Sie ein Bild in Affinity-Photo laden. Dann rufen Sie über das Filtermenü GMIC auf. Der Filter besteht aus 2 Teilen. Das Plugin selbst und ein weiterer Eintrag, mit dessen Hilfe man den Ausgabepfad und ein Overlay-Foto festlegen kann.

Der Filter selbst kommt sehr aufgeräumt daher. Auf der linken Seite sind die Filter in Kategorien unterteilt, auf der rechten Seite sieht man das importierte Foto. Je nach Auswahl des Filters wird dann auch der Effekt rechts angezeigt. Man kann in das Bild hinein- oder herauszoomen, denn bei manchen Filtern sieht man nur einen Teil des Bildes. Am besten probiert man alle Kategorien einmal aus, um zu verstehen, was alles möglich ist.

Interessant sind die Effekte, bei denen sich ein Foto in verschiedene Zeichnungsstile verwandeln lässt. Oder man legt wert auf die Verfremdung eines Bildes. Das können verschiedene Bilderrahmen sein oder verzerrte Gebilde. Aktuell werden in 21 Kategorien 626 Filter ange-



Abb.: Die Website des Filters

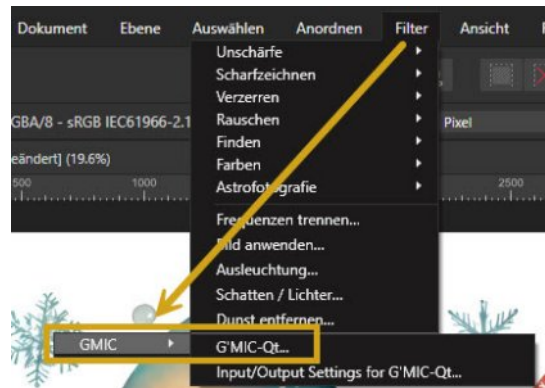


Abb.: Aufruf des Filters über das Menü „Filter“

geben. Mit den vielfältigen Schiebereglern pro Filter sind so fast unendliche Variationen möglich. Ganz unten links im Plugin-Fenster kann man über einen „Setting-Button“ weitere Einstellungen vornehmen, so auch die Möglichkeit, das Bild links oder rechts von den Filtern anzeigen zu lassen.

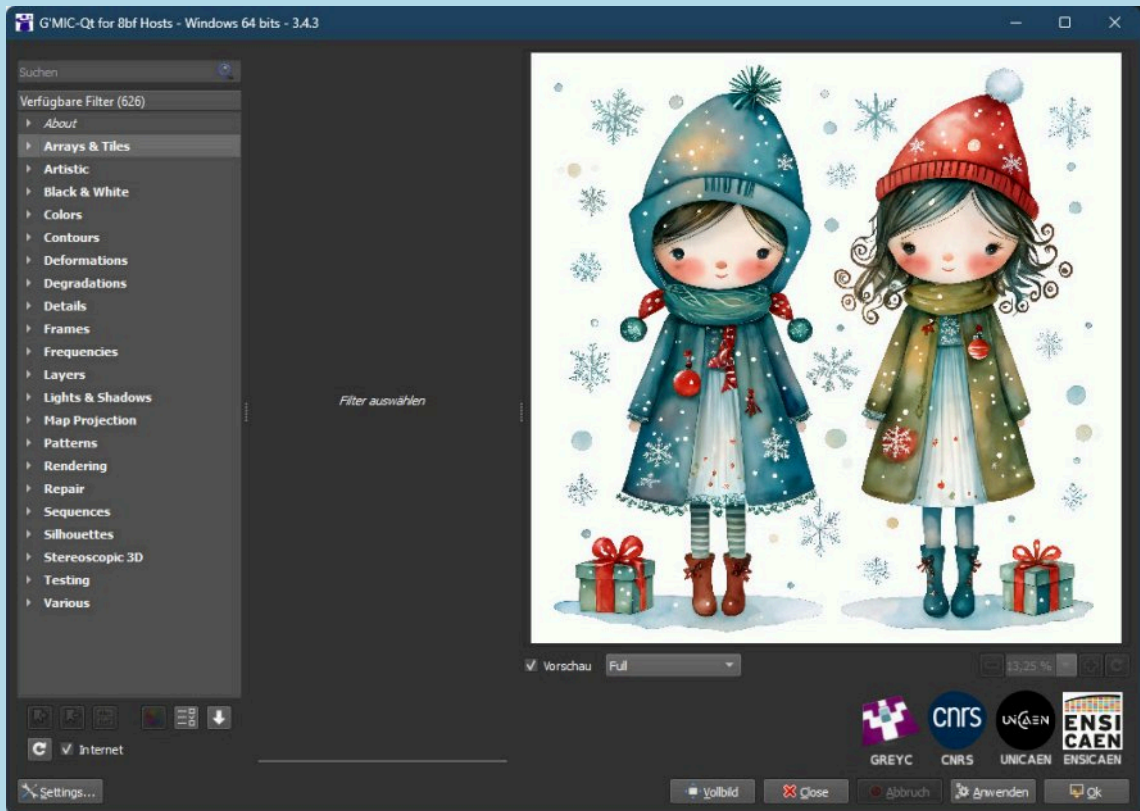


Abb.: Die aufgeräumte Oberfläche des Plugins. Links die verschiedenen Filter, rechts einige zusätzliche Funktionen

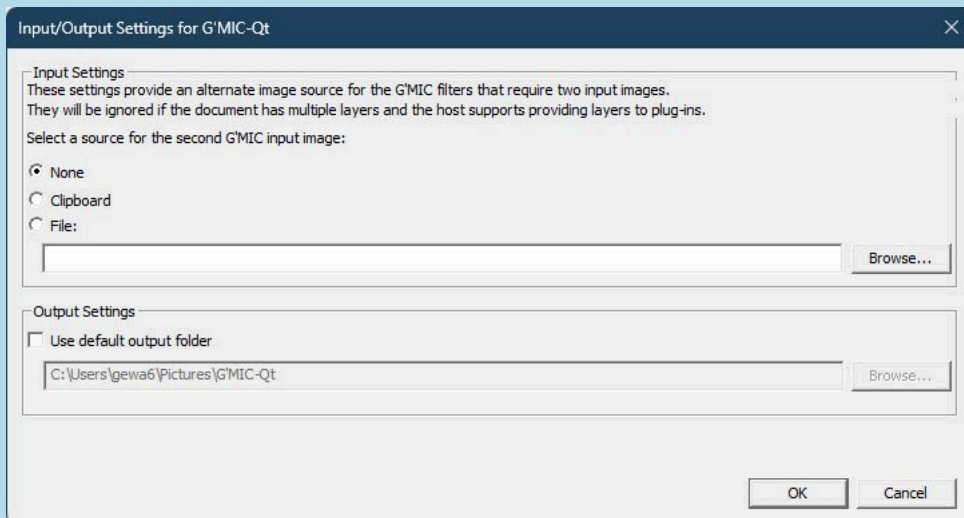
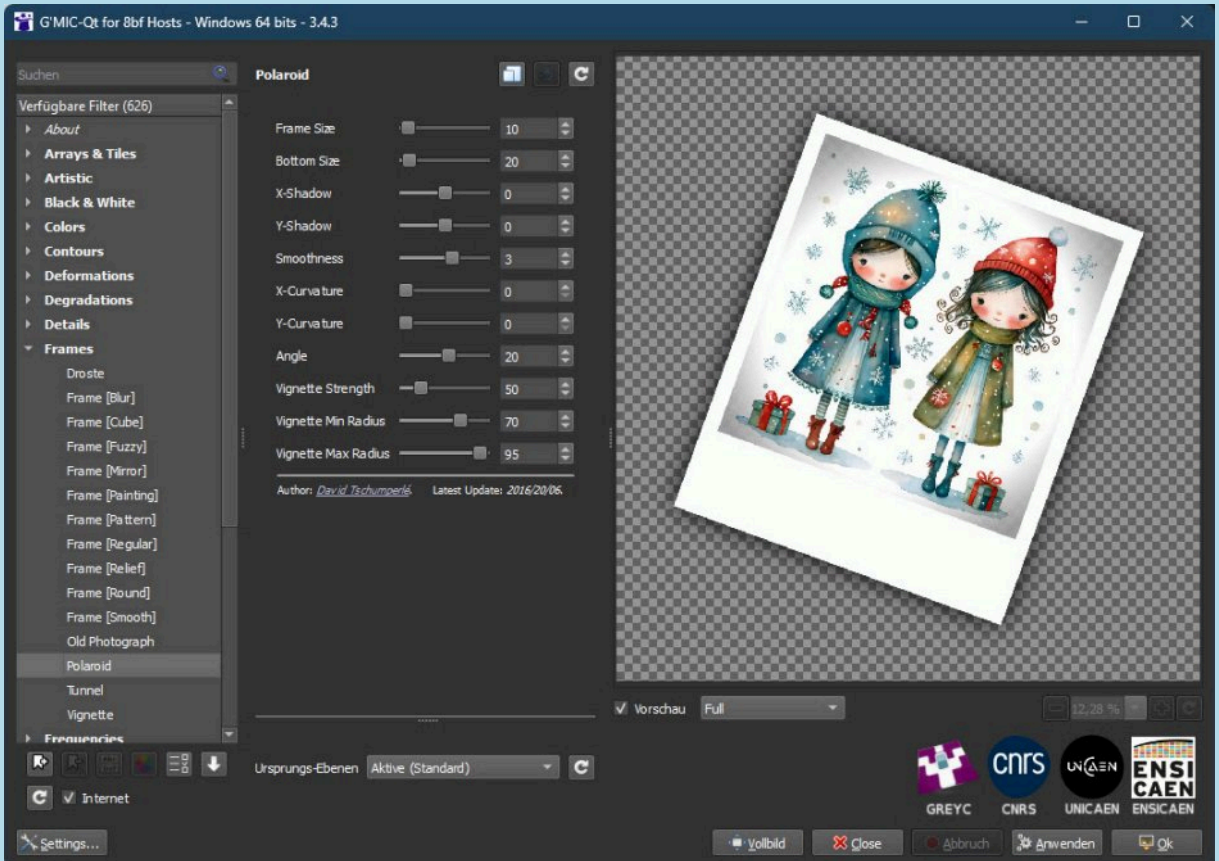
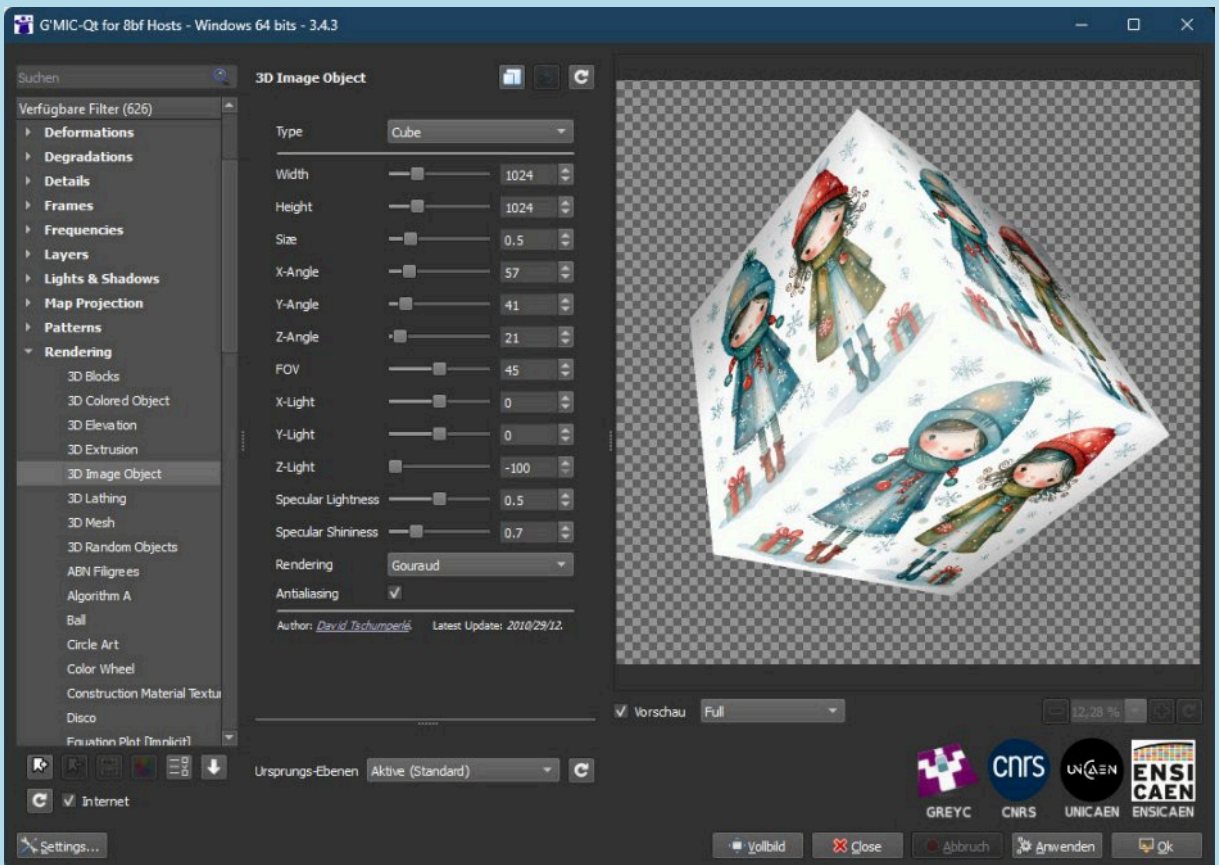


Abb.: Bei der Auswahl über das Filtermenü findet man einen zweiten Eintrag. Hier kann man Einstellungen für Overlay-Fotos und den Ausgabe-Ordner vornehmen



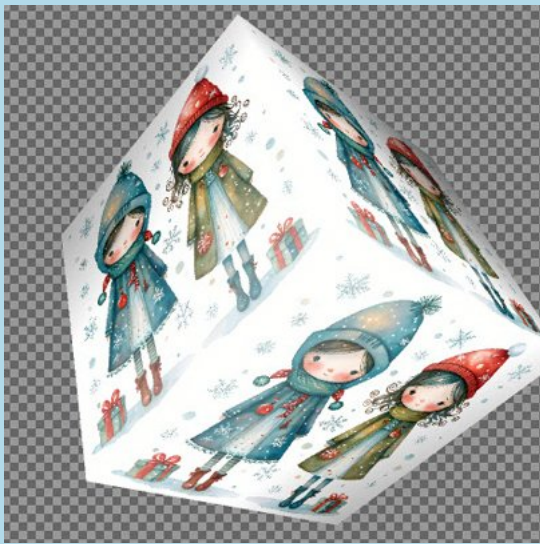


Abb.: Rendering Effekt, 3D-Image Object



Abb.: Frames, Painting Frame



Abb.: Taquin



Abb.: Frames, Polaroid



Abb.: Tiles, Puzzle



Abb.: Tiles, Loose Photos



1500

AD

Albrecht Dürer Natus
ipsum ut propriis sic effin-
gebant coloribus etatis
anno 1500.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

T-Shirts

Etiketten

Werbegeschenke

Verpackungen

Affinity-Suite V2.6



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER: Georg Walter

Steinackerstraße 12
53797 Lohmar
E-Mail: service@magazin62.de
Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“, „Affinity“ und „CANVA“ sowie anderen hier genannten Unternehmen besteht keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leser und Leserinnen

Dass man mit dem Affinity-Publisher nicht nur Bücher, Flyer oder Visitenkarten gestalten kann, sieht man bei einigen Angeboten, die in Druckereien aufgeführt werden. Diese bieten immer mehr auch Werbematerialien an, wie bedruckte T-Shirts, Tassen, Etiketten für Flaschen oder Produktverpackungen. Es ist mir eine Freude, Ihnen in diesem Heft die verschiedenen Möglichkeiten einmal aufzuzeigen. Hier habe ich mir eine Druckerei herausgesucht, die ein umfangreiches Sortiment für diese Sonderdrucksachen anbietet. „Wir machen Druck“. Der Anwender hat hier den Vorteil, dass er auf umfangreiche Datenblätter zurückgreifen kann. Diese zeigen mit den nötigen Abmessungen auf, wie eine Datei angelegt werden muss. Erwähnen muss ich hier aber auch, dass es zu keiner Zeit in irgendeiner Form ein wirtschaftliches Verhältnis zwischen der Druckerei und mir gab oder gibt. Deren Angebot nutze ich nur, um hier zu zeigen, was heute machbar ist. Wenn Sie einen eigenen Anbieter haben, nutzen Sie dessen Expertise.

Kurz vor Ende der Arbeiten an diesem Heft kann ich Ihnen noch einige Neuerungen der Affinity-Suite V2.6 präsentieren

Ich wünsche Ihnen wieder recht viel Freude beim Stöbern, Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

Druckvorlagen - Datenblätter

In diesem Heft werden einige Druckvorlagen der Firma „Wir machen Druck“ abgebildet. Diese dienen hier im Heft nur zur Veranschaulichung von Maßen für bestimmte Druckprodukte. Sie bleiben Eigentum des Anbieters.

DAS M62-Projekt

Vier Jahre im Dienst der Affinity-Anwender



Bei Facebook hatte ich es schon angekündigt. Geplant war, mein Projekt zum April 2025 auslaufen zu lassen und meine Website aufzulösen. Vier Jahre lang habe ich insgesamt 24 digitale Ausgaben und 3 Sonderhefte herausgebracht, die meisten Artikel zum Affinity-Publisher. Da steckte eine Unmenge an Arbeit drin, immer wieder neue Inhalte zu finden, war dabei nicht immer einfach. Ich habe mich nun doch anders entschieden. Damit auch weiterhin neue Anwender in den Genuss meiner Arbeit kommen, habe ich 2 Heftsammlungen mit jeweils 12 Heft-Ausgaben online gestellt und dieses Angebot wird bisher sehr gut angenommen. Seit langer Zeit ärgert mich aber auch die Politik von CANVA (Serif), denn seit einer gefühlten Ewigkeit doktort man an der Version 2.6 mit einer neuen Seiten/Masterseiten-Konstruktion herum. Bei dieser Politik findet man leider keine neuen Themen für eine neue Heftausgabe. Viele Anwender werden feststellen, dass man diese V2.6-Neuerungen

für normale Dokumente nicht benötigt und hier möchte ich jedem Anwender raten, erst einmal abzuwarten, bis die Kinderkrankheiten aus dieser Version beseitigt sind. Derzeit plane ich nicht, die gewohnte Heftnummerierung weiterzuführen. Vielmehr werde ich spezielle Themen aufgreifen. Mit diesem Heft möchte ich z.B. allen Lesern/Leserinnen die Möglichkeiten von Sonderformen näherbringen, die sich mit dem Thema Werbematerialien beschäftigen. Etiketten, Produktverpackungen, Trinkbecher und T-Shirts. Aus Zeitmangel werde ich meine Aktivitäten bei Facebook als Moderator in der Gruppe „Affinity Publisher Deutsch“ aufgeben, sicherlich aber immer wieder dort vorbeischaun und Hilfe leisten, wenn machbar. Dafür habe ich zu lange der Affinity-Suite die Treue gehalten. Ich darf hoffen, dass die Macher der Software noch die Kurve kriegen und sich wieder mehr in den Dienst der Anwender stellen.

ETIKETTEN GESTALTEN

Vom Klassiker zum freien Format



Druckereien bieten heute Etiketten in den unterschiedlichsten Größen und Formen an. Beim Angebot des Anbieters „Wir machen Druck“ verliert man da schnell den Überblick. Hier findet man Standardetiketten, Etiketten für eine maschinelle Verarbeitung, spezielle Etiketten für Flaschen bis hin zu unbedruckten Labeln für den eigenen Drucker zu Hause. Das Einsatzgebiet ist hier schier endlos. Der oben genannte Anbieter bietet u.a. gestanzte Etiketten im Rollenformat an. Sie sind kompostierbar, recycelbar, abwaschbar und beschreibbar. So kann man sich z. B. Etiketten für Wein-, Sekt- oder Bierflaschen drucken lassen, für Einmachgläser, die eigene Adresse zum Auf-

kleben auf Briefe oder für das Beschriften eigener Gewürzmischungen. Hier ist es wichtig, das richtige Trägermaterial zu wählen. Bei Etiketten für den Outdoor-Bereich sollte man das richtige Material wählen. Zu beachten ist auch, dass man für Sonderformate, die nicht direkt im Angebot sind, Zusatzkosten für die passende Stanzform zahlen muss. Achten Sie auch darauf, dass Etiketten kratzfest und leicht abziehbar sind. Dies wählt man bei der Auftragserteilung über ein Menü aus. Je mehr Etiketten man auf der Rolle wählt, umso günstiger wird es.

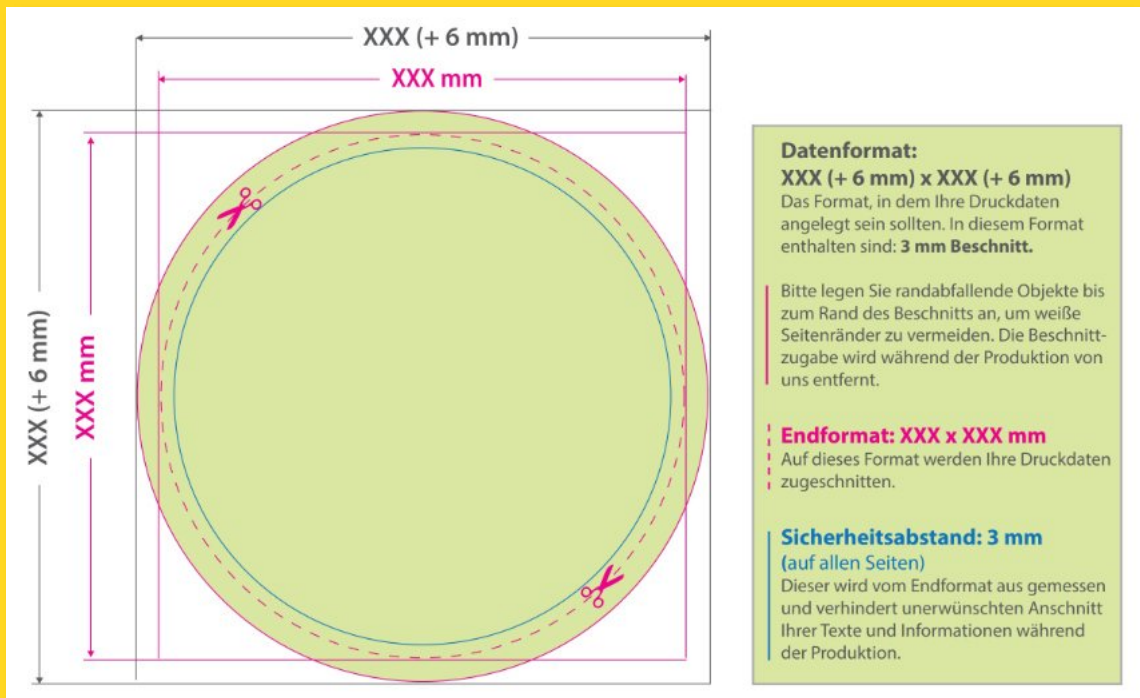


Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für runde Etiketten mit freiem Format

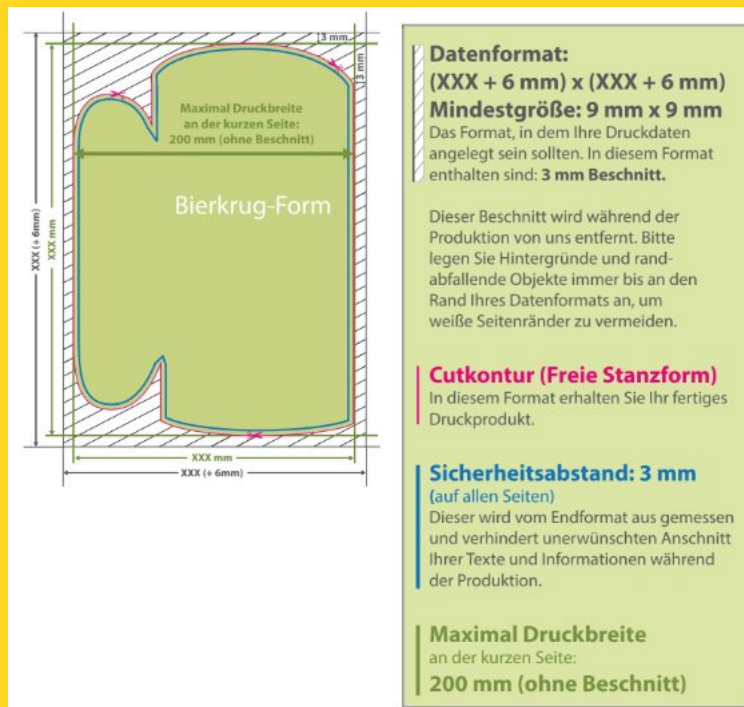


Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für einen Aufkleber im Bierkrug-Format

RUNDES ETIKETT NACH DRUCKVORLAGE

Passend zu den Maßen der Druckvorlage legt man sich ein Dokument an und zeichnet einen Kreis mit den inneren Maßen (ohne Beschnitt). In der Mitte dieses Kreises wird mit Hilfe der Form eines Rechtecks ein Teil ausgeschnitten.

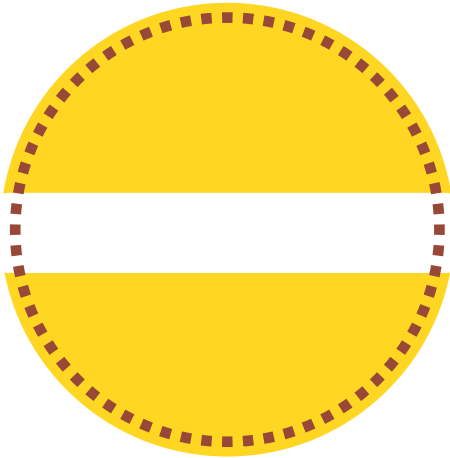


Abb.: Etikett mit unterbrochener Mitte und gestrichelter Kontur von 4 Punkt

Hier scheint später der rote Kreis durch. Dieser rote Kreis wird etwas größer angelegt (mit den Maßen des Beschnitts) und hinter dem gelben Kreis platziert. Hinzu kommen nun eine gestrichelte Kontur und der gewünschte Text.

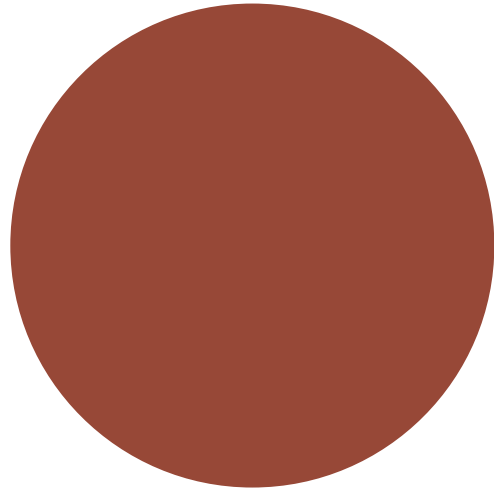


Abb.: Etikettenhintergrund inkl. Beschnitt von 3 mm

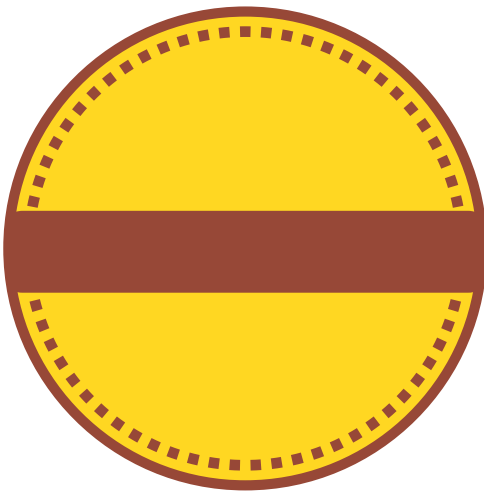


Abb.: Zusammengesetztes Etikett



Abb.: Zusammengesetztes Etikett mit Schriftzug

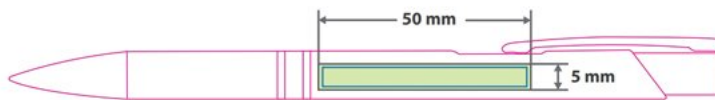
WERBEARTIKEL

„Give aways“ für Kunden



Es ist schon erstaunlich, in welcher unterschiedlichen Vielfalt man Werbeartikel in einer Druckerei bestellen kann. Wer auf der Suche nach passenden „Give aways“ für seine Kunden ist, wird hier sicherlich fündig. In vielen Fällen wird das Trägermaterial vorgegeben, das Beschriften übernimmt man dann als Kunde selbst. Kugelschreiber, Bleistifte, Taschen, Tassen, Artikel für das Auto, Kosmetik, Werkzeuge, Textilien, Haustierbedarf, Kinderartikel und sogar Schokolade und Pralinen stehen hier zur Auswahl. Zusätzlich kann man dazu Geschenkboxen und Präsentationskartons bestellen. Schaut man sich bei „Wir machen Druck“ alleine die Artikel bei den Kinderartikeln an, findet man dort Windmühlen, Trillerpfeifen, Seifenblasen, Luftballons und Fotopuzzle wieder. Als Privatanwender wird man hier wohl weniger zugreifen, aber wer

passende Werbeartikel für seine Firma sucht, oder für ein Outdoor-Event, kann die Angebote nach passenden Utensilien durchsuchen. Bei vielen Artikeln bleibt meist nur Platz für das eigene Firmenlogo, wie bei Trillerpfeifen oder Luftballons, bei anderen findet man mehr Platz für seine Werbebotschaft. Für mich sticht hier die Schokolade heraus, ideal dazu geeignet, kleine Schokolollis, Schokoladen-Visitenkarten oder Tafeln unter das Volk zu mischen. Wer das mag, präsentiert sich oder die eigene Firma mit einer ausgefallenen Werbeaktion. Bei anderen Angeboten schüttelt man vielleicht nur den Kopf, aber der Sinn hinter all diesen Artikeln ist, einem breiten Kundenstamm so viel wie möglich anzubieten. Für viele dieser Werbeartikel findet man beim Druckanbieter Vorlagen, sogenannte Datenblätter.


Endformat: 50 x 5 mm

In diesem Format erhalten Sie Ihr fertiges Druckprodukt.

Sicherheitsabstand: 0,5 mm

Dieser wird vom Endformat aus gemessen und verhindert unerwünschten Anschnitt Ihrer Texte und Informationen während der Produktion.

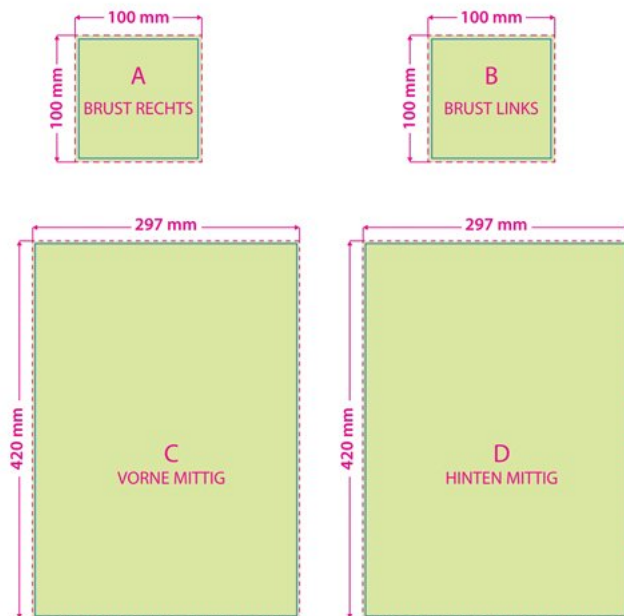
Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für die Beschriftung eines Kugelschreibers

T-SHIRTS

Drucken im Digital- oder Siebdruck

Das Bedrucken von T-Shirts ist seit geraumer Zeit fester Bestandteil vieler Druckereien. Zur Auswahl stehen unterschiedliche Farben, Modelle und Größen. Meist bestehen die Shirts aus 100% Baumwolle und werden bei kleinen Mengen im Digitaldruck und bei großen Mengen im Siebdruck gefertigt. Als Motive kommen Bilder, Texte oder Logos infrage, bei einigen Angeboten ist ein beidseitiger Druck möglich. Der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt. Einige Druckereien bieten auch T-Shirts mit fertigem Logo zu bestimmten Themen wie Abitur, Fußball oder Golf an. Da braucht man sich um nichts zu kümmern. Wichtig ist, dass man sich an die Vorgaben hält,

denn schnell läuft ein Motiv „aus dem T-Shirt heraus“ und sieht dann beim Tragen nicht mehr symmetrisch aus. Bei der Motivwahl für farbige Shirts sollte man zudem darauf achten, dass sich das Motiv gut vom Hintergrund des Shirts absetzt. Gelbe Flächen auf einem gelben Shirt kommen nicht zur Geltung. Im Premiumbereich kann man sich Baumwoll-Shirts mit einer Grammatur zwischen 145g/m² und 185g/m² fertigen lassen. Qualitätsabstufungen findet man bei Organic-T-Shirts, Basis-Varianten und für Preisbewusste im Budget-Segment, wobei man hier Qualitätseinbußen einkalkulieren muss.



Endformat: 100 x 100 mm
 (maximale Druckfläche Brust)
 Das Format, in dem Ihre Druckdaten angelegt sein sollten.

Endformat
Vorne mittig: 297 x 420 mm
Hinten mittig: 297 x 420 mm
 Das Format, in dem Ihre Druckdaten angelegt sein sollten.

Sicherheitsabstand: 3 mm
 Dieser wird vom Endformat aus gemessen und verhindert unerwünschten Anschnitt Ihrer Texte und Informationen während der Produktion.

Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für ein T-Shirt, Vorder- und Rückseite



TASSEN, DOSEN, BECHER

Trinkvergnügen mit eigenem Motiv



Auf der Suche nach einem passenden und ausgefallenen Geschenk kommt für Sie vielleicht eine bedruckte Tasse, ein Trinkbecher oder eine Getränkedose infrage. Hier kann man zwischen unterschiedlichen Varianten und Ausführungen wählen. Fototassen, Tassen mit einer Gravur, Glastassen, Tassen mit einem Deckel aus Bambus oder Tassen im Vintage-Stil. Dazu zählen auch Keramiktassen, Bierkrüge oder Glühwein-Tassen. Und als wäre das noch nicht genug, kann man sich gleichzeitig die passende Umverpackung mit eigenem Motiv drucken lassen. Schauen Sie sich ruhig einmal die Skizze zur Verpackung an. Hier kann man für eigene Projekte sehen, wie so eine Verpackung aufgebaut ist. Für das Motiv einer Standardtasse legt man im Publisher eine Datei mit den Abmessungen 190 x 80 mm bei 300 dpi an, für eine Getränkedose nutzt man die Maße 170 x 120 mm. In diesem Bereich kann man sein Wunschmotiv gestalten. Bei einer Tasse gilt es, zu beachten, dass der Druck von einer Seite des Henkels zur anderen aufgetragen wird. Man sollte sein Design also immer von der Mitte der Vorlage anlegen, damit es auf der Tasse am besten zur Geltung kommt. Auch für den

Outdoor-Bereich findet man Angebote. Edelstahl-tassen, Tassen aus Emaille, To-Go-Becher oder Isolierbecher. Achten Sie auch auf die Ausführungen und dem damit verbundenen Fassungsvermögen. Bis zu 400ml Inhalt sind zum Beispiel bei Edelstahltassen möglich. Man sollte sich als Neuling unbedingt die Datenblätter herunterladen und diese genau studieren. In den meisten Fällen handelt es sich um leicht anzulegende Dateien mit klaren Abmessungen.

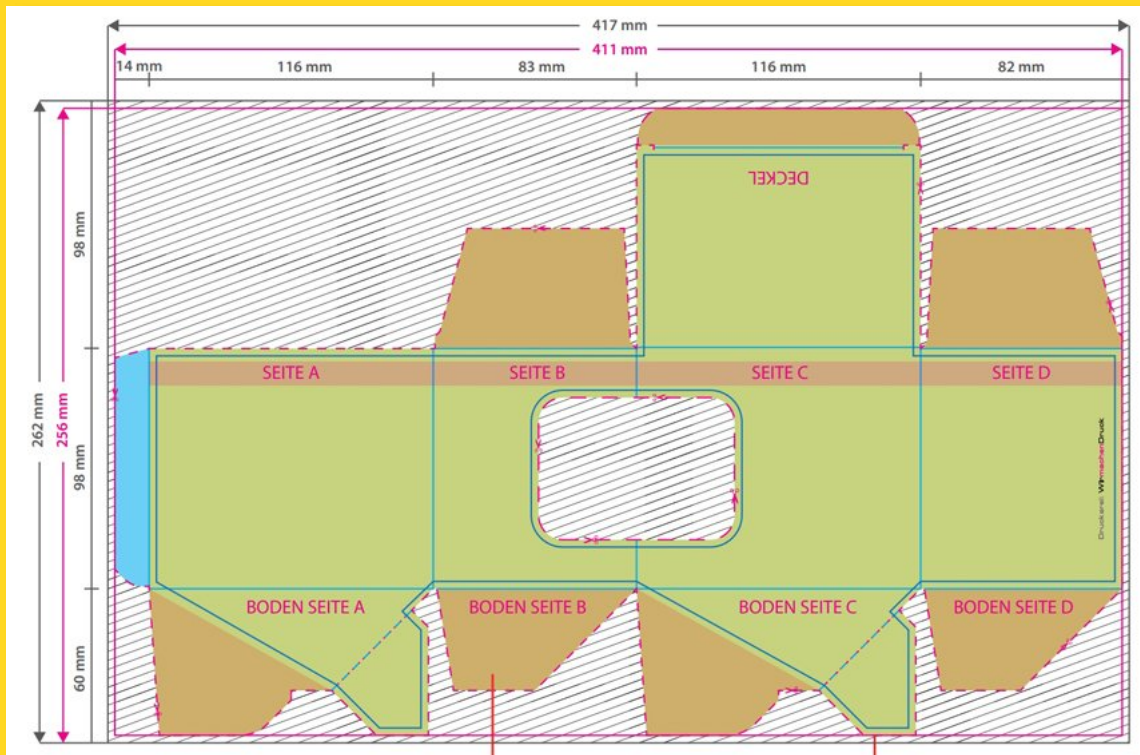


Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für eine Tassen-Verpackung



Abb.: Beispiele von selbst gestalteten Tassen

TÜRANHÄNGER

„Bitte draussen bleiben“

„Bitte nicht stören“. Mit diesen Worten könnte man einen Türanhänger betiteln. Dabei ist die Gestaltung schnell gemacht. Man lädt sich die Vorlage herunter, platziert sie in einem Publisher-Dokument mit 300 dpi und baut sie dann nach. Mit den angegebenen Abmessungen zieht man ein Rechteck auf, setzt einen Kreis oben mittig an und zieht dann das Rechteck bis auf die Mitte des Kreises zurück. Das Rechteck versieht man unten mit zwei abgerundeten Ecken, oben nicht. Dann markiert man den Kreis und das Rechteck und

verbindet sie über das Menü „Ebene – Geometrie – Hinzufügen“ zu einem einzelnen Objekt. Das Loch im oberen Bereich des Anhängers gestaltet man mit der Form „Abgerundetes Rechteck“. Unten links ist die Form gerade. Sie müssen also dieser Seite eine gerade „Ecke“ zuweisen. Zum Schluss zieht man das Loch über das Menü „Ebene – Geometrie – Subtrahieren“ vom Rechteck ab. Als letzten Schritt wandelt man mit der rechten Mouse-Taste die Form in einen Bilderrahmen um. Den Befehl finden Sie auch im Menü „Ebene“.



Abb.: Einstellungen für abgerundete Ecken



Abb.: Nachbau des Anhängers mit Hilfe von Formen

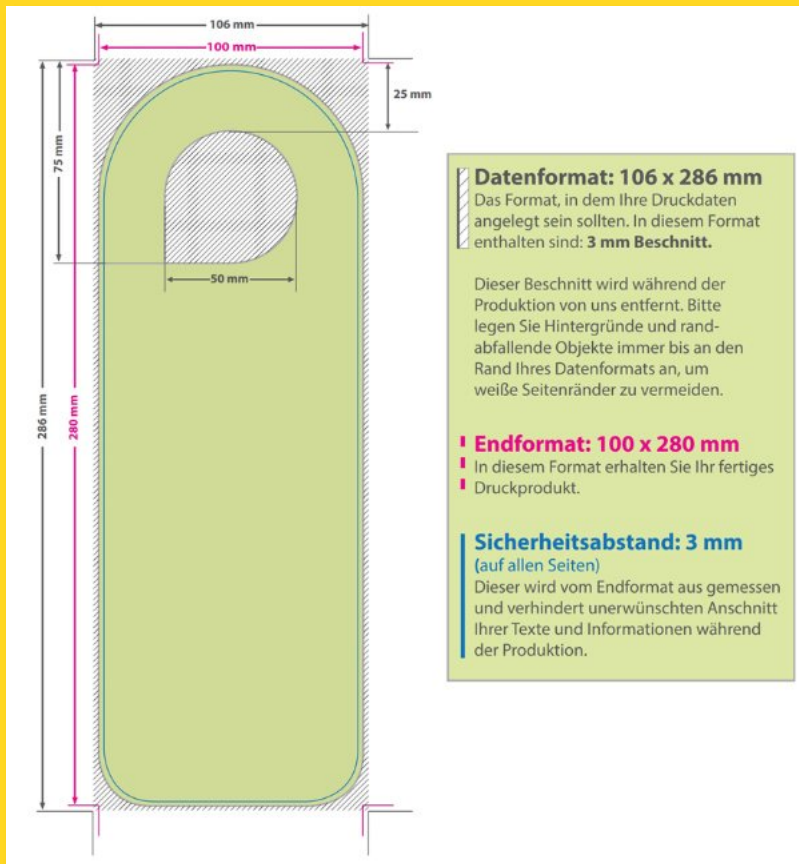


Abb. oben: Vorlage der Druckerei, **Abb. unten:** Beispiele von Türanhängern mit Türmotiven

PRODUKTVERPACKUNGEN

Mit komplexer Vorgehensweise



Hier muss ich vorab erwähnen, dass das Gestalten einer Produktverpackung mit Hilfe eines Datenblattes der Druckerei schon ein gewisses Können voraussetzt, denn man muss sämtliche Maße nachbauen. Es wäre besser, man hält nach Druckvorlagen Ausschau, die die meisten Druckereien auch anbieten. Ob Schachteln mit Tragegriff, Kissenverpackungen, Schachteln mit Klappdeckel, Stülpedeckelschachteln oder Thekenaufsteller, hier ist absolutes und akkurate Arbeiten nötig. Im Angebot sind meist Verpackungen in bestimmten Größen, mit mehreren Materialien wie Chromokarton, Naturkarton oder Kraftkarton. Als Verpackungsarten kann man Schachteln für Kugelschreiber, Flaschen, Schmuck, Geschenke oder Tassen auswählen. Es gibt sogar Verpackungen in Haus-Form.

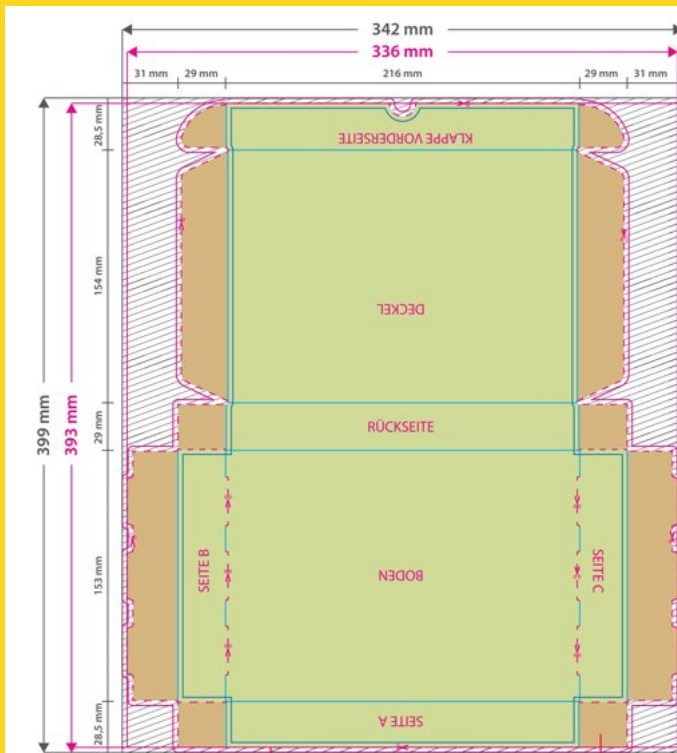
Druckvorlagen verwenden

Viele Druckereien bieten für diese Art von Produkten Druckvorlagen an. Diese findet man im PDF-Format, Ai-Format oder für InDesign (indd). Für den Publisher empfehle ich das PDF-Format. Diese Vorlage dient als Schablone und sollte über das Panel EBENEN mit dem Schloss

gesichert werden. So kann sie nicht verrutschen. Das InDesign-Format (indd) kann der Publisher nicht verarbeiten. Aus mir nicht verständlichen Gründen werden die PDF-Vorlagen im RGB-Modus angeboten. Das Dokument muss also noch in CMYK umgewandelt werden. Im Publisher macht man dies über die Dokumenteneinstellung.

Mit Hilfslinien arbeiten

Wenn man eine Druckvorlage im PDF-Format zur Verfügung hat, kann man diese im Affinity-Publisher öffnen. Nutzen Sie das PDF als Schablone und fixieren Sie diese in der EBENEN-Palette. Meine Vorgehensweise wäre wie folgt. Auf einer neu angelegten Ebene ziehe ich die Abmessungen mit Hilfslinien nach. So entsteht eine eigene Schablonen-Konstruktion. Nach und nach fülle ich die so entstandenen Bereiche mit den gewünschten Grafiken, Fotos, Texten und Hintergrundmustern. Sind alle Arbeiten erledigt, hebe ich den Schutz der PDF-Vorlage auf und lösche diese anschließend. Sie soll ja im Dokument nicht versehentlich mitgedruckt werden.



Datenformat: 342 x 399 mm

Das Format, in dem Ihre Druckdaten angelegt sein sollten.

Bitte legen Sie randabfallende Objekte immer **3 mm** größer an, um weiße Seitenränder zu vermeiden. Dieser Beschnitt wird während der Produktion von uns entfernt.

Endformat: 336 x 393 mm

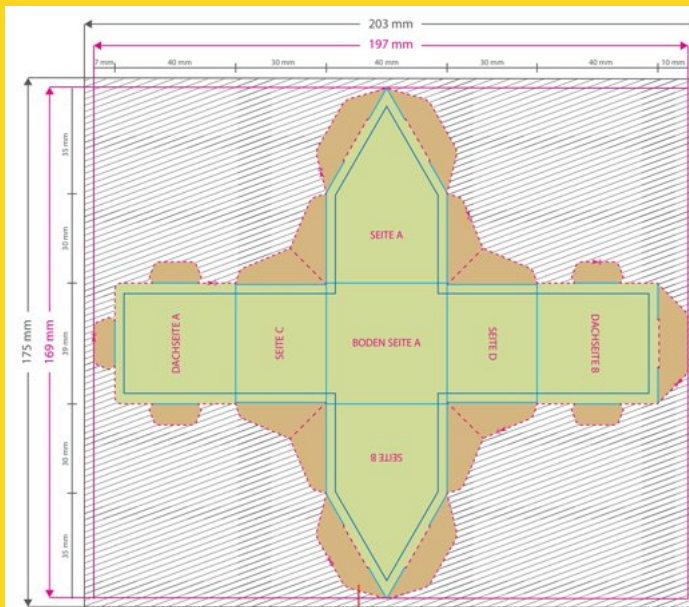
In diesem Format erhalten Sie Ihr fertiges Druckprodukt.

Sicherheitsabstand: 3 mm

(auf allen Seiten)

Dieser wird vom Endformat aus gemessen und verhindert unerwünschten Anschnitt Ihrer Texte und Informationen während der Produktion.

Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für eine Klappdeckel-Schachtel



Datenformat: 203 x 175 mm

Das Format, in dem Ihre Druckdaten angelegt sein sollten. In diesem Format enthalten sind: **3 mm Beschnitt**.

Dieser Beschnitt wird während der Produktion von uns entfernt. Bitte legen Sie Hintergründe und randabfallende Objekte immer bis an den Rand Ihres Datenformats an, um weiße Seitenränder zu vermeiden.

Endformat: 197 x 169 mm

In diesem Format erhalten Sie Ihr fertiges Druckprodukt.

Sicherheitsabstand: 3 mm

(auf allen Seiten)

Dieser wird vom Endformat aus gemessen und verhindert unerwünschten Anschnitt Ihrer Texte und Informationen während der Produktion.

Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für eine Schachtel in Haus-Form

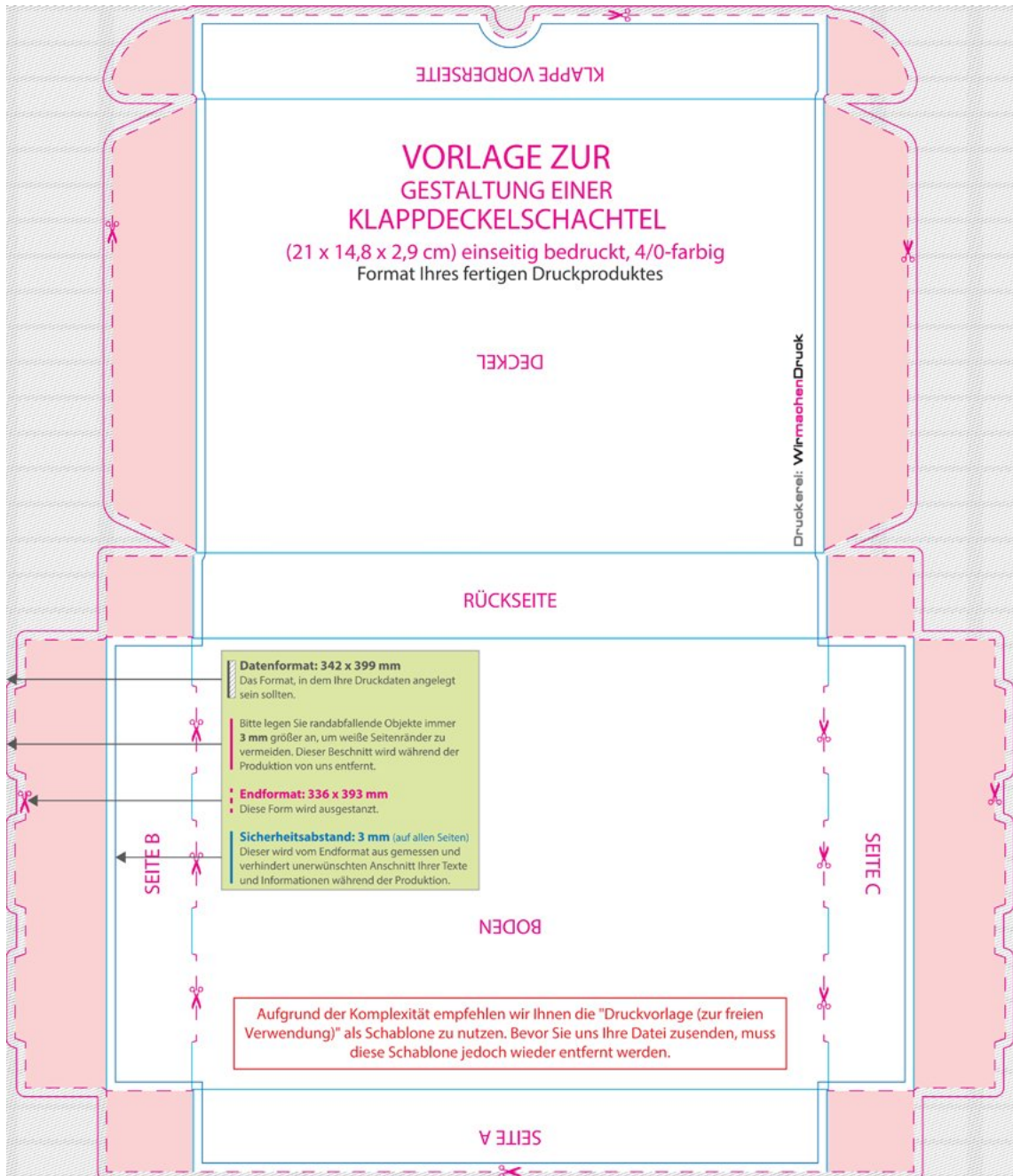


Abb.: Druckvorlage im PDF-Format (Wir machen Druck) für eine Klappdeckel-Schachtel
Die weißen Bereiche können mit eigenen Grafiken, Fotos und Texten bestückt werden

NEUES IN DER AFFINITY-SUITE V2.6

Rechtzeitig für dieses Heft wurde die neue Affinity-Version 2.6 veröffentlicht. Nach ersten Erkundungen laufen die Apps stabil. Sicherheitshalber sollten Sie aber nur mit Kopien bereits bestehender Dokumente arbeiten. Sicher ist sicher! Eines vorweg. Um in den Genuss des „**Maschinellen Lernens**“ zu kommen, muss man über die Einstellungen zwei Zusatzmodule (Segmentierung und

Hauptmotiv) installieren. Dies braucht man nur in einem Programm zu machen, es gilt dann auch für die anderen. Mir fällt sofort auf, dass bei einem vorhandenen Dokument im Publisher auf leeren Seiten die Einteilungen der Masterseite A nicht stimmen. Ziehen Sie einfach das Symbol der Masterseite erneut auf die leeren Seiten, dann stimmen die Einstellungen wieder.



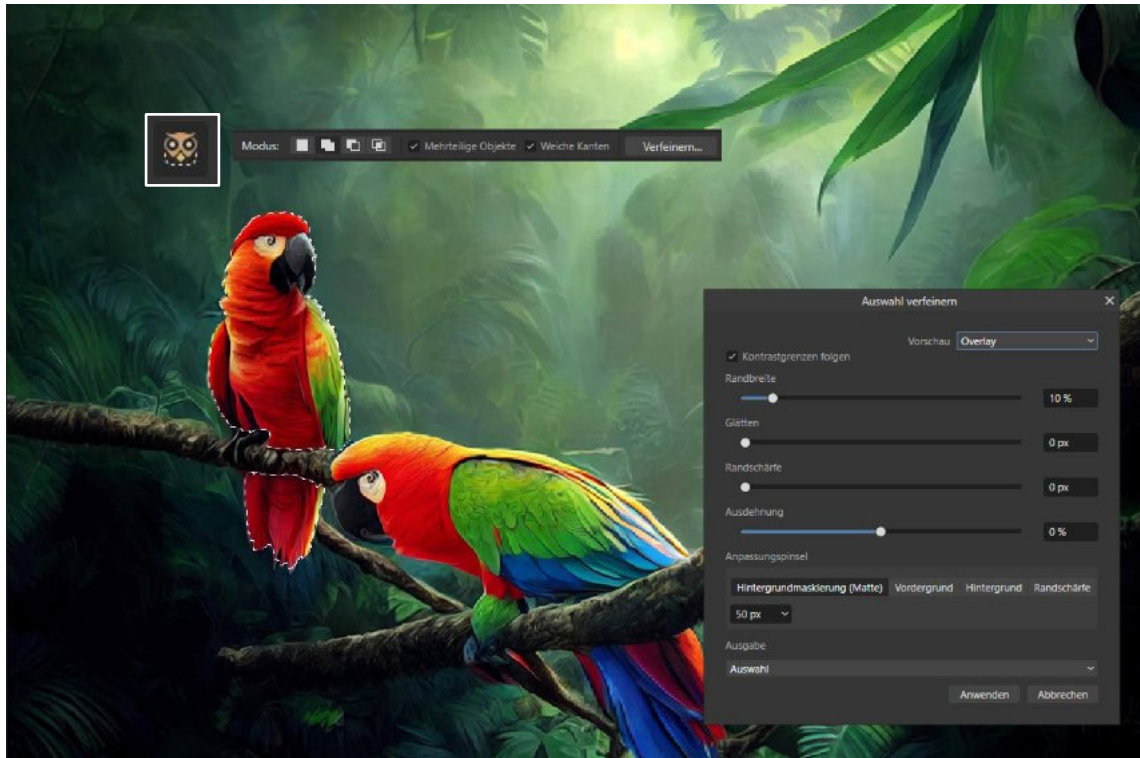
Abb.: Zusätze über die Einstellungen für „Maschinelles Lernen“ installieren

Was ist „Maschinelles Lernen“?

Dies sind Datenmodelle, um automatisch Objekte und Motive in einer Pixelebene oder einem platzierten Bild, auszuwählen. Diese Modelle müssen über die Einstellungen heruntergeladen und installiert werden. Bei knappem Festplattenplatz kann man die

Modelle jederzeit wieder deinstallieren. Sie gehören zu Affinity und kosten nichts. Durch diese Modelle werden Arbeitsschritte beschleunigt. Welche Systemanforderungen benötigt werden, entnehmen Sie bitte der Hilfe.

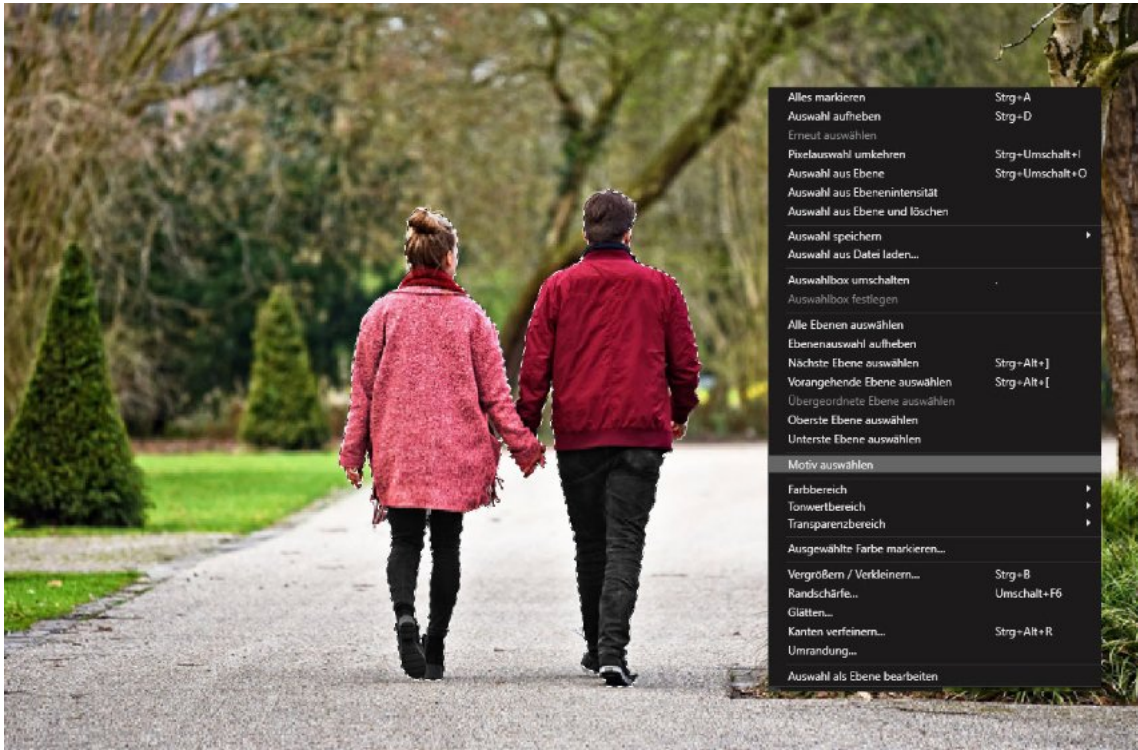
DAS OBJEKTAUSWAHL-WERKZEUG IN PHOTO



Dieses Werkzeug sieht aus wie eine Eule. Laden Sie ein Foto mit mehreren Motiven in Photo, wählen Sie das Werkzeug aus. Es verwandelt sich in eine Uhr. Mit dieser klicken Sie eines der Motive an. Die Uhr zeigt Ihnen, dass gerade im Hintergrund eine Verarbeitung stattfindet. Der Cursor verwandelt sich in ein Kreuz und das Motiv wird ausgewählt. Ist das Symbol aktiviert, kann man über eine Kontextleiste Bereiche addieren oder subtrahieren. Über einen Button „Verfeinern“ kann man ein Fein-

tuning starten. Möchte man das ausgewählte Motiv mit STRG+J in eine neue Ebene transformieren, muss man vorher das „Verschieben-Werkzeug“ wählen. Das gleiche Motiv lässt sich nicht noch einmal mit dem „Objektauswahl-Werkzeug“ anwählen, da es vom Programm ja schon „verwaltet“ wird. Es gibt Anwender, die bemängeln die Funktionsweise dieses Werkzeugs. Bitte beurteilen Sie das selbst!

HAUPTMOTIV IN PHOTO AUSWÄHLEN



In vielen Bildern sticht ein Hauptmotiv heraus. In der neuen Photo-Version kann man sich dieses Hauptmotiv nun automatisch markieren lassen. Öffnen Sie ein passendes Foto und wählen Sie im Menü „Auswählen – Motiv auswählen“. Je nach Rechnerleistung wird das vermeintliche Hauptmotiv im Foto markiert. Dies funktioniert aber nicht immer. Wenn zu viele Motive in einem Foto vorhanden sind, muss man hier eventuell noch nacharbeiten.

WEITERE VERBESSERUNGEN

Bisher wurde eine Farbe, die mit der Pipette im Panel FARBE oder KONTUR aufgenommen wurde nur in dem Farbfeld neben der Pipette aufgenommen. Nun wird die aufgenommene Farbe direkt auf ein markiertes Objekt angewendet. Dies gilt für alle 3 Affinity-Programme. In Photo und dem Publisher wurde die SerifLabs RAW-Unterstützung aktualisiert. Nun können zusätzliche RAW-Formate berücksichtigt werden, zudem wurde auch die Datenbank für die Objektiv-Erkennung aktualisiert. Im Publisher können jetzt QR-Codes mit Daten aus einer Daten-zusammenführungsquelle erstellt werden. Für alle drei Apps gibt es weitere Verbesserungen.

Eine Auswahlbox kann jetzt für Objekte um 90, 180 oder -90 Grad eingestellt werden. Für das Werkzeug „Konturbreite“ wurde eine Schaltfläche „Zurücksetzen“ hinzugefügt. Bei der „Checkliste“ gibt es jetzt Warnungen, wenn Textflüsse eine ungeeignete Skalierung enthalten. Vektor- und Pixelpinsel sind jetzt über ein Suchfeld durchsuchbar. Zudem wurden für PHOTO die Bedienungsmöglichkeiten erweitert. Dies beinhaltet u.a. das Wechseln von Bild- und RAW-Ebenen in die Develop Persona oder Liquify Persona sowie das Zurücksetzen von Rasterpinseln. Weitere Neuerungen entnehmen Sie bitte der Hilfe-Datei.

NEUES PANEL „LESEFOLGE“ IM AFFINITY-PUBLISHER

Mit diesem Panel steuert man Alt-Texte, die man in einem Publisher-Dokument einem Bild oder einem Text zuordnet. In einer exportierten PDF-Datei können diese Elemente zum Beispiel mit Bildschirmlesern vorgelesen werden. Im Panel kann man die Reihenfolge der Inhalte, wie sie vorgelesen werden, festlegen. In dieses Konstrukt werden Rahmentexte, Grafiktexte, Formtexte und Pfadtexte automatisch mit aufgenommen; zudem jedes Objekt, dem ein ALT-Text zugeordnet wurde. Die Lesereihenfolge basiert normalerweise auf der Position eines Objekts, also meist von oben nach unten und dann von links nach rechts. In der Publisher-Hilfe werden weitere Möglichkeiten beschrieben.



SEITENMANAGEMENT IM PUBLISHER

Ein wesentlicher Bestandteil der Neuerungen im Publisher ist die Verwaltung mehrseitiger Layoutseiten. Damit lassen sich faltbare Layoutseiten erstellen, zum Beispiel mit einer ausklappbaren Mittelseite, dreiseitige Faltbroschüren oder Broschüren mit einer Akkordeonfaltung. Über die Masterseiten lassen sich Rückenpositionen für Layoutseiten festlegen. Mit Hilfe eines Dialogfeldes oder Drag-and-Drop lassen sich Layoutseiten unkompliziert erweitern.

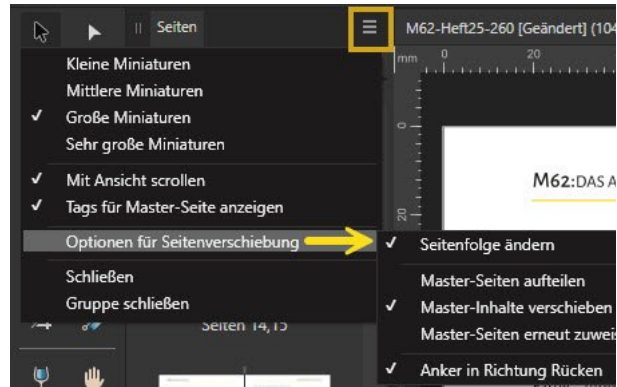


Abb.: Einstellungen im Panel Seiten

Anordnen von Seiten mittels Drag-and-Drop

Mit der Mouse kann man im Panel SEITEN jederzeit Seiten umschichten. Dabei hilft eine blaue Einfügemarke, die anzeigt, wo Seiten positioniert werden. Der Cursor zeigt, ob Seiten als neue Layoutseite eingefügt werden oder die als Ziel ausgewählte Layoutseite erweitert wird. Achten Sie darauf, dass diese Möglichkeiten davon abhängen, ob die Option „Seitenfolge ändern“ im Seiten-Panel-Menü aktiviert ist.

Farben für Masterseiten vergeben

Neu ist auch die Möglichkeit, einer Masterseite eine Farbe zuzuordnen. Klicken Sie dazu mit der rechten Mouse-Taste auf eine Masterseite und vergeben Sie im jetzt erscheinenden Menü eine Farbe. Die zugeordnete Farbe sieht man jetzt auch als Balken über den Seiten, denen die passende Masterseite zugeordnet wurde.

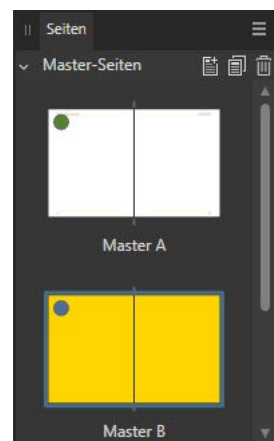
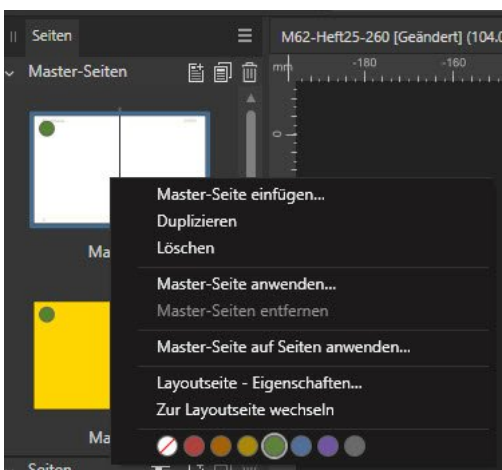


Abb.: Zuordnen von Farben auf Masterseiten, die Farben werden über den Seiten als Balken (rechte Abbildung) dargestellt

MEHRSEITIGE LAYOUTSEITEN

Ich bin ja schon einige Jahre in Sachen DTP unterwegs, aber leider erschließt sich mir die Logic hinter dieser neuen Seitenfunktion nicht. Mich ärgert es auch, dass diese Funktion in der Hilfe so schlecht beschrieben wird. Auch im Affinity-Kanal bei YouTube finde ich darüber bisher kein Video. Bei der Beschreibung dieser neuen Funktion habe ich mich an der Programm-Hilfe orientiert, da das Beschreiben dieser neuen Möglichkeiten doch sehr komplex ist. Der Publisher bietet hier zwei Methoden an. Zum einen als Masterseite, mit der man dann neue Publikationsseiten erstellen kann. Diese weisen dann genau dieselben Seitenzahlen, Seitenabmessungen und Rückenpositionen aus. Zum anderen durch das Erweitern bestehender Layoutseiten mit neuen Publikationsseiten. Diese Methode wird ein-gesetzt, um neue Seiten an einer gewünschten Position einzufügen. Oder man verschiebt vorhandene Seiten innerhalb des Panels SEITEN. Achtung: Hier muss man vorab im Menü des Panels „Seitenfolge ändern“ deaktivieren.

Erstellen einer mehrseitigen Masterseite

In der Hilfe wird empfohlen, mehrseitige Layoutseiten immer über eine Masterseite anzulegen. Hier muss man wissen, dass nach dem Anlegen einer Masterseite die Position ihres Rückens nicht mehr verändert werden kann. Möchte man mehrseitige Layoutseiten mit Vorder- und Rückseite entwerfen, bei denen der Rücken nicht genau in der Mitte liegt, erstellt man einfach zwei Masterseiten mit gespiegelter Rückenposition.

Seiten einfügen

Nun ist es möglich, neue Seiten im Panel SEITEN einzufügen, die optisch nicht der logischen Seitenanordnung folgen. Fügt man eine einzige Seite hinzu und wählt dabei „Layoutseite erweitern“, hat man plötzlich 3 Seiten nebeneinander stehen. Bei der Ausgabe als PDF-Datei stimmt die Anordnung zwar wieder, aber wer die klassische und für mich auch logische Vorgehensweise bevorzugt, kommt schnell ins Grübeln. Vielleicht liegt hier bei mir ein Denkfehler vor, aber ich kann mir dieses Vorgehen nur so erklären, dass man ein Layout über drei Seiten hinweg gestalten möchte. In der Hilfe findet man darüber kein Wort. Je nach Publikation kann man auch die Abmessungen einzelner Seiten verändern.

Export und Drucklegung

Hier verweise ich auf die Hilfe. Da wird darauf hingewiesen, dass man sich unbedingt VOR der Gestaltung der Inhalte für mehrseitige Layoutseiten mit seinem Druckdienstleister austauschen muss. Da wird auch ein Beispiel für eine Broschürenfaltung mit drei Seiten aufgeführt, wobei man in der Druckerei erfragen muss, um wie viel schmaler das Layout sein soll. Ich halte dieses Vorgehen für überzogen, da es im Vorfeld zum einen Zeit kostet und zum anderen – finden Sie einmal jemanden in einer Druckerei, der Ihnen diese Frage beantworten kann.

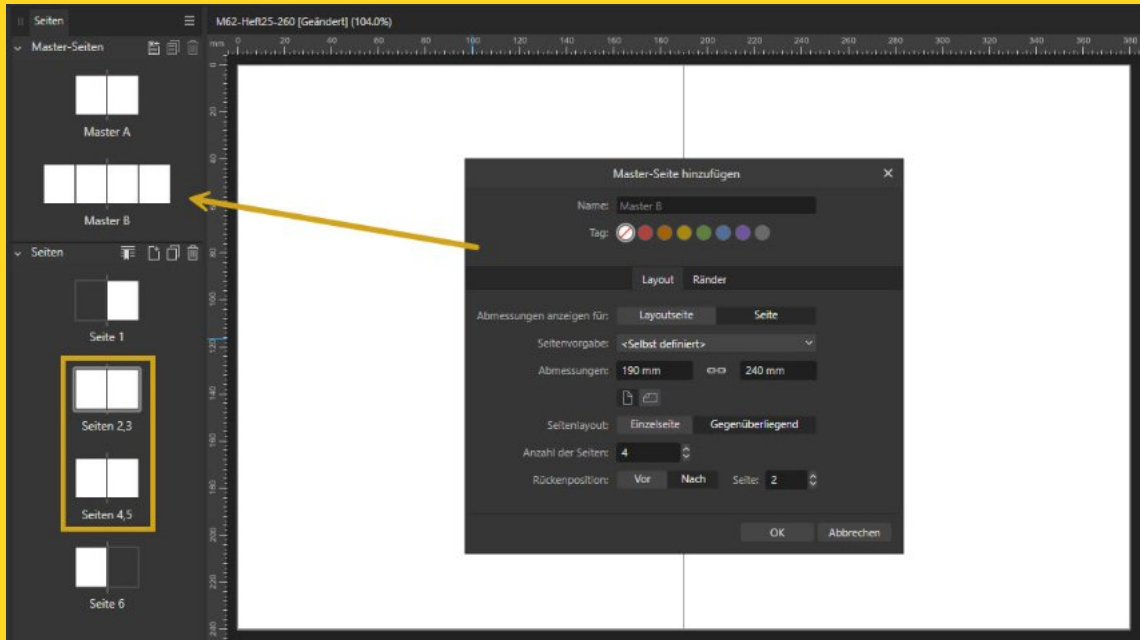


Abb.: Hier wurde eine Masterseite mit 4 Einzelseiten angelegt. Bei der Zuordnung dieser Masterseite auf die SEITEN (2 bis 5) sieht man, dass jeweils nur 2 Seiten angezeigt werden.

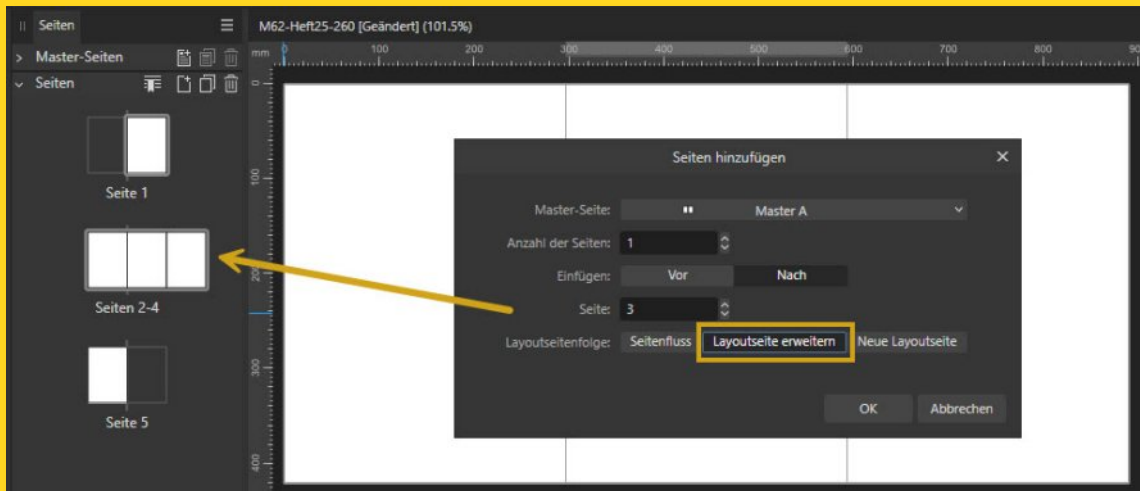


Abb.: Über das Panel SEITEN kann man auch einzelne Seiten einfügen



GENUINE DRAFT

197
1916

COLD
FILTERED

COLD
FILTERED

Miller

SINCE 1856

GENUINE DRAFT

America's Quality Beer
from the finest malted barley, selected
and choicest hops.

Filtered Beer

Miller

M62

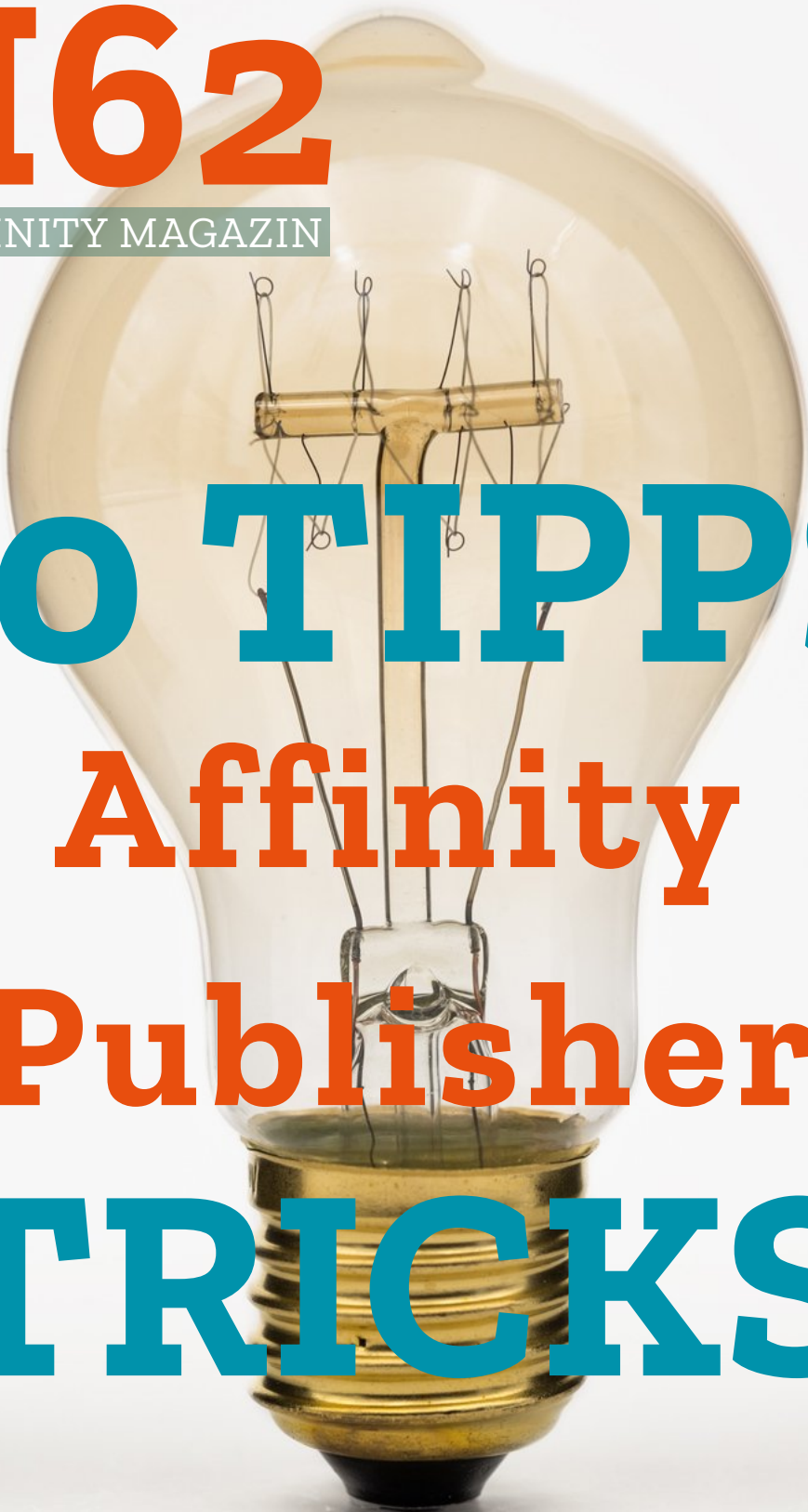
DAS AFFINITY MAGAZIN

50 TIPPS

Affinity

Publisher

TRICKS





Tipps & Tricks

Inhaltsverzeichnis

TEXT AUF MEHRERE SEITEN VERTEILEN	3	BILDUNTERSCHRIFTEN ALS ASSET SPEICHERN	26
RAHMEN- UND GRAFIKTEXT UMWANDELN	3	EFFEKTIVES ARBEITEN MIT ASSETS	28
WORD UND TEXTRAHMEN	3	ARBEITEN MIT GLOBALEN FARBEN	30
OPTISCHER RANDAUSGLEICH	4	EIGENE FARBKOMBINATIONEN	32
FÜLLTEXT LÄSST SICH NICHT BEARBEITEN	4	FARBEN FÜR HILFSLINIEN ANPASSEN	34
SPALTENTEXT MIT ÜBERSCHRIFT	5	FARBEN FÜR MASTERSEITEN VERGEBEN	34
FREMDE ANFÜHRUNGSZEICHEN ZULASSEN	5	EFFEKTE AUF OBJEKT ANWENDEN	34
FEINTUNING MIT DEM PANEL TEXTRAHMEN	6	NEUE ANSICHTSMODI	35
BILDUNTERSCHRIFTEN NUMMERIEREN	8	SELBST DEFINIERTE TEXTFELDER	35
UNGENUTZTE TEXTSTILE LÖSCHEN	10	IMPORT VON CAD-DATEIEN	36
DAS KONTEXTMENÜ EINES TEXTRAHMENS	11	EINE FORM MIT EINEM FOTO FÜLLEN	37
ARBEITEN MIT DEM BLOCKSATZ	11	GRAFIKTEXT FORMATIEREN	38
GRUNDLINIENRASTER IM TEXTSTIL	12	WASSERZEICHEN/KENNWORTSCHUTZ	39
ZOOM MIT „Z“	12	LESEZEICHEN/INDEX FÜR PDF-EXPORT	40
OPENTYPE & TYPOGRAFIE	13	AUFBAU EINER PDF-DATEI	41
TEXT UMFLIESST EINE GRAFIK	14	AFFINITY-PUBLISHER EINSTELLUNGEN	42
TEXT AN PFAD AUSRICHTEN	16	DATENZUSAMMENFÜHRUNG	44
GRUNDLAGEN ZUR TEXTGESTALTUNG	18	DAS PANEL BESCHRÄNKUNGEN	46
EINE BLITZTABELLE ANLEGEN	19	DAS QR-CODE WERKZEUG	47
EINSTELLUNGEN TEXTSTILE	20	STILE FÜR RAHMEN-TEXT & FOTOS	48
WÖRTER IN EINEM DOKUMENT ZÄHLEN	23	FUSSNOTEN RICHTIG SETZEN	50
DATUM UND ZEIT FORMATIEREN	23	FUSSNOTEN MIT ABSTAND	50
COPY & PASTE	23	AUTO FLOW REIHENFOLGE	51
DIE STILPALETTE	24		
HILFSLINIEN LÖSCHEN	24		
ANGELEGTE SCHRIFTEN ALS FAVORITEN	25		
DIE CHECKLISTE	25		

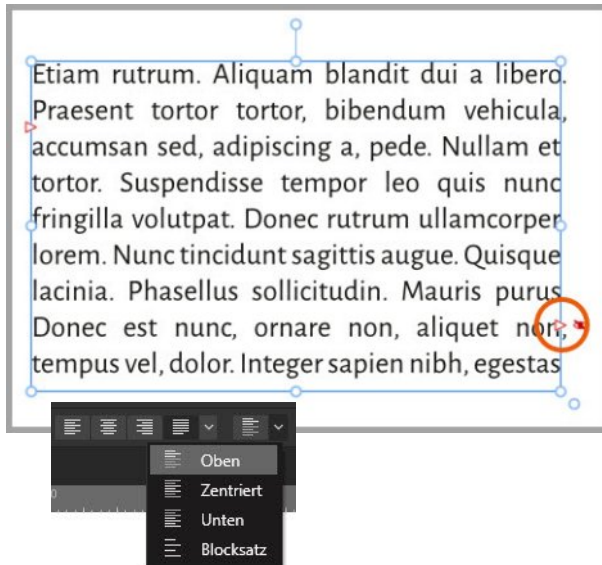


WORD UND TEXTRAHMEN

Ich rate immer, einen Text im RTF-Format zu speichern, um ihn dann in den Publisher zu importieren. Das Word-Format produziert nämlich im Hintergrund Sonderzeichen (Formatzeichen), die unschöne Effekte in anderen Programmen erzeugen können, das RTF-Format macht dies nicht. Der richtige Weg für den Import einer Textdatei geht über einen Textrahmen. Ziehen Sie im Publisher-Dokument einen Rahmen auf, dieser muss markiert sein, und importieren Sie einen Text über DATEI – PLATZIEREN oder die Tastenkombination STRG+SHIFT+M.



TEXT AUF MEHRERE SEITEN VERTEILEN



Mit einem Klick auf den kleinen Pfeil eines Textrahmens, bei dem der Text „überläuft“, und gleichzeitigem Drücken der SHIFT-Taste, wird der Text auf mehrere Seiten des Dokuments verteilt. So kann man ein ganzes Buch unkompliziert mit Text füllen. Achten Sie darauf, dass Sie vorab die horizontale Aufteilung des Textes auf „Oben“ einstellen. Sonst kann es passieren, dass im letzten Textrahmen, mit weniger Text, dieser in der Mitte eines Rahmens steht.



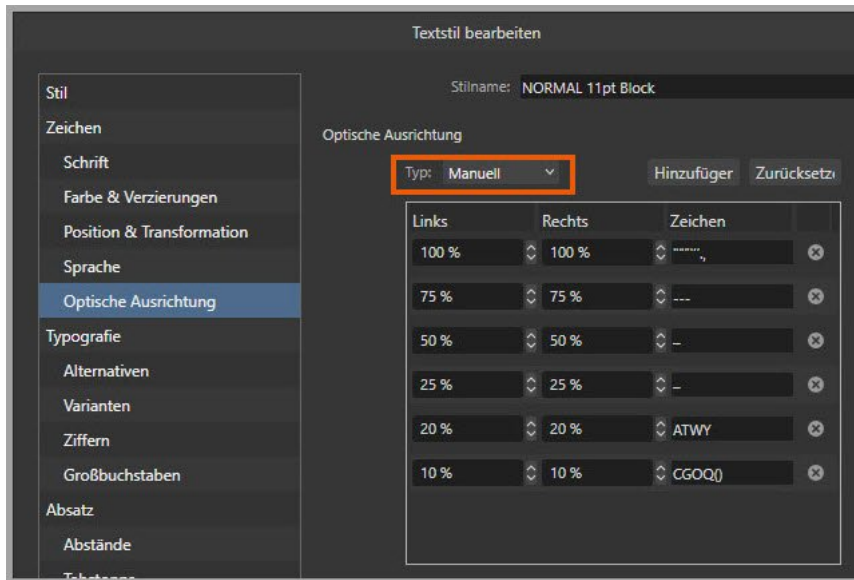
RAHMEN- UND GRAFIKTEXT UMWANDELN

Mit der neuen Publisher-Version ist es nun möglich, einen Rahmentext in einen Grafiktext umzuwandeln und umgekehrt. Markieren Sie den Text und wählen Sie im Menü „Ebene – In Grafiktext umwandeln“. So einfach geht das. Im ersten Augenblick sieht man keinen Unterschied. Nach dem Umwandeln in einen Grafiktext lässt sich der Text aber verzerren, wenn man die Auswahlbox größer oder kleiner macht.



OPTISCHER RANDAUSGLEICH

Für ein schöneres und homogeneres Schriftbild im Blocksatz kann man den „Optischen Randausgleich“ nutzen und das sollte man auch. Dabei werden Satz- und Trennzeichen am Rand des Textblocks so ausgerichtet, dass sie etwas über den Rand des Textrahmens hinausschauen. Dies gilt für Zeichen links und rechts im Textrahmen. Buchstaben am Rand stehen so besser untereinander. Wenn man sich einen Textstil anlegt, findet man die Einstellungen zum Randausgleich im Bereich „Zeichen“. Stellen Sie im Auswahlfeld auf „Manuell“ um. Das war es schon. Die hier vorhandenen Einstellungen kann man übernehmen und sie reichen für die meisten Fälle auch völlig aus. Möchte man eigene Zeichen in die Liste mit aufnehmen, kann man dies mit „Hinzufügen“ umsetzen. Dabei bedeuten die Prozentangaben für „Links“ und „Rechts“, dass ein Zeichen um diesen Wert „ausgerückt“ wird. Bei 100% wird das gesamte Zeichen „verschoben“, bei 50% die Hälfte des Zeichens. Unter „Zeichen“ tippen Sie das gewünschte Zeichen ein.



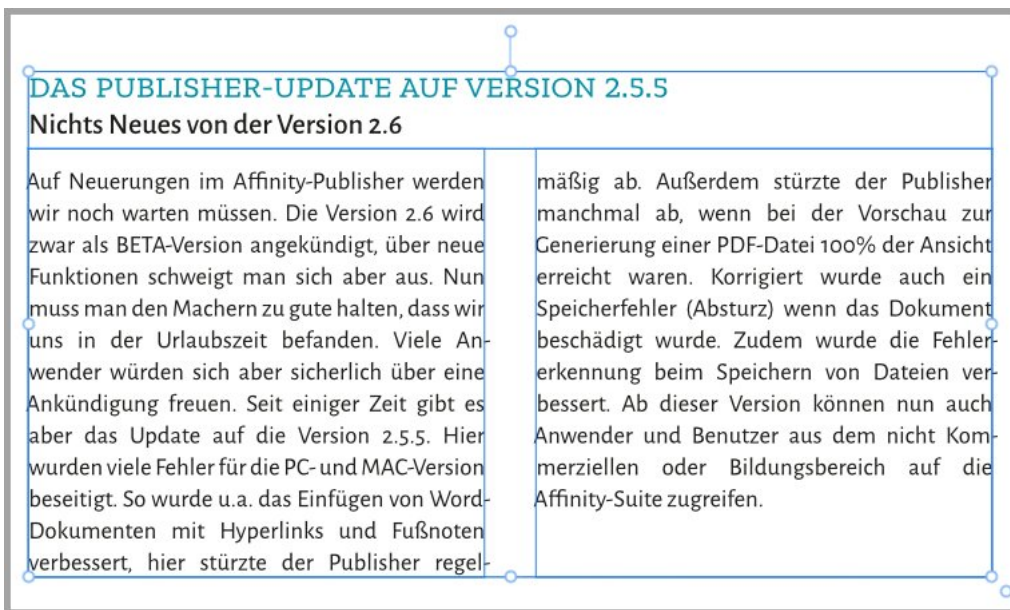
FÜLLTEXT LÄSST SICH NICHT BEARBEITEN

Sie haben über das Menü „Text“ in einen Textrahmen Fülltext eingefügt und dieser lässt sich nicht bearbeiten? Mit einem Häkchen in den Einstellungen, im Bereich „Allgemein“, lässt sich das ändern.



SPALTENTEXT MIT ÜBERSCHRIFT

Derzeit ist es im Affinity-Publisher nicht möglich, einem 2-Spaltext eine Überschrift über die gesamte Breite des Textes ohne separaten Textrahmen zuzuordnen. Hier muss man sich selbst helfen. In der Ansicht zu sehen ist eine Lösung, bei der oberhalb des Spaltentextes ein weiterer Textrahmen platziert wird, der über die gesamte Textbreite verläuft. Hier muss man allerdings etwas experimentieren. Je nach Textgrößen und Grundlinienraster müssen einzelne Überschriften über einen Textstil leicht angepasst werden. Im hier gezeigten Beispiel bestehen die Überschriften aus 2 verschiedenen Größen. Die farbige Überschrift ist 16pt groß und NICHT mit dem Grundlinienraster verbunden. Die zweite Überschrift ist 13pt groß und ordnet sich dem Grundlinienraster unter. Zudem wurde im Textstil bei ABSTÄNDEN der Abstand für UNTEN auf 3pt eingestellt. Entscheidend ist aber die Höhe des Überschriften-Textrahmens. Dieser ist IMMER 12pt hoch. So kann man den Spaltentext direkt andocken und die Abstände zwischen Überschriften und Spaltentext bleiben immer gleich. Dieses Konstrukt orientiert sich an den Textgrößen, hier 16pt und 13pt. Wenn man andere Werte verwenden möchte, muss man über die Textstile vielleicht etwas nachjustieren. Der Spaltentext wurde mit 11pt formatiert und orientiert sich am Grundlinienraster. Dieses ist auf 14pt (Rasterabstand) eingestellt.



FREMDE ANFÜHRUNGSZEICHEN ZULASSEN

Über ein Häkchen in den Einstellungen im Bereich „Autokorrektur“ kann man dem Publisher mitteilen, dass er fremde Anführungszeichen verarbeiten soll.



FEINTUNING MIT DEM PANEL TEXTRAHMEN

Zum Thema habe ich in der Vergangenheit in meinen Magazinen einige grundlegende Dinge angesprochen. Mit etwas „Feintuning“ kann man sich sehr ansprechende Texte erstellen. Für anspruchsvollere Texte bietet der Affinity-Publisher das Panel „Textrahmen“ an. Über dieses Panel steuert man die Füllung und Kontur eines Textes, die Anzahl von Spalten, wenn gewünscht eine Spaltentrennlinie und ein vom normalen Grundlinienraster abweichendes Raster. Richtet man den Textrahmen mit 2 Spalten ein, werden diese meist mit gleicher Breite angelegt. Dies kann man aber ändern, indem man bei den „Spalteneinstellungen“ das Häkchen bei „Breite übernehmen“ abwählt und für die Spaltenbreiten eigene Werte verwendet. Nach Eingabe des ersten Wertes wird bei zwei Spalten der zweite Wert automatisch angepasst. Möchte man einen formatierten Textrahmen später auch in anderen Projekten verwenden, kann man diesen im Panel „Stile“ sichern. Je länger Texte in einem Textrahmen sind, umso sinnvoller ist auch eine Spaltentrennlinie, da sie dem Leser Führung beim Lesen eines Textes gibt. In den meisten Fällen sind die Texte mit der Farbe „schwarz“ formatiert, die Farbe einer Trennlinie sollte man aber in einem leichteren Grau (25-40%) anlegen, oder, wenn der Textrahmen farbig ist, in einer adäquaten Farbe. Interessant sind die Einstellungen bei „Lücke“. Hier kann man eine Spaltentrennlinie oben und unten verringern und der Texthöhe anpassen.



Abb.: Mit Hilfe des Panels ANPINNEN wird die Überschrift an den Textrahmen „gebunden“

Textrahmen und Überschriften

Leider gibt es bisher im Publisher noch keine Möglichkeit, eine Überschrift in einem Spaltentext zu integrieren und diese vom restlichen Text abzusetzen. Im Affinity-Forum wurde schon im November 2018 nach dieser Funktion gefragt, bisher ist da aber nichts passiert. Diese Einschränkung kann man mit einem einspaltigen Textrahmen umgehen, den man mit der gleichen Hintergrundfarbe versieht, wie den normalen Textrahmen. Mit 2 Leerzeichen kann man die Überschrift etwas nach rechts setzen, damit sie links nicht an den Rahmen stößt. Möchte man, dass beim Verschieben des Textrahmens die Überschrift „mitwandert“, kann man die Überschrift am Text „frei beweglich anpinnen“. Rufen Sie dazu das Panel „Anpinnen“ im Menü „Fenster-Text-Anpinnen“ auf. Aber Achtung: Die Überschrift wandert nur dann mit, wenn man den Textrahmen verschiebt.

Was nicht geht

Irgendwo muss man bei der Formatierung von Textrahmen auch Grenzen setzen. So ist es nicht möglich, einem Textrahmen mit mehreren Spalten unterschiedliche farbige Hintergründe zuzuordnen. Auch die Formatierung mit einem Hintergrundbild ist nicht möglich. Das macht in den seltensten Fällen auch Sinn. Genau so wenig kann man unterschiedliche Konturen auf einen Textrahmen anwenden. Hier wäre es sicherlich sehr schön, wenn man eine Kontur nur OBEN ansetzen könnte, damit quasi einen Textkasten simulierend. Man stelle sich vor, man könnte einen mehrspaltigen Text über das Panel „Absatz“ zusätzlich mit Verzierungen versehen. Probieren Sie es einmal aus. Die Einstellungen gelten leider immer nur für die erste Spalte.

Textrahmen mit gleichbreiten Spalten

Donec malesuada, urna sit amet varius aliquam, nibh tortor laoreet turpis, eget sodales felis nibh ac sapien. Fusce eget augue. Integer sed risus. Aenean mollis. Donec facilisis egestas quam. Duis bibendum augue id mauris. Sed laoreet, tortor vel cursus fringilla, turpis elit vestibulum arcu, eu varius dolor leo in nulla. In sem ipsum, faucibus quis, varius tristique, porta eget, lorem. Curabitur hendrerit diam et mauris. Etiam porta nunc massa. Nullam felis eu euismod congue leo velit a posuere tristique. Incidunt lorem.

Vestibulum vel tellus. Sed vulputate. Morbi massa nunc, convallis a, commodo gravida, tincidunt sed, turpis. Aenean ornare viverra est. Maecenas lorem. Aenean euismod iaculis dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet iaculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie eu, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Sed tincidunt varius quam condimentum.

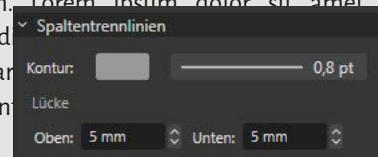
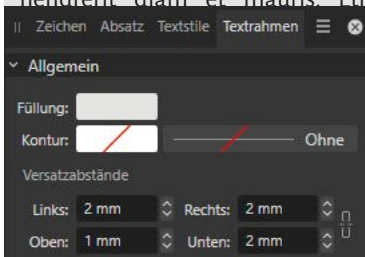


Abb.: Hier zu sehen ist ein gleichbreiter Spaltentext, die Spaltentrennlinie wurde oben und unten um 5 mm verringert. Der Textrahmen ist farbig weiß formatiert. Der Textabstand zum Rahmen wurde mit 2 mm angegeben, bedingt durch das Grundlinienraster wurde der Wert für OBEN nur mit 1 mm angegeben.

Textrahmen mit unterschiedlich breiten Spalten

Donec malesuada, urna sit amet varius aliquam, nibh tortor laoreet turpis, eget sodales felis nibh ac sapien. Fusce eget augue. Integer sed risus. Aenean mollis. Donec facilisis egestas quam. Duis bibendum augue id mauris. Sed laoreet, tortor vel cursus fringilla, turpis elit vestibulum arcu, eu varius dolor leo in nulla. In sem ipsum, faucibus quis, varius tristique, porta eget, lorem. Curabitur hendrerit diam et mauris. Etiam porta nunc euismod dui. Maecenas a lectus. In hac habitasse platea

Nullam porta velit sed mod lacinia, felis erat a massa. Quisque nec maecenas condimentum tellus. Sed vulputate. a, commodo gravida,

tincidunt sed, turpis. Aenean ornare viverra est. Maecenas lorem. Aenean euismod iaculis dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet iaculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie eu, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse potenti. Sed tincidunt varius arcu. Mauris vitae arcu sit amet quam condimentum pulvinar.

Abb.: Hier zu sehen ist ein Textrahmen mit zwei unterschiedlich breiten Spalten. Der Textrahmen ist farbig formatiert, mit einer weißen Trennlinie.



BILDUNTERSCHRIFTEN NUMMERIEREN

Stellen Sie sich vor, Sie möchten alle Fotos in einer Publikation seitenübergreifend durchnummerieren. Bei normalen Bildunterschriften braucht man ja den Text nur unter das jeweilige Foto zu stellen. Mit Hilfe eines Absatzstils und den Einstellungen für die „Aufzählung und Nummerierung“ lässt sich dieses Vorhaben leicht im Affinity-Publisher umsetzen. Mit einem zusätzlichen „Zeichenstil“ kann man die „Aufzählung“ noch verfeinern, zum Beispiel in „fett“ darstellen.

Die Einstellungen beim Absatzstil: Erstellen Sie einen neuen Absatzstil und wechseln Sie unten zu dem Reiter „Aufzählung und Nummerierung“. Hier geben Sie jetzt in den einzelnen Feldern folgende Infos ein.

Typ: Die Listenform 1,2,3,4

Stufe: Die Stufe 1

Text: Am Beispiel habe ich hier den Text „Abb“ eingegeben, danach folgt ein Leerzeichen (Tastatur), gefolgt von einem Platzhalter für die „Stufe 1“, diesen Platzhalter fügt man über den nach unten zeigenden Pfeil im Feld „Text“ ein, es öffnet sich ein Pop-Up-Menü. Anschließend tippt man im Feld noch einen Doppelpunkt ein (Tastatur).

Stil: Über dieses Feld kann man dem Listen-Element einen „Zeichenstil“ zuordnen. Damit kann man die spätere Nummerierung entweder „fett“ oder mit einer anderen Farbe formatieren.

Tabstopp: Auf NULL mm belassen.

Ausrichtung: Auf LINKS belassen.

Name: Dies ist wichtig und darf nicht leer stehen. Vergeben Sie hier einfach das Wort „nr“ und setzen Sie ein Häkchen bei „Global“.

Nummerierung starten bei: Stellen Sie hier die Zahl „1“ ein, da die Nummerierung ja bei „1“ beginnen soll.

Nummerierung neu starten: Hier muss man „Nur manuell“ einstellen, sonst steht unter jedem Bild in Ihrer Publikation die Zahl „1“.

Der passende Zeichenstil: In den meisten Fällen möchte man die Angabe zur Bildnummer „fett“ formatieren, der Text daneben soll aber nur normal ausgegeben werden. Legen Sie dazu einen neuen „Zeichenstil“ an und vergeben Sie hier NUR im Reiter „Schrift“ die Schriftstärke „fett“. Fertig. Wenn Sie jetzt im oben beschriebenen Absatzstil bei „Stil“ den Namen des Zeichenstils angeben, wird die Nummerierung „fett“ dargestellt.

Das Vorgehen mit Gruppierung: Laden Sie das erste Foto in Ihre Publikation und vergeben Sie darunter eine „Bildunterschrift“. Weisen Sie dieser nun den vorher erstellten Absatzstil zu. Sie werden feststellen, dass in der Bildunterschrift jetzt die Nummerierung bei „1“ beginnt. Laden Sie ein zweites Foto hinzu und verfahren Sie, wie oben beschrieben. Die Bildunter-

schrift bekommt nun eine „2“ vorangestellt.

Abhängigkeiten im Panel EBENEN: Gruppieren Sie das Foto 1 mit der Bildunterschrift und machen Sie das bei allen Fotos. Jeweils eine Gruppe erstellen. Damit die Reihenfolge der Nummern auch korrekt wiedergegeben wird, muss man die Gruppen im Panel EBENEN richtig anordnen. Das muss man auf jeder Publikations-Seite kontrollieren.

Auf diese Art und Weise kann man alle vorkommenden Fotos mit einer richtigen Bildnummer ausweisen.

Ein spezieller Fall: Möchte man, dass die Nummerierung neu beginnt, weil man z.B. ein neues Kapitel beginnt, kann man das über das Panel ABSATZ steuern. Wählen Sie die Bildunterschrift des Fotos aus, bei dem wieder bei „1“ begonnen werden soll, gehen Sie in das Panel ABSATZ und setzen Sie in der Rubrik „Nummerierung und Aufzählung“ ein Häkchen bei „Nummerierung jetzt neu starten“.

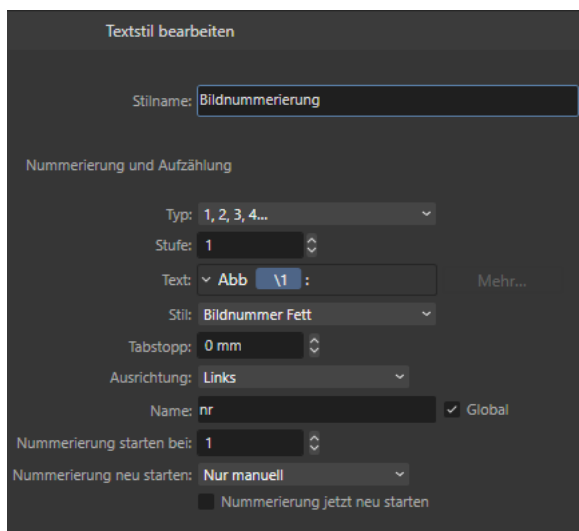


Abb.: Die korrekten Einstellungen beim Anlegen eines Absatzstils

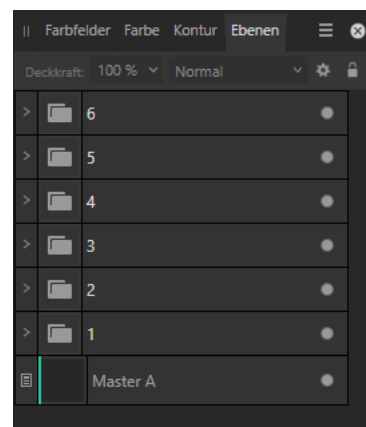
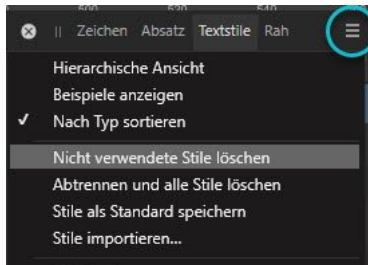


Abb.: Die korrekten Reihenfolge im Panel EBENEN



UNGENUTZTE TEXTSTILE LÖSCHEN

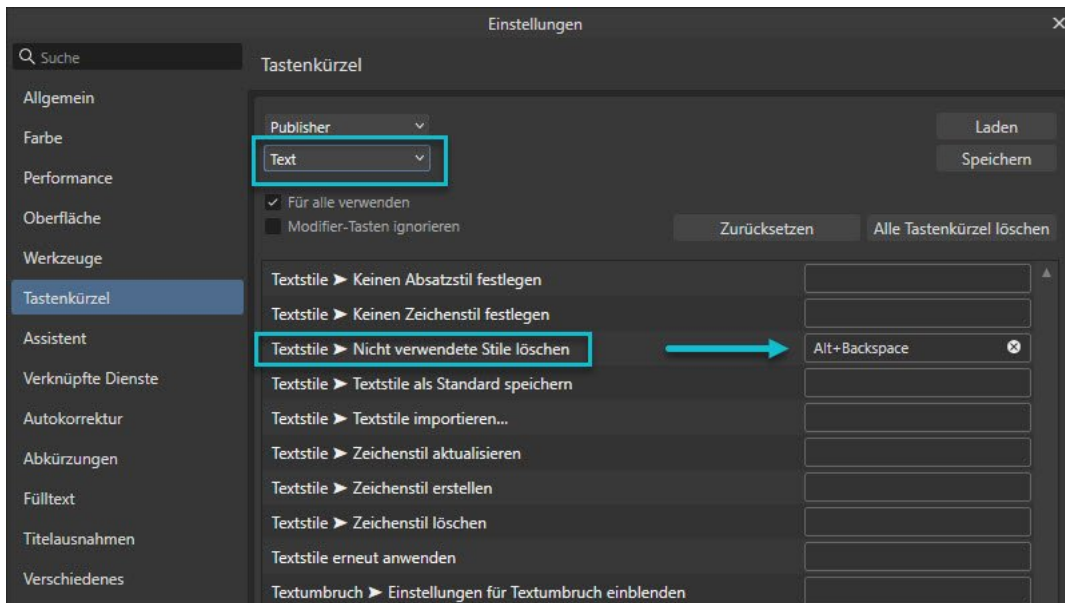
Wenn man im Affinity-Publisher Text über die Zwischenablage in einen Textrahmen lädt, entsteht automatisch im Panel TEXTSTILE ein zusätzlicher Eintrag, der aus den Vorgaben des Textprogramms übernommen wird. Formatiert man diesen Text aber mit einem eigenen angelegten Textstil, entsteht im Panel ein unnötiger Eintrag. Diesen kann man jetzt über das Kontextmenü im Panel TEXTSTILE löschen, dies ist aber zeitaufwendig, besonders dann, wenn man viele Texte über die Zwischenablage in den Publisher kopiert. Hier hilft eine Tastenkombination, die man sich selbst anlegen kann. Dazu geht man in die Programm-Einstellungen und dort in den Bereich TASTENKÜRZEL. Oben wählt man den Bereich „Text“ aus und im Fenster unten scrollt man weiter nach unten, bis der Eintrag „Textstile – Nicht verwendete Stile löschen“ sichtbar wird. Für die Tastenkombination habe ich ALT+DEL (Rücktaste) gewählt. Jedes Mal, wenn ein nicht benötigter Textstil im Panel TEXTSTILE sichtbar wird, drückt man die angelegte Tastenkombi. Achtung: Das funktioniert aber nur, wenn KEIN TEXTRAHMEN markiert ist oder der Cursor sich in einem Textrahmen befindet.



ALT + DEL

ALT + ←

Je nach Tastatur steht entweder DEL darauf oder es ist ein langgezogener Pfeil nach links zeigend abgebildet.





DAS KONTEXTMENÜ EINES TEXTRAHMENS

Je nach Arbeitsweise fällt dieses wichtige Menü erst einmal gar nicht auf. Man hat sich daran gewöhnt, die einzelnen PANELS zu nutzen, wenn es um NOTEN oder HYPERLINKS geht. Möchte man einen Hyperlink setzen, geht es schneller, wenn man das gewünschte Wort markiert und mit einem RECHTSKLICK das Menü aufruft. Auf diese Art lassen sich auch NOTEN, FELDER, ANKER und SONDERZEICHEN einfügen. Sehr interessant ist der letzte Eintrag in diesem Menü. Mit „Im Panel Ebenen suchen“ wird das Panel EBENEN automatisch geöffnet und der Ebenen-eintrag des Absatzes markiert angezeigt. Auch dann, wenn das Panel nicht geöffnet ist. Markierte Worte können in Großbuchstaben oder Kapitälchen formatiert werden.

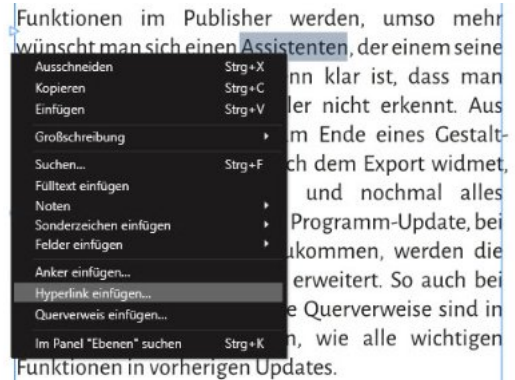


Abb.: Das Kontextmenü in einem Rahmentext



ARBEITEN MIT DEM BLOCKSATZ

Ich kann nur immer wieder empfehlen, dass man sich für längere Textpassagen in einer Publikation einen Textstil anlegt. Und das unabhängig davon, ob man Blocksatz oder Fließtext nutzt. Vergeben Sie hier auch einen eindeutigen Namen, der zeigt, um was es im Textstil geht.

Optischer Randausgleich

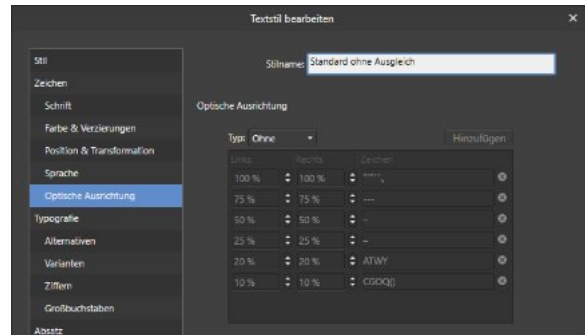
Für ein schöneres und homogeneres Schriftbild im Blocksatz kann man den „Optischen Randausgleich“ nutzen und das sollte man auch. Dabei werden Satz- und Trennzeichen am Rand des Textblocks so ausgerichtet, dass sie etwas über den Rand des Textrahmens hinausschauen. Dies gilt für Zeichen links und rechts im Textrahmen. Buchstaben am Rand stehen so besser untereinander.

Wenn man sich einen Textstil anlegt, findet man die Einstellungen zum Randausgleich im Bereich „Zeichen“. Stellen Sie im Auswahlfeld auf „Manuell“ um. Das war es schon. Die hier vorhandenen Einstellungen kann man übernehmen und sie reichen für die meisten Fälle auch völlig aus.

Möchte man eigene Zeichen in die Liste mit aufnehmen, kann man dies mit „Hinzufügen“ umsetzen. Dabei bedeuten die Prozentangaben für „Links“ und „Rechts“, dass ein Zeichen um diesen Wert „ausgerückt“ wird. Bei 100% wird das gesamte Zeichen „verschoben“, bei 50% die Hälfte des Zeichens. Unter „Zeichen“ tippen Sie das gewünschte Zeichen ein.

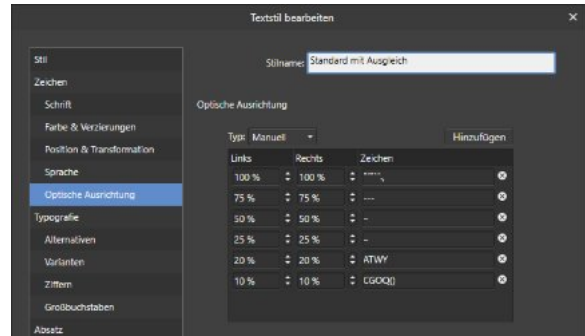
“Donec viverra” tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

“Nulla vestibulum” eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Aenean ut nibh. Nullam hendrerit viverra dolor. Vestibulum



“Donec viverra” tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

“Nulla vestibulum” eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Aenean ut nibh. Nullam hendrerit viverra dolor. Vestibulum



GRUNDLINIENRASTER IM TEXTSTIL

Beim Erstellen eines neuen Textstils konnte man in den Einstellungen zum Textstil bisher das Grundlinienraster in einer Extrarubrik an oder abschalten. Ab der Version 2.5 findet man die Einstellungen in der Rubrik „Abstände“.



ZOOM MIT „Z“

Im Publisher kann man mit dem Buchstaben „Z“ die Zoom-Lupe aufrufen und durch ziehen bestimmte Bereiche vergrößern. Ist diese Zoom-Lupe aktiv, kann man mit einem Rechtsklick ein kleines Menü aktivieren und weitere Zoom-Einstellungen aktivieren. Man darf sich aber mit dem Cursor nicht in einem Textrahmen befinden.

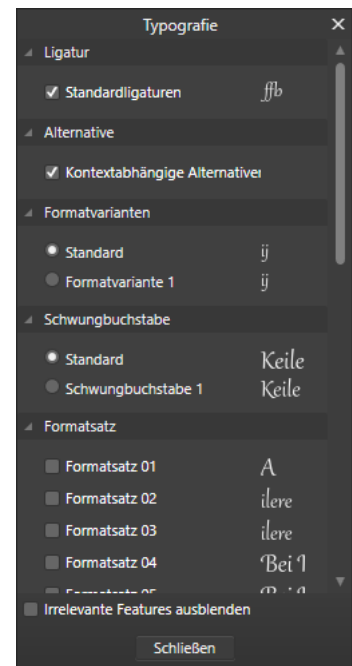


OPENTYPE & TYPOGRAFIE

Die meisten Gelegenheitsanwender haben das Panel „Typografie“ noch nie gesehen, da es auch nicht im Menü Ansicht – Studio zu finden ist. Sie finden es im Menü Text – Dialogfeld für Typografie öffnen. Über dieses Panel kann man steuern, wie Zeichen im OpenType – Format dargestellt werden sollen. Je umfangreicher die Zeichen in einer solchen Schrift vorhanden sind, umso mehr Möglichkeiten hat man. Informationen dazu finden Sie auch in der Publisher-Hilfe. Schauen Sie einmal nach, ob Sie die Schrift Gabriola (von Microsoft) installiert haben. Diese benötigen Sie für mein Beispiel hier auf der Seite. Schreiben Sie etwas in einen Textrahmen. Rufen Sie dann, wie oben beschrieben, das Panel Typografie auf. Der Textrahmen muss markiert sein, erst dann sehen Sie im Panel die nötigen Informationen. Stellen Sie einmal den Zustand bei Formatvarianten von Standard auf Formatvariante 1 um. Bei Formatsatz von Formatsatz 07/0 auf Formatsatz 07/1 um. Den Ziffernstil ändern Sie auf Versalziffern. Hier können Sie nach Herzenslust alles einmal ausprobieren und schauen, wie sich die Schrift verändert. Über das Panel holt sich der Publisher die passenden Zeichen aus der Schriftdatei – es muss aber eine OpenType-Schrift sein.



Abb.: Oben der normale Text mit der Schriftart Gabriola.
Unten mit den Änderungen im Panel Typografie.
Auch Zahlen können auf diese Weise verändert werden.





TEXT UMFLIESST EINE GRAFIK

Ich hatte diesen Effekt schon einmal in meinem Publisher-Buch beschrieben. Allerdings mit einer etwas anderen Methode. Hier geht es darum, eine Figur in die Mitte eines Textes zu setzen. Der Text soll die Figur „umfließen“.

Konturen nachzeichnen

Im ersten Schritt sucht man sich eine passende Grafik und zeichnet mit dem Werkzeug „Zeichenstift“ die Konturen in einem angemessenen Abstand nach. Hat man diese Arbeit beendet, kann man mit dem „Knotenwerkzeug“ noch einige Punkte des Pfades anpassen. Da dieser nachgezeichnete Pfad erst einmal unsichtbar ist, vergibt man ihm eine Kontur mit 1 pt. Wählen Sie für die Linie eine graue oder schwarze Farbe aus. Man soll sie ruhig sehen können.

Den Textrahmen erstellen

Zeichnen Sie mit dem Werkzeug „Rechteck“ einen Rahmen, und zwar so groß, dass er später in Ihr Dokument passt und den kompletten Text aufnehmen kann. Später können Sie das bei meiner Methode nämlich nicht mehr ändern. Der Rahmen muss also die Endgröße haben.

Rahmen und Pfad umwandeln

Bevor Sie den nächsten Schritt ausführen, sollten Sie den Rahmen und Pfad gruppieren und als Asset sichern! Markieren Sie nun den Rahmen und den gezeichneten Pfad und richten Sie beide mittig aus. Immer noch markiert, klicken Sie mit der rechten Mouse-Taste in die Objekte und wählen den Menüpunkt „Geometrie“. Hier wählen Sie „subtrahieren“. Der gezeichnete Pfad wird nun vom rechteckigen Rahmen „abgezogen“. Klicken Sie erneut mit der rechten Mouse-Taste in das Konstrukt und wählen Sie „In Textrahmen umwandeln“. Sie haben nun einen

Textrahmen mit einer mittig angeordneten Unterbrechung (für das Grafikobjekt) erstellt.

Den Rahmen mit Text füllen

Hier empfehle ich, den Text über die Zwischenablage einzufügen, allerdings bitte vorher einmal mit der Mouse in den Rahmen klicken und die Schriftart- sowie Größe festlegen. Sie können das natürlich später auch mit einem angelegten „Textstil“ steuern. Damit der Text an allen Seiten bündig dargestellt wird, sollte man das Format „Blocksatz“ wählen.

Nachteil dieser Methode

Hier muss man schon im Vorfeld genau wissen, wie der Text im Rahmen formatiert werden muss und aussehen soll. Das lässt sich später nicht mehr ändern, da man sonst den Rahmen vergrößern/verkleinern müsste. Wenn man aber mit der Rahmengröße etwas experimentiert, kann man zusätzlich auch die Abmessungen der Grafik (hier der Joker) etwas anpassen.

Den Rahmen richtig dimensionieren

In der Abbildung sehen Sie, dass nach dem Einfügen des Textes am linken und rechten Rand des Rahmens kein Text steht. Das liegt daran, dass durch die Größe des Textes gar kein Platz in diesem Bereich vorhanden ist. Der äußere Rahmen muss also im Vorfeld an den Rändern großzügiger dimensioniert werden.



Abb. 1: Der nachgezeichnete Pfad

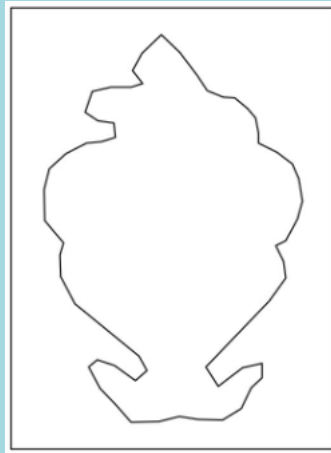


Abb. 2: Pfad und Rahmen mittig

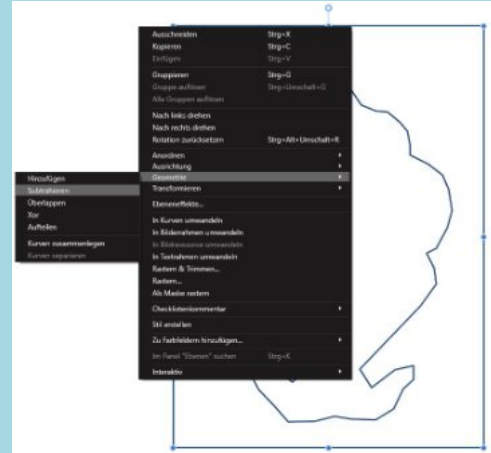


Abb. 3: Den Pfad vom Rahmen „subtrahieren“



Abb. 4: Textrahmen erstellen



Abb. 5: Ränder rechts und links zu eng



Abb. 6: Mehr Platz für den Text



TEXT AN PFAD AUSRICHTEN

Ein klassisches Szenario ist das Ausrichten eines Textes an einem Pfad. Meist möchte man einen Satz oder mehrere Worte um einen Kreis herum anordnen. Vielen Anwendern stellt sich allerdings die Frage, wie man einen solchen Text komplett geschlossen an diesem Kreis ausrichtet. Hier sollte man sich vor Augen führen, wie ein solcher "Pfadtext" funktioniert. Zeichnen Sie zuerst mit dem Ellipsen-Werkzeug einen Kreis. Halten Sie dabei die SHIFT-Taste gedrückt um einen gleichmäßigen Kreis zu erzeugen. Möchten Sie diesen Kreis später nutzen, um ihn hinter dem Pfadtext zu platzieren, legen Sie sich bitte eine Kopie an.

M62 • Das Magazin für Affinity-Publisher Anwender

Abb.: Kreis zeichnen und Text anlegen

Eine Möglichkeit der Vorgehensweise: Schreiben Sie den gewünschten Text und zeichnen Sie den Kreis. Halten Sie beide Elemente als Original fest. Markieren Sie den Text und kopieren Sie ihn in die Zwischenablage. Nun kopieren Sie den Kreis und füllen ihn im Panel FARBFELDER mit einer Transparenz (Rechteck mit durchgezogenem roten Strich). Achten Sie darauf, dass der Kreis markiert bleibt. Wählen Sie nun das Werkzeug GRAFIKTEXT aus und gehen Sie mit dem Mouse-Cursor nah an den Kreis heran. Der Cursor ändert sich in den "Buchstaben T mit einer kleinen Welle" darunter. Klicken Sie mit der Mouse einmal und jetzt können Sie einen Text schreiben oder mit STRG+V den Text aus der Zwischenablage einfügen.

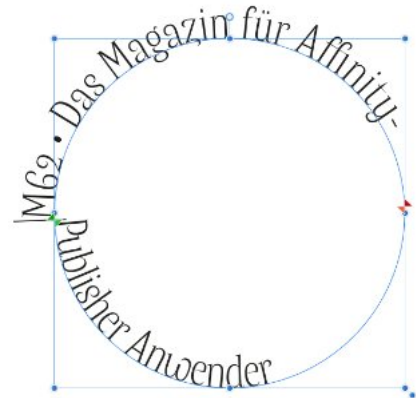
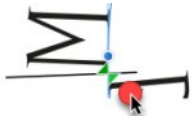


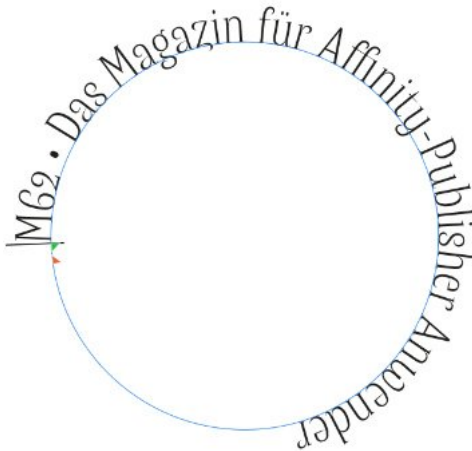
Abb.: Der Text ist zu groß für den 1. Pfad, wird aus diesem Grund auf den 2. Pfad gelegt.

Der nächste Schritt: In vielen Fällen ist die Größe des Textes zu groß gewählt. Man sieht plötzlich auf dem Pfad, dass Wörter umbrochen werden und unterhalb des Anfangstextes platziert werden. Um das zu beheben, können Sie z.B. den gesamten Text markieren und kleiner stellen.



Ganz wichtig: Der erste Pfad, auf dem der Text liegen soll, wird mit einem HELLGRÜNEN (Pfad-Anfang) und ORANGENEN (Pfad-Ende) kleinen Dreieck definiert. Generell empfehle ich, das orangene Dreieck mit der Mouse bis ganz nah an das hellgrüne Dreieck zu ziehen. So vergrößert man den 1. Pfad automatisch auf das maximal machbare. Wird der Text nun immer noch umbrochen, muss man die Textgröße weiter verringern.

Was sollte man erreichen? Der 2. Pfad sollte gar nicht erst zu sehen sein. Man erkennt ihn am DUNKELGRÜNEN (Pfad-Anfang) Dreieck und DUNKELROTEN (Pfad-Ende) Dreieck.



Hier zu sehen ist nun, dass durch das Verschieben des orangenen Dreiecks der 1. Pfad erweitert wurde und der Text nun KOMPLETT auf dem 1. Pfad liegt.

Der nächste Schritt: Nun soll die Lücke geschlossen werden, damit der gesamte Text den Pfad "ausfüllt".

Dazu kann man den Text markieren und die Textgröße erhöhen.

Abb.: Das orangene Dreieck wird zum hellgrünen Dreieck verschoben. Es wird kurz davor platziert.

Das Feintuning: Für das Feintuning nutzt man nun das Panel ZEICHEN. Markieren Sie den gesamten Text auf dem Pfad und wählen Sie im Panel ZEICHEN den ZEICHENABSTAND (2. Eintrag links). Hier wählt man nun einen passenden POSITIVEN WERT. Reicht dieser nicht aus, kann man in das Feld auch einen höheren Wert eingeben.

Zusammenfassung: Vergrößern Sie zuerst den Text soweit, dass das Textende nah an den Textanfang gelangt. Kleinere Korrekturen werden dann über das Panel ZEICHEN gemacht.



Abb.: Feintuning mit dem Panel ZEICHEN



GRUNDLAGEN ZUR TEXTGESTALTUNG

Von Zeilen, Zeichen und Abständen

Man kann es in den meisten Fachbüchern nachlesen. Bei der Gestaltung von Texten sollte man zu lange Zeilen in einem Absatz vermeiden, da hier das Auge des Lesers schnell in eine andere Zeile springt. Gleichzeitig wird bei zu kurzen Zeilen darauf hingewiesen, dass der Leser beim Lesen zu oft in die Folgezeile wechseln muss, es strengt beim Lesen zu sehr an. Das Problem tritt zum Beispiel bei zu kurzen Spaltenbreiten auf. Schnell entstehen so Lücken im Text und die homogene Textgestaltung geht dabei verloren.

Anzahl der Zeichen pro Zeile

Formatiert man Text im Blocksatz, gilt die Regel, dass man als Untergrenze 35 Zeichen, als Obergrenze 60 Zeichen in einer Zeile verwenden sollte. Unterschreitet man die 35 Zeichen, sollte der Text im Absatz linksbündig ausgerichtet werden.

Zeilenbreite- und Abstand

Man sagt, dass sich der Zeilenabstand an der Zeilenbreite orientiert. Einen großen Textblock (Absatz) mit zu langen Zeilen und einem zu geringen Zeilenabstand nimmt der Leser, als minimal zu dunkle graue Fläche war. Dies kann man mit einem erweiterten Zeilenabstand ausgleichen. Auf der anderen Seite „zerfällt“ Text, wenn er mit einem zu großen Zeilenabstand versehen wird.

Durchschuss und Zeilenabstand

Der sogenannte „Durchschuss“ ist nicht gleich zu setzen mit dem Zeilenabstand. Es handelt sich hier um einen „zusätzlichen Raum“, den man zur Schriftgröße dazu addiert. Einen optimalen Zeilenabstand gibt es so nicht. Wenn man aber im Publisher den Zeilenabstand auf 120% der Schriftgröße setzt, kann

man in den meisten Fällen nichts falsch machen. So wird eine 10 Punkt-Schrift mit einem Zeilenabstand von 120% genau 12 Punkt betragen. Der Durchschuss beträgt hier 2 Punkt.

Kompress und splendid

Wird Text ohne Durchschuss formatiert, spricht man von „Kompress“. Dies verhält sich zum Beispiel bei einer Schriftgröße von 10 Punkt und einem gleich großen Zeilenabstand von 10 Punkt. Splendid besagt heute, dass man einen großen Durchschuss verwendet.

Von Absatzzeile
zu Absatzzeile } Zeilenabstand

Von Absatzzeile
zu Absatzzeile } Durchschuss

Abb.: Hier wird der Unterschied zwischen Zeilenabstand und Durchschuss deutlich.



EINE BLITZTABELLE ANLEGEN

Für kleinere Tabellen in einem Publisher-Dokument kann man sich einiger Einstellungen bedienen, die es ermöglichen, eine Tabelle schnell und ansprechend zu entwerfen. Mit dem Werkzeug „Tabelle“ ziehen wir einen Tabellenrahmen im Dokument auf. Im Beispiel angedeutet, sollen die Tabellenzellen in ihrer Höhe erweitert werden, zusätzlich wird der Rand der Tabelle mit einer weißen Linie formatiert, weil die Tabelle auf einem farbigen Hintergrund platziert werden soll. Die Tabelle soll aus drei Spalten und sechs Zeilen bestehen. In der untersten Zeile sollen die Zellen zu einer Zelle verbunden werden. Für die Formatierung benötigt man die Panels „Farbfelder“ und „Tabelle“.

Tabellenzellen anpassen

Mit Hilfe des Panels „Tabelle“ passen wir nun die Höhe der Zellen an. Zudem soll der Text in den Zellen nicht direkt an die Ränder stoßen. Markieren Sie die Tabelle und erhöhen Sie den Wert der Höhe bei „Zelle“, hier auf 7mm. Bei „Versatzabstände“ geben Sie einen Wert von 0,4mm ein.

Tabelle mit weißen Linien

Markieren Sie die Tabelle und ändern Sie die Linienfarbe im Panel „Tabelle“ unter „Kontur und

Füllung“. Rechts neben der Farbeinstellung kann man die Breite der Tabellenlinien anpassen. Hier reicht 1pt erst einmal völlig aus.

Tabellenbereiche einfärben

Um die verschiedenen Tabellenbereiche einzufärben, markiert man diese einfach mit dem Auswahl-Cursor und wählt im Panel „Farbfelder“ die passende Farbe aus. Mehrere Zellen werden bei gedrückter linker Mouse-Taste markiert.

Tabellenzellen verbinden

Bei markierter Tabelle werden oben und links dunkelgraue Felder mit Buchstaben (Spaltenbezeichnung) und Zahlen (Zeilenbezeichnung) angezeigt. Wenn man hier mit der rechten Mouse-Taste klickt, wird zum einen der ganze Bereich markiert und man kann in einem Menü, das sichtbar wird, Zeilen oder Spalten verbinden, jederzeit auch wieder trennen.

Tabelle als Format speichern

Wenn Sie möchten, können Sie die fertige Tabelle im Panel „Tabellenformate“ abspeichern und jederzeit auf andere Tabellen anwenden.

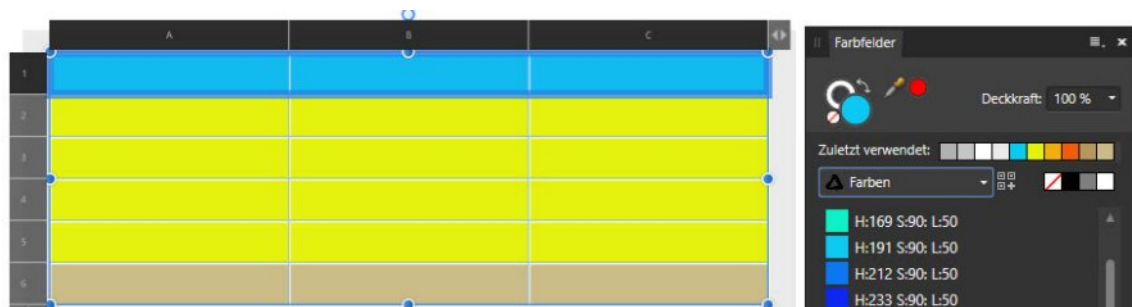


Abb.: Tabellenbereiche schnell einfärben



EINSTELLUNGEN TEXTSTILE

Ein wesentlicher Bestandteil bei der Arbeit mit dem Publisher sind Textstile. Möchte man einen neuen Textstil anlegen, öffnet sich ein Menü mit vielen Einstellungen. Da verliert man schnell den Überblick, mit welcher Einstellung man was erreichen kann. Hier gebe ich Ihnen darüber eine kurze Zusammenfassung. Unterteilt ist das Menü in Stil, Zeichen, Typografie und Absatz.

Der Bereich Stil

Hier vergibt man dem Stil einen Namen, entscheidet, auf welchem anderen Stil (übergeordneter Stil) der Neue basieren soll. Dabei werden im neuen Stil die Einstellungen des über-geordneten Stils erstmal übernommen, wenn man keine Änderungen eingibt.

Nächster Stil: Welcher Stil soll automatisch bei einem Folgeabsatz angewendet werden?

Nächste Stufe: Diese Einstellung kommt in Frage, wenn man z. B. bei einer Nummerierung weitere Formate nutzen möchte.

Tastenkürzel: Hier kann man eine Tastenkombination für den Stil vergeben, mit der man den Stil im Text direkt anwenden kann. Das spart den Umweg über die Mouse.

Typ: Normalerweise bleibt hier der Absatz erste Wahl, man kann sich aber auch für einen Zeichen- oder Gruppenstil entscheiden.

In beiden Panels anzeigen: Ist das Häkchen bei dieser Einstellung gesetzt, kann der Stil sowohl als Absatz- wie auch als Zeichenstil eingesetzt werden.

Formatierung zurücksetzen: Entfernt alle Einstellungen in den anderen Bereichen, nur die Eingaben bei Stil bleiben erhalten.

Stileinstellungen: Hier stehen alle vorgenommenen Einstellungen. Die Liste kann derzeit aber nicht exportiert werden.

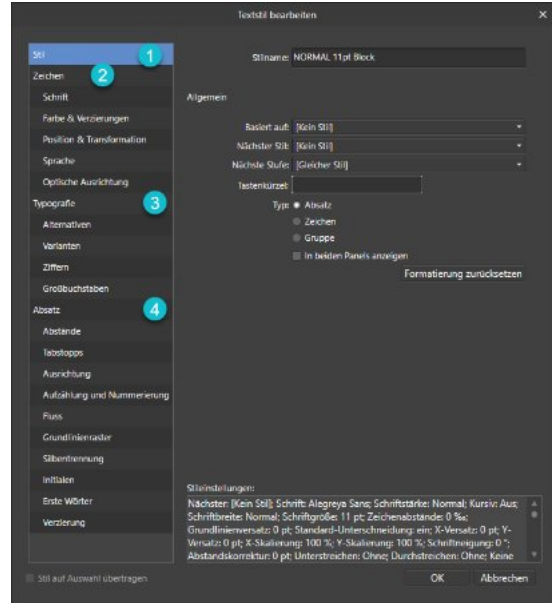


Abb.: Das Menü Textstile mit den einzelnen Bereichen: Stil (1), Zeichen (2), Typografie (3) und Absatz (4).

Stil auf Auswahl übertragen: Ist im Dokument ein Textrahmen markiert, kann man die gemachten Einstellungen direkt auf ihn anwenden.

Der Bereich Zeichen

In diesem Bereich geht es um die Formatierung von Zeichen. Unter Schrift legt man alle gewünschten Einstellungen für die verwendete Schriftart fest. Dabei kann man bei der Auswahl der Schriftfamilie rechts auswählen, ob man aus allen Schriften die Passende heraussucht oder nur aus der Liste seiner Favoriten. Die anderen Einstellungen sind für einen normalen Textstil nicht relevant.

Im Bereich Farbe & Verzierungungen erklären sich die Einstellungen fast von selbst. Eine Textfüllung sollte man hier wählen, sonst wird man im Absatz keinen Text sehen, der wird dann nämlich weiß dargestellt. Rechts im Beispiel zu sehen, kann man über Markierung einem Absatz eine Hintergrundfarbe zuordnen, allerdings ohne einen Abstand zum Text. Das sollte man über das Panel Textrahmen steuern, es sei denn, man möchte für eine moderne Publikation eine ausgefallene Überschrift nutzen. Als Notlösung, wenn man unbedingt mit einer sehr dünnen Schrift arbeiten möchte, kann man dem Text selbst über Umrandung eine zusätzliche Gewichtung geben. Man sollte hier allerdings keinen zu großen Wert eingeben, sonst kann man den Text nicht mehr lesen.

Bei den Einstellungen Unterstreichen und Durchstreichen kann man zwischen einer einfachen und einer doppelten Linie wählen. Vielleicht benötigen Sie ja eines dieser Attribute, wenn es darum geht, etwas hervorzuheben oder in einer Publikation die Unterschiede von Textinformationen zu verdeutlichen. Ich persönlich nutze diese Art der Textauszeichnung nicht, da es das Lesen von Text nur erschwert.

Der Bereich Position & Transformation

In der Abbildung rechts kann man sehr gut sehen, was mit einem Absatz passiert, bei dem man einige Veränderungen vornimmt. Oben ein normal formatierter Absatz, darunter der gleiche Absatz mit einigen Änderungen beim Zeichenabstand (Unterschneidung), einer Verschiebung vom Grundlinienraster, einem veränderten Abstand, einer Textneigung und veränderte Skalierungen. Hier kann ich jedem Nutzer empfehlen, einmal selbst verschiedene Werte auszuprobieren, um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Auswirkungen all' die Einstellungen haben.

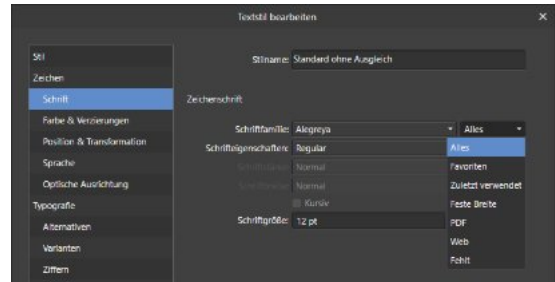
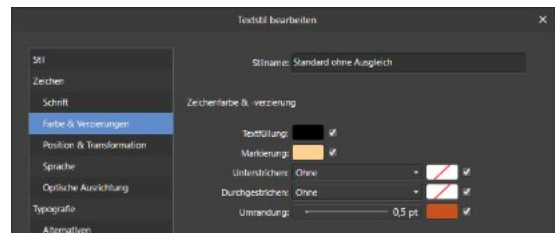


Abb.: Die Auswahl einer Schrift für den Stil mit allen zusätzlichen Einstellungen, wie Eigenschaften und Schriftgröße.



"Donec viverra" tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus-laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

"Nulla vestibulum" eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam-turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Aenean ut nibh. Nullam hendrerit viverra dolor. Vestibulum

Abb.: Hier werden zusätzliche Attribute wie Farbe, Unterstreichung und Umrandung festgelegt, wobei man die Umrandung für normale Texte nicht einsetzen sollte. Unter Markierung kann man einem Absatz eine Hintergrundfarbe zuordnen. Allerdings kann man hier keinen Abstand vom Text zur Hintergrundfarbe definieren - das sollte man besser über das Panel Textrahmen steuern.

Den Wert einer Unterschneidung zu ändern kann immer dann sinnvoll sein, wenn zwei benachbarte Zeichen zu eng, oder zu weit auseinanderliegen. Im Menü setzt man die Einstellung auf Manuell und ändert den Wert bei Zeichenabstand in einen negativen oder positiven Wert. Über negative oder positive Werte kann man Text in einem Absatz auch nach links oder rechts neigen. Ich wüsste jetzt nicht spontan, für was dies gut sein sollte, aber es ist sicherlich gut, zu wissen, dass solche Effekte mit dem Publisher möglich sind.

Das gilt auch für die Position eines Absatzes zur Grundlinie. Im Beispiel ganz oben schließt der Text mit der Grundlinie ab. Darunter, bei den Änderungen, setzt sich der Text bei einem Minuswert etwas vom blauen Rand des Textrahmens nach unten ab. Dies soll zeigen, dass sich der Text von der Grundlinie nach unten verschiebt. Mit einem positiven Wert kann man einen Text auch am Grundlinienraster nach oben hinaus verschieben.

Vielleicht sollten Sie sich einmal jede Veränderung in diesem Bereich des Menüs einzeln in einem Absatz anschauen. Legen Sie mehrere Absatzstile an und vergleichen Sie die Auswirkungen.

"Donec viverra" tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus-laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

"Nulla vestibulum" eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam-turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Aenean ut nibh. Nullam hendrerit viverra dolor. Vestibulum

"Donec viverra" tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus-laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

"Nulla vestibulum" eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam-turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Aenean ut nibh. Nullam hendrerit viverra dolor. Vestibulum

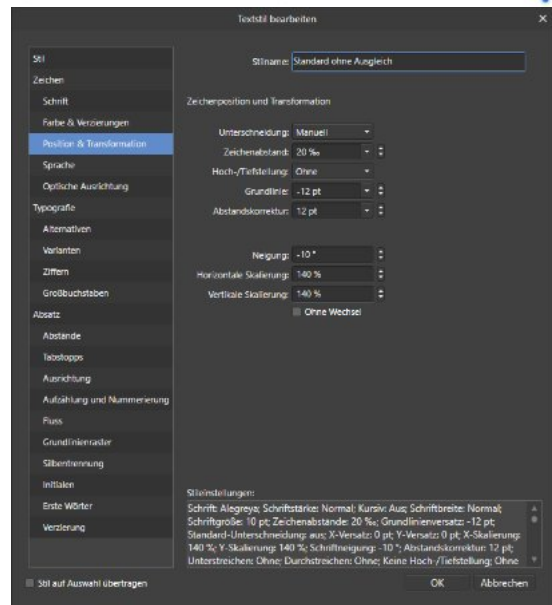


Abb.: Oben sehen Sie zwei Absätze, die den Unterschied anhand der Einstellungen sichtbar machen.



WÖRTER IN EINEM DOKUMENT ZÄHLEN

Setzen Sie im Menü ANSICHT hinter WORTANZAHL EINBLENDEN ein Häkchen und Ihnen werden von da an unten links im Publisher die Wortmengen angezeigt. Klickt man auf diesen Eintrag mit der linken Mouse-Taste, bekommt man weitere Angaben angezeigt. Hier kann man die Anzahl von Wörtern, Zeichen, Zeilen und Absätze ablesen. Zahlen in Klammern signalisieren die Menge, die sich in Übersatztexten befindet, also Textrahmen mit einem Textüberlauf. Die Statistik kann man für das ganze Dokument abrufen, oder man markiert einen Textrahmen und bekommt nur für diesen die Angaben angezeigt. Eine sehr nützliche Funktion.

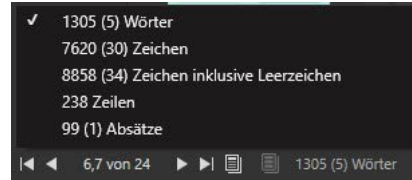


Abb.: Statistik für ein Dokument mit Überlaufertext

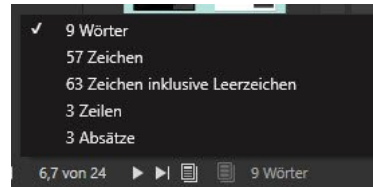
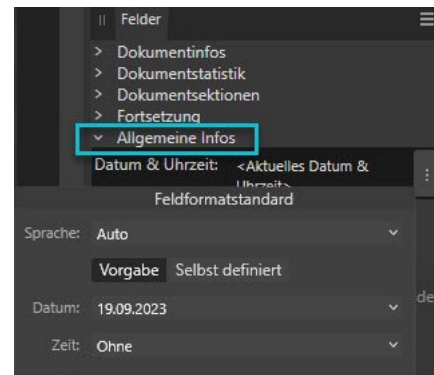


Abb.: Statistik für einen markierten Textrahmen



DATUM UND ZEIT FORMATIEREN

Nun kann man im Panel FELDER im Bereich „Allgemeine Infos“ das Datum und die Zeit selbst formatieren. Dazu klickt man auf die drei Punkte rechts im Panel. Hier öffnet sich ein kleines Menü, in dem man die Sprache und das jeweilige Format für das Datum und die Zeit nach eigenen Wünschen einstellen kann. Hier ist man auf die Vorgaben beschränkt. Über „Selbst definiert“ kann man ein eigenes Schema vergeben. Das Muster für das Datum ist dd.MM.yyyy, das für die Zeit HH:mm.



COPY & PASTE

Möchte man im Publisher ein Objekt über die Zwischenablage an eine bestimmte Stelle in der Ebenen-Hierarchie kopieren, markiert man einfach das Element in der Ebenenpalette aus, welches UNTER dem später eingefügten Objekt liegen soll. Hier zu sehen, wurde das Foto markiert und der grüne Balken landet automatisch über dem Bild, aber unter dem Text.



DIE STILPALETTE

Ein praktisches Hilfsmittel ist in der Publisher Version 2.0 dazugekommen. Sie finden es in der Werkzeugleiste. Mit der „Stilpipette“ kann man Attribute von Objekten oder Textabschnitten auf andere übertragen. Man klickt mit der Mouse einfach auf ein Objekt oder ein Zeichen innerhalb eines Textrahmens. Hier wird das Werkzeug quasi mit den Attributen „aufgeladen“. In einem Textrahmen gehören der Absatzstil, der Zeichenstil und alle weiteren Formatierungen dazu. Sobald das Werkzeug aktiviert wurde, findet man in der Menüleiste oben einige Einstellungen mit den verschiedenen Attributen, die man alle aktivieren, oder einige auch ausschalten kann. Vielleicht möchte man einige Einstellungen auf neue Objekte oder Textrahmen nicht mit übernehmen.

Die Stilpipette auf Formen anwenden

Sobald die Stilpipette in der Werkzeugleiste aktiviert ist, ändert sich der Mouse-Cursor in eine Pipette, die nach LINKS ZEIGT. Klickt man mit dieser Pipette nun

auf eine Form, ändert sich die Pipette und zeigt jetzt NACH RECHTS. Damit wählt man die Form aus, auf die man Attribute übertragen möchte.

Die Stilpipette auf Textrahmen anwenden

Wie oben beschrieben klickt man mit der Stilpipette in einen Textrahmen. Möchte man die aufgenommenen Attribute jetzt auf einen anderen Textrahmen übertragen, gibt es 2 Möglichkeiten. Zum einen kann man im neuen Textrahmen NUR EIN WORT mit der Stilpipette anklicken, dann ändert sich auch nur das eine Wort oder – man klickt mit der Stilpipette in den Textrahmen, hält die Mouse gedrückt und markiert einen Textbereich, oder den ganzen Text.

„Leeren“

Solange man oben in der Menüleiste nicht auf die Schaltfläche „Leeren“ klickt, bleiben die aufgenommenen Attribute erhalten. Wahlweise kann man auch die ESC-Taste drücken.

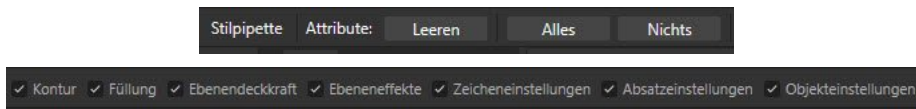


Abb.: Ansicht der oberen Menüleiste bei eingeschalteter Stilpipette.



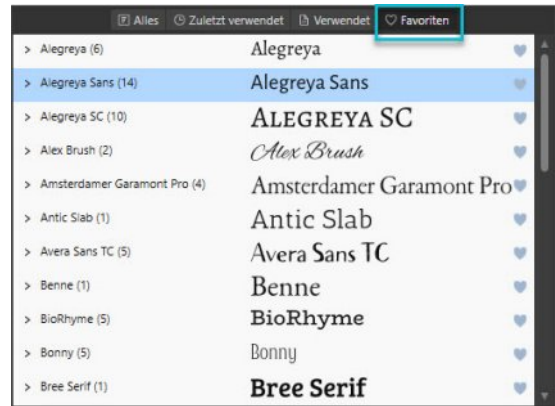
HILFSLINIEN LÖSCHEN

Hilfslinien kann man mit nur einem Mouse-Klick löschen. Halten Sie die ALT-Taste gedrückt und klicken Sie einfach auf eine Hilfslinie. Macht man das im Dokument, sind die Hilfslinien auf den Masterseiten davon NICHT betroffen. Sie bleiben bestehen.



ANGELEGTE SCHRIFTEN ALS FAVORITEN

In den Affinity V2.2 – Programmen werden jetzt die Schriften in der Favoriten-Liste (Herz-Symbol) synchronisiert. Löscht man aus dieser Liste Schriften, wird dieser Zustand in allen Programmen angepasst, das gilt genauso für hinzugefügte Schriften. So spart man sich einiges an Arbeit, wenn man mit gleichen Schriften in den verschiedenen APPS arbeiten möchte. Diese Synchronisation gilt auch für selbsterstellte Rastervorgaben, die man über das Menü „Ansicht – Raster und Achsen“ definiert hat.



DIE CHECKLISTE

Ein wenig unterschätzt hilft die CHECKLISTE, Fehler in einem Affinity-Publisher-Dokument zu erkennen, damit man sie beseitigen kann. Je komplexer die Funktionen im Publisher werden, umso mehr wünscht man sich einen Assistenten, der einem seine eigenen Fehler aufzeigt. Denn klar ist, dass man manchmal die eigenen Fehler nicht erkennt. Aus diesem Grund sollte man am Ende eines Gestaltungsprozesses, bevor man sich dem Export widmet, die CHECKLISTE bemühen und nochmal alles durchchecken. Bei fast jedem Programm-Update, bei dem neue Funktionen hinzukommen, werden die Einträge in der CHECKLISTE erweitert. So auch bei der aktuellen Version 2.2. Die Querverweise sind in der Liste genauso vertreten, wie alle wichtigen Funktionen in vorherigen Updates.

Im Panel CHECKLISTE kann man ein Profil bearbeiten und somit entscheiden, was auf welche Art und Weise

geprüft und angezeigt wird. Ich empfehle, erst einmal alles auf WARNUNG zu stellen. Dabei deaktiviere ich immer die RECHTSCHREIBPRÜFUNG. Denn hier sollte man korrekte Schreibweisen schon vorab in seinem Textprogramm machen und prüfen lassen. Tut man das nicht, bekommt man im Panel CHECKLISTE eine große Anzahl an Fehlermeldungen, die den Anwender manchmal irritieren können. Vor dem Export einer Publikation schaltet man dann die Checkliste ein und lässt alles prüfen. Leider ist die Liste nicht sortiert, sodass man einen Eintrag erst mal suchen muss.

Geprüft werden sollten unbedingt die folgenden Problemarten: Anschnitt, Querverweise, ausgeblendete Objekte, Hyperlinks, Textüberläufe, PDF-Transfer, Index, Inhaltsverzeichnisse, Sektionen, verknüpfte Ressourcen, fehlende Schriften, Updates und Felder zur Datenzusammenführung.



BILDUNTERSCHRIFTEN ALS ASSET SPEICHERN

Gerade bei Magazinen oder Zeitungen werden Fotos mit Bildunterschriften benötigt. Hier wäre es sehr mühsam, diese immer wieder neu anzulegen. Warum also nicht Zeit, sparen und sich die passenden Bilder in einem ASSET zu speichern. Je nach Spaltenlayout kann man sich mehrere dieser Assets erstellen, für 1, 2 und 3-spaltige Layouts.

Am Beispiel eines 2-Spaltenlayouts möchte ich Ihnen zeigen, wie man vorgeht. Ich setze einmal voraus, dass Sie über die Textstile eine Stammschrift für den normalen Text und vielleicht noch für die Überschriften erstellt haben. Legen Sie nun einen Textstil für „Bildunterschriften“ an. Sie können den Stil ruhig so nennen. Vergeben Sie im Dialogfeld eine Schriftart, eine Schriftgröße und Farbe. Hier ist wichtig, dass sie im Dialog das „Grundlinienraster“ abschalten. Da man anfänglich nicht weiß, wo später die Bilder platziert werden, würde das Raster hier nur hinderlich sein. Bei der Schriftgröße hat sich ein Wert zwischen 8-10 Punkt bewährt.

Abstände

Wechseln Sie nun im Dialog zum Eintrag „Abstände“ und vergeben Sie bei „Linker Einzug“ den Wert 1 mm. Warum? Der Textrahmen mit der Bildunterschrift bekommt später eine Hintergrundfarbe. Hier würde der Text direkt am linken Rand nicht gut aussehen. Wir setzen ihn also etwas vom Rand ab. Der Textstil ist nun fertig definiert, Sie können den Dialog nun schließen.

Textrahmen mit Hintergrundfarbe

Ziehen Sie einen neuen Textrahmen auf und weisen Sie diesem über das Panel „Textrahmen“ eine Hintergrundfarbe (1) zu. Hier bietet sich als Farbe ein leichtes Grau an, vielleicht 15% Schwarz. Je dunkler die Farbe ist, umso mehr lenkt der Rahmen der

Bildunterschrift vom eigentlichen Inhalt der Seite ab. Schreiben Sie in den Textrahmen das Wort „Bildunterschrift“ und wählen Sie für diesen den Textstil „Bildunterschriften“ aus.

Foto und Bildunterschrift

Wenn das Seitenlayout fertig definiert ist, können Sie auch abschätzen, wie groß ein Foto sein darf. Laden Sie sich ein passendes Bild in den Publisher, am besten über das Werkzeug „Rechteckiger Bilderrahmen“. Hier können Sie jederzeit Größenänderungen am Bild vornehmen. Setzen Sie nun den Textrahmen der Bildunterschrift direkt unter das Foto. Der Textrahmen sollte eine Höhe von 8 mm nicht überschreiten.

Ein Asset erstellen

Sie haben nun ein Foto und den Textrahmen mit der Bildunterschrift untereinander gesetzt. Beide Elemente müssen Sie jetzt gruppieren, sonst werden ihnen die Elemente einzeln im Panel Assets abgelegt. Ziehen Sie zur Kontrolle das gespeicherte Asset in ein Dokument, wenn es passt, haben Sie alles richtig gemacht. Sie können natürlich jederzeit das Asset anpassen und wieder speichern.

Ein kleiner Tipp

Sie brauchen die Gruppierung des Assets, wenn Sie es ins Dokument gezogen haben, nicht aufzulösen. Klicken Sie mit der Mouse doppelt auf das Foto oder den Bildtext. So wählen Sie Elemente in einer Gruppe direkt aus.

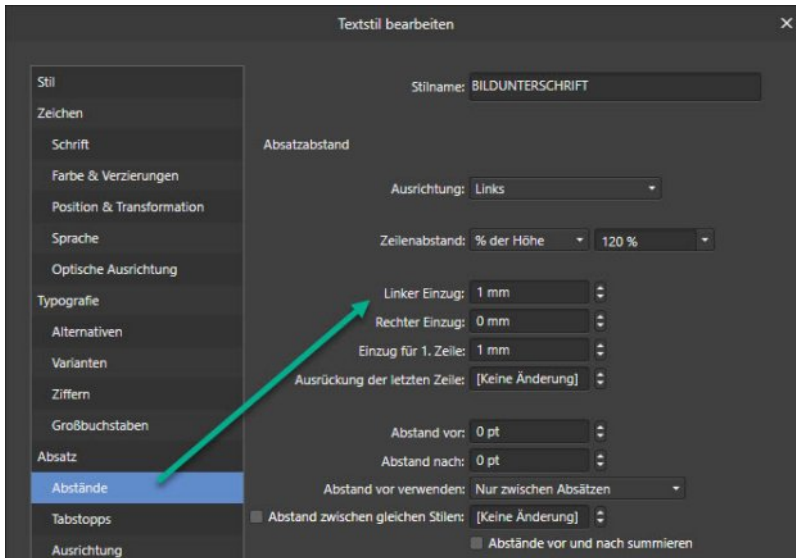


Abb.: Im Textstil den Abstand des Textes links um 1 mm einrücken

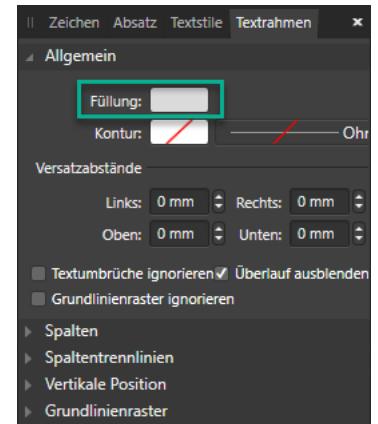


Abb.: Dem Bildtext eine Hintergrundfarbe zuordnen



Leichtathletik - 3000 Meter Hindernislauf



Leichtathletik - 100 Meter Sprint



Leichtathletik - 110 Meter Hürdenlauf

OBEREN

Für ein 3-spaltiges Layout wurde der obere Bildblock angelegt. Dieser geht dann über die ganze Breite einer Dokumentenseite.

RECHTS

Die Bildunterschriften kann man auch variieren, wie im großen Bild zu sehen. Der Textkasten liegt etwas im Bild und nicht darunter.



Leichtathletik - 3000 Meter Hindernislauf



EFFEKTIVES ARBEITEN MIT ASSETS

Für Publisher-Projekte wie Magazine, Flyer, Bücher oder Screendesign sind die Assets ein wahrer Segen. Über das Panel kann man immer wiederkehrende Grafiken in seine Dokumente einbinden. Viele unterschätzen diese Möglichkeit des effektiven Arbeitens. Assets sind auch deshalb interessant, weil man sie zwischen den drei Affinity-Programmen austauschen kann. Bei immer wiederkehrenden Projekten kann der Stil gewahrt werden, der Wiedererkennungswert über Dokumente hinaus bleibt erhalten. Wie für Farbpaletten oder Stile gilt auch hier, dass man Assets in einem passenden Ordner auf der Festplatte als Sicherheitskopie speichern sollte. Nicht vergessen – ein Backup nach Veränderungen ist selbstverständlich.

Was kann als Assets verwendet werden?

Als Asset können Fotos, Texte, Symbole und grafische Elemente verwendet werden. Man kann auch mehrere verschiedene Elemente miteinander kombinieren. Hier ist nur wichtig, dass man diese vorher gruppiert. Sonst wird jedes einzelne Element im Panel Assets abgelegt. Wichtig ist auch, dass man keine übergroßen Fotos verwenden sollte. Für ein Bildschirm-Projekt machen 300 dpi Fotos keinen Sinn, sie blähen die Asset-Datei nur unnötig auf.

Beispiel: Ein Märchenbuch

Sie planen ein Märchenbuch, indem Sie ein Foto des Märchens mit einem kurzen erklärenden Text kombinieren möchten. Der Text soll in einem formatierten Textrahmen platziert werden, das Foto wird oben links gesetzt. Mit Hilfe des Panels „Textrahmen“ vergeben Sie dem Textrahmen eine Hintergrundfarbe, eine farbige Kontur und Sie bestimmen, wie weit der Text vom Rahmen entfernt sein soll. Der „Versatzabstand“ beträgt hier auf allen

vier Seiten 2mm. Über dem Foto soll in einer abgesetzten Farbe, hier Orange, der Name des Erzählers stehen, unterhalb des Fotos der Name des Märchens. Wie das Märchen-Foto sich zum Text im Rahmen verhalten soll, legen Sie mit Hilfe des Panels „Textumbruch“ fest.

Sind alle Arbeiten erledigt, können Sie nun entscheiden, was im Panel „Assets“ abgespeichert werden soll. Was viele nicht wissen: Hat man ein gruppiertes Asset in ein Dokument hineingezogen, kann man jedes einzelne Element mit einem Doppelklick bearbeiten, Text kann bearbeitet und Fotos ausgetauscht werden. Man muss hier nicht über das Panel „Ebenen“ gehen, was einen zusätzlichen Arbeitsschritt bedeuten würde. Die Beispiele lassen sich beliebig fortführen.

Kategorie und Unterkategorie

Ein neues Asset legt man im Panel „Asset“ über das kleine Dokumenten-Symbol oben rechts an und kann hier der Kategorie auch einen neuen Namen geben. Ist die Kategorie erstellt, erscheint sie unterhalb des Panels in einem Auswahlfenster – hier können verschiedene Assets gesammelt und ausgewählt werden. Innerhalb eines Assets legt man Unterkategorien an. So lassen sich grafische Elemente sortiert verwalten. Seit der letzten Affinity Publisher 1.9.2 – Version kann man die Assets auch neu anordnen.



Abb.: 2 Beispiele für eine Text/Foto-Kombination

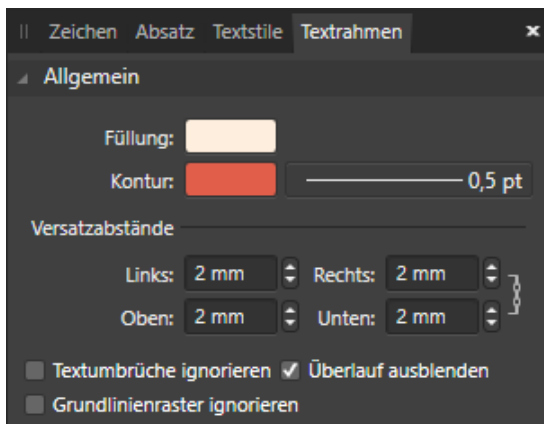


Abb.: Einen Textrahmen formatieren

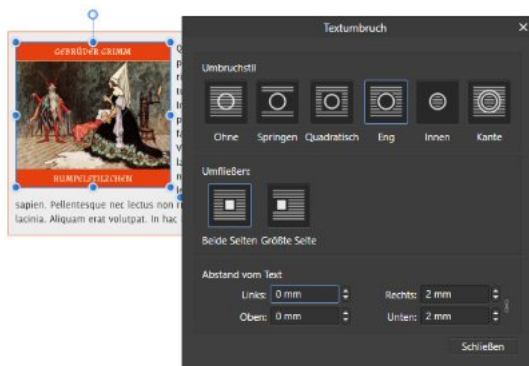


Abb.: Den Textumbruch für ein Foto festlegen

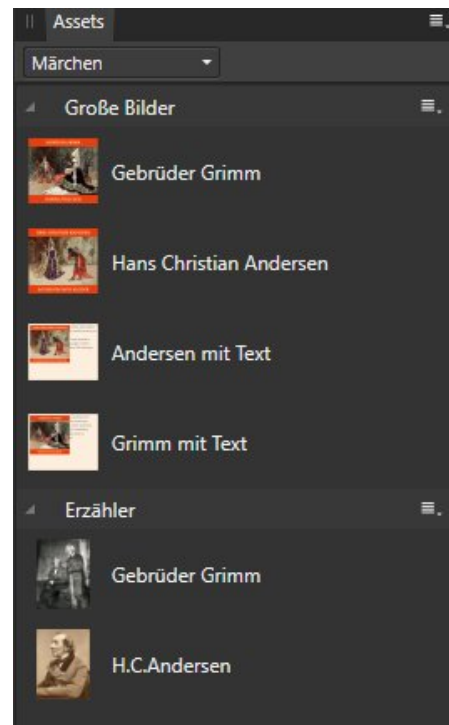


Abb.: Das Asset für das Märchen-Projekt, unterteilt in die Foto/Text - Einheiten und die Fotos der Erzähler.



ARBEITEN MIT GLOBALEN FARBEN

Das Thema Farben ist dermaßen komplex, dass darüber viele Bücher geschrieben wurden. Die Grundlagen muss man sich mit Hilfe der Literatur selbst aneignen. In der Affinity-Suite findet man zur Verwaltung von Farben mehrere Möglichkeiten. Zum einen mit Hilfe der Panels FARBFELDER und FARBE sowie dem Werkzeug FÜLLUNG. Zum Thema kommen weitere Schlagwörter wie Verläufe, Farbpaletten, Füllfarbe, Schmuckfarbe, Konturfarbe, globale Farben, Farbmodelle, Dokumentpalette und Programmpalette hinzu. In diesem Artikel möchte ich Ihnen die Möglichkeiten von „Globalen Farben“ etwas näherbringen.

Was sind „Globale Farben“?

Stellen Sie sich vor, Sie gestalten grafische Elemente oder möchten in einem Buch einzelnen Kapitelüberschriften eines Textes verschiedene Farben zuordnen. Sie möchten sich aber für später die Möglichkeit offen halten, die Farben zu ändern. Auf

herkömmlichem Weg müssten Sie mühsam jedes Element oder eine Überschrift markieren, um dann die Farbe neu zu wählen. Hier kommen nun die „Globalen Farben“ zum Einsatz – mit Ihnen kann man sich viele Wege sparen, Farben schnell ändern.

Spezifikationen von „Globalen Farben“

Diese Farben können Sie NUR für das gerade geöffnete Dokument anlegen und nicht für ein anderes Dokument verwenden. Globale Farben werden mit dem Dokument gespeichert. Im Panel FARBFELDER wird eine globale Farbpalette immer ganz oben in der Paletten-Liste angezeigt, man erkennt sie an einem weißen Dokumenten-Symbol mit einem Eselohr rechts oben. Außerdem haben die einzelnen Farben ein Farbfeld mit einer weißen Ecke links unten vorangestellt.

Anlegen einer „Globalen Farbpalette“

In den Affinity-Programmen wird eine „Globale

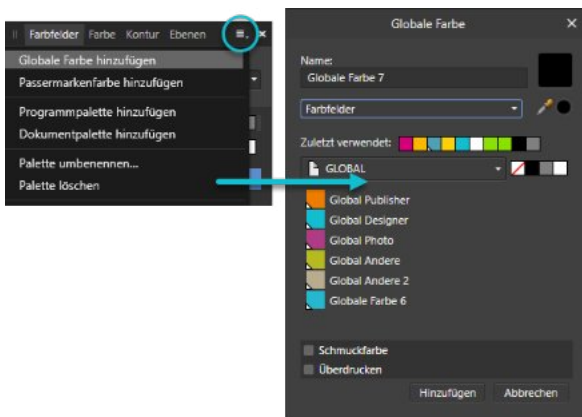


Abb. 1: Eine Globale Farbe hinzufügen

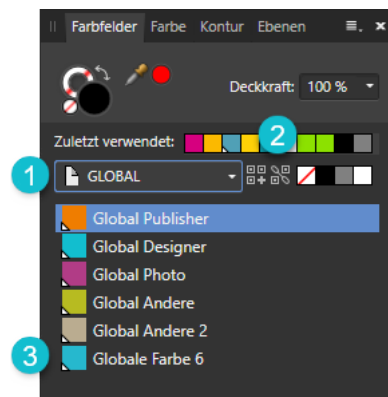


Abb. 2: Spezifikationen einer Globalen Farbpalette

Farbpalette“ dadurch angelegt, dass man eine neue globale Farbe hinzufügt. Es gibt keinen Eintrag, um eine solche Palette anzulegen, das Programm erkennt von selbst, dass man eine Farbpalette mit globalen Merkmalen erstellen möchte. Klicken Sie im Panel FARBFELDER auf das kleine Symbol oben rechts. Im folgenden Menü wählen Sie „Globale Farbe hinzufügen“.

Ansicht im Panel FARBFELDER

In der Liste der Farbpaletten wird die „Globale Palette“ angezeigt (1), neben der Liste erscheint nun ein zweites Symbol (2) mit dem man eine definierte Farbe der Palette hinzufügen kann. Das Farbfeld eine globale Farbe ist unten links mit einer weißen Ecke markiert (3).

Globalen Farben eindeutige Namen geben

Normalerweise stehen hinter jeder Farbe die Farbwerte. Damit man aber später beim Ändern einer Farbe nicht den Überblick verliert, vergibt man jeder dieser Farben eine Bezeichnung, für welchen Zweck die Farbe angelegt wurde. In Abbildung 2 kann man z.B. sehen, dass den einzelnen Farben ein bestimmter

Text hinterlegt wurde. Dies ist meine „Globale Farbpalette“ für meine Magazin62-Hefte. Sie besagt, dass für Textüberschriften, die den Publisher betreffen, die Farbe Orange in der Überschrift vergeben wird, für den Designer die Farbe Blau und für Affinity Photo die FarbeLila. Dies kann man nun sehr schön mit einem Textstil verbinden. Man erstellt sich im Textstil das Format einer Überschrift und wählt als Textfarbe eine „Globale Farbe“. Möchte ich später in meinem Magazin62 die Farbe Orange für Publisher-Überschriften ändern, reicht es aus, die „Globale Farbe“ zu ändern.

Eine Globale Farbe ändern

Klicken Sie mit der rechten MOUSE-Taste auf die zu ändernde Farbe und wählen Sie „Füllung bearbeiten“ (Abb. 4). Nun können Sie über verschiedene Einstellungen eine neue Farbe generieren. Übrigens: Wenn Sie in einem Verlauf eine globale Farbe eingesetzt haben, wird sich der Verlauf ändern, wenn man die globale Farbe ändert.

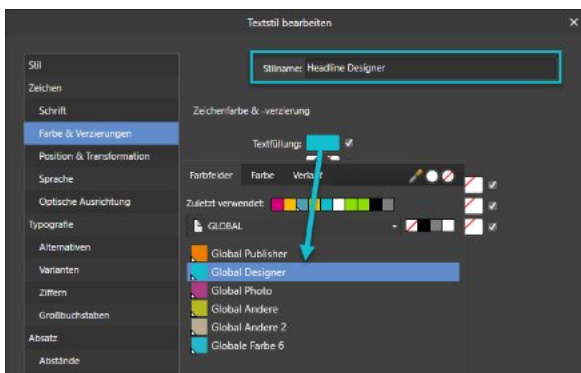


Abb. 3: Globale Farbe einem Text-Stil zuordnen

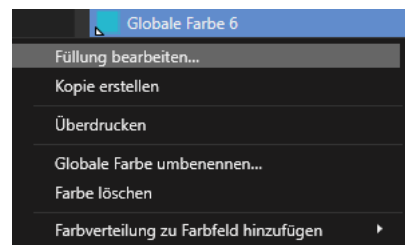


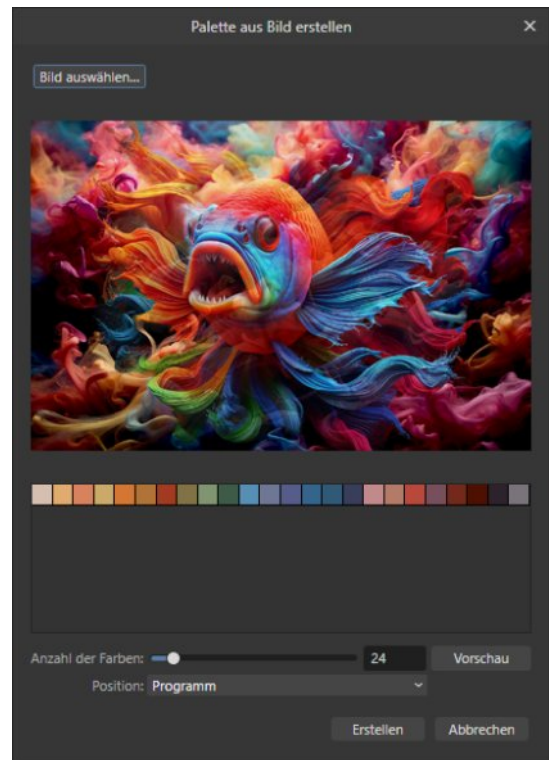
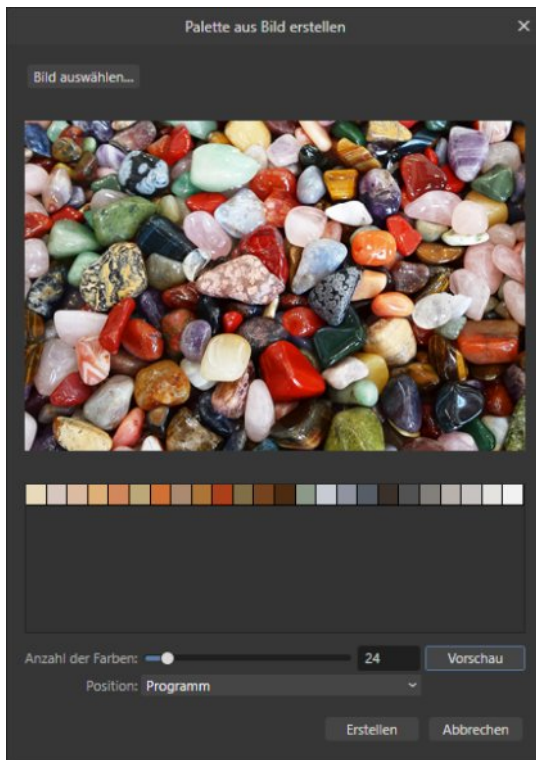
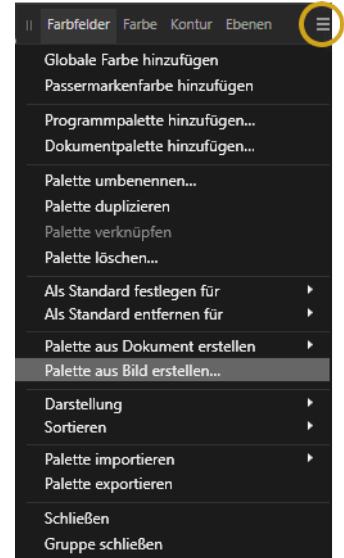
Abb. 4: Eine Globale Farbe ändern

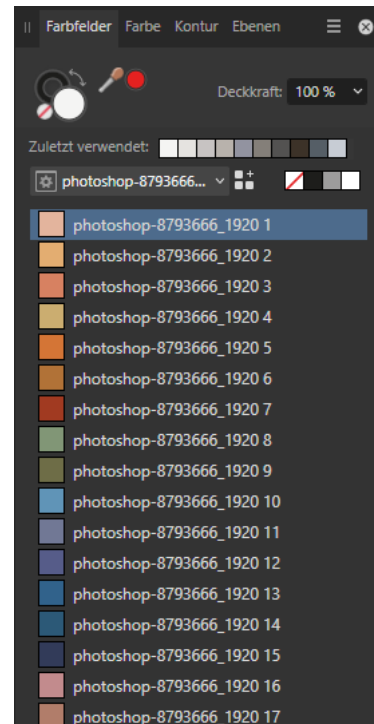
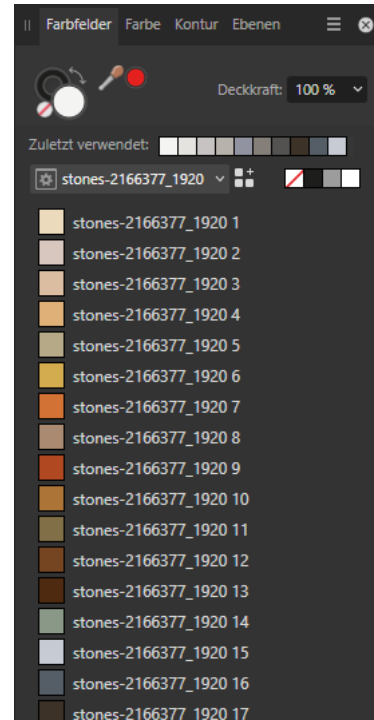


EIGENE FARBKOMBINATIONEN

Bei einigen Projekten kann es sinnvoll sein, sich eine eigene Farbpalette zu erstellen. Besonders dann, wenn man sich nicht sicher ist, wie das Projekt farblich umgesetzt werden soll. Hier hilft eine Funktion im Affinity-Publisher, die man über das Panel FARBFELDER erreicht. Wahlweise kann man sich eine Palette aus einem Dokument oder Bild generieren lassen. Ich bevorzuge bei so einem Vorhaben ein Bild, da man hier ein Foto des Projekts verwenden kann. In der Ansicht rechts habe ich 24 einzelne Farben aus dem sichtbaren Bild generieren lassen. Dies wären dann die Hauptfarben für das Projekt. Man achte auch darauf, dass nach dem Erstellen der Palette im Panel der Name der Farbpalette aus dem Namen des Bildes generiert wird. Wer dies nicht möchte, kann das Bild vorher umbenennen. Zu dieser Funktion braucht es nicht viele Worte.

Abb.: Über das Panel FARBFELDER ruft man den Punkt „Palette aus Bild erstellen“ auf. Wahlweise kann man sich auch eine Farbpalette aus einem Dokument erstellen.

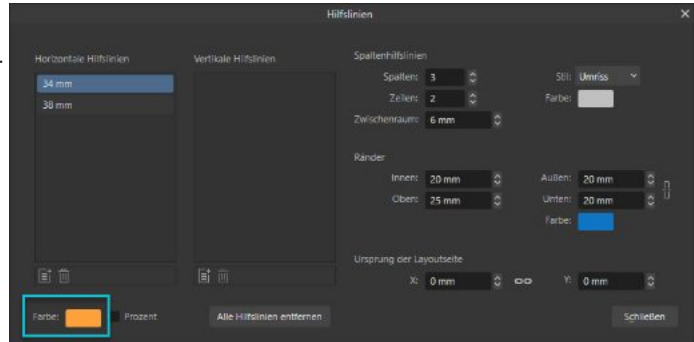






FARBEN FÜR HILFSLINIEN ANPASSEN

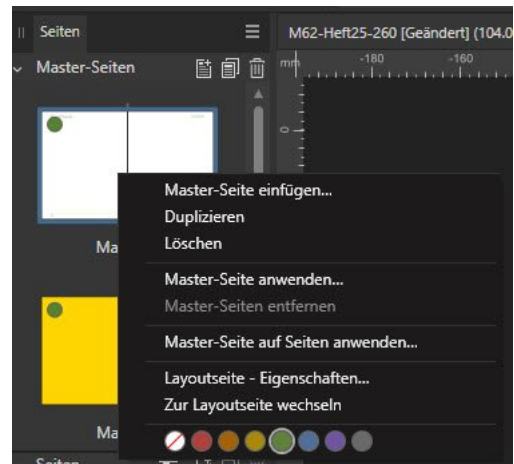
Im Publisher kann man ab Version 2.2 Hilfslinien eine andere Farbe zuzuordnen. In dem Menü ANSICHT wählt man dazu den Eintrag HILFSLINIEN oder klickt mit der Mouse auf eine vorhandene Linie. So können in einem Layout bestimmte Bereiche besser sichtbar gemacht werden.



FARBEN FÜR MASTERSEITEN VERGEBEN

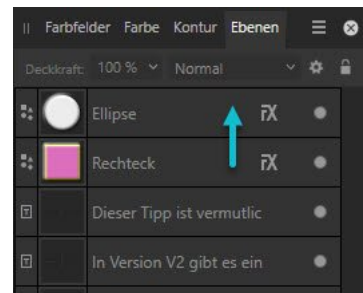
Ab Publisher-Version 2.6 gibt es auch die Möglichkeit, einer Masterseite eine Farbe zuzuordnen. Klicken Sie dazu mit der rechten Mouse-Taste auf eine Masterseite und vergeben Sie im jetzt erscheinenden Menü eine Farbe. Die zugeordnete Farbe sieht man jetzt auch als Balken über den Seiten, denen die passende Masterseite zugeordnet wurde.

Abb.: Zuordnen von Farben auf Masterseiten, die Farben werden über den Seiten als Balken dargestellt



EFFEKTE AUF OBJEKT ANWENDEN

Sie haben eine Form über das Panel „QuickFX“ grafisch ansprechend verändert und möchten diesen Effekt nun auf weitere Formen anwenden. Ziehen Sie im Panel „Ebenen“ einfach das FX-Zeichen auf die Ebene mit der gewünschten Form. Was nicht übernommen wird, sind farbliche Veränderungen, nur die Effekte werden auf das neue Objekt angewendet.





NEUE ANSICHTSMODI

Über das Menü ANSICHT - ANSICHTSMODUS kann man sein Layout nun GRAU anzeigen lassen oder alle QUICKFX – Effekte ausblenden. Für die Symbolleiste sind hierfür neue Symbole hinzugekommen. Sie wirken wie ein Schalter (an/aus) und helfen, Kontraste besser einzuschätzen oder herauszufinden, ob ein bestimmter Effekt überhaupt notwendig ist. Weitere Ansichten sind das Drahtgitter, Haarlinien oder Pixel. Allerdings sehe ich persönlich die Relevanz für letzt genannte Einstellungen nicht. Ich habe mir nur die zwei Symbole für die beiden oben genannten Effekte in die Symbolleiste kopiert.



SELBST DEFINIERTE TEXTFELDER

Eine Neuerung im Publisher 2.2 sind TEXTFELDER, die man sich selbst anlegen und im Text verwenden kann. Als klassisches Beispiel sei hier eine Speisekarte erwähnt, in der man durch Felder Preise bestimmt und wenn man sie anpassen muss, reicht es aus, dies über die FELDER zu machen. Im Panel FELDER gibt es dazu den neuen Eintrag „Custom“. Etwas verwirrend klärt sich später auf, dass nach dem Anlegen eines Feldes im Panel ein Unterpunkt mit dem Namen „Selbst definiert“ sichtbar wird.

Ein neues Textfeld anlegen

Um ein neues Feld anzulegen, muss man zuerst einen leeren Textrahmen aufziehen. Jetzt klickt man im Panel FELDER auf das PLUS-Symbol und kann einen NAMEN und einen WERT vergeben. Um den Wert in ein Textfeld einzufügen, muss sich der Text-Cursor in einem Textrahmen befinden. Mit einem Doppelklick auf den FELDNAMEN wird der zugeordnete Wert in den Textrahmen eingefügt.

Einen Wert anpassen

Im Panel FELDER braucht man nur mit dem Cursor auf den Preis (WERT) zu klicken und ihn ändern. Sogleich ändert sich der Preis auch im Text, hier im Beispiel, in der Speisekarte.

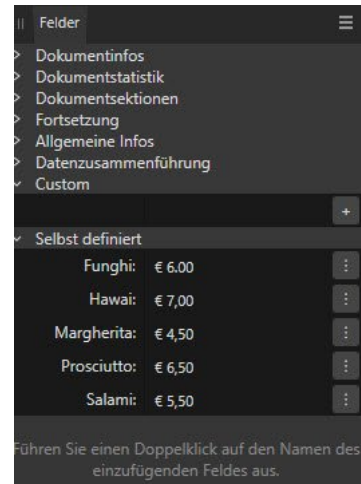


Abb.: Die drei Punkte im Panel:
Über die drei Punkte kann man einen Namen löschen oder umbenennen.



IMPORT VON CAD-DATEIEN

Ab Affinity Publisher Version 2.4 gibt es die Möglichkeit, Autodesk® und AutoCad® – Dateien im DWG und DXF-Format zu importieren. Nach dem Import kann man allerdings die originale CAD-Datei nicht überschreiben. Jederzeit lassen sich die Inhalte einer CAD-Datei bearbeiten, wobei der Publisher auch die Möglichkeit bietet, einzelne Layer (Ebenen) der Datei auszuschalten.

Dateien importieren

Entweder öffnet man eine CAD-Datei in einem schon geöffneten Dokument mit dem „Platzieren“ – Befehl, oder man startet den Publisher ohne Dokument und öffnet die CAD-Datei mit einem Doppelklick im leeren Publisher-Fenster. Je nach Spezifikation der Datei kann eine Fehlermeldung erscheinen, klickt man diese weg, wird die Datei trotzdem geöffnet. Hier kann ich aber nicht sagen, ob dann alles korrekt importiert wird. Im Import-Dialog können dann verschiedene Einstellungen vorgenommen werden.

Einstellungen für die Seitenbox

Bei markierter CAD-Datei sieht man oben in der Menüleiste einige Optionen, mit denen man entscheiden kann, was dargestellt werden soll. Das hängt von der Datei ab. Wenn man diese Datei nur weiterverarbeitet, sollte man den „Maximalen Inhalt“ wählen. Über „Ebenen“ kann man entscheiden, welche Teile einer Zeichnung angezeigt oder verborgen werden sollen.

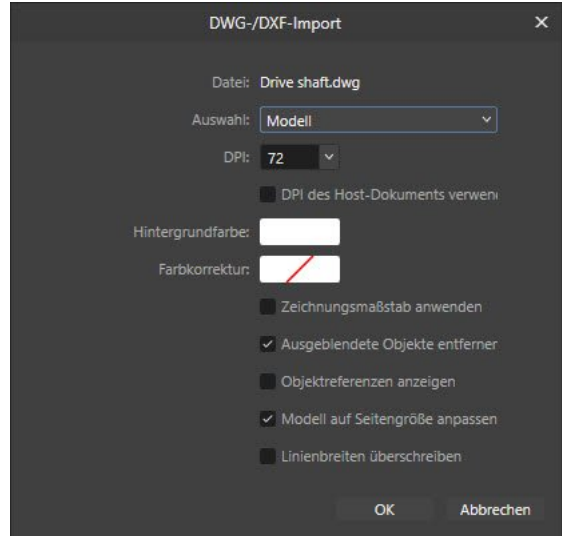


Abb.: Import-Dialog zur Auswahl von Optionen

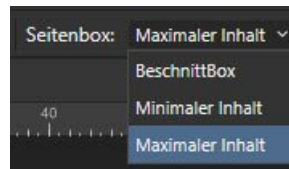


Abb.: Auswahl der anzuzeigenden Inhalte

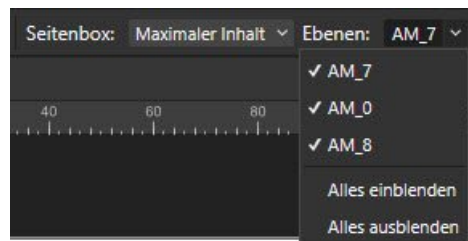


Abb.: Auswahl der anzuzeigenden Ebenen



EINE FORM MIT EINEM FOTO FÜLLEN

In einer Affinity-Gruppe bei Facebook tauchte die Frage auf, wie man eine Grafik mit einem Foto füllt. Es gibt hier mehrere Möglichkeiten, im Publisher und Designer. Über die Ebenen-Palette oder das FÜLLEN-Werkzeug. Den Weg über das Werkzeug FÜLLUNG finden Sie im nächsten Artikel. Hier möchte ich den Weg über das Panel EBENEN erklären.

Zeichnen Sie eine Form nach Ihren Wünschen und laden Sie über DATEI – PLATZIEREN das gewünschte Bild in die Datei. Das Bild sollte so groß sein, dass es in den Abmessungen in die Form passt (**Abb. 1**).

Das Foto in die Grafik einpassen: Ziehen Sie im Panel EBENEN die Ebene mit dem Foto mit der linken MOUSE-Taste auf die Ebene der Grafikform. Und hier muss man jetzt genau darauf achten, dass man das Foto richtig verschiebt. In der (**Abb. 2**) mit rot markiert erscheint beim Verschieben ein Balken – dieser MUSS NACH RECHTS EINGERÜCKT erscheinen. Wenn Sie alles richtig gemacht haben, sehen Sie das Ergebnis – das Foto ist nun in der Grafikform. Wenn nicht, müssen Sie nochmal ansetzen und erneut verschieben.

Das Foto wieder aus der Form lösen: Möchten Sie das Foto wieder aus der Grafikform herausnehmen, klicken Sie mit der rechten MOUSE-Taste auf das Foto und wählen „Freigeben“. (**Abb. 3**)



Abb. 1: Eine Grafikform erstellen und ein Foto platzieren

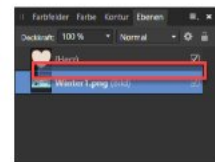


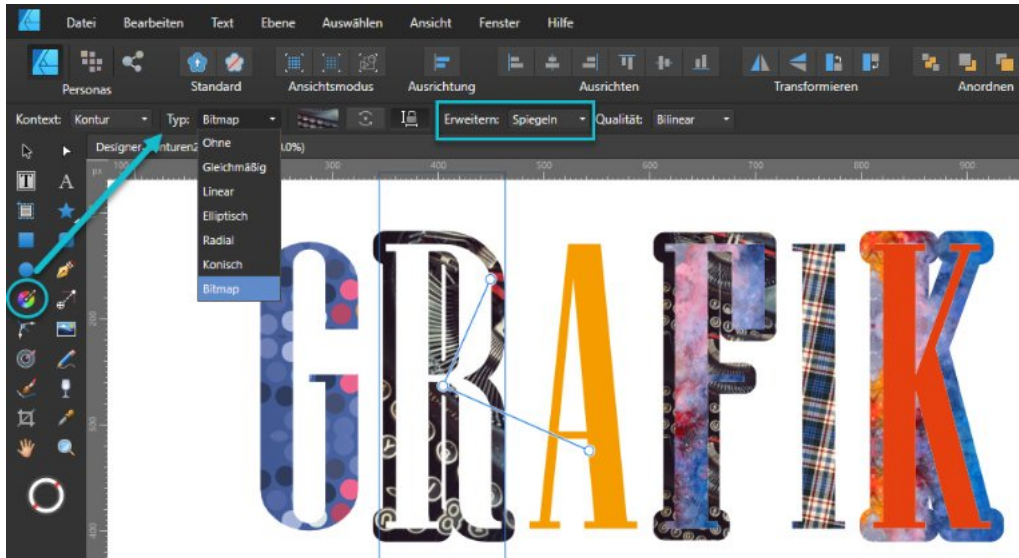
Abb. 2: Die Fotoebene auf die Grafikobjekt-Ebene ziehen



Abb. 3: Foto aus der Form lösen



GRAFIKTEXT FORMATIEREN



Leider lassen sich Effekte mit Konturen nicht auf Grafiktext anwenden und für den Publisher gibt es hier auch keine Möglichkeiten. Das liegt bei allen Affinity Programmen daran, dass Grafiktext zu komplex aufgebaut ist. Eine Alternative bietet sich aber mit dem Werkzeug FÜLLUNG. Hier kann man einem Grafiktext eine Hintergrund-Farbe- oder ein Bitmap-Foto zuordnen. Dasselbe funktioniert mit dem Füllwerkzeug auch für die Kontur. Schreiben Sie mit dem Grafiktext-Werkzeug ein beliebiges Wort oder einen Buchstaben, weisen Sie diesem eine Füllfarbe (Panel FARBFELDER) und eine Kontur (Panel KONTUR) zu.

Markieren Sie das Wort/den Buchstaben und wählen Sie in der Werkzeug-Palette das Tool FÜLLUNG aus. Über dieses Werkzeug kann man die Einstellungen für die Füllung und die Objekt-Kontur steuern. Sie können beiden (Kontur und Füllfarbe) einen Verlauf zuweisen oder, wie hier im Artikel erklärt, eine Bitmap-Grafik. Dabei kann man feststellen, dass man einen starken Effekt bei der Kontur damit erzielt,

wenn man ein realistisches Foto wählt, für die Füllung kann man das auch machen, ich finde aber, dass ein Muster besser wirkt. Sobald man das Füllen-Werkzeug gewählt hat, erscheinen oben in der Kontextleiste einige Einstellungen. Über KONTEXT schaltet man zwischen Füllung und Kontur um. Über TYP entscheidet man sich für die Art der Füllung.

Ein Tipp: Achten Sie bei der Kontur darauf, dass Sie im Panel KONTUR für „Ausrichten“ den Eintrag rechts (Umrisslinie außen) wählen, sonst wird die Kontur nicht korrekt angezeigt – je nach Einstellung wird sie dann mittig oder innen gesetzt. Wählen Sie nun bei TYP den Eintrag „Bitmap“ und Sie können von der Festplatte eine Grafikdatei auswählen. Wiederholen Sie diesen Schritt, wenn Sie eine andere Grafik haben möchten. Setzen Sie die Art der Grafikwiederholung bei „Erweitern“ auf „Spiegeln“. So wird die Grafik an den Rändern des Grafiktext-Objektes nahtlos gespiegelt und hinterlässt keine falsche (unterbrochene) Darstellung.



WASSERZEICHEN/KENNWORTSCHUTZ

Möchte man ein Publisher-Projekt als PDF-Datei weitergeben und diese gleichzeitig schützen, kommen entweder Wasserzeichen mit ins Spiel, oder eine Passwort-Abfrage, die man über den Export-Dialog steuern kann. Man muss sich aber darüber im Klaren sein, dass es eine hundertprozentige Sicherheit nicht geben kann. Möchte man sein Projekt einer Handvoll Leuten zur Begutachtung übermitteln, kann man allerdings davon ausgehen, dass sich unter ihnen kein Hacker befindet, der die Methoden zur Freigabe von Passwörtern kennt. Mit Wasserzeichen kann man eigentlich nichts verkehrt machen. Der sinnvollste Weg für ein Wasserzeichen ist der Weg über die Masterseiten einer Publisher-Datei. Dabei sollte man beachten, dass der Inhalt einer Publikation immer noch gut lesbar sein muss. Über die Masterseiten kann man zum Beispiel einen Wasserzeichentext quer in einem leichten Grauton (10-15%) einfügen. Später, wenn man eine finale PDF-Datei erzeugen möchte, kann man den Text wieder löschen. Man unterscheidet generell zwei Versionen von Wasserzeichen, mit denen man zum einen die Echtheit eines Dokuments belegen kann, zum

anderen das geistige Eigentum schützt. Physische Wasserzeichen findet man traditionell in offiziellen Dokumenten, Banknoten, Briefmarken oder Urkunden. Digitale Wasserzeichen finden Verwendung in Bildern, Videos oder Audio-Dateien. Sie können sichtbar oder unsichtbar eingesetzt werden. In ihnen lassen sich Angaben zum Eigentümer, Copyright oder Datum erfassen.

Für digitale Medien gibt es einige Lösungen, die ich hier kurz erläutern möchte. Für Fotos bietet sich der Digimarc-Filter an. Hier muss man sich allerdings bei DIGIMARC anmelden, um eine eigene ID zu bekommen. Diesen Filter findet man meist bei Photoshop. Online findet man unter dem Begriff „Watermark“ oder „Watermarkly“ verschiedene Lösungen, die aber meist sehr eingeschränkt nutzbar sind. Bei guten Videoschnittprogrammen findet man integrierte Lösungen in der Software selbst. Für Dokumente findet man zwar online einige Tools, die einem beim Erstellen von Wasserzeichen helfen, meist reicht es aber völlig aus, das eigene Textprogramm dafür zu nutzen.

Das Exportieren einer PDF-Datei

Über den Export-Dialog zur Generierung einer PDF-Datei im Affinity Publisher kann man dem Dokument ein Passwort vergeben, das der Empfänger kennen muss. Über ein weiteres Kennwort kann man weitere Bearbeitungsschritte freigeben, wie das Drucken, die Änderungen am Inhalt und das Kopieren von Inhalten. Mit einem Häkchen erlaubt man dem Leser, weitere Optionen nutzen zu können.

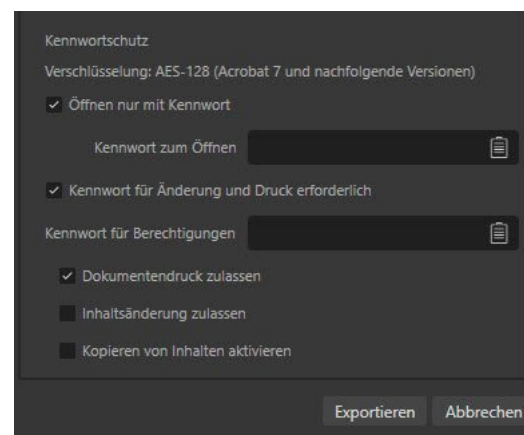


Abb.: Der Kennwortschutz im PDF-Export-Dialog



LESEZEICHEN/INDEX FÜR PDF-EXPORT

Für umfangreiche digitale PDF-Dokumente ist es wünschenswert, Lesezeichen zu erstellen, die dann in einem PDF-Reader angezeigt werden. So kann man sich ein Inhaltsverzeichnis erstellen, das es dem Leser leichter macht, sich durch das Dokument zu bewegen. Das gilt auch für einen digitalen Index. Dieser wird automatisch angelegt, wenn man dies im Export-Dialog mit angibt. Allerdings betrifft dies NUR DIE SEITENZAHLEN im Index. Der Index-Text selbst wird nicht als Hypertext ausgegeben. Bei den Vorgaben im Export-Dialog sollte man folgende Einstellungen wählen. „PDF (digital - kleine Größe)“ oder „PDF (digital - hohe Qualität)“. Hier sind die Vorgaben für Hyperlinks und das Inhaltsverzeichnis

schon vorab eingestellt.

Inhaltsverzeichnis – wie geht man vor?

Sie werden es nicht glauben, aber das geht so schnell, dass Sie sich sicherlich fragen werden, „warum nicht gleich so“. Rufen Sie das Panel ANKER auf. Markieren Sie den Text, der als Inhaltsverzeichnis erscheinen soll, und klicken Sie im Panel unten rechts neben dem Papierkorb-Symbol auf „Anker hinzufügen“. Das war es! Sie können nun weitere Einträge dort einfügen, dabei spielt die Reihenfolge keine Rolle. Beim Export werden die Einträge automatisch anhand der Seitenzahlen sortiert.

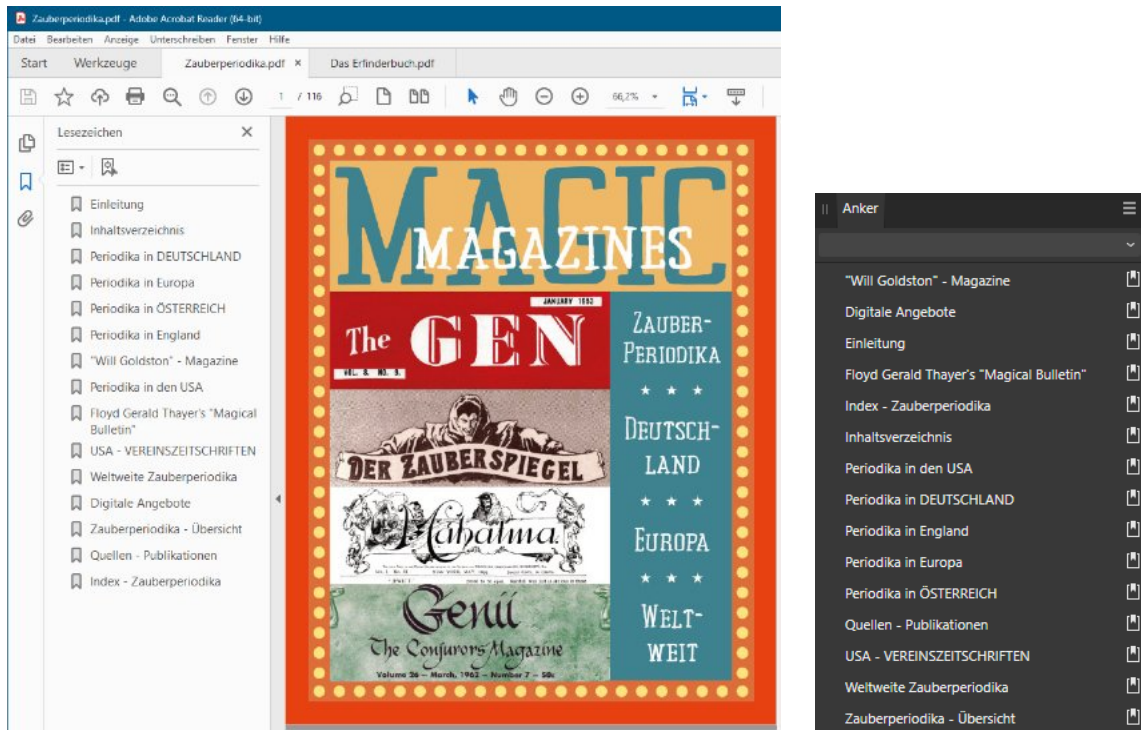


Abb.: Links: Ansicht PDF-Datei mit Inhaltsverzeichnis. Rechts das Panel ANKER zu dieser Datei. Hier kann man sehen, dass die Einträge nach dem Export automatisch sortiert werden.



AUFBAU EINER PDF-DATEI

Mit Hilfe des PDF-Formats können Dokumente erstellt und mit anderen Anwendern ausgetauscht werden, und zwar unabhängig davon, welche Software und Hardware genutzt wird. Das Format bietet viele weitere Möglichkeiten wie z.B. das Erstellen von Formularen. Im Affinity Publisher besteht die Möglichkeit, PDF-Dateien in einem Dokument zu platzieren, und hier stellen sich Anwender die Frage, wie man z.B. integrierte Schnittmarken aus einer fremden PDF-Datei im Publisher darstellen und sichtbar machen kann. Erstellt man im Publisher, in InDesign und anderen DTP-Programmen eine druckbare PDF-Datei, kann man beim Export sogenannte Druckmarken setzen. Dazu gehören Schnittmarken, Passermarken, Farbstreifen und Seiteninfos. Für den professionellen Druckprozess sind Beschnitt- oder Anschnittmarken sinnvoll. Sie geben an, wo das Dokument mit einer Schneidemaschine zugeschnitten werden soll. Heutzutage werden die meisten Zusatzinfos auf einem Druckbogen nicht mehr benötigt. Hier sollten Sie aber unbedingt Rücksprache mit Ihrer Druckerei halten.

Wie ist eine PDF-Datei aufgebaut? Beim Import einer PDF-Datei in den Publisher findet man oben in der Kontextleiste ein Auswahlménü mit dem Namen SEITENBOX. Öffnet man hier die Liste, kann man entscheiden, wie die PDF-Datei angezeigt werden soll. Hier ist es gut, zu wissen, was die einzelnen Listeneinträge bedeuten. PDF-Dateien bestehen aus verschiedenen Boxen, oft auch Rahmen genannt.

- 1. Medienbox (Mediabox):** Diese Box ist die Seitengröße, steht ganz außen und beinhaltet alle anderen Boxen.
- 2. Zuschnittbox (Cropbox):** Diese Box enthält alles, was gedruckt oder am Bildschirm angezeigt wird.
- 3. Beschnittbox (Bleedbox):** Diese Box ist der

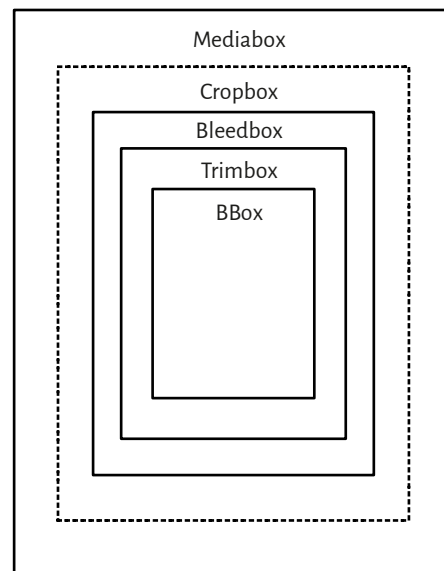
Anschnittrahmen und enthält alles, was gedruckt wird UND den Anschnitt.

4. Anschnittbox (Trimbox): Diese Box zeigt das Dokument im Endformat an, ohne Beschnitt.

5. Artbox: Diese Box stellt den Objektrahmen dar, sie beschreibt den Seitenausschnitt, der beim Platzieren einer PDF-Datei in einem anderen Programm verwendet werden soll. Dieser Rahmentyp ist veraltet.

6. Bounding-Box (BBox): Dies ist die kleinste Box, die sich um alle Seiten-Element ziehen lässt.

Begriffe kurz erklärt: Passermarken zählen zu den Druckmarken. Sie dienen dazu, Druckformen passgenau und standgerecht zu montieren und auf den Druckbögen passgenau und registerhaltig in Recto (Schöndruck) und Verso (Widerdruck) zu drucken. Beschnittzeichen und Anschnittmarken sind Markierungen in Form von feinen horizontalen und vertikalen Haarlinien, die den Beschnitt und den Anschnitt (Beschnittzugabe) einer Drucksache auf einem Druckbogen kennzeichnen.





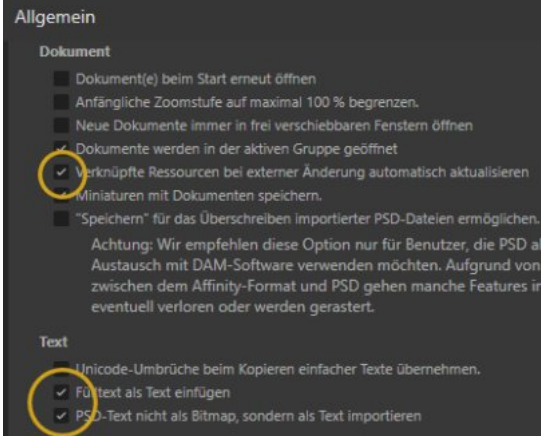
AFFINITY-PUBLISHER EINSTELLUNGEN

Über die Zeit hinweg, in der ich mit dem Publisher arbeite, habe ich einige Einstellungen der Software angepasst, um mir das Leben bei der Arbeit mit dem Publisher zu erleichtern und zum anderen, um Fehler zu korrigieren und bestimmte Funktionen „freizuschalten“. Sämtliche Möglichkeiten kann man in der Hilfe nachlesen, hier möchte ich nur auf wesentlich wichtige Einstellungen hinweisen, die „ab Werk“ nicht unbedingt mit einem Häkchen versehen wurden.

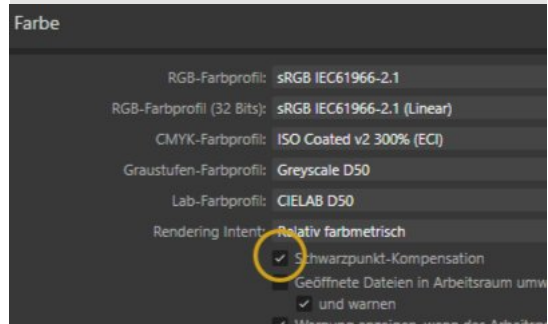
Der Bereich „Allgemein“: In diesem Bereich findet man Einstellungen für „Dokument“, „Text“ und „Anderes“. Am wichtigsten sind hier folgende Funktionen, bei denen man einen Haken setzen sollte: Bei „Dokument“ findet man den Eintrag „Verknüpfte Ressourcen bei externer Änderung automatisch aktualisieren“. Hier muss man einen Haken setzen, denn nur so werden im Publisher extern angepasste Bilder auch ausgetauscht. Bei „Text“ sollte man ein Häkchen bei „Fülltext als Text einfügen“ und „PSD-Text nicht als Bitmap, sondern als Text importieren“ setzen. Wenn man einen Fülltext importiert, möchte man ihn sicherlich auch editieren. Dies gilt auch für Photoshop-Dateien, in denen Text vorhanden ist. Interessant ist auch der untere Bereich in dieser Kategorie. Hier besteht die Möglichkeit, den Ordner von Affinity-Fonts mit dem Explorer unter Windows zu öffnen.

Der Bereich „Farbe“: In diesem Bereich werden dem Anwender meist unterschiedliche Systeme und Einstellungen angezeigt. Für die RGB-Farbräume steht meist der Wert „sRGB IEC61966-2.1“ zur Verfügung und sollte auch nicht geändert werden. Sehr wichtig ist die Angabe bei „CMYK-Farbprofil“. Hier hat sich der Wert „ISO Coated V2 300% (ECI)“ bewährt und bedeutet einen gewissen Standard bei den Druckprofilen. „Greyscale D50“ und „CIELAB D50“ sollte man bei den Graustufen-Profilen und LAB-Profilen stehen lassen. Setzen Sie auch einen Haken bei

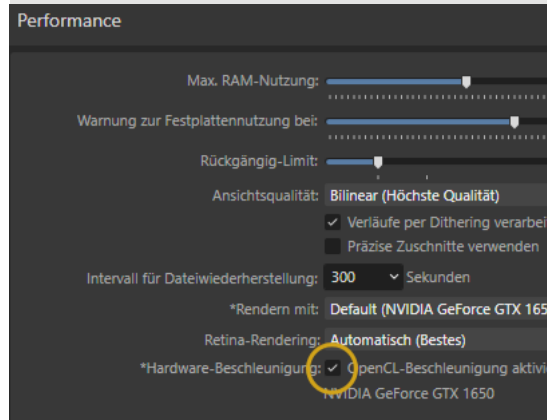
Bereich „Allgemein“



Bereich „Farbe“



Bereich „Performance“



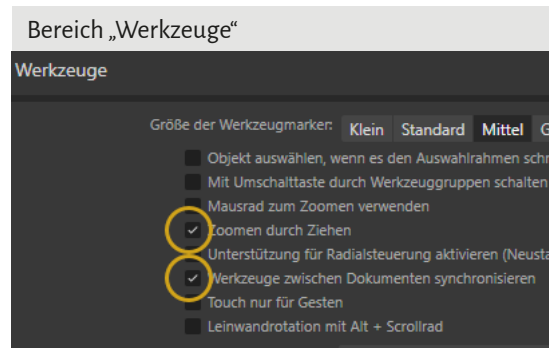
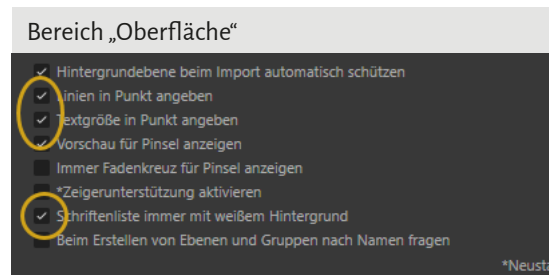
„Schwarzpunkt-Kompensation“, denn dadurch lässt sich die Detailgenauigkeit in Schattenbereichen bei Drucken steuern.

Der Bereich „Performance“: In diesem Bereich hängen die Einträge natürlich von der Konfiguration des Rechners ab. Hier sollte man eigentlich erst einmal nichts ändern. In der Vergangenheit haben einige Anwender bei bestimmten Problemen darauf hingewiesen, dass man die „Hardware-Beschleunigung“ mal abschalten sollte. Diese Art von Einträgen sind immer auch abhängig von der eingesetzten Grafikkarte. Ich bin da kein Fachmann, aber wenn die eigene Grafikkarte keine Beschleunigung anbietet, sollte man das Häkchen herausnehmen.

Der Bereich „Oberfläche“: In diesem Bereich kann man die Art, wie sich der Publisher darstellt, selbst einstellen. Wichtige Punkte sollte man hier kontrollieren. „Linien in Punkt angeben“, „Textgröße in Punkt angeben“ und „Schriftenliste immer mit weißem Hintergrund“ sollten aktiviert sein. Interessant ist sicherlich auch die Möglichkeit, „beim Erstellen von Ebenen und Gruppen nach dem Namen zu fragen“. Für meine Arbeit ist das nicht relevant, da ich mir angewöhnt habe, genannte Ebenen und Gruppen automatisch mit einem Namen zu versehen.

Der Bereich „Werkzeuge“: In diesem Bereich gibt es viele Einstellungen, die jeder Anwender frei verändern kann. Hier habe ich mich für zwei wichtige Funktionen entschieden, bei denen ein Häkchen gesetzt wurde. „Zoomen durch ziehen“ sollte man unbedingt anwählen. Es ermöglicht mit der Lupe in einem Dokument, einfach durch ziehen nach rechts in das Dokument hineinzuzoomen. Hier kann man die Lupen-Funktion mit dem Buchstaben „Z“ auf der Tastatur aufrufen. Vorausgesetzt, der Cursor befindet sich nicht in einem Textrahmen. Den Eintrag „Werkzeuge zwischen Dokumenten synchronisieren“ sollte man unbedingt aktivieren, da man mit gleichen Werkzeug-Einstellungen zwischen verschiedenen Dokumenten hin und herspringen kann, ohne das die Einstellungen eines Werkzeuges verändert werden.

Der Bereich „Fülltext“: Über das Menü „Text-Fülltext einfügen“ kann man einen Dummy-Text in einen Textrahmen einfügen. Über die Einstellungen wählt man entweder einen eigenen Text, den man dort erfassen kann, oder einen integrierten Standardtext. Hier muss man nicht viel Text eingeben, denn dieser wird je nach Größe des Textrahmens vervielfältigt.





DATENZUSAMMENFÜHRUNG

Um das Thema der „Datenzusammenführung“ zu erklären, ist ein Projekt zur Erstellung von Urkunden ein dankbares Unterfangen. Nachdem man beim Erstellen eines neuen Dokuments alle nötigen Parameter eingegeben hat, kann man sich an die Feinheiten machen. Achten Sie unbedingt darauf, das Dokument ohne die Angabe „mit Doppelseiten“ zu erstellen, erstellen Sie es als Einzeldokument. Platzieren Sie dann ein passendes Urkunden-Foto, alle relevanten Texte, die NICHT der Datenzusammenführung unterliegen und erfassen Sie die Daten in einer Excel-Tabelle. In der Werkzeug-Palette ruft man nun das „Layout-Werkzeug zur Datenzusammenführung“ auf und zeichnet damit einen Rahmen über das ganze Dokument. Oben in der Kontextleiste stellt man die Parameter auf je 1 Spalte und 1 Zeile ein.

Nun ruft man den Assistenten zur Datenzusammenführung im Menü „Fenster auf“. Hier lädt man die passende Excel-Tabelle. Nachfolgend zieht man leere Textrahmen im Dokument auf, die man jederzeit formatieren kann, und fügt die Felder der Excel-Tabelle über das Panel „Felder“ ein. Hier sind es 2 Textrahmen, für den Namen und für die Platzierung beim Kegelturnier. Im Panel „Ebenen“ zieht man diese Textfelder mit der Mouse auf die Ebene „Layout für die Datenzusammenführung“. Macht man das nicht, kann es passieren, dass die Textfelder ÜBER dem Rahmen der Datenzusammenführung liegen und somit beim Generieren nicht berücksichtigt werden. Klicken Sie im Assistenten auf ERSTELLEN und alle Urkunden werden in einem neuen Dokument generiert.

Hier ist wichtig, dass man den Rahmen zur Datenzusammenführung über das ganze Dokument zieht und nicht nur über einen passenden Bereich. Dann nämlich werden Excel-Daten verschluckt und, aus unerklärlichen Gründen, der Datenzusammenführungsrahmen mit einer weißen Linie versehen.

Name	Platz
Peter Schmidt	den 1. Platz
Klaus Rohde	den 2. Platz
Dieter Klemme	den 3. Platz
Rolf Briesau	den 4. Platz

Abb.: Die Excel-Tabelle mit allen erfassten Daten

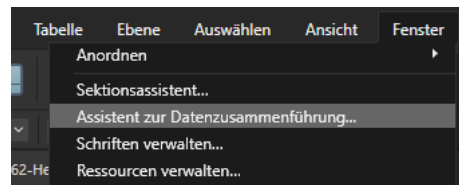


Abb.: Den Assistenten findet man im Menü „Fenster“

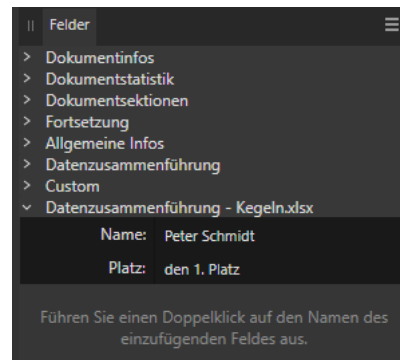


Abb.: Über das Panel „Felder“ werden die Platzhalter in den Bereich der Datenzusammenführung eingesetzt



Aufbau des Dokuments

Bei der Urkunde handelt es sich um eine Grafik, die man sich leicht im Internet herunterladen kann (PIXABAY).

Der hier sichtbare markierte Bereich stellt den Rahmen der Datenzusammenführung dar, den man mit gleichnamigem Layout-Tool im Dokument über die gesamte Höhe und Breite des Dokuments aufzieht.

Der erste Text wird ganz normal im Dokument gesetzt und passend formatiert. Er ist kein Bestandteil der Datenzusammenführung.

Der Name und die Angabe zum erzielten Platz werden über den „Assistenten zur Datenzusammenführung“ mit Hilfe einer importierten Excel-Tabelle in die Urkunde eingesetzt. Hier hilft das Panel „Felder“.

In die Urkunde wird zum Schluss noch die Jahreszahl mit einem normalen Textrahmen eingefügt. Auch sie ist kein Bestandteil der Datenzusammenführung.



Abb.: Wenn man alles richtig gemacht hat, werden die Urkunden mit den richtigen Namen und Platzierungen gespeichert



DAS PANEL BESCHRÄNKUNGEN

Über die Einstellungen der „Beschränkungen“ kann man die Größenänderungen von Elementen in einem Container (Gruppe) beeinflussen. Nehmen wir ein Foto mit einer Bildunterschrift, als Gruppe zusammengefasst. Über „Beschränkungen“ kann man nun festlegen, dass sich die Größe der Bildunterschrift NICHT VERÄNDERT, wenn man die Gesamtgröße der Gruppe anpasst. Der Text mit der Bildunterschrift hat eine Höhe von 6 mm. Wenn man nun die gesamte Gruppe mit dem Anfasser am unteren Ende nach unten zieht, und somit das Foto in seiner Größe anpasst, bleibt die Bildunterschrift gleich hoch, nämlich 6 mm. Dazu wählt man im Panel EBENEN die Bildunterschrift aus und verändert im Panel BESCHRÄNKUNGEN die Einstellungen.

Standardmäßig sind im Panel BESCHRÄNKUNGEN die Pfeile für horizontal und vertikal sichtbar. Wenn man das so belässt, wird die Bildunterschrift bei einer Vergrößerung der gesamten Gruppe mit vergrößert. Möchte man das nicht, klickt man auf die Pfeile, um sie auszuschalten. Für unser Beispiel macht man das mit beiden Pfeilen (ausschalten). Bei einer Vergrößerung der Gruppe bleibt die Bildunterschrift in ihrer Höhe und Länge bestehen.

Wendet man die „Beschränkung“ NICHT an, wie unten rechts zu sehen, vergrößert sich auch der Bereich der Bildunterschrift, wenn man die gesamte Gruppe am unteren Anfasser nach unten in die Länge zieht. Das Foto wird größer und auch der Bereich des Textes darunter.



Abb. 1: Pedro streicht die Außenfassade des Gebäudes



Abb. 1: Pedro streicht die Außenfassade des Gebäudes



DAS QR-CODE WERKZEUG

Interessant ist diese Neuerung, wenn man in seiner Publikation, Digital oder Print, einen scannbaren Code integrieren möchte, um den Lesern eine zusätzliche Quelle im Internet anzubieten. So kann man mit einem solchen Code auf eine eigene Webseite verlinken, wo zusätzliche Informationen angeboten werden.

Das QR-Code Tool lässt sich über die Werkzeugleiste aktivieren. Dann zieht man einfach den Rahmen auf, bis die gewünschte Größe erreicht ist. Die Größe lässt sich jederzeit ändern. Auch die Farbe kann eingestellt werden. Ist der Code markiert, sieht man oben in der Menüleiste den Eintrag „Payload“. Hier sind nun folgende Eingaben möglich:

1. Eine Internet-Adresse wie „MeineSeite.de“
2. Ein SMS-Code mit der Struktur SMSTO:
Nummer:Nachricht
Beispiel: SMSTO:01472536785:Hallo Verena
3. Ein GEO-Standort mit der Struktur GEO:lat:
lon:height
Beispiel: GEO:40.71872,-73.98905,100
4. Ein WLAN-Zugang mit der Struktur WIFI:
ssid:T:Type;P:Passwort
Beispiel: WIFI:S:MyWiFISSID;T:WPA;
P:MyPassWord;;

Hier bitte ich um Verständnis, wenn ich zu den Punkten 3 und 4 auf die Hilfe verweise und auf diese einzelnen Einträge nicht näher eingehe.

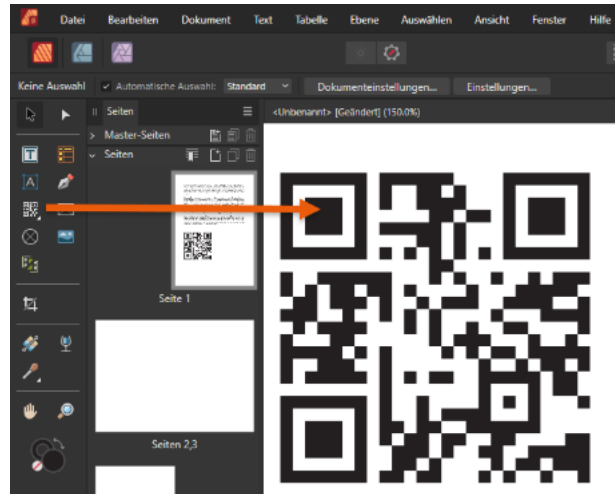


Abb.: Das QR-Code Werkzeug in der Werkzeugpalette

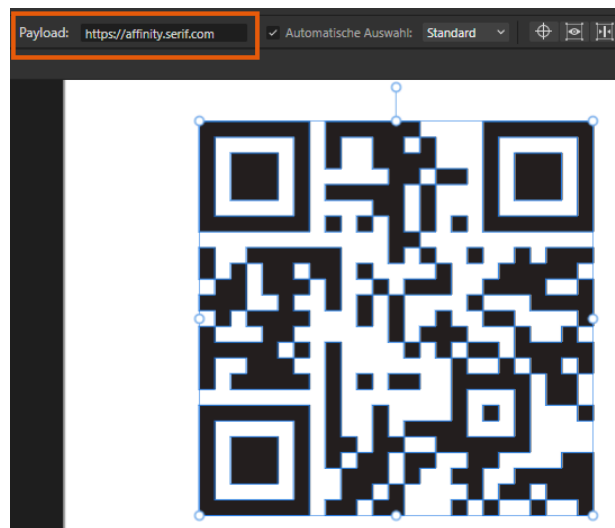


Abb.: Über den Eintrag „Payload“ wird der gewünschte Code eingegeben



STILE FÜR RAHMENTEXT & FOTOS

Wer glaubt, im Panel Stile kann man nur Effekte mit Farbanpassungen oder Verläufen sammeln, der irrt. Aktuell stecken die Möglichkeiten des Panels leider noch in den Kinderschuhen, denn bis auf das Löschen oder Umbenennen von Stilen gibt es weiter keine Bearbeitungsmöglichkeiten. Auch das Umsortieren ist noch nicht möglich. Aber man kann die Stile für weitaus interessantere Dinge nutzen.

Vorgehensweise beim Sortieren

Fügt man im Panel STILE einen neuen Stil hinzu, wird dieser in der Liste automatisch als Letzter eingefügt, in der Liste also hinten angehängt. Damit man hier nicht durcheinander kommt, macht es Sinn, erst alle gewünschten Stile zu erstellen, mit allen nötigen Einstellungen und dann erst alles in der Stile-Bibliothek zu speichern.

Verschiedene Textrahmen in einen Stil umwandeln

Man kann sich einen Rahmentext mit Hilfe des Panels TEXTRAHMEN vorformatieren und als Stil im Panel STILE ablegen. Das kann ein Rahmentext mit einer, zwei oder mehrerer Spalten sein – mit und ohne Trennlinie. Das kann ein Rahmentext für ein Zitat sein, mit ausgefeilten Verzierungen oder einer Hintergrundfarbe. Natürlich kann man hier auch direkt einen Absatzstil festlegen. Wichtig ist nur, dass man einen eindeutigen Namen für den Stil festlegt, um ihn eindeutig zu kennzeichnen. Nun reicht es aus, einen Textrahmen mit Text zu füllen und mit der MOUSE auf den gewünschten Stil-Namen zu klicken. Der Stil wird auf den Rahmen angewendet, ohne den Textinhalt zu überschreiben.

Effekte auf Fotos anwenden

Interessant wird die Arbeit mit dem Panel STILE erst im Zusammenhang mit Fotos. Mit bestimmten

Ebeneneffekten kann man Fotos optisch verändern und diese Änderung für den späteren Gebrauch als Stil abspeichern. Mit ANPASSUNGEN geht dies leider nicht, man benötigt dafür die EFFEKTE und hier die beiden Varianten „Farbe überlagern“ und „Verlauf überlagern“. Sie können natürlich auch die anderen Effekte anwenden, so zum Beispiel Fotos einen Schatten vergeben. Für das Vorhaben, Fotos farblich anzupassen sind aber die beiden letzten Einträge wichtig.

Vorgehensweise um ein Foto-Effekt zu erstellen

Schauen Sie sich die Abbildung 5 einmal genauer an. Markieren Sie in dem Panel EBENEN das gewünschte Foto und klicken Sie unten auf das „fx“ – Symbol (1). (Sie können den Effekt jederzeit ändern, denn neben einem Foto-Eintrag in der Ebenenpalette erscheint dieses „fx“ – Symbol (2). Wenn man darauf klickt, öffnet sich wieder das Einstellungs-menü.) Es wird ein neues Menü geöffnet. Mit Hilfe der beiden letzten Einträge (3) kann man Effekte auf Fotos anwenden. Über den Mischmodus und die Deckkraft (4) werden diese Effekte ausgewählt.



Abb. 1: Das normale Foto



Abb. 2: Foto mit Lichtpunkt, 30% Deckkraft, Farbe Orange



Abb. 3: Foto mit Nachbelichten, 40% Deckkraft, Farbe Grün

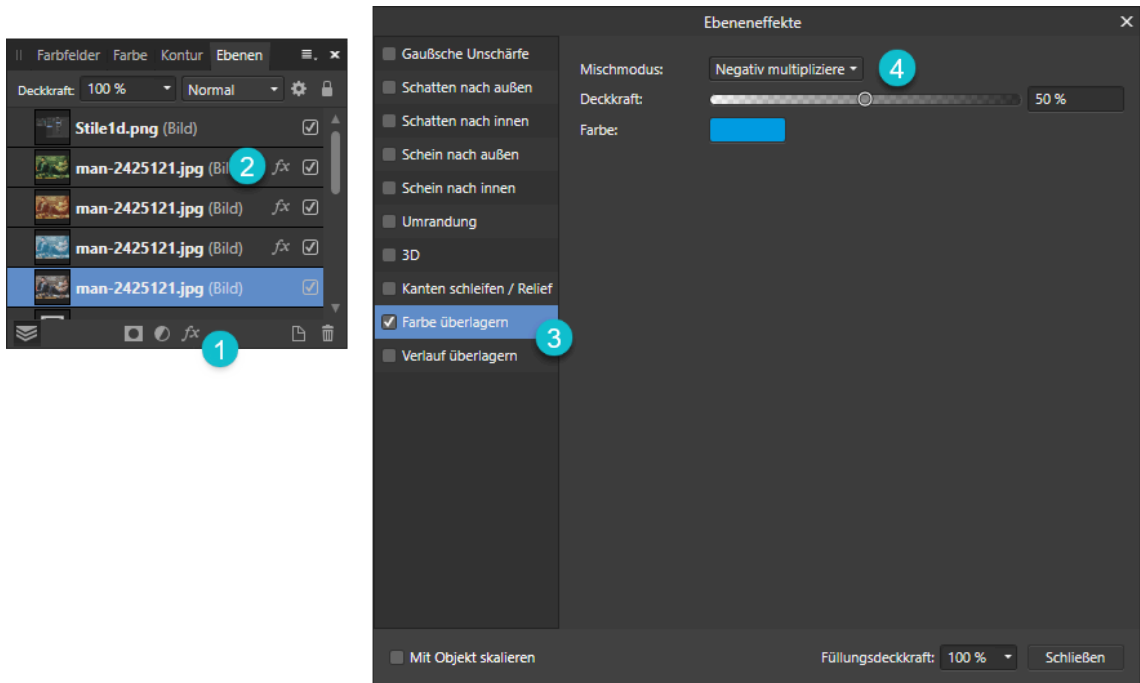


Abb. 4: Vorgehensweise um ein Foto-Effekt zu erstellen



FUSSNOTEN RICHTIG SETZEN

Fußnoten setzt man in einem Satz hinter ein bestimmtes Wort oder am Ende des Satzes, direkt HINTER DEM SATZZEICHEN, nicht davor! Lässt man am Satzende zwischen dem Satzzeichen und der Fußnote ein Leerzeichen, kann es passieren, dass im BLOCKSATZ dieses Zeichen als einzelnes Wort gesehen wird und mit einer zu großen Lücke formatiert wird.



FUSSNOTEN MIT ABSTAND

Hier gehe ich einmal auf einige Feinheiten ein, damit man Fußnoten im Text korrekt formatieren kann. Fügt man im Affinity Publisher einen Text mit Fußnoten ein, sieht man schnell im Panel NOTEN, ob die Formatierungen stimmen. Meist ist dem aber nicht so. Hier muss man wissen, dass der Publisher automatisch einen Absatzstil („Footnote Text“) und einen Zeichenstil („Footnote Reference“) einfügt. Beide Stile kann man anpassen. Mit dem Stil „Footnote Text“ steuert man das Erscheinungsbild des Fußnoten-Textes. Nehmen Sie hier zum Beispiel das „Grundlinienraster“ raus, rücken die Fußnoten am unteren Textrand näher zusammen. Möchten Sie alle Fußnoten (Nummern und Text) in einer anderen Farbe formatieren, ändern Sie den Zeichenstil „Footnote Reference“.

Zum besseren Verständnis sei hier noch einmal angemerkt, dass in einem Publisher-Dokument Texte aus Word NICHT VERKNÜPFT sein müssen, um die Nummern-Reihenfolge zu gewährleisten. Man kann einen Textrahmen aufziehen, einen Teil des Word-Textes kopieren und dann einen neuen separaten Textrahmen aufziehen und weiteren Text kopieren. Man muss nur im Panel NOTEN unter NUMMERIERUNG die Einstellung bei „Neu starten pro“ auf DOKUMENT einstellen.

Im Panel NOTEN bei POSITIONIERUNG findet man den Eintrag „Geteilte Noten ermöglichen“. Diese Option sollte man mit einem Häkchen versehen. Damit wird gewährleistet, dass Fußnoten/Randnoten in einem Textrahmen beginnen und in einem anderen fortgesetzt werden. Deaktiviert man das, kann beim Neuformatieren des Textes unschöner Weißraum entstehen. Damit jede Fußnote in einer neuen Zeile beginnt, sollte man die Einstellung „Kurze Noten zusammenpacken“ deaktivieren. Die Einstellung „Lücke für Kurznoten“ gibt den horizontalen Abstand zwischen kurzen Noten an.

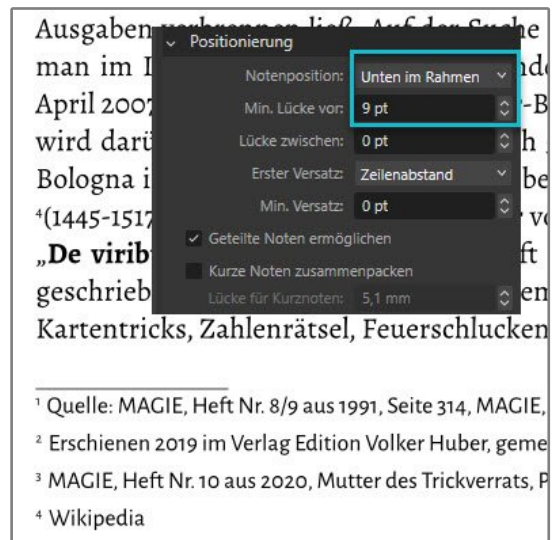


Abb.: Einstellung zur Position und Lücke zum Text



AUTO FLOW REIHENFOLGE

Mit der Auto-Flow Methode kann man auf schnelle Art und Weise mehrere Bilder in eine Publikation einfügen. Möchten Sie einfach nur mehrere Bilder einfügen, richtet sich die Anordnung im Dokument nach der Reihenfolge auf der Festplatte. Es macht aber Sinn, vorher einige „Rechteckige Bilderrahmen“ mit gleichen Maßen zu verwenden und dann erst Fotos in die leeren Rahmen zu laden. Hier ist es wichtig, wie die Rahmen in der „Ebenen-Palette“ angeordnet sind. Möchten Sie alle Fotos zuerst von links nach rechts und dann folgend in der nächsten Reihe einfügen, müssen die Bilderrahmen in der Ebenen-Palette speziell angeordnet werden. Dabei liegt das erste Foto ganz unten im Ebenen-Stapel, das zweite darüber u. s. w. Hier gilt es allerdings zu unterscheiden, wo welcher Rahmen steht. Möchte man Bilder zuerst von links nach rechts einfügen, ist die Reihenfolge in der Ebenen-Palette von unten gesehen

1,2,3, dann 4,5,6 und dann 7,8,9. Das letzte Bild (9) liegt im Ebenen-Stapel ganz oben.

Möchte man die Reihenfolge zuerst in der ersten Spalte von oben nach unten beginnen, um dann in der nächsten Spalte vorzufahren, müssen die Bilderrahmen auch so angeordnet werden. In den Abbildungen zu sehen, scheint es, dass bei beiden Richtungen die Ebenen-Inhalte gleich angeordnet sind. Rahmen Nr. 1 steht ganz unten und Rahmen Nr. 9 ganz oben. An diesen beiden Nummern können Sie sich nicht orientieren. Schauen Sie sich die Abbildung oben an und achten Sie auf das Bild Nr. 2, es steht RECHTS neben Nr. 1. In der unteren Abbildung steht es UNTER Bild Nr. 1. Die Anordnungen in der Ebenen-Palette sind gleich, aber die Anordnungen im Dokument nicht.

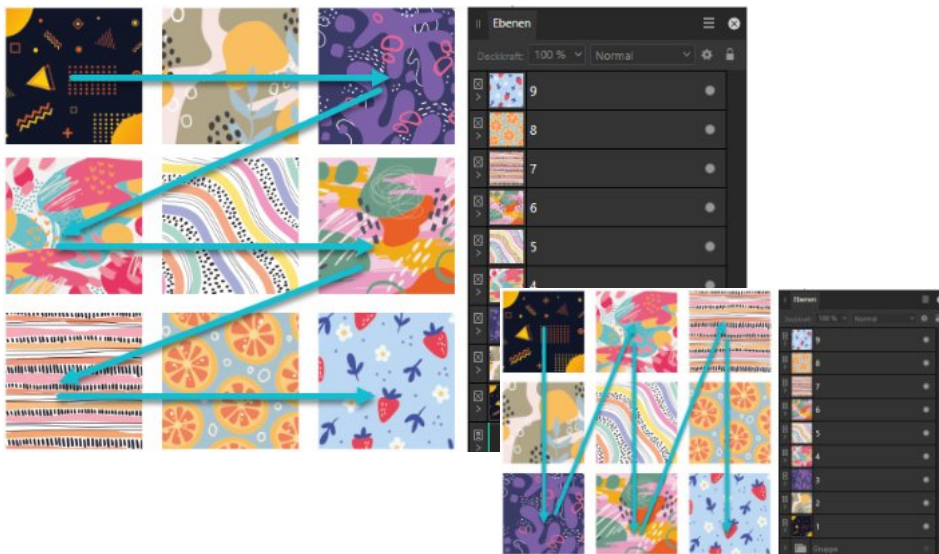


Abb. links: Anordnung beim Einfügen von links nach rechts.

Abb. rechts: Gleiche Anordnung in der Ebenen-Palette, aber nicht im Dokument.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

50 TIPPS

Affinity

Publisher

TRICKS

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER: Georg Walter

Steinackerstraße 12

53797 Lohmar

E-Mail: service@magazin62.de

Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“, „Affinity“ und „CANVA“ sowie anderen hier genannten Unternehmen besteht keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN





HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leser und Leserinnen

Wir nähern uns mit schnellen Schritten dem Sommer 2025, und bevor ich mir eine wohlverdiente Pause gönne, präsentiere ich Ihnen hier das neue M62-Heft mit der Nummer 27. Auch hier lohnt sich wieder ein Blick auf die verschiedenen Themen, die ich für Sie zusammengestellt habe. Nutzte ich am Anfang meiner Affinity-Publikationen meist die Funktion der „Sektionsnamen“, bin ich mittlerweile dazu übergegangen, „Kolumnentitel“ zu verwenden, da diese etwas flexibler zu handhaben sind. Näheres dazu im Magazin. Für ein Projekt musste ich viele Fotos einfärben und aufbessern. Ich zeige Ihnen, wie man das in Affinity-Photo mit den passenden Werkzeugen macht.

Dann bringe ich Ihnen das Berufsbild des „Content Creators“ etwas näher, denn irgendwie sind wir ja alle in gewisser Hinsicht „Gestalter von Inhalten“. Ich gehe auch noch einmal auf „Felder“ ein und zeige, was man damit machen kann und was es zu berücksichtigen gilt. Dann möchte ich Ihnen zwei Beispiele zur Digitalisierung zeigen, wie man es nicht machen sollte. Kleinere Tipps zum Acrobat Reader, dem Werkzeug „Rechteckiger Bilderrahmen“, dem Gestalten von Inhalten, Kinderbüchern und dem Anlegen von Buchdeckeln und Wickelfalz Flyern mit der neuen Seitenfunktion des Publishers 2.6 runden den Inhalt dieses Magazins ab.

Ich wünsche Ihnen nun wieder recht viel Freude beim Stöbern, Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

KOLUMNENTITEL

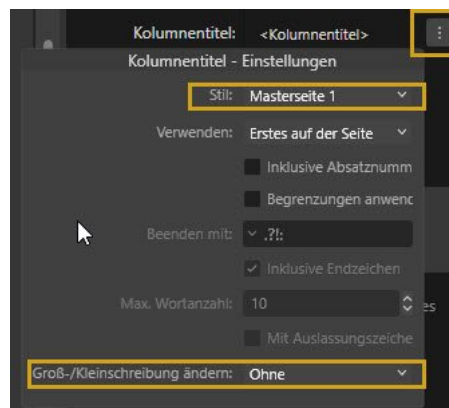
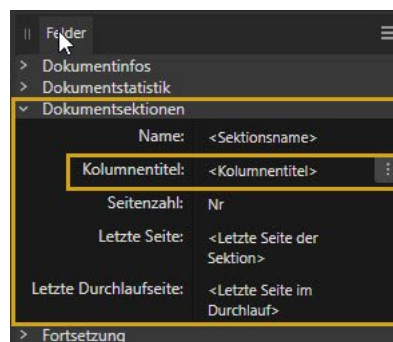
In der Affinity-Suite 2.1 wurden die Kolumnentitel eingeführt. Wenn man in einer Publikation im Fuß- oder Kopfbereich den Kapitelnamen einfügen möchte, ist dies die erste Wahl. Gegenüber dem „Sektionsnamen“ hat diese Art der Automatisierung den Vorteil, dass man den Kapiteleintrag direkt über den Text steuern kann. Bei Sektionen muss man im Panel „Seiten“ selbst Hand anlegen, um auf bestimmten Seiten den Fuß- oder Kopfeintrag zu ändern.

Wechseln Sie zu einer Masterseite und ziehen Sie dort einen Textrahmen auf. Über das Menü TEXT-EINFÜGEN-FELDER-KOLUMNENTITEL fügt man einen Platzhalter ein. Damit das Feld weiß, wie der Kolumnentitel formatiert und aus welcher Überschrift er generiert werden soll, muss man im Panel FELDER noch einige Informationen auswählen. Wechseln Sie im Panel zu „Dokumentsektion“ und klicken Sie rechts neben dem Eintrag „Kolumnentitel“ auf die drei Punkte. Es öffnet sich ein weiteres Menü. Hier sind eigentlich nur 3 Einträge wichtig.

Unter STIL wählt man aus den Textstilen den Eintrag für das „Hauptkapitel“ aus. Somit weiß der Publisher, welche Überschrift als „Kolumnentitel“ eingefügt werden soll. Unter VERWENDET nehme ich immer den Eintrag „Erstes auf der Seite“ und unter GROß/KLEINSCHREIBUNG ÄNDERN stelle ich den Eintrag auf „Ohne“. Somit wird garantiert, dass der Kolumnentitel nicht in Großbuchstaben umgewandelt wird. Nun kann es vorkommen, dass auf einer Doppelseite zwei Mal eine Hauptüberschrift verwendet wird. Hier muss

KOLUMNENTITEL EINFÜGEN

1. MENÜ TEXT
2. EINFÜGEN
3. FELDER
4. KOLUMNENTITEL



man entscheiden, ob man unter VERWENDET den Eintrag „Erstes auf der Seite“ oder „Letztes auf der Seite“ verwendet. Besser wäre es aber, wenn ein neues Kapitel auf einer neuen Folgeseite beginnt.

FOTOS EINFÄRZEN

Mit der folgenden Erklärung möchte ich Ihnen zeigen, wie man mit Affinity-Photo Bilder mit nur einer Farbe einfärben kann. Im Internet findet man dazu auch Filter, interessanter wird es aber mit den Bordmitteln von PHOTO, denn hier kann man wesentlich feiner justieren. Vielleicht ist Ihnen der Sepia-Filter bekannt. Dieser ist aber nur sehr begrenzt nützlich, denn er gibt eine Farbe vor. Diese Art von Färbung eignet sich hervorragend dazu, alte Fotos wieder lebendiger zu machen. In Photoshop Elements 24 kann man dies über den Menüpunkt **FILTER-ANPASSUNGSFILTER-FOTOFILTER** regeln. Hier ist aber der Nachteil, dass man vorab ein farbiges Bild in Schwarz/Weiß umwandeln muss und dann wieder zurück in den RGB-Farbraum.

Starten Sie PHOTO und öffnen Sie das gewünschte Bild. Im Panel **EBENEN** duplizieren Sie das Foto, so bleibt das Original erhalten. Markieren Sie die Ebene des Duplikates und wählen Sie im Panel **ANPASSUNG – Schwarz-Weiß**. Klicken Sie auf „Standard“ und es öffnet sich ein Menü. Hier können Sie über verschiedene Regler kleinere Feinheiten am Bild ändern. Ich ändere hier meist nichts und schließe das Menü direkt wieder. Im Panel **EBENEN** sieht man jetzt, dass sich das anfängliche Foto-Duplikat in ein schwarz/weißes Foto geändert hat.

Machen Sie von diesem Foto ein weiteres Duplikat und klicken Sie im Panel **EBENEN** auf das Anpassungssymbol. Wenn Sie jetzt im erscheinenden Menü auf **ZUSAMMENLEGEN** klicken, verschwindet das Anpassungssymbol und im Panel **EBENEN** bleibt das geänderte s/

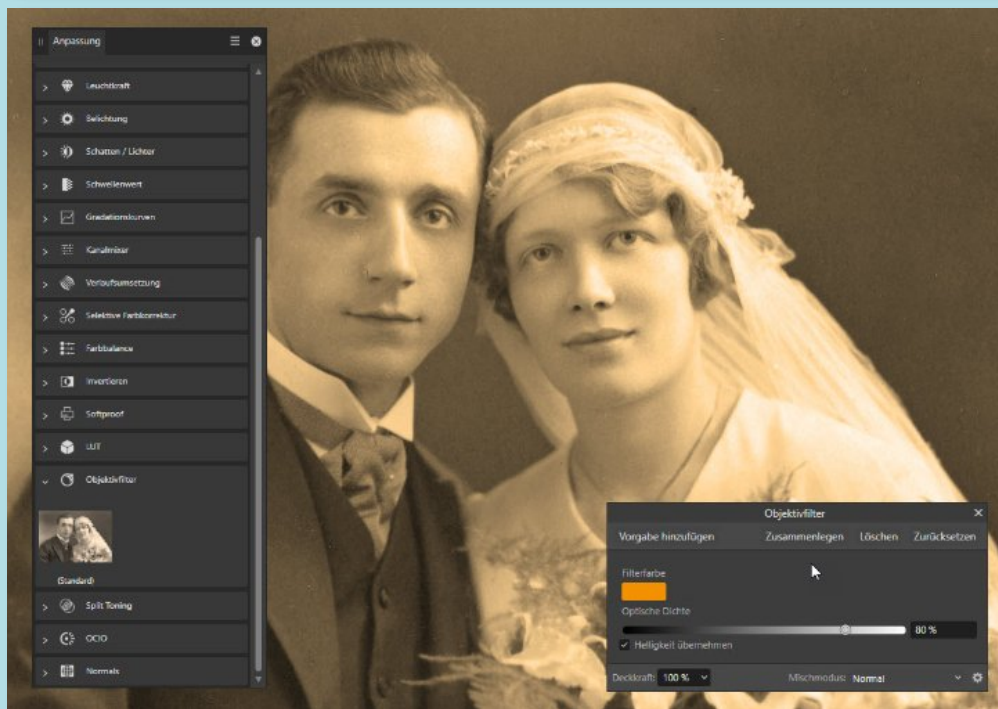
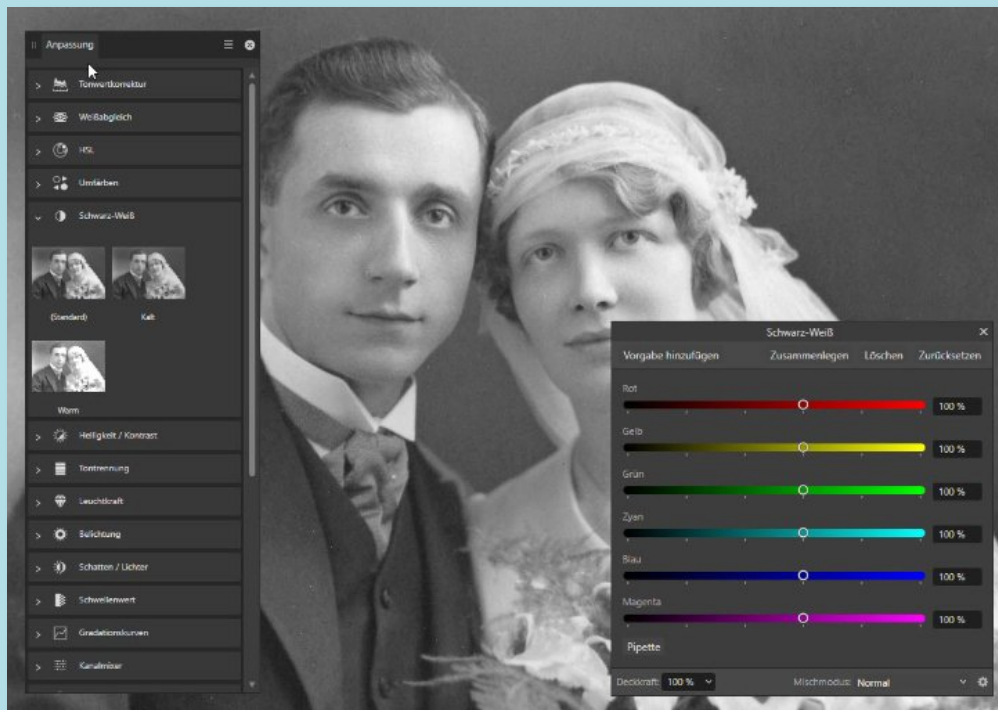


Abb.: Das Original Foto



Abb.: Menüführung in Photoshop Elements 24

w-Bild übrig. Machen Sie nun wieder eine Kopie des s/w-Bildes und klicken Sie dann im Panel **ANPASSUNG** auf **OBJEKTFILTER**. Hier hat man nun die Möglichkeit, mit Hilfe nur einer Farbe das Bild wie gewünscht einzufärben. Probieren Sie es aus. Solange Sie nicht auf „Zusammenlegen“ klicken, kann man das Bild jederzeit anpassen. „Zusammenlegen“ bedeutet, dass man ein Foto mit dem Filter, der darauf angewendet wurde, addiert, welches dann nicht mehr änderbar ist. Aus diesem Grund sollte man bei jedem neuen Schritt eine Kopie im Panel **EBENEN** anlegen. Jederzeit kann man die Anfangseinstellungen des Filters im Menü „zurücksetzen“.



BILDMATERIAL ORGANISIEREN

Immer wieder einmal braucht man für ein Projekt die unterschiedlichsten Fotos, Hintergründe oder freigestellten Motive. Egal woher die Quellen kommen, man muss die Dateien organisieren. Sonst findet man sich im Dschungel der Daten nur schwerlich zurecht. Ich habe mir angewöhnt, alles auf einer externen Festplatte zu speichern. Dort sollte man je nach Thema Unterordner anlegen und jeder Datei einen eindeutigen Namen geben. In den Abbildungen hier habe ich die originalen Dateinamen belassen, da ich nach Motiv auswähle. Das muss man für sich selbst entscheiden, welchen Weg man gehen möchte. Im Idealfall kann man im Dateinamen auch noch die Größe festhalten, z. B. die Abmessungen. So sieht man direkt, ob ein Foto, eine Hintergrundgrafik für ein Projekt groß genug ist. Selbstverständlich muss man hier auch eine Sicherheitskopie der Daten anlegen.

Hat man sich für ein Motiv entschieden, kopiert man es in den Projekt-Ordner. Dort kann man es anpassen und verändern. So bleibt das Original unberührt. Interessant ist auch folgende Überlegung. Hat man z. B. im Publisher eine Collage mit mehreren Bildern angelegt, kann man diese Bildkomposition markieren und über den EXPORT als neue Datei in seine Sammlung mit aufnehmen. Das ist dann wichtig, wenn man ein Projekt für mehrere Medien aufbereiten muss.

Natürlich kann man auch eine Bildverwaltungssoftware einsetzen. Am Markt tummeln sich einige Programme, bei einigen, die regelmäßig aktualisiert werden, hat die KI Einzug

gehalten und erleichtert es dem Anwender, seine Bilder optimal zu verwalten. So ist es mit KI möglich, automatisch eine Verschlagwortung oder Gesichtserkennung zu nutzen. Hilfreich sind auch Funktionen, um doppelte Bilder auszusortieren. Hier werden Aufgaben automatisiert und der Workflow optimiert. Es besteht auch die Möglichkeit, Fotos zu bewerten, um sie später für ein Projekt in die engere Wahl zu nehmen. Man kann Kategorien anlegen und somit sein Bildmaterial vorsortieren. Und da sind wir wieder beim Organisieren von Bilddateien.

Bei der Auswahl der passenden Software muss man entscheiden, welche Funktionen ihnen das Programm abnehmen soll. Soll die Bearbeitung von RAW-Fotos integriert sein? Muss eine integrierte Bildbearbeitung vorhanden sein? Sind Ihnen viele verschiedene Bildformate wichtig? Möchten Sie Farbanpassungen direkt im Programm vornehmen? Welche APP für Sie die Richtige ist, können Sie in Online-Fachmagazinen nachlesen. Schauen Sie einmal im [Fotomagazin](#) vorbei, bei [DOCMA](#) oder dem Blog von [Excire](#).



Abb.: Der Blog von Excire



Abb.: Abgelegte Fotos in einem eigenen Foto-Ordner



Abb.: Abgelegte Papiere in einem eigenen Papier-Ordner

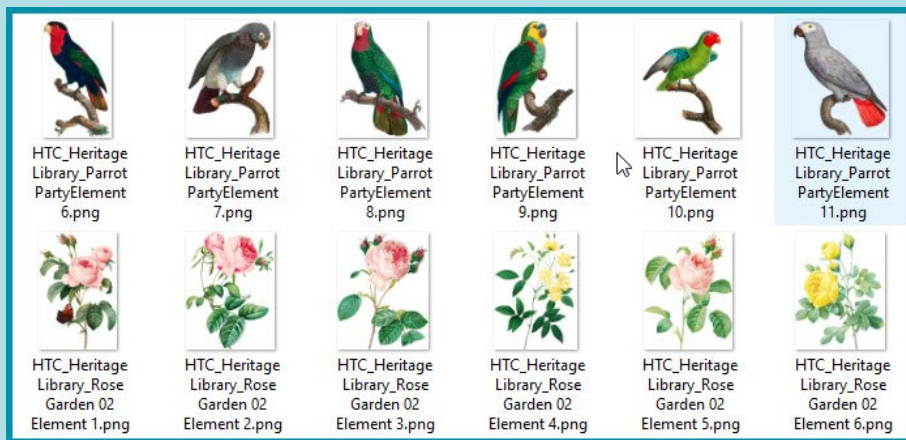


Abb.: Abgelegte freigestellte Motive in einem eigenen Ordner

DER CONTENT CREATOR

In der Medienbranche verändern sich die Anforderungen für die unterschiedlichsten Berufe. Früher kannte man das Berufsbild des „Content Creators“ nicht. Erst mit den sozialen Medien kam dieses neue Berufsbild auf den Plan. Früher haben das Mediengestalter gemacht, die sich intensiv mit dem Marketing auseinandergesetzt haben. Jeder kann mehr oder weniger „Content – Inhalte“ produzieren. Allerdings muss man dies zielgruppengerecht machen und dafür die richtigen Tools kennen. In unserer digitalen Welt haben „Content Creator“ großen Einfluss darüber, wie Marken, Personen und Unternehmen wahrgenommen werden. Es geht darum, eine Zielgruppe richtig anzusprechen und sie mit passendem Inhalt zu binden. Ideen müssen erarbeitet, richtig aufbereitet und auch auf den richtigen Plattformen veröffentlicht werden. Dabei müssen stets Trends richtig erkannt und weiterentwickelt werden. Zum Aufgabengebiet gehören die Entwicklung von Strategien, die Erstellung und Bearbeitung von Inhalten (Blogartikel, Posts in sozialen Medien, Videos und Infografiken), das Schreiben von Skripten, die Analyse und Optimierung (Reichweiten prüfen), Trends erkennen und aufnehmen sowie die Interaktion mit der Zielgruppe.

Mitbringen muss man Kreativität, technische Kenntnisse, die Fähigkeit zu kommunizieren, organisatorisches Talent, analytische Fähigkeiten und eine gewisse Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Dies erreicht man auf verschiedenen Wegen, meist durch eine Ausbildung in einem Studium, einer Berufsausbildung zum Mediengestalter, einer Weiter-

bildung mit Zertifikat und dem Selbststudium mit ausreichender Praxiserfahrung. Entweder ist man danach in einem Unternehmen fest angestellt, oder man arbeitet als Freiberufler. Das Berufsbild hat Zukunft, denn KI bekommt einen immer größeren Stellenwert, Videoinhalte erfahren eine gewisse Dominanz am Markt, personalisierte Inhalte sind ein Mehrwert für die Auftraggeber und es wird vermehrt nach ethischen und nachhaltigen Inhalten gesucht. Wer sich näher über das Berufsbild des „Content Creators“ informieren möchte, findet auf der Website der [Mobile-University](#) einen Überblick der Anforderungen und Möglichkeiten. Einen kompletten Leitfaden findet man auf der Website von [Publuu](#). Auch auf der Website des [Deutschen Institut für Marketing](#) findet man Infos und Tipps zum Thema.



Abb.: Mobile-University.de

INHALTE MIT DER AFFINITY-SUITE GESTALTEN

In gewisser Hinsicht stehen dem Anwender der Affinity-Suite sämtliche Möglichkeiten und Tools zur Verfügung, eigene Inhalte zu schaffen, ausgenommen der Video-Bearbeitung. Wer sich damit noch nicht beschäftigt hat, sollte sich einmal in den sozialen Medien oder generell im Internet umschauen. Da begegnen einem an jeder Ecke kreierte Inhalte, die meist ein Produkt bewerben oder auf ein Angebot aufmerksam machen. An den Beispielen kann man sich orientieren, wenn man sich nicht sicher ist. Gestaltete man zum Beispiel eine Wochen- oder Monatszeitung für eine Gemeinde, werden einem oft Grafiken, Werbebanner oder Infografiken zur Verfügung gestellt.

Es kommt aber auch vor, dass man als Gestalter gebeten wird, selbst etwas zu „kreieren“. Da kann man dann auch beratend tätig werden, wenn einem schlechtes Fotomaterial geliefert wird. Oder man sucht selbst nach dem passenden Foto und spricht dies mit dem Anbieter ab. In einer Werbespalte möchte jemand privat Ferienwohnungen anbieten. Fotos mit regenverhangenem Hintergrund passen hier einfach nicht. Man sollte frische Farben einsetzen und nur die wichtigsten Informationen in der Werbung „präsentieren“. Worum geht es und wie kann man den Anbieter erreichen. Die Werbung muss sich in das Gesamtbild des Magazins einfügen. Wenn es, wie hier im Beispiel, um Griechenland geht, muss es auch ein Bild aus dieser Region sein.



Abb.: Schlechtes Beispiel, Foto einer Ferienwohnung

Sommersaison 2025

Wir vermieten
 Ferienwohnungen auf Kreta in Griechenland
 60-80qm² / Rufen Sie an: **0151/1234567**

Abb.: Gutes Beispiel, Foto einer Werbung für mehrere Ferienwohnungen

BUCHDECKEL IM PUBLISHER ANLEGEN

War es in der Vergangenheit im Publisher etwas mühsam, die richtige Größe für einen Buchdeckel herauszufinden, kann man sich durch die neue Seitenverwaltung seit der Version V2.6 einiges an Arbeit sparen. Allerdings muss man sich vorab bei der Druckerei erkundigen, welche Abmessungen genau gewünscht werden. Ich möchte das am Beispiel eines Buchdeckels für ein Buch der Größe 170 x 240 mm erläutern. Mit der neuen Seitenverwaltung kann man sich auch andere Formate, wie Falzflyer, selbst zusammenstellen. Hier beziehe ich mich auf die Angaben der Firma „Wir machen Druck“. Für ALLE Buchdeckel jeglicher Formate gilt hier, dass der Deckel 50 mm größer ist als die Inhaltsdatei. Für ein Buch mit den Maßen 170 x 240 mm muss man also 50 mm hinzurechnen, sprich 175 x 245 mm. Das sind die Ausgangsmaße, um im Publisher korrekt zu arbeiten.

Legen Sie im Affinity-Publisher eine neue Datei mit den Maßen 175 x 245 mm an, aber nur 1 Seite, das ist ganz wichtig. Wichtig ist die Einstellung bei SEITEN. „Gegenüberliegende Seiten“ darf NICHT angeklickt sein, es darf nur 1 Seite generiert werden. Legen Sie auch die Einstellungen bei FARBE, RÄNDER und ANSCHNITT an. Der „Anschnitt“ sollte 3 mm betragen. Klicken Sie auf ERSTELLEN. Prüfen Sie in der „Dokumenteneinstellung“, ob alles korrekt eingestellt ist.

Da ein Buchdeckel aus Vorder- und Rückseite, sowie dem Bundsteg besteht, müssen wir jetzt 2 weitere Seiten generieren. Bevor Sie das

machen, muss man im Panel SEITEN in den Einstellungen bei „Optionen für Seitenverschiebung“ den Eintrag „Seitenfolge ändern“ mit einem Häkchen versehen, das ist ganz wichtig. Der Eintrag „Master-Inhalte verschieben“ sollte auch angewählt sein.

Fügen Sie jetzt neue Seiten hinzu und wählen Sie im Menü „Seiten hinzufügen“ bei „Anzahl der Seiten“ 2 und bei „Layoutseitenfolge“ den Eintrag „Layoutseiten erweitern“. Hier machen Sie nichts anderes, als dem Layout zwei weitere Seiten hinzuzufügen. Im Panel SEITEN sieht man jetzt die neue Anordnung. Zu sehen sind jetzt 3 gleichgroße Seiten. Die linke Seite ist die Rückseite des Buchdeckels, die rechte Seite ist die Vorderseite des Buchdeckels und die mittlere Seite ist der Buchsteg – jetzt gilt es, diesen an die tatsächliche Größe anzupassen. Das hängt von der Menge der Buchseiten und dem gewählten Papier ab. Wir gehen einmal davon aus, dass der Buchsteg 15 mm breit ist.

Klicken Sie mit der rechten Mouse-Taste im Panel SEITEN auf die 3 sichtbaren Seiten. Im Menü wählen Sie „Layoutseite-Eigenschaften“. Jetzt wird Ihnen ein Menü angezeigt, in dem im oberen Bereich die Seiten angezeigt werden. Klicken Sie mit der Mouse auf die MITTLERE SEITE und geben Sie unten bei den Abmessungen 15 mm ein. Das ist die Größe des Buchsteges. Klicken Sie auf OK und jetzt sehen Sie, dass sich der mittlere Teil auf die angegebene Größe reduziert hat. Nun kann man den Buchdeckel gestalten. Legen Sie sich dieses Konstrukt als Vorlage an.

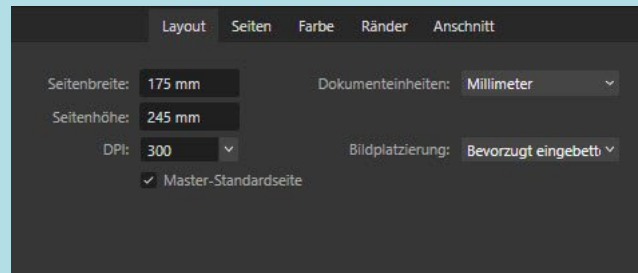


Abb.: Legen Sie das Layout auf 175 x 245 mm fest

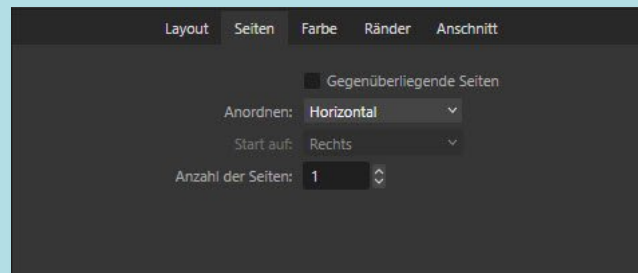


Abb.: Nehmen Sie den Haken bei „Gegenüberliegende Seiten“ raus

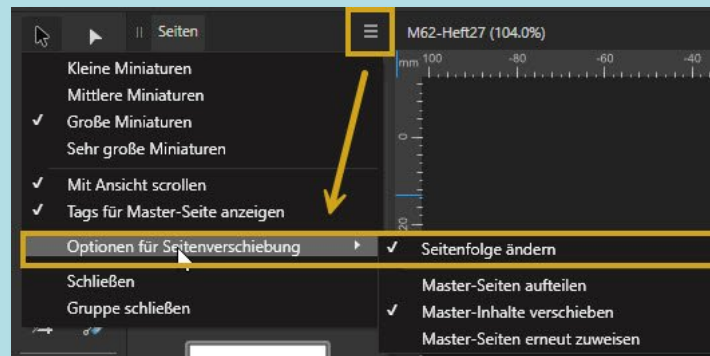


Abb.: Achten Sie im Panel SEITEN auf die richtigen Einstellungen

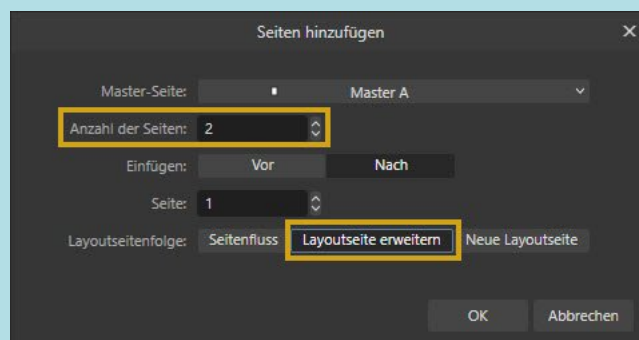


Abb.: Anlegen von 2 weiteren Seiten, mit der Layout-Erweiterung

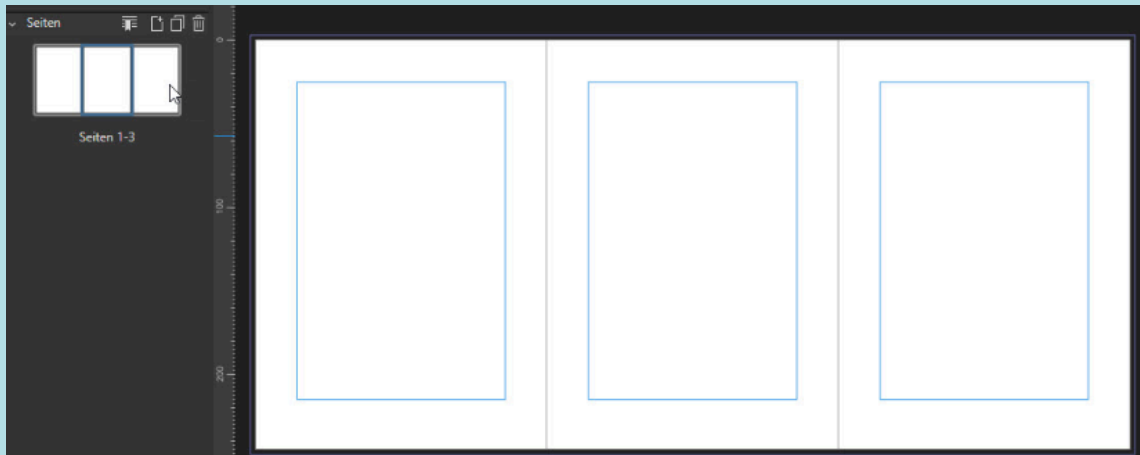


Abb.: Im Panel SEITEN sind jetzt 2 weitere gleich große Seiten hinzugefügt worden

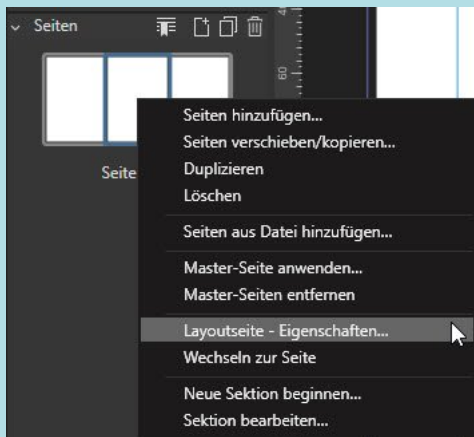


Abb.: Mit der rechten Mouse-Taste werden im Panel SEITEN die Eigenschaften der Layoutseite aufgerufen

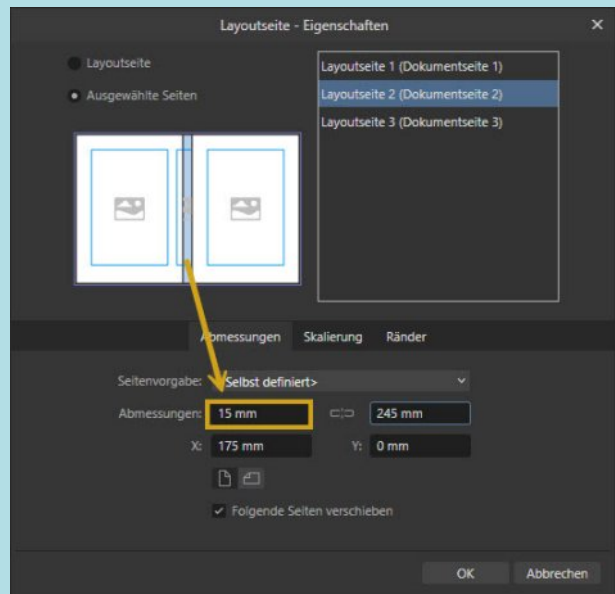


Abb.: Der mittlere Steg wird markiert und auf 15 mm eingestellt

WICKELFALZ-FLYER AUF DIN A4

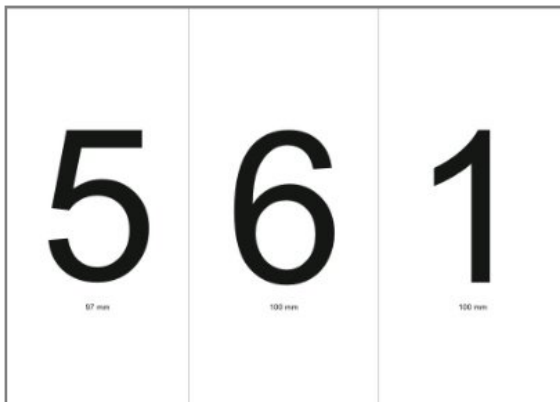


Abb.: Die Vorderseite des Wickelfalz-Flyers

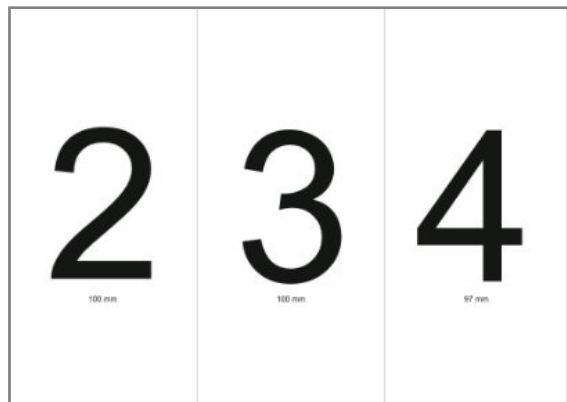
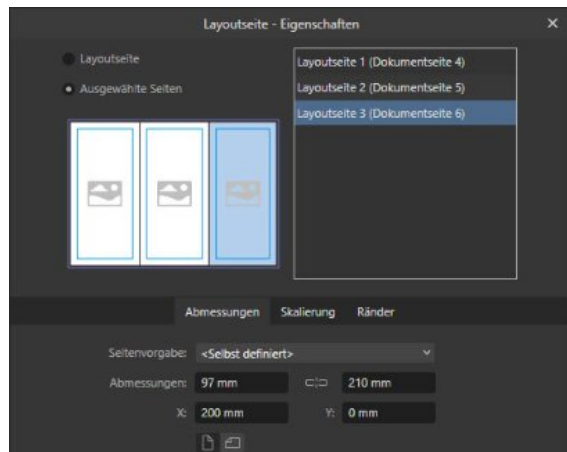
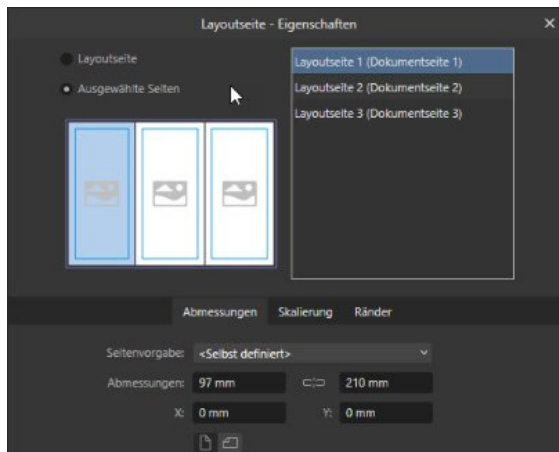


Abb.: Die Rückseite des Wickelfalz-Flyers



Auf dieselbe Art und Weise, wie beim Buchdeckel, kann man sich auch einen Flyer im Wickelfalz anlegen. Hier muss man nur auf das Grundformat achten, denn es gibt Flyer mit 6, 8 oder 10 Seiten im gefalzten Zustand. Wir gehen hier einmal von einem 6-seitigen Wickelfalzflyer aus. Dieser wird auf einem Din A4-Format gedruckt. Dabei sind 2 Seiten des Flyers etwas kürzer, nämlich 97 mm. Legen Sie sich eine Datei mit nur 1 Seite im Format 100 x 210 mm an. Gehen Sie dabei genauso vor, wie beim Buchdeckel. Addieren Sie 2 weitere Seiten und

folgend Sie bei den weiteren Schritten der Beschreibung für den Buchdeckel. Sie müssen die 3 Seiten noch kopieren, für die Rückseite des Flyers. Dabei müssen Sie die Seiten 4 und 5 jeweils auf 97 mm einstellen, denn beim Druck wird zuerst die Vorderseite des Flyers (5-6-1) gedruckt. Dann wird der Flyer in der Druckmaschine gedreht und die andere Seite gedruckt (2-3-4). Somit werden die Seiten 4 und 5 genau übereinandergedruckt und diese müssen etwas kürzer sein.

MIT FELDERN ARBEITEN

Im Heft Nr. 17 habe ich auf die neuen „Selbst-definierten Felder“ hingewiesen, die mit Einführung der Affinity-Suite 2.2 Einzug gehalten haben. Anhand einer Speisekarte habe ich die Möglichkeiten aufgezeigt. Im Publisher kann man aktuell auf festgelegte Felder wie „Dokumentenstatistiken“ und „Dokumenten-infos“ zurückgreifen, zusätzlich auf „selbst definierte Felder“. Die Einsatzmöglichkeiten sind hier nicht direkt zu erkennen. Sie helfen aber, gewisse Daten zu automatisieren.

Ich habe das für meine Magazine angepasst, und zwar für das IMPRESSUM. Hier werden nun die Angaben mit Hilfe neu angelegter Felder aufgeführt. Wenn diese immer gleich bleiben, kann man das auch mit normalem Text dokumentieren. Wenn man aber einen Feldeintrag in einem Dokument mehrmals verwendet, erspart man sich bei Änderungen viel Arbeit, denn man braucht den Eintrag im Panel FELDER nur einmal zu ändern und er wird überall da, wo er auftaucht, ersetzt.

Neue Felder anlegen

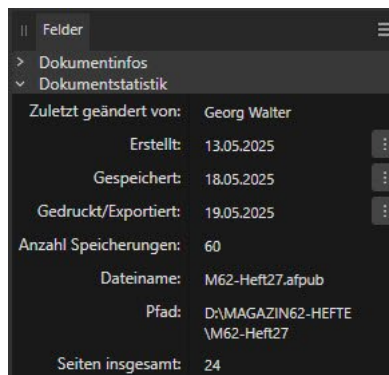
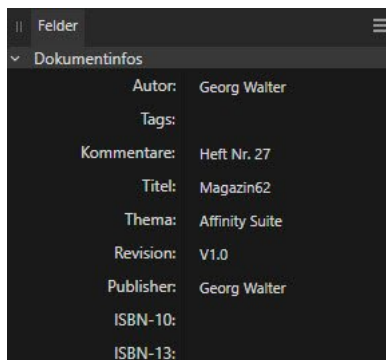
Für ein Impressum schreiben Sie ganz normal alle Infos in ein Textfeld. Mit einem Doppelklick markieren Sie den Eintrag, der als Feld definiert werden soll. Jetzt rufen Sie mit der rechten Mouse-Taste ein Menü auf und wählen „Text in Feld umwandeln“. In einem kleinen Menü sehen Sie nun den markierten Wert, Sie müssen nur noch einen Namen für das Feld vergeben. Dieser erscheint dann im Panel FELDER unter „Selbst definiert“.

Ein Feld in Text umwandeln

Jederzeit kann man ein Feld auch in normalen Text umwandeln. Dazu markiert man das Feld im Dokument und ruft mit der rechten Mouse-Taste ein Menü auf. Dort wählt man „Feld erweitern“ aus. Die Bezeichnung ist etwas ungenau. Im Panel FELDER ändert sich aber nichts. Das Feld bleibt weiterhin bestehen.

Nachteile

Bei wiederkehrenden Dokumenten, wie bei meinem Magazin, kann es vorkommen, dass man vergisst, einen Feldnamen zu aktualisieren. Das trifft hier zum Beispiel auf das Feld „Ausgabe“ zu. Bei fortlaufenden Magazinen muss der Wert angepasst werden, sonst steht da für eine August-Ausgabe noch der alte Wert „Juni 2025“ drin. Umgekehrt, hat man die Angabe vielleicht geändert, ruft dann eine alte Ausgabe nochmals auf und da wird der neue Eintrag ersetzt. Dann steht da für die Juni 2025-Ausgabe vielleicht August 2025. Gleiches gilt für eine E-Mail-Adresse. Wenn man diese als Feld definiert hat und die Mail-Adresse ändert sich, wird in einem Dokument die falsche Adresse angegeben.



Dokumentenstatistik

Autor: Georg Walter

Info: Heft Nr. 27

Ausgabe: Juni 2025

Titel: Magazin62

Erstellt: 13.05.2025

Export: 19.05.2025

Seitenzahl: 24

Abb.: Standardinfos über „Dokumenteninfos“ und „Dokumentenstatistik“ aufrufen

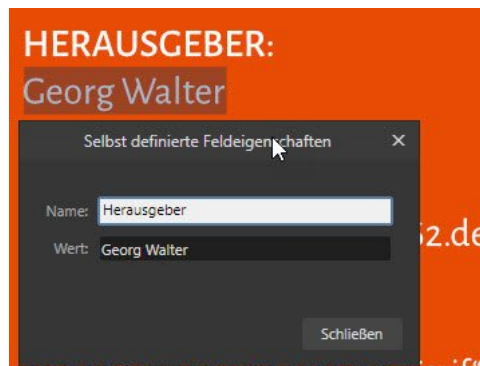


Abb.: Eigene Felder anlegen

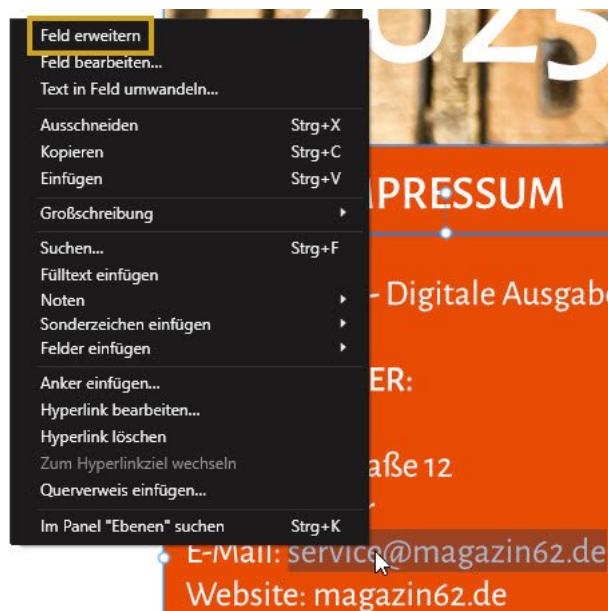
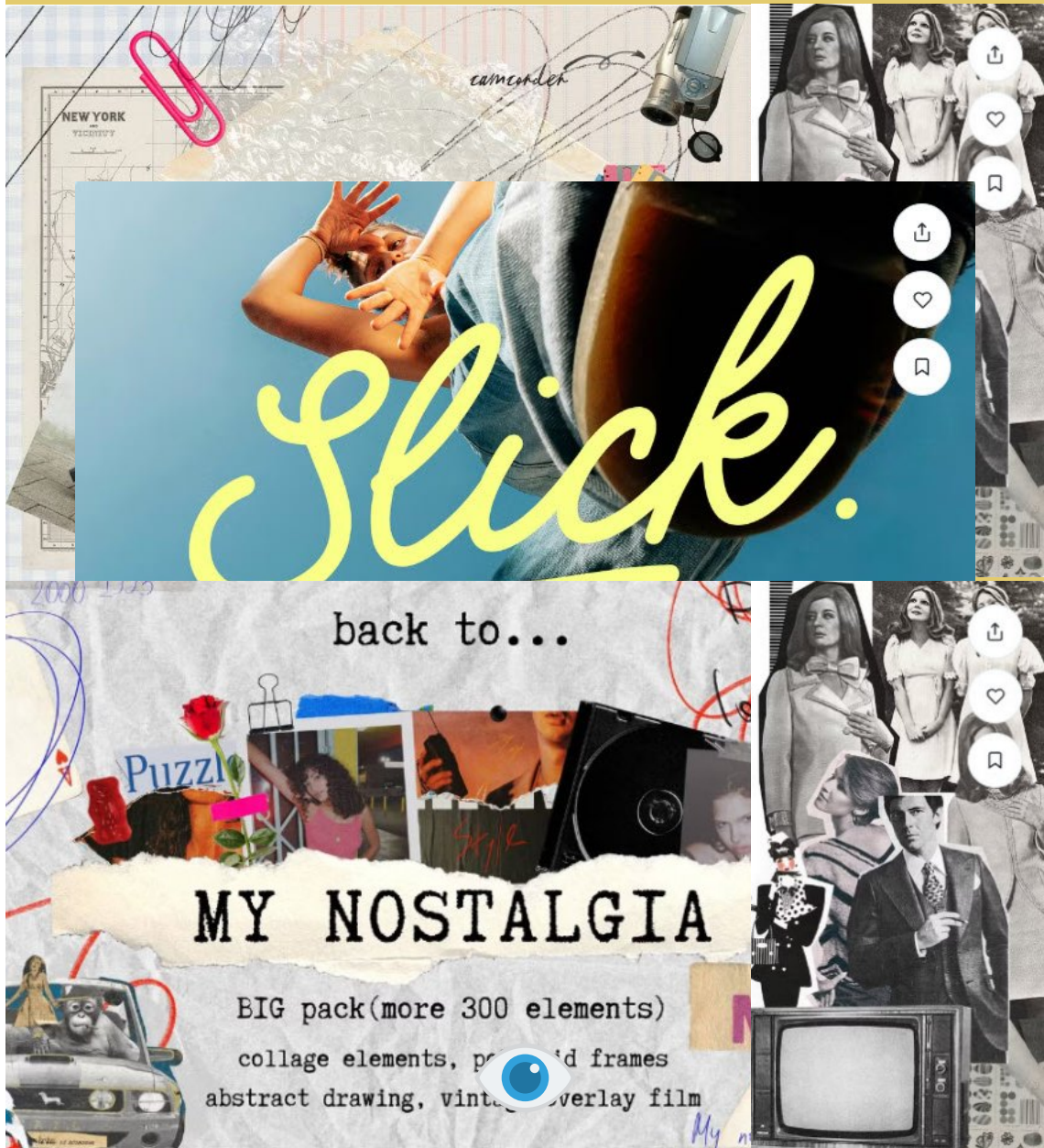


Abb.: Ein FELD in Text umwandeln

Creative Market

EIN ELDORADO FÜR GESTALTER



KLONEN MIT AFFINITY-PHOTO

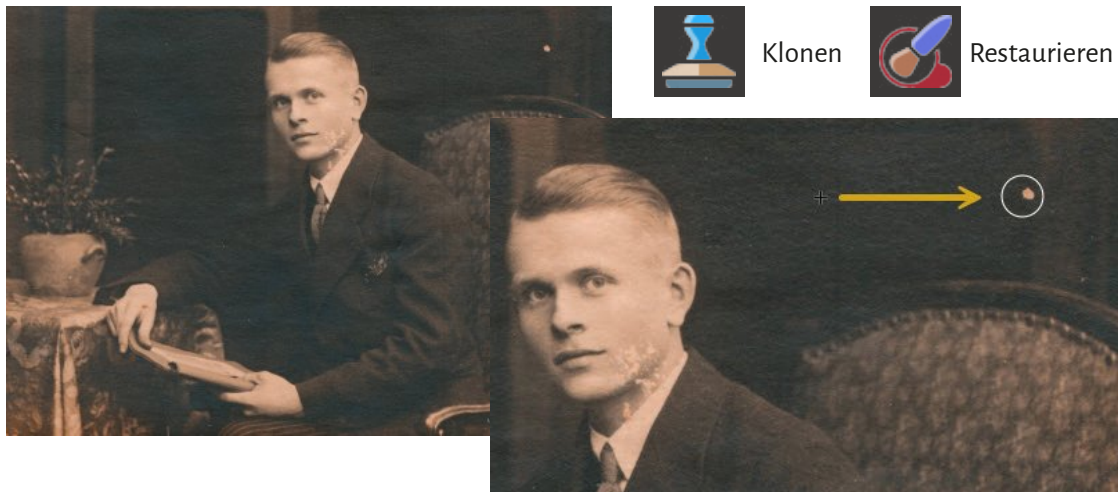


Abb.: Das original Foto, Retusche mit dem Klonen-Werkzeug

Das Werkzeug aller Werkzeuge heißt in Photoshop „Stempel“ und bei Affinity-Photo „Kloner (K)“. Es ist ideal dazu geeignet, Bildfehler, Risse und andere unschöne Bereiche in einem Foto zu retuschieren. Man wählt das Werkzeug aus, wählt einen passenden Bereich und übermalt damit einen fehlerhaften Bereich. Dabei ist es wichtig, den passenden Bereich zu finden, damit die übermalte Stelle später so aussieht, wie man es haben will. Einige Bereiche lassen sich schnell und leicht bearbeiten, bei etwas komplexeren Bereichen kann es nötig sein, die Größe des „Kloners“ anzupassen. Mit einem kleineren Werkzeug lassen sich schwierige Passagen, wie hier im Bild die Gesichtspartien, leichter „übermalen“.

Wählen Sie den „Kloner“, der aussieht wie ein Stempel, suchen Sie Bildfehler und retuschieren Sie sie bei 100% Ansicht. Dazu halten Sie die ALT-Taste gedrückt und klicken mit dem Werkzeug auf eine Stelle, mit der Sie eine fehlerhafte Stelle übermalen möchten. Lassen

Sie die ALT-Taste dann wieder los. Meist reicht hier ein einziger Klick, und die Farbe wurde übertragen. Beschäftigt man sich etwas länger mit diesem Werkzeug, bekommt man eine gewisse Routine und die Arbeiten gehen einem leichter von der Hand. Man bekommt ein Gespür dafür, wo und wie man vorgehen muss. Noch einfacher geht es mit dem Werkzeug „Restaurieren (J)“. Hier fährt man einfach nur mit dem Werkzeug über eine passende Quelle. Während man beim „Kloner“ die Bildbereiche selbst wählen muss, nimmt das Werkzeug „Restaurieren“ benachbarte Bildbereiche auf und überträgt sie direkt auf die übermalte Stelle.

Im Internet kann man sich die Fotos drucken lassen. Die Preise sind je nach Menge sehr günstig. Fotos in den Formaten 10 x 10, 10 x 13 und 10 x 15 gibt es schon für unter € 0,10. Fotos in den Formaten 13 x 13 und 13 x 18 ab € 0,18.

PAPPBÜCHER FÜR KINDER



Zugegeben, mit Kinderbüchern habe ich mich noch nicht auseinandergesetzt, aber Informationen dazu gehören gleichwohl zu einem Publisher-Workflow dazu. Gedruckt werden die „Pappbilderbücher“ auf schwerem Karton, damit sie länger haltbar sind. Zum Beispiel auf 600g/m² Chromasulfatkarton. Die Firma „Wir machen Druck“ bietet vier Formate an, Din A4, Din A5, 210 x 210 mm und 170 x 170mm. Die Seiten werden 4-farbig bedruckt und im Finish folienkaschiert oder mit Dispersionslack versehen. Maximal werden 28 Buchseiten bedruckt, weniger oder mehr sind nicht möglich. Dabei sind diese dicken Seiten besonders reißfest, denn sie müssen bei der Nutzung von Kindern einiges aushalten. Meist werden bei der Gestaltung einfache Bild- und Textinhalte

verwendet. Durch ihren zeitlosen Charme sind diese Bücher ein Klassiker in vielen Kinderzimmern. Hier gibt es das klassische „Babybuch“, mit dem man die ersten Lebensjahre eines Kindes festhalten kann. Man kann das Format auch für Fotobücher nutzen, die man bis zu einem gewissen Alter fortführend drucken lassen kann. Das Format dient aber auch in der Erwachsenenwelt als Werbemittel, Produktbroschüre oder Chronik. Wer sich dazu berufen fühlt, kann ein professionell erstelltes Kinderbuch auch einem Kinderbuchverlag anbieten. Bei der Produktion gelten die gleichen Voraussetzungen wie für normale Bücher. Geliefert werden muss eine Datei für den Innenteil und eine für den Buchdeckel.

DER ADOBE ACROBAT READER

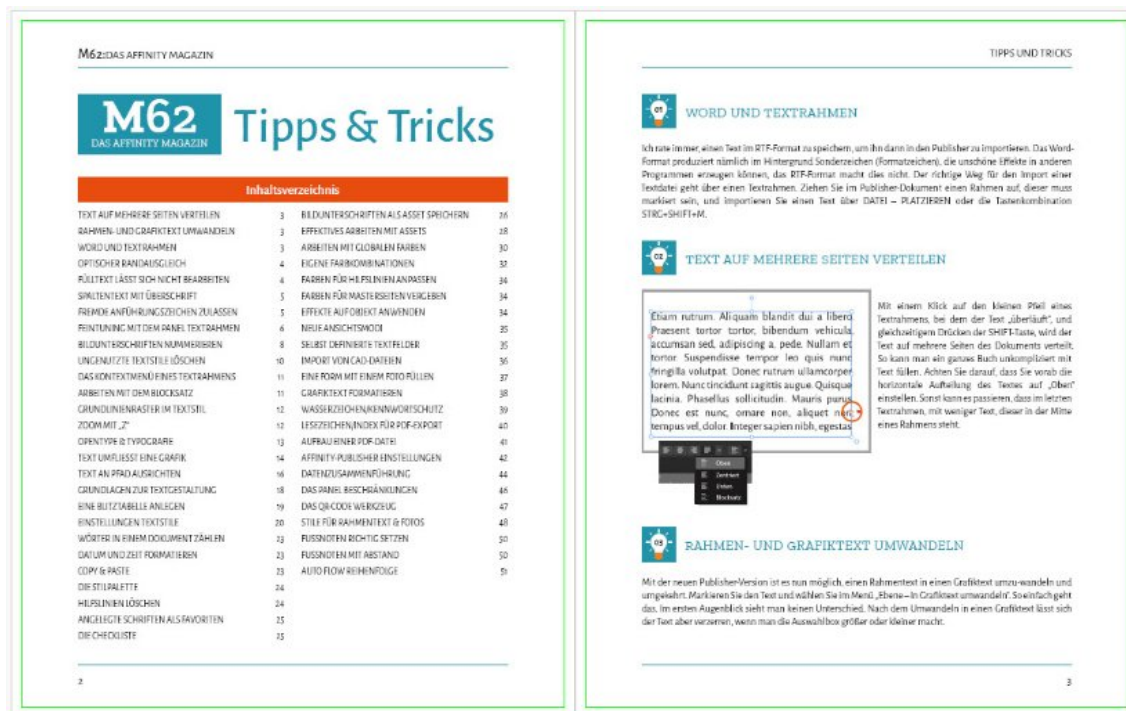


Abb.: Anzeige des Anschnitts mit einem farbigen Rahmen

Zum Anzeigen von PDF-Dokumenten nutzen die meisten Anwender den kostenlosen Acrobat Reader der Firma Adobe. Hier gibt es einige nützliche Hilfen, um sich das Lesen von Dokumenten leichter zu machen. Rufen Sie einmal im Reader unter Windows mit der Tastenkombi STRG+D das Eigenschaftsfenster der Software auf. Beim MAC ist das die Kombination CMD+D. Hier finden Sie unter „Beschreibung“ die Angaben, die man auch im Affinity-Publisher eingeben kann, so den Dateinamen, den Titel und den Verfasser. Im Reiter „Schriften“ bekommt man alle Fonts angezeigt, die im Dokument verwendet werden.

Eine weitere wichtige Möglichkeit ist das Anzeigen des Beschnittrahmens. Mit STRG+K ruft man unter Windows die Einstellungen auf. In der Kategorie „Seitenanzeige“ kann man ein Häkchen bei „Objekt- Endformat- und Beschnittrahmen einblenden“ setzen. Nun wird einem der „Beschnitt“ mit einem farbigen Rahmen angezeigt. Hier kann man sich auch ein „Transparenzraster“ anzeigen lassen. So sieht man, welche Elemente mit und ohne Hintergrund gesetzt wurden. Meine M62-Hefte exportiere ich mit 144 DPI. Diese Auflösung kann man auch im Acrobat Reader einstellen. Somit lässt sich das Magazin mit der tatsächlichen Auflösung lesen.

DER RECHTECKIGE BILDERRAHMEN

Dieses Werkzeug gehört zum Standard des Affinity-Publishers. Man zieht einen Rahmen auf und lädt anschließend ein externes Foto in diesen Rahmen. Mit Hilfe der Anfasser im Rahmen kann man das Foto drehen und verschieben. Mit dem Anfasser unterhalb des Rahmens vergrößert oder verkleinert man das Bild. Lädt man anschließend ein anderes Bild in den Rahmen, nimmt es den Zustand des vorherigen Fotos an. Für die folgenden Beschreibungen muss man unterscheiden. Funktionen lassen sich auf den gesamten Rahmen oder nur das Foto IM RAHMEN anwenden.

Gesamten Rahmen geraderücken

Dies betrifft die Möglichkeit, einen Bilderrahmen, den man gedreht hat, wieder geradezurücken. Dazu klickt man doppelt auf den runden Anfasser OBERHALB DES RAHMENS.

Bild im Rahmen drehen/neigen

Mit Hilfe des Panels TRANSFORMIEREN kann man ein Bild in einem Rahmen neigen oder drehen. Hier reicht es aber nicht, nur den Rahmen zu markieren, man muss mit einem Doppelklick das Foto im Rahmen markieren. Erst dann kann man den Inhalt des Rahmens um einen bestimmten Wert neigen oder drehen. Dazu gibt man den gewünschten Wert im Panel TRANSFORMIEREN bei „R“ oder „N“ ein. Jederzeit lässt sich das Bild im Rahmen auch über den Anfasser oberhalb des Rahmens drehen, dies erfolgt dann aber ungenau mit freier Hand.



Abb.: Den Rahmen samt Bild wieder geraderücken

Verschobene Bilder mittig setzen

Hat man im Bilderrahmen ein Foto verschoben, egal ob das Bild im Rahmen gerade oder geneigt ist, kann man es mit einem Doppelklick in der Mitte der vier Pfeile wieder mittig setzen.

Gedrehtes Bild geraderücken

Mit einem Doppelklick auf das Drehen-Symbol kann man ein gedrehtes Foto im Rahmen wieder geraderücken.

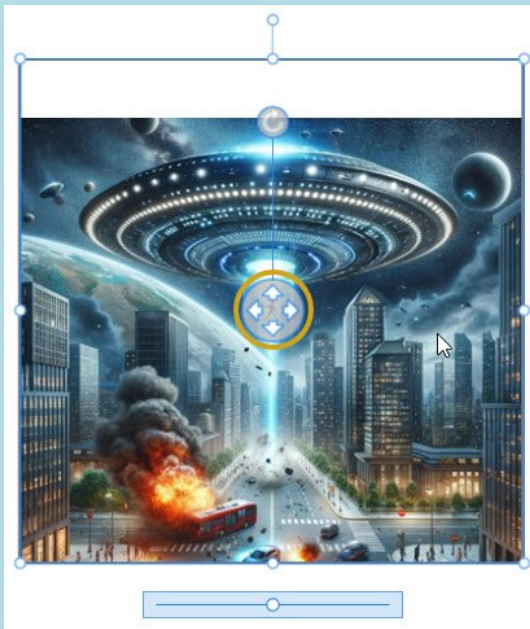


Abb.: Verschobenes Bild mittig setzen



Abb.: Verschobenes gedrehtes Bild mittig setzen



Abb.: Gedrehtes Bild geraderücken



Abb.: Bild innerhalb des Bilderrahmens drehen/neigen

FALSCH VERSTANDENE DIGITALISIERUNG



Dass wir in Deutschland mit der Digitalisierung von Prozessen hinterherhinken, ist bekannt. Zu lange haben Unternehmen und Behörden geschlafen. Auch deshalb weil es Geld kostet. Viele ältere Arbeitnehmer hatten dazu den Eindruck, dass dadurch ihr Arbeitsplatz wegfallen würde. Hier war und ist Überzeugungsarbeit und Aufklärung nötig. Da spreche ich aus eigener Erfahrung.

Wenn aber eine Krankenkasse auf ihrer Online-Plattform Formulare anbietet, dann sollte man erwarten, dass man diese auch online ausfüllen kann, oder die Datei, zumindest nach dem Herunterladen, ausfüllen und mit einer digitalen Signatur versehen kann. Leider ist dem nicht so. Man muss sich das PDF-Dokument herunterladen, ausdrucken, ausfüllen und dann wieder einscannen. Das ist nicht nur unprofessionell, sondern geht komplett am Thema vorbei. Zudem erzeugt man mit dieser Vorgehensweise ein Kopfschütteln beim Kunden.

In einem anderen Beispiel liegt auf dem Computer ein Word-Dokument vor. Aus falschem Verständnis heraus wird es ausgedruckt, eingescannt, damit es als PDF-Datei einem Kunden per E-Mail zugeschickt werden kann. Die Idee dahinter war wohl, dass der Scanner das Dokument automatisch in eine PDF-Datei konvertiert. Mit mehr Wissen und Schulung hätte man auch auf die Idee kommen können, dass man das Word-Dokument über den Druckprozess direkt in das PDF-Format umwandelt. Man hätte sich einige Arbeitsschritte sparen können.

Mit erheblichem Aufwand mehr muss man bei der Digitalisierung von Dokumenten rechnen. Hunderte von Aktenordnern stapeln sich in Regalen oder werden nach Ablauf einer Frist für das Finanzamt in ein Archiv gestellt. Wenn man hier kein Verwaltungssystem installiert hat, wird man die passende Akte nur schwerlich wiederfinden. Wäre es nicht schön, wenn man am Computer mit der passenden Software alles schnell wiederfinden würde?

dafont
.com

EIN MEKKA FÜR
FONTSAMMLER

Bali Bliss

JACK SPHINX

Keramique Script

MARX HILTON

BARBER CHOP

BALYTA KIDS

CHOICE DAY

Love Mayjen

MOODCAKE



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN





HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leser und Leserinnen

Es ist wieder so weit. Das Heft mit der Nummer 28 liegt vor Ihnen. Diesmal mit einigen Tipps, die man bei seinen eigenen Projekten beherzigen sollte. Hier erfahren Sie auch, wie man Videos in eine PDF-Datei einfügt und, was man beachten sollte, wenn man ein ganz neues Projekt startet. Dann beschreibe ich die Funktionen eines Textgenerators, den ich im Internet gefunden habe. Mit diesem lassen sich tolle Wortgebilde gestalten. Ich zeige aber auch auf, wie man das ohne Generator selbst machen kann. Ich gehe kurz auf die Bildersuche bei Pixabay ein und präsentiere in einer neuen Rubrik interessante Themen, die ich im Internet gefunden habe.

Eines meiner Lieblingswerkzeuge wird nochmals mit tollen Ideen beschrieben, das Verlaufswerkzeug. Dann möchte ich Ihnen einige Gestaltungsideen vorstellen, die mir persönlich sehr gut gefallen. Hier kann man sich für das eigene Design so richtig austoben. Zum Schluss stelle ich Ihnen meinen Lieblingskünstler vor, Eduardo Recive, auf dessen Website man sich einige kostenlose Schriften und Brushes downloaden kann.

Ich wünsche Ihnen nun wieder recht viel Freude beim Stöbern, Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

PUBLISHER TIPPS

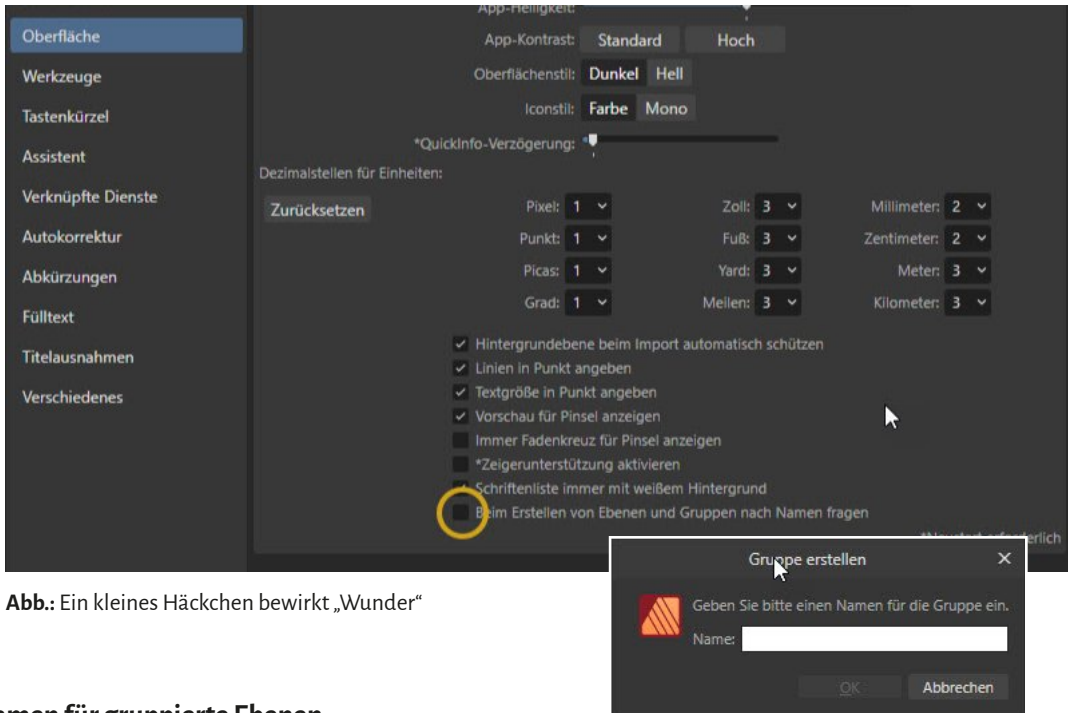


Abb.: Ein kleines Häkchen bewirkt „Wunder“

Namen für gruppierte Ebenen

Mit einem kleinen „Häkchen“ in den Einstellungen kann man sich die Arbeit mit EBENEN erleichtern. Gehen Sie dazu in die Einstellungen des Publishers und dann links auf OBERFLÄCHE. Ganz unten sieht man den Eintrag „Beim Erstellen von Ebenen und Gruppen nach Namen fragen“. Diesen Eintrag mit einem Häkchen versehen. Probieren Sie es aus. Markieren Sie mehrere Objekte auf einer Seite und, gruppieren Sie diese mit STRG+G. Es öffnet sich ein Eingabefenster, in dem man einen Namen für die Ebene vergeben kann. Das spart den Weg über das Panel EBENEN.

Suchen in der Hilfe

Wie beim Acrobat Reader kann man in der Publisher-Hilfe mit STRG+F ein Suchfeld aufrufen und nach einem Begriff suchen. Probieren Sie es aus.

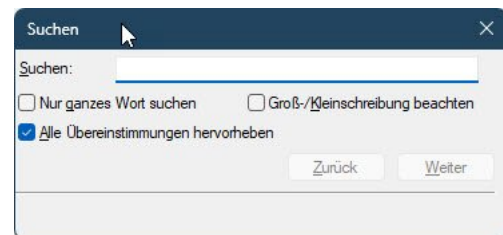
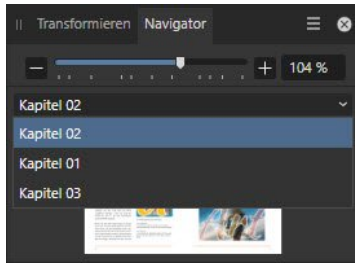


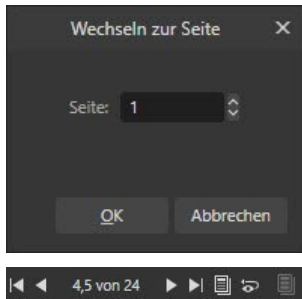
Abb.: Das Suchfeld in der Publisher-Hilfe



Der Navigator

Rufen Sie den Navigator über das Menü „Fenster“ auf. Eigentlich ist dieser Navigator dafür gedacht, Bereiche eines Dokuments zu vergrößern und schneller ansteuern zu können. Im Panel erscheint ein Rahmen, den man verschieben kann und die Ansicht wechselt in diesen Bereich. Man kann sich im Panel auch sogenannte „Ansichtspunkte“ erstellen und abspeichern. Diese gelten immer nur für das Dokument, in dem sie angelegt wurden. Das ist zwar gut, um auf

einer Seite besser navigieren zu können, leider bezieht sich das immer nur auf die Seite, auf der man die Einstellung angelegt hat. Befindet man sich z.B. auf Seite 10 und legt sich über das Panel „Navigator“ einen „Ansichtspunkt“ mit 200% Zoom an, wird dies auch nur für die Seite 10 gelten. Befindet man sich auf Seite 16 und ruft im Navigator die gespeicherte Einstellung ab, springt der Fokus wieder auf Seite 10. Allerdings kann ich mir vorstellen, dass man mit Hilfe des Navigators „Ansichtspunkte“ anlegt, die von einem Buchkapitel zum nächsten springen. Dies kann bei einem sehr umfangreichen Projekt hilfreich sein. So braucht man nicht durch das Panel „Seiten“ zu scrollen. Allerdings lassen sich diese Punkte nicht sortieren. Man sollte also beim Anlegen seitenweise vorgehen.



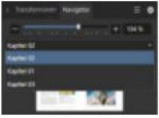
Zu Seiten springen

Völlig unscheinbar findet man im Publisher ganz unten links ein kleines Symbol, mit dem man von einer Seite zur anderen springen kann. Sie arbeiten zum Beispiel auf Seite 5 und springen über das Panel SEITEN auf Seite 40. Über das Symbol unten links im Publisher kann man jetzt, solange zwischen diesen beiden Seiten hin und her springen, bis man eine andere Auswahl trifft. Dieses Symbol besagt nichts anderes wie „Springe zur vorherigen Seite“. Affinity beschreibt im Internet zu dieser Neuerung, dass man dafür auch eine Tastenkombination festlegen kann

– gefunden habe ich in den Einstellungen – Tastenkürzel dazu leider nichts. Also bleibt nur der Weg über das kleine Symbol. Sie können diese Funktion auch im Menü DOKUMENT aufrufen.

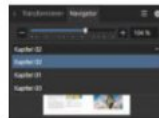
Eine sehr schöne Funktion und von vielen wohl wenig beachtet ist die Möglichkeit, über ein Menü zu einer bestimmten Seite zu springen. Dafür legt man sich in den „Einstellungen – Tastenkürzel“ für den Eintrag „Wechseln zu Seite“ einen Shortcut an. Bei mir ist das STRG+SHIFT+POS1. Drückt man diese Tastenkombination, wird ein kleines Menü sichtbar, in dem man die Seitennummer eingeben kann, zu der man springen möchte.

M62: DAS AFFINITY MAGAZIN / 28-2025

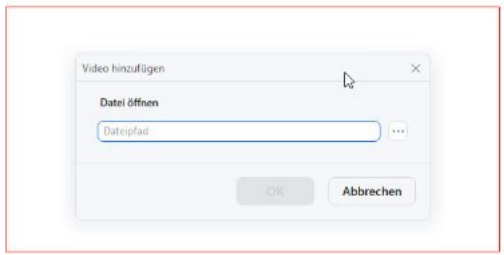


Der Navigator
Rufen Sie den Navigator über das Menü „Fenster“ auf. Eigentlich ist dieser Navigator dafür gedacht, Bereiche eines Dokuments zu vergrößern und schneller ansteuern zu können. Im Panel erscheint ein Rahmen, den man verschieben kann und die Ansicht wechselt in diesen Bereich. Man kann sich im Panel auch sogenannte „Ansichtspunkte“ erstellen und abspeichern. Diese gelten immer nur für das Dokument, in dem sie angelegt wurden. Das ist zwar gut, um auf einer Seite besser navigieren zu können, leider bezieht sich das immer nur auf die Seite, auf der man die Einstellung angelegt hat. Befindet man sich z.B. auf Seite 10 und legt sich über das Panel „Navigator“ einen „Ansichtspunkt“ mit 200% Zoom an, wird dies auch nur für die Seite 10 gelten. Befindet man sich auf Seite 16 und ruft im Navigator die gespeicherte Einstellung ab, springt der Fokus wieder auf Seite 10. Allerdings kann ich mir vorstellen, dass man mit Hilfe des Navigators „Ansichtspunkte“ anlegt, die von einem Buchkapitel zum nächsten springen. Dies kann bei einem sehr umfangreichen Projekt hilfreich sein. So braucht man nicht durch das Panel „Seiten“ zu scrollen. Allerdings lassen sich diese Punkte nicht sortieren. Man sollte also beim Anlegen seitenweise vorgehen.

M62: DAS AFFINITY MAGAZIN / 28-2025



Der Navigator
Rufen Sie den Navigator über das Menü „Fenster“ auf. Eigentlich ist dieser Navigator dafür gedacht, Bereiche eines Dokuments zu vergrößern und schneller ansteuern zu können. Im Panel erscheint ein Rahmen, den man verschieben kann und die Ansicht wechselt in diesen Bereich. Man kann sich im Panel auch sogenannte „Ansichtspunkte“ erstellen und abspeichern. Diese gelten immer nur für das Dokument, in dem sie angelegt wurden. Das ist zwar gut, um auf einer Seite besser navigieren zu können, leider bezieht sich das immer nur auf die Seite, auf der man die Einstellung angelegt hat. Befindet man sich z.B. auf Seite 10 und legt sich über das Panel „Navigator“ einen „Ansichtspunkt“ mit 200% Zoom an, wird dies auch nur für die Seite 10 gelten. Befindet man sich auf Seite 16 und ruft im Navigator die gespeicherte Einstellung ab, springt der Fokus wieder auf Seite 10. Allerdings kann ich mir vorstellen, dass man mit Hilfe des Navigators „Ansichtspunkte“ anlegt, die von einem Buchkapitel zum nächsten springen. Dies kann bei einem sehr umfangreichen Projekt hilfreich sein. So braucht man nicht durch das Panel „Seiten“ zu scrollen. Allerdings lassen sich diese Punkte nicht sortieren. Man sollte also beim Anlegen seitenweise vorgehen.





Multimedia-Inhalte wurden deaktiviert. Aktivieren Sie diese Funktion nur, wenn Sie dieser Datei vertrauen.

Optionen

Dieser Datei nur einmal vertrauen

Dieser Datei immer vertrauen

Videos in ein PDF einbinden

Viele Anwender wünschen sich eine solche Funktion. Ein Video soll innerhalb einer PDF-Datei abgespielt werden. Erstellen Sie dazu mit dem Affinity-Publisher ein normales PDF-Dokument. Jetzt benötigt man einen PDF-Editor wie Adobe Acrobat oder PDFelement von der Firma Wondershare, was mit USD 130,00 wesentlich günstiger ist als die Adobe-Software. Man ruft das PDF auf und navigiert zur Seite, wo das Video erscheinen soll. Jetzt ruft man die Bearbeitungsfunktionen auf und importiert das Video ins Dokument. Dazu zieht man einen Rahmen auf und importiert das Video. Es erscheint ein schwarzes Fenster mit einem „Abspiel-Pfeil“. Jetzt muss man nur noch die Option „Dieser Datei immer vertrauen“ wählen und das Video wird an der Stelle des schwarzen Bereichs eingefügt. Man speichert das PDF neu ab. Die Datei wird größer, da das Video mit eingebettet wird. Beschrieben habe ich das hier für die Software PDFelement. Es ist alles so einfach. Ein Nachteil ist aber, dass die Datei meist so groß wird, dass man sie, bedingt durch Dateigrößenbeschränkungen, nicht auf die eigene Webseite laden kann. Besser ist hier die Lösung, dass man im PDF-Dokument auf ein externes Video verzweigt.

Neue Projekte starten

Hat man ein neues Projekt angelegt, müssen einige Vorarbeiten gemacht werden. Zu aller erst sollte man mal das Grundlinienraster einschalten. Leider ist das im Publisher nicht voreingestellt. Wenn man das am Anfang vergisst, wird man sich später wundern, wie viele Texte dann an das Layout angepasst werden müssen. Dann ist es wichtig, dass man im Panel FELDER einige Eintragungen macht. Bei wiederkehrenden Projekten, wie Magazinen, müssen Werte überschrieben/aktualisiert werden. Man beginnt in der Unterkategorie „Dokumenteninfos“. Der Name bei „Autor“ wird sich in den seltensten Fällen ändern. Ich habe bei den „Kommentaren“ die Heftnummer stehen. Kopiert man eine ältere Heftausgabe, muss man hier die Nummer aktualisieren. Bei diesen Einstellungen muss man wissen, dass bei der Anzeige in einem PDF-Viewer der Eintrag bei „Titel“ in der Software angezeigt wird. Mit dem Panel „Lesefolge“ steuert man Alt-Texte, die man in einem Publisher-Dokument einem Bild oder einem Text zuordnet. In einer exportierten PDF-Datei können diese Elemente zum Beispiel mit Bildschirmlesern vorgelesen werden.

Auch für die PDF-Ausgabe sollte man alle Einstellungen tätigen und dann als Vorgabe abspeichern. Wie oft kommt es vor, dass man bei „Bereich“ vergisst, „Alle Seiten“ einzustellen. Gerade bei digitalen Dokumenten sollte man „Hyperlinks“ und „Lesezeichen“ mit einem Häkchen versehen. Ein „Anschnitt“ ist hier nicht nötig. Hat man alle diese Einstellungen gemacht, ist es sinnvoll, sich eine Vorlage abzuspeichern. So spart man sich die ständigen Eintragungen bei neuen gleichen Projekten.

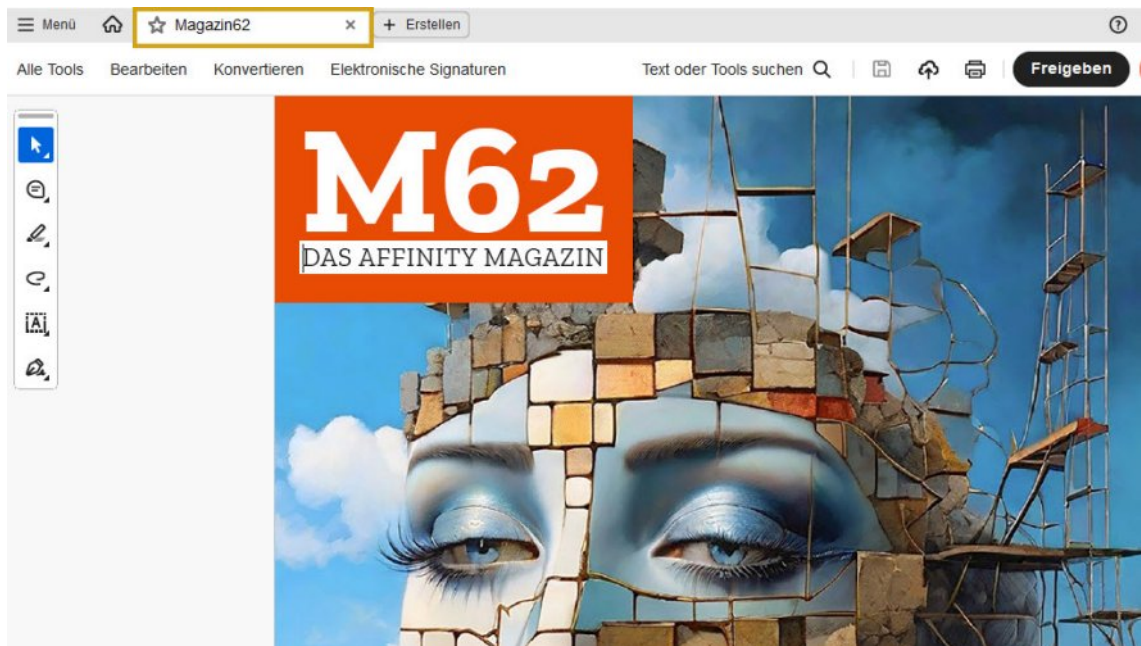


Abb.: Das Affinity-Feld „Titel“ wird im PDF-Viewer angezeigt

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

[WILLKOMMEN](#)

[MAGAZIN](#)

[GUT ZU WISSEN](#)

[TUTORIALS](#)

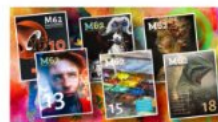
[RESSOURCEN](#)

[LINKS](#)



DAS DIGITALE MAGAZIN FÜR DEN AFFINITY PUBLISHER

Ich biete Ihnen hier ein digitales Magazin für den Affinity Publisher an. Ich möchte Ihnen Tipps, Tricks und Hintergrundinformationen zu dem Programm an die Hand geben. Für alle Leser/Leserinnen sind sicherlich auch die vielen Links, Quellen und Ressourcen interessant. Schauen Sie doch einmal!



DIGITALE MAGAZINE

Hier erwarten Sie vergünstigte Angebote zu meinen digitalen Magazinen.



GUT ZU WISSEN

Hier möchte ich Sie zu den Themen Typografie und Buchgestaltung informieren.

Besuchen Sie mich im Internet. Dort finden Sie viele kostenlose Angebote und meine M62-Hefte. Für kleines Geld biete ich Ihnen immer wieder interessante Themen rund um den Affinity-Publisher an.

EFFEKTE MIT DEM VERLAUFSWERKZEUG

Es ist schon erstaunlich, was man im Affinity-Publisher alles machen kann. Wenn man die Möglichkeiten einzelner Werkzeuge richtig anwendet, kann man sehr schöne Effekte erzielen. Mit dem Grafik-Text-Werkzeug gibt man einen Text oder einen Slogan ein und wendet dann das „Werkzeug für Verläufe(G)“ darauf an. Dabei wird in der Kontextleiste des Publishers ein Menü sichtbar, mit dem man die verschiedenen Einstellungen steuern kann. Man kann hier Effekte auf die Füllung und Kontur anwenden. Bei beiden wiederum auf den Rahmen und den Text.

Das heißt, man kann entscheiden, wie die Füllung des Textes und die Füllung der Text-Kontur aussehen soll. Gleiches gilt für den Rahmen. Hier kann man ein Foto oder verschiedene Verläufe anwenden, oder ein Foto in den Rahmen laden. Bei einem Foto empfehle ich, die Einstellungen bei „Erweitern“ zu beachten. Entweder spiegelt man ein Foto oder wiederholt es. Dem Text kann man eine Kontur zuweisen und die Farbe über das Panel „Farbfelder“ festlegen – oder man weist der Kontur ein Foto zu. So sind verschiedene grafische Effekte möglich.

Weisen Sie dem Text einen Verlauf zu. Dieser muss nicht auf zwei Farben begrenzt sein. Mit einem Klick auf die Verlaufslinie kann man jederzeit weitere Punkte hinzunehmen und mit einer anderen Farbe versehen. Normalerweise wird der Text bei einem zugeladenen Foto über dem Foto liegen. Markieren Sie den Text und

setzen Sie im Panel „Farbfelder“ die Deckkraft herunter. Somit scheint der Text durch und das Fotomotiv hinter dem Text wird sichtbar. Hier sind die Möglichkeiten fast unbegrenzt, man muss nur wissen, wie es gemacht wird. Man muss auch nicht bei einer Schriftart bleiben. Versehen Sie Ihren Text mit unterschiedlichen Fonts. Das Einzige, was nicht geht, ist den Text vom Rahmen „abzusetzen“. Er wird an allen Seiten immer bis zum Rand reichen.



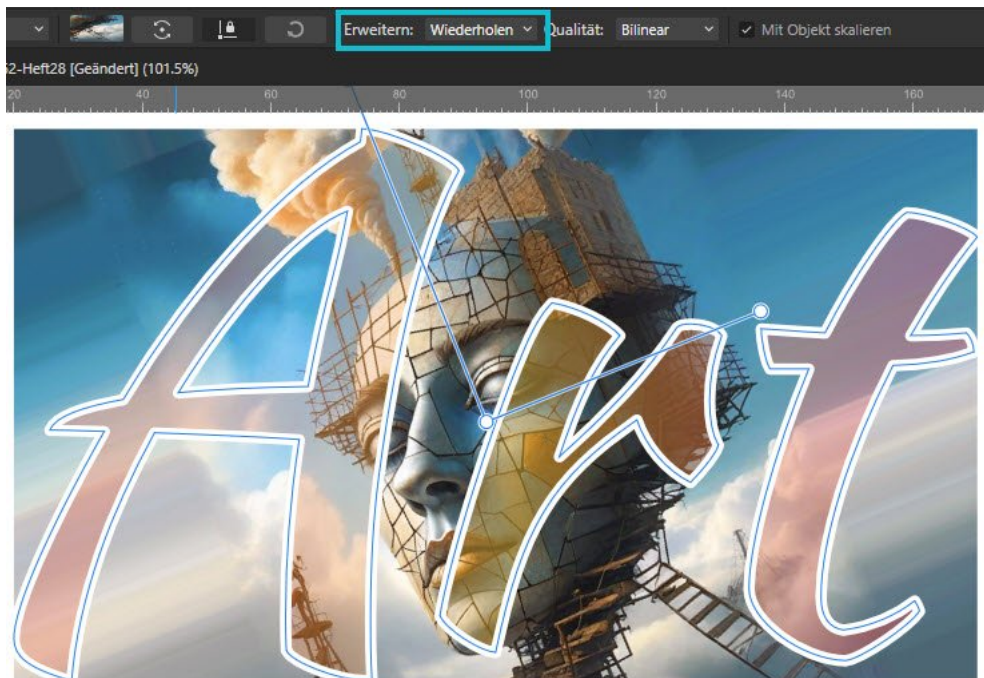
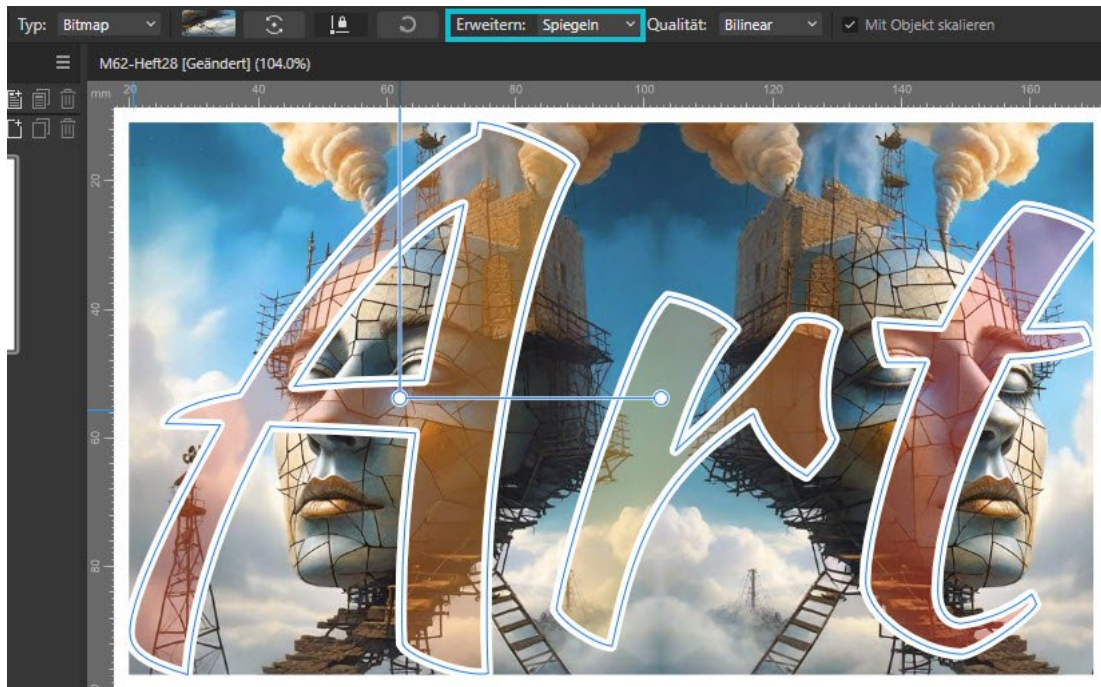
Zur Erklärung des Verlaufswerkzeuges:

1. Der Buchstabe

Hier sind zwei „Zustände“ sichtbar: Die Füllung des Buchstaben (Orange) und die Füllung der Kontur (Weiß).

2. Der Rahmen

Hier sind auch zwei „Zustände“ sichtbar: Die Füllung des Rahmens (Textur) und die Füllung der Rahmen-Kontur (Blau)



EIN SPEZIELLER TEXTGENERATOR



Im Internet habe ich einen sehr schönen Textgenerator gefunden. Dieser ist für Anwender interessant, die sich mit der Gestaltung von Texten nicht so sehr auskennen, sich aber trotzdem diesem Thema widmen möchten. Die Website wird von der polnischen Nationalbibliothek bereitgestellt. Sinn und Zweck ist die Möglichkeit, eigene Wörter aus digitalisierten Büchern, Postern und anderen Publikationen aus sechs Jahrhunderten zu gestalten.

Man tippt einfach ein Wort in das sichtbare Textfeld ein, ruft dann über ein Menü die Einstellungen auf, um am Schluss das „Kunstwerk“ auf den eigenen Computer zu laden. Hier ist man auf 35 Zeichen begrenzt, was in den meisten Fällen, aber ausreichen sollte. Die Website nennt sich [POLONA/TYPO](#). Damit kann man u. a. Headlines für nostalgische Poster entwerfen. Sicherlich findet der ein oder andere weitere Einsatzmöglichkeiten.

Einstellungsmöglichkeiten

Über ein Menü, dass man auf der Website oben rechts aufrufen kann, werden verschiedene Einstellungen gemacht. So kann man die Hintergrundfarbe ändern, die Schriftarten auf

einer Zeitlinie einschränken, im Bereich „Categories“ Texturen für den Hintergrund festlegen und einen Slogan (Subtitle) einfügen. Den Slogan-Text kann man nicht verändern. Hier würde ich eher die Möglichkeit einer Bildunterschrift sehen. Bei den Hintergründen kann man wählen zwischen „Alle Kategorien“, „Bücher“, „Poster“ und „Magazine“. Der Text wird dann jeweils angepasst. Unter dem Fenster, in dem das Ergebnis angezeigt wird, kann man mit Hilfe eines Symbols die Buchstaben des Textes drehen oder verschieben.

Bei den ganzen Einstellungen ist man allerdings auf die Vorgaben und Möglichkeiten des Generators beschränkt. So kann man nicht jeden Buchstaben einzeln auswählen und verändern. Klickt man in der Ansicht jeden einzelnen Buchstaben an, bekommt man in einem kleinen Menü nur das Jahr angezeigt und eine Information, ich vermute, aus welcher Publikation der Buchstabe stammt. Bei der Einstellung „Select Years“ wird wohl die Schriftwahl eingegrenzt. Die Darstellung von Zahlen hängt von der eingestellten Kategorie ab. Nicht bei allen Einstellungen werden Zahlen angezeigt, meist bei „Büchern“ und „Postern“.

Share & Save

Beim Export des Ergebnisses kann man mehrere Varianten wählen. Zum einen mit jemandem „teilen“ und über das Download-Symbol entweder als Gif-Animation, Wallpaper, Druck-Version oder als Facebook Cover-Foto abspeichern.

TYPO

AFFINITY

MAGAZIN

WORD

OLD TYPO

Im vorherigen Artikel habe ich auf eine Website hingewiesen, auf der man sich seine eigenen Wörter aus Buchstaben alter Bücher, Poster und Manuskripten erstellen konnte. Hier möchte ich nun zeigen, dass man sich das alles auch mit ein wenig mehr Aufwand selbst erstellen kann. Ideal ist es, sich vorab ein ASSET mit den passenden Hintergrundbildern anzulegen. Um flexibel zu bleiben, kann man sich auf diese Art einen Baukasten erstellen, in dem man zuerst z. B. Papier- oder Grunge-Texturen anlegt. Um es etwas abwechslungsreicher zu machen, kann man sich auch auf die Suche nach alten Texten in Büchern machen. Allerdings weiß ich aus Erfahrung, dass man sehr lange suchen muss, um etwas Passendes zu finden. Nicht jeder hat solche passenden Bücher zu Hause stehen, und so macht es auch keinen Sinn, Buchseiten mit dem eigenen Scanner zu erfassen. Der Aufwand ist dann doch etwas zu hoch.

Vorhandene Texturen verfremden

Es besteht allerdings die Möglichkeit, sich einen Grundstock an Texturen in einem ASSET anzulegen, dann im Affinity-Publisher ein Rechteck mit einer bestimmten Farbe über eine Textur zu legen und mit Hilfe der Deckkraft des Rechtecks der Textur eine andere Anmutung zu geben.

Texturen in einem Asset sammeln

Vorab muss man sich überlegen, wie groß eine Textur sein soll. Wenn man sich überlegt, dass man für ein Poster im Format Din A2 gewisse Schriftgrößen benötigt, müssen auch die Tex-

turen in einer passenden Größe angelegt werden. Meine gesammelten Hintergründe haben die Größe 75 x 75 mm. Das ist groß genug, um eine Poster-Überschrift zu gestalten. Man sucht sich alle Bilder heraus und schneidet sie in einem Grafikprogramm wie Affinity-Photo zu. Dabei immer auf die DPI-Zahl achten, hier sollte man 300 DPI wählen, der Standard für Druck Erzeugnisse.

Passende Buchstaben wählen

Man kann sich passende Schriftarten aus den verschiedenen Jahrzehnten im Internet zusammensuchen und im Publisher verwenden. Möchte man die verschiedenen Fonts mit in das ASSET aufnehmen, reicht ein einzelner Buchstabe. Später kann man diesen ins Dokument ziehen und jederzeit mit einem anderen Buchstaben überschreiben.

Ein Beispiel

Im ersten Schritt zieht man eine Textur in das Dokument, dann setzt man einen passenden Buchstaben darüber. Im zweiten Schritt schneidet man die Textur zu (Werkzeug Vektorzuschnitt). In einem dritten Schritt wechselt man die Farbe des Buchstabens und/oder legt ein andersfarbiges Rechteck darüber und steuert die Deckkraft im Panel FARB-FELDER. Es besteht auch die Möglichkeit, den Buchstaben zu markieren und über das Panel EBENEN den MISCHMODUS zu ändern. So scheint z. B. bei der Einstellung „Farben nachbelichten“ die Textur beim Buchstaben durch.

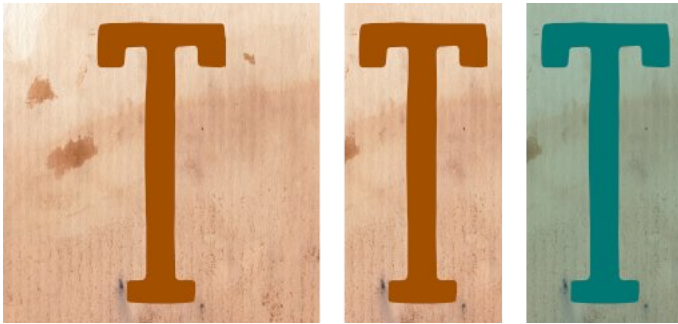


Abb.: Ein Beispiel



Abb.: Mischmodi der Buchstaben, Farben nachbelichten, Ineinanderkopieren, Differenz, Luminanz



Abb.: Fertiger Schriftzug mit verschiedenen Fonts und Texturen

Mischmodi

Hier muss man ausprobieren, was geht und was nicht. Je nach Farbe eines Buchstabens verhalten sich die Mischmodi gegenüber der Textur im Hintergrund anders. Zur Not kann man hier auch jederzeit die Textur austauschen.

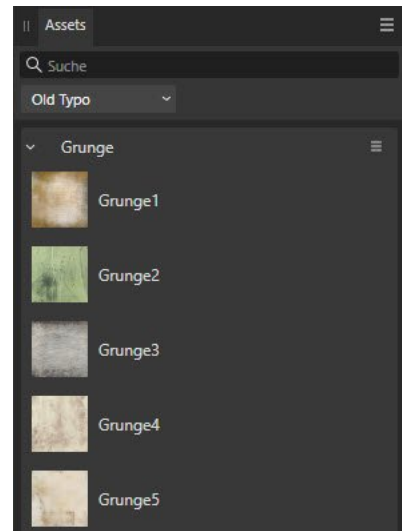
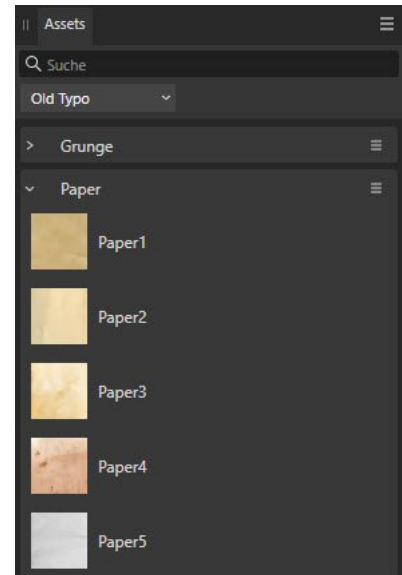


Abb.: Asset „Old Typo“ mit den Unterkategorien „Grunge“ und „Paper“

MACH WAS



Informationen verkauft man heute nicht mehr mit schnöden Textwüsten. Man muss sich etwas einfallen lassen. Dafür braucht man eigentlich auch kein Fotoprogramm mehr. Mit einigen Bild-Komponenten kann man im Affinity-Publisher wahre Meisterwerke gestalten. Mit einzelnen Bildern, einige freigestellt, kann man zum Thema passende Collagen zusammenbauen. Im Panel EBENEN helfen einem dabei die Mischmodi. Konvent-

ionelle Pfade muss man hier aber verlassen, Denkverbote aufheben. Was passt zusammen? Wo bekomme ich die Bilder her? Kann mir dabei jemand helfen? Diese Fragen muss man sich schon stellen. Zu viele Motive überfrachten aber leicht die Collage und sie muss immer das Thema grafisch wieder spiegeln. Im Stil sollen Fotos und Illustrationen zusammenpassen. Stilbrüche schaden nur der Optik. Dafür muss man allerdings ein Gespür entwickeln. Und



gewisse Vorkenntnisse im Umgang mit dem Fotomaterial schaden auch nicht. Das Motto heißt „ausprobieren“. Mut zur Lücke haben, genügend Weißraum schaffen und einmal etwas wagen. Satte Farben, auffallende Schriften. Das ist das Credo einer solchen Arbeit! In Fachbüchern findet man solche Sachen nicht. Bildbände von Künstlern wie Neville Brody oder David Carson helfen hier weiter. Sicherlich gibt es noch viele andere Künstler, aber ich bin

mit den Arbeiten der beiden groß geworden. Was sie grafisch gezeigt haben, inspiriert viele noch heute. Einfach mal die Namen in eine Suchmaschine tippen und man sieht sofort, was diese beiden Künstler geschaffen haben.

MACH ES ANDERS

Die meisten Publikationen lassen keine Experimente mit Texten und Bildern zu. Dafür sind sie zu statisch aufgebaut. Aber, man sieht solche grafischen „Eskapaden“ immer wieder in modernen Magazinen. Das ist so gewollt und belebt das Lesen eines formellen Textes ungemein. Heute ist es allerdings schon zur Gewohnheit geworden und fällt daher vielen Lesern gar nicht mehr auf. Mit dem Affinity-Publisher lassen sich solche grafischen Sachen zwar umsetzen, immer aber sollte man die Textbotschaft im Auge behalten. Weniger ist mehr, gilt auch hier. Man sollte es nicht übertreiben. Wie man Texte, die sich um Grafiken „schlängeln“ hinbekommt, habe ich mehrmals in meinen Magazinen beschrieben. Ich bin ein Fan dieser Art von Textpräsentation, meist passen sie aber nicht.

Experimente

Man muss sich Zeit nehmen, um das passende Layout hinzubekommen. Anfänglich kann man mit „Dummy-Text“ arbeiten. Wer keine Zeit hat, nimmt den Text, der später auch verwendet wird. So sieht man auch, ob noch Platz auf der Seite vorhanden ist. Vielleicht muss man Text auch kürzen, oder – man geht über den Satzspiegel hinaus.

Der Österreicher Raoul Hausmann (1886-1971) und der Deutsche Jan Tschichold (1902-1974) waren zwei Grafiker und Typografen, die das perfekt beherrschten. Jedem, der sich damit beschäftigt, kann ich deren Literatur nur empfehlen.

Passende Überschriften

Man sollte darauf achten, dass Überschriften immer lesbar bleiben. Bei der Farbgebung holt man sich eine dominante Farbe aus dem verwendeten Bild. Bei dieser Art von Präsentation bin ich ein Gegner von schwarzen Überschriften, denn sie machen das „Bild kaputt“. Es ist schwer zu erklären, aber ich denke, man muss dem Leser eine homogene Seite präsentieren. Großer schwarzer Text lenkt da nur ab.

Grafische Elemente

Auch hier gilt, dass man sparsam damit umgehen sollte. Es reichen maximal ein bis zwei Elemente aus. Dabei ist man nicht nur auf Foto-Teile beschränkt, man kann diese auch mit Illustrationen (Flötenspieler) mischen.

In Bibliothek speichern

Hat man ein komplettes Seitenlayout gestaltet, werden alle Elemente markiert, gruppiert und als Asset abgespeichert. So kann man sie bei späteren Projekten wieder verwenden.



Abb.: Raoul Hausmann



Abb.: Jan Tschichold



Maecenasdrffv

a lectus. In hac habitasse platea dictumst. Suspendisse id massa. Nullam porta velit sed lacus. Duis eleifend, felis eu euismod lacinia, felis erat feugiat nisl, vitae congue leo velit a massa. Quisque nec justo a turpis posuere tristique. Maecenas condimentum tincidunt lorem. Vestibulum vel tellus. Sed vulputate. **Morbi** massa nunc, convallis a, commodo gravida, tincidunt sed, turpis. Aenean ornare viverra est. Maecenas lorem. Aenean euismod iaculis dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, sit amet iaculis est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. **Nam cursus** libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, molestie eu, sagittis non, leo. Nullam sed enim. Duis ac lorem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse potenti. Sed tincidunt varius arcu. Mauris vitae arcu sit amet quam condimentum pulvinar. Aenean arcu elit, accumsan id, consequat ornare, lobortis vitae, ligula. Quisque vitae velit ac sapien placerat suscipit. Donec mollis justo sed justo pellentesque sollicitudin. Duis bibendum adipiscing nibh. Maecenas diam risus, molestie ut, porta et, malesuada eget, nisi. In fermentum leo sed turpis. **Sed lacus** velit, consequat in, ultricies sit amet, malesuada et, diam. Integer mauris sem, convallis ut, consequat in, sollicitudin sed, leo. Cras purus elit, hendrerit ut, egestas eget, sagittis at, nulla. Integer justo dui, faucibus dictum, convallis sodales, accumsan id, risus. Aenean risus. Vestibulum scelerisque placerat sem. In eget sapien vitae massa rhoncus lacinia. Nullam at leo nec metus aliquam semper. Phasellus tincidunt, ante nec lacinia ultrices, quam mi dictum libero, vitae bibendum turpis elit ut lectus. Sed diam ante, lobortis sed, dignissim sit amet, condimentum in, sapien. **Pellentesque** nec lectus non risus auctor lobortis. Vestibulum sit amet dolor a ante suscipit pulvinar. Sed lacinia. Aliquam erat volutpat.

DER KEIL

Cras risus turpis, varius ac, feugiat id, faucibus vitae, massa. Nunc gravida nonummy felis. Etiam suscipit, est sit amet suscipit sodales, est neque suscipit erat, nec suscipit sem enim eget leo. In porttitor rutrum leo. Ut eget leo. Nulla quis nibh. Proin ac pede vel ligula facilisis gravida. Phasellus purus. Etiam sapien. Duis diam urna, iaculis ut, vehicula ac, varius sit amet, mi. Donec id nisl. Aliquam erat volutpat. Integer fringilla. Duis lobortis, quam non volutpat suscipit, magna sem consequat libero, ac hendrerit urna ante id mi. Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisl. Morbi consectetur mauris quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi nisl eros, dignissim nec, malesuada et, convallis quis, augue. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Proin aliquam, leo at luctus tempus, eros lectus eleifend massa, quis sollicitudin erat magna non leo. Vestibulum vel metus. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisl vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, suscipit semper, congue eu, est. Quisque malesuada volutpat.

EIN WEITERES BEISPIEL



Cras risus turpis, varius ac, feugiat id, faucibus vitae, massa. Nunc gravida nonummy felis. Etiam suscipit, est sit amet suscipit sodales, est neque suscipit erat, nec suscipit sem enim eget leo. In porttitor rutrum leo. Ut eget leo. Nulla quis nibh. Proin ac pede vel ligula facilisis gravida. Phasellus purus. Etiam sapien. Duis diam urna, iaculis ut, vehicula ac, varius sit amet, mi. Donec id nisl. Aliquam erat volutpat. Integer fringilla. Duis lobortis, quam non volutpat suscipit, magna sem consequat libero, ac hendrerit urna ante id mi. Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisl. Morbi consectetur mauris quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Morbi nisl eros, dignissim nec, malesuada et, convallis quis, augue. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Proin aliquam, leo at luctus tempus, eros lectus eleifend massa, quis sollicitudin erat magna non leo. Vestibulum vel metus. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisl vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, suscipit semper, congue eu, est. Quisque malesuada volutpat.

EIN WEITERES BEISPIEL

BILDERSUCHE BEI PIXABAY

Was diesen Anbieter von Bildern so interessant macht, sind die kostenlosen und lizenzfreien Fotos, die man dort findet. Aber Vorsicht, nicht auf alle Bilder trifft das zu. Es gibt dort Anwender, die ihre Fotos dort zwar hochladen, aber von anderen Quellen „gestohlen“ haben. Leider erkennt man das nicht so leicht, eigentlich gar nicht. In einem Suchfeld gibt man den gewünschten Begriff ein. Die Plattform sucht dann nach passenden Ergebnissen. Teilweise werden einem dann Tausende Treffer angezeigt. Auch Videos, Musik, Soundeffekte und Gif-Dateien kann man über diese Plattform suchen.

Die Suche einschränken

Über eine Menüleiste im oberen Bereich der Website kann man die Suche über mehrere Parameter einschränken. Als „Inhaltstyp“, eine neue Funktion der Suche, kann man entscheiden, ob man KI-generierte Bilder mit in die Suche aufnimmt. Ich stelle das immer ab, da ich meist natürliche Bilder suche. Ganz links im Menü kann man sich unter „Alle Bilder“ entscheiden, wie man das Ergebnis einschränkt.

Sucht man nur reine Fotos, sollte man das hier auswählen. Sucht man dagegen nur Illustrationen, kann man so die Suche einschränken. Über „Ausrichten“ wählt man das Format der Bilder, Hoch- oder Querformat. Über „Größe“ kann man die Abmessungen von Fotos einschränken. Das macht in den meisten Fällen keinen Sinn, denn für ein optimales

Suchergebnis, es geht ja meist um das Motiv selbst, sollte man in allen Bildgrößen suchen lassen. Interessanter wird es bei den „Farben“. Das macht Sinn, wenn man für ein bestimmtes Projekt eine Hintergrundgrafik, eine Textur sucht. So kann man auf der Suche nach Papier-Texturen zum Beispiel die Farben Weiß und Braun auswählen.

Ein Beispiel

Sucht man Bilder zum Thema „Baumhaus“, bekommt man 354 Treffer angezeigt. Nimmt man alle KI-generierten Bilder raus, sind es noch 211 Treffer. Schränkt man das mit den Farben „Weiß“ und „Braun“ weiter ein, sind es noch 10 Treffer.

Bilder herunterladen

Für mein Magazin benötige ich meist keine hochauflösenden Abbildungen, die für den Druck nötig sind, da mein Magazin digital in 144 DPI angeboten wird. Also würde theoretisch ein kleineres Bild genügen. Das habe ich mir abgewöhnt, denn manchmal braucht man nur einen Bildausschnitt. Aus diesem Grund wähle ich beim „Download“ immer die maximale Größe des Motivs. Legen Sie sich auf der Festplatte einen Extra-Ordner an, in dem alle Pixabay-Bilder aus allen Projekten gespeichert werden. Es ist nämlich nicht ganz so einfach, später genau eines dieser Bilder wiederzufinden.

EDUARDO RECIVE

Ich hatte in meinem Magazin zu diesem Künstler schon einmal einige Bilder vorgestellt. Alles ist Geschmacksache, aber man muss anerkennen, dass Eduardo Recive ein Könner ist. Nicht umsonst hat er weltweit einige Preise gewonnen, so den „Goldenen Löwen von Cannes (2011)“, den „American Illustrator Award (2009)“ und den „Young Illustrations Award (2014)“. Er stammt aus Belo Horizonte in Brasilien und ist 44 Jahre alt. Beruflich ist er als Künstler, Illustrator und Typograf unterwegs. Können wir etwas von ihm lernen?

Ja, aber natürlich. Wer ab und an in seinen Publikationen Collagen verwendet, kann sich hier von seinen Arbeiten inspirieren lassen. Für die FIFA hat er zur Weltmeisterschaft im Jahr 2014 in Brasilien einige Kunstwerke angefertigt. Diese Arbeiten findet man heute im Museum of Modern Art in Sao Paulo. Für die Metall-Band Sepultura entwarf er ein Album-Cover. Zu seinen Kunden zählen die New York Times, Adidas, Adobe, YouTube, The Guardian, Warner Brothers und viele mehr. Galerien in Brasilien, Miami und New York zeigen seine Arbeiten. Über seine Kontaktseite werden weitere Informationen über ihn präsentiert.

Aber nicht nur das. Er bietet einige seiner digitalen „Werkzeuge“ auch als Freeware an, also kostenlos. Dies sind einige Schriften und Brushes, die man sich auf seiner [Website](#) herunterladen kann.

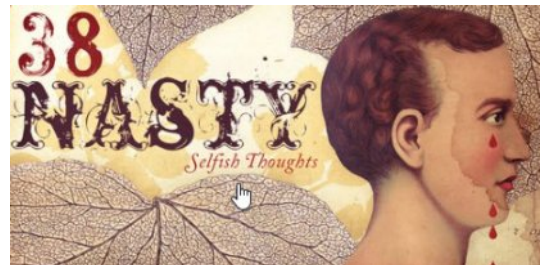
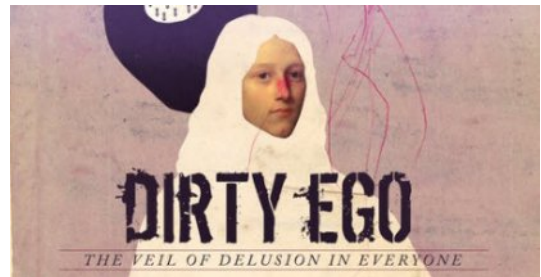
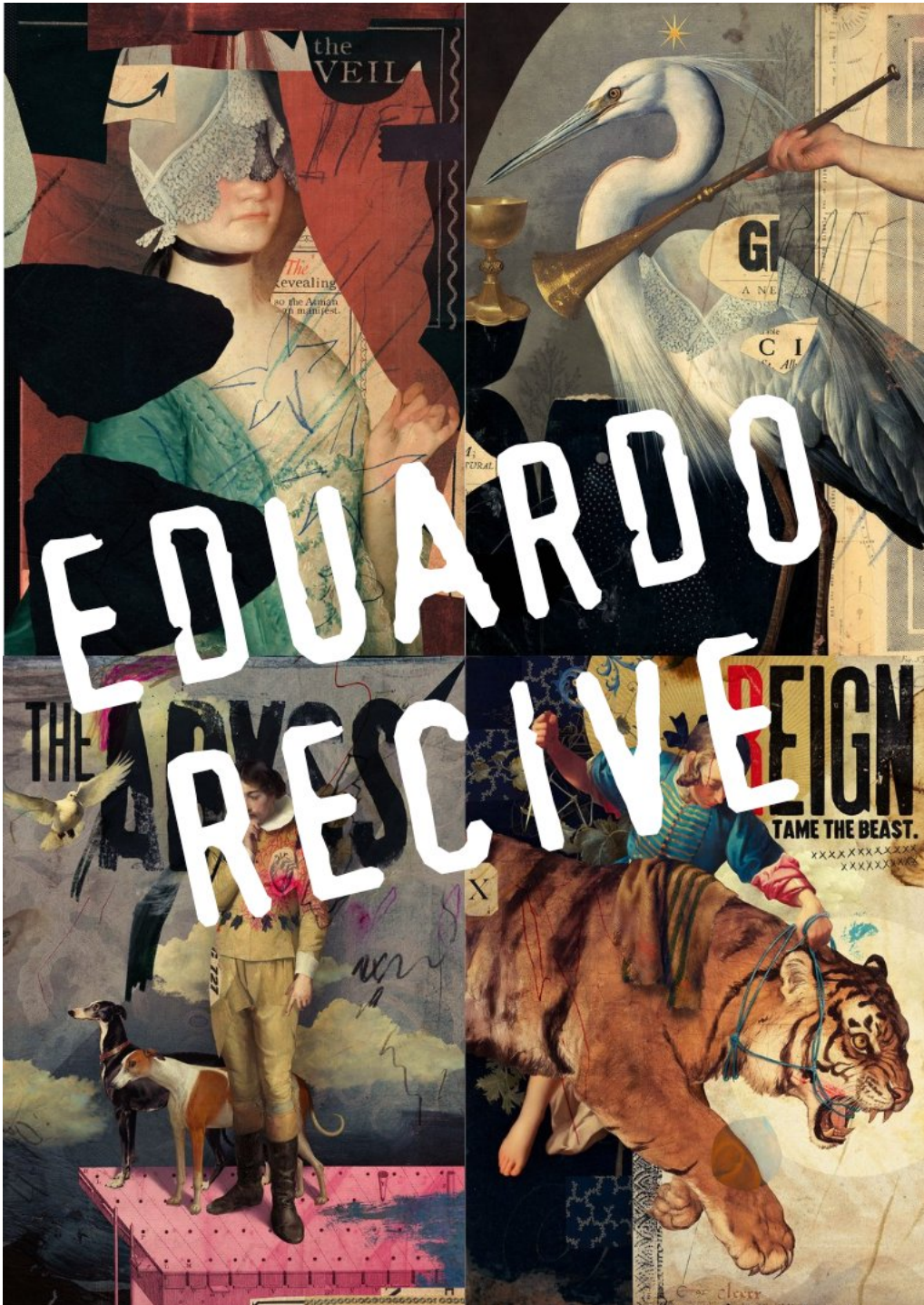


Abb.: Freeware-Schriften von Eduardo Recive



Abb.: Freeware Brushes von Eduardo Recive

Ein starker Typ - Eduardo Recive - Misprinted Type



Ein starker Typ - Eduardo Recive - Misprinted Type

IM INTERNET GEFUNDEN



Publisher.ch

Auf der Website von [Publisher.ch](#) findet man ein reichhaltiges Angebot an Medien-Themen, auch für den Druckbereich. Für all jene, die Kleinauflagen drucken lassen möchten, findet man im Artikel „Digitaldruck-Prozess“ eine Anleitung, wie man seinen Workflow optimieren kann. Dazu gehören die richtige Auswahl der Drucktechnologie, ein effizientes Farbmanagement, und das Optimieren von Arbeitsabläufen. Lernen Sie zudem die Vor- und Nachteile von Digitaldruck gegenüber dem Offsetdruck kennen. Informieren Sie sich außerdem über Digitaldruck-Technologien und wie man den richtigen Druckanbieter auswählt. Hier lohnt sich auch ein Blick in die anderen Themen.

abschauen. Die PAGE ist eine Fachzeitschrift, also für Profis. Hier ist man aber sehr gut informiert, was die Branche bewegt.



Datenleck

Es hat wohl ein riesiges [Datenleck](#) mit 16 Milliarden gehackten Konten bei Apple, Gmail, Facebook und Telegram gegeben. Ein Anwender im Affinity-Forum wollte daraufhin seine Anmeldedaten bei Serif ändern, hatte damit aber keinen Erfolg. Eine Antwort steht hier noch aus. Also, erst einmal keine Panik. Man kann natürlich die Daten seines Affinity-Accounts anpassen, muss aber damit rechnen, dass es dann zu Einschränkungen kommt. Hier ist Serif leider ziemlich langsam, was eine Aufklärung zum Thema angeht.



Page Online

Bei [Page-Online.de](#), dies ist eine seit Jahrzehnten angesagte Publikation, findet man viele Informationen über die Branche. Aktuell wird über ein Poster-Wettbewerb berichtet und man kann sich hier einige Anregungen holen. Über den Menüpunkt „Magazin“ kann man sich Ausgaben digital bestellen, allerdings ist der Preis pro Ausgabe nicht sehr günstig. Interessant sind aber die vielen verschiedenen Arbeiten von Designern, hier kann man sich viel



Autoren-Software

Bei [YouTube](#) habe ich ein Video gefunden, in dem einem Einsteiger bei der Suche nach dem richtigen Schreibprogramm geholfen wird. Hier werden Programm kurz vorgestellt und die Vor- und Nachteile erläutert. Interessant ist auch die Verlinkung zur Website der [Autorin](#), die man im Video sieht. Auf ihrer Website findet man als Autor viele Informationen, die einem „das Schreiben“ näherbringen.



Taschen-Verlag

Im **Taschen-Verlag** gibt es neue Angebote mit tollen Büchern. Leider zu meist richtig teuren Preisen. So kostet ein neues Salvador Dali Buch € 1000,00. Im Bereich „Grafikdesign“ findet man Bücher über Verpackungsdesign, Logo-Design, Menü-Design in Europa und Grafiken aus den USA.



Papyrus Autor

Am 12. Juni 2025 hat es einen Serverausfall bei einem Cloud-Anbieter in den USA gegeben. Die **Software** konnte fast zwei Stunden nicht gestartet werden. Immer wieder poppte ein Anmeldefenster auf, die Software ließ sich aber nicht aktivieren. Viele Anwender konnten nicht arbeiten.



Exljbris

Auf der Website des Anbieters „**Exljbris**“ werden zwar nur wenige Schriften kostenlos angeboten, aber selbst die Fonts, für die man bezahlen muss, sollte man sich einmal näher anschauen. Sie sind modern und für fast jedes Projekt geeignet.



Abo-Modelle

Die vielgehassten Abo-Modelle haben jetzt bei zwei weiteren Firmen Einzug gehalten. Ab 2025 bietet die Firma **Techsmith** ihre Software Snagit (Screenshot) und Camtasia (Videoschnitt) nur noch gegen Nutzungsgebühren an. Auch bei der Firma **SoftMaker** kann man deren Office-Suite „SoftMaker Office“ nur noch gegen eine Monats- oder Jahresgebühr beziehen.



proof

Wer sich für das professionelle Farbmanagement interessiert, findet auf der Website von „**proof**“ umfangreiche Informationen zum Thema. Hier kann man sich aktuelle Farbprofile wie „ISO Coated v2“ und „PSO Coated v3“ herunterladen. In einem Lexikon werden Fachbegriffe erläutert und im Bereich „Proof Wissen“ erfährt man alles über RGB-Farbräume, Pantone, FOGRA und crossmediales Farbmanagement. Manchmal sind die Erklärungen für einen Laien etwas „trocken“ formuliert, aber wenn man sich hier durcharbeitet, versteht man die Thematik des Farb-Handings für Druckprodukte.



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN





HERZLICH WILLKOMMEN

Liebe Leser und Leserinnen

Noch während der Sommerzeit möchte ich allen Lesern die neue Ausgabe Nr. 29 meines M62-Magazins anbieten. Schwerpunkt dieses Heftes sind die Logos vieler Firmen und, wie sie entstanden sind. Ich beleuchte einmal die Preise für Kleinstauflagen und beschreibe die Entstehung der von mir angebotenen Cover-Vorlage für ein Magazin. Dann zeige ich auf, wo man die Anzeige der Seitenzahlen in einem Inhaltsverzeichnis findet.

Als Tipps können Sie erfahren, wie es sich mit Fußnoten verhält, wie man Bilder importiert und wie man aus dem Publisher heraus einen E-Mail-Link mit der Betreff-Zeile generiert, dazu ein Tipp, wie man mit dem Panel „Textrahmen“ arbeitet. Noch bis Ende Juli 2025 gibt es eine Rabatt-Aktion auf interessante Cartoon-Assets, die ich bei Facebook schon mal angekündigt habe. Im Heft beschreibe ich die Möglichkeiten mit diesen Assets. Lesen Sie außerdem, wie man eine Personalliste, nur mit Feldern, ohne die Datenzusammenführung, generiert. Mit „Texturelabs“ finden Sie einen Hinweis zu einer kostenlosen Datenbank für Texturen im Internet.

Ich hoffe, dass ich Ihnen wieder ein abwechslungsreiches M62-Heft präsentieren kann, das Sie vielleicht am Strand oder Pool lesen werden. Ich wünsche Ihnen eine schöne Sommerzeit.

Ich wünsche Ihnen nun wieder recht viel Freude beim Stöbern, Lesen und Ausprobieren.

Ihr Georg Walter

BUCHPREISE FÜR KLEINSTAUFLAGEN

Gehören Sie auch zu den Menschen, die sich mit Ihren Büchern etwas dazuverdienen möchten? Lassen Sie Ihre Bücher in Kleinstauflagen drucken? Und zu welchem Preis bringen Sie Ihre Lektüre an den Mann/die Frau? Heutzutage wird es immer schwieriger, bei den vielen Online-Druckereien günstige Preise auszumachen. Dazu kommt, dass die Post ein immer höheres Porto für den Versand verlangt, bei nicht seltenem schlechten Service. Service in der Hinsicht, dass der Versand länger dauert als früher. Wie kalkuliert man denn den richtigen Preis? Ich habe mir einen kleinen Kundstamm aufgebaut und von einigen dieser Kunden höre ich, dass ich meine Bücher viel zu billig anbiete. Auf der anderen Seite denke ich dann, dass meine Bücher nicht gekauft werden, wenn der Preis zu hoch ist. Meine Online-Druckerei „Wir machen Druck“ erhöht die Preise und wenn man sich darum nicht kümmert, merkt man es nicht einmal. Unabhängig von der Buch-Größe und dem Seitenumfang zahlt man bei Büchern mit weniger Seitenmengen einen höheren Preis. Und es ist auch klar, dass die Auflagenmenge den Preis bestimmt, ganz abgesehen von der verwendeten Papier-Grammatur. Kann man etwas dagegen tun? Eigentlich nicht, denn „Wir machen Druck“ ist schon der günstigste Anbieter. Hatte ich früher mit diesem Anbieter mehr Probleme, hat sich deren Verarbeitungsqualität stark verbessert.

Die Kalkulation

Mit einem gedruckten Buch ist es ja nicht getan. Die Verpackung und das Porto müssen

mit einkalkuliert werden. Eigentlich auch die Versandarbeit des Autors, aber das sind marginale Kosten, die man einem Kunden wohl kaum in Rechnung stellen kann. Ganz abgesehen von der Werbung, die man oft selbst macht. Überlässt man die Werbung anderen, muss dies mit einkalkuliert werden. So schnell ist der Preis für ein einziges Buch schnell in die Höhe.

Die Qualität des Buchinhalts

Wie misst man den Erfolg eines Buchverkaufs? In den seltensten Fällen melden sich die Kunden und überschütten einen mit Lob. Da ich z. B. meist Fachbücher zu einem bestimmten Thema veröffentliche, messe ich den Erfolg eines Buches daran, ob jemand das nächste Buch auch kauft. Gott sei dank, haben mich da meine Kunden nur ganz selten enttäuscht. Wenn man es genau betrachtet, sind es aber nicht die Kunden. Der Autor ist für den Inhalt eines Buches verantwortlich, und wenn der nicht stimmt, kaufen eben weniger Kunden.

Das Buchformat

Macht es preislich einen Unterschied, in welchem Format man eine Publikation veröffentlicht? Ja. Möchte man ein Buch in einem Sonderformat veröffentlichen, zahlt man mehr als bei einem Standardformat. Das liegt meist daran, dass beim Schneiden eines Buchblocks mit einer Schneidemaschine ein Schnitt mehr gemacht werden muss – und, das Einrichten der Verarbeitungsmaschinen kostet auch Zeit. Das alles lassen sich die Druckereien bezahlen.

DIE COVER-VORLAGE

Ich hatte im letzten Monat eine Vorlage für ein Magazin-Cover veröffentlicht, dass man natürlich auch für andere Themen anpassen kann. Mitgeliefert wird auch ein kleines Asset, in dem die einzelnen Elemente, die in der Vorlage verwendet werden, zusammengefasst wurden. Für alle, die sich eine solche Vorlage selbst erstellen möchten, gehe ich hier auf meine Vorgehensweise noch einmal näher ein.

Es kann hilfreich sein, sich eine solche Vorlage zu besorgen, die man z. B. als Werbung im eigenen Briefkasten wiederfindet, oder in einem Fachmagazin, das man abonniert hat. Hier wäre dann „Nachbauen“ angesagt.

Wie man die Texte am Rand und in der Mitte „setzt“, brauche ich nicht zu erklären. Es geht vielmehr um die runden Text-Buttons. Man zeichnet eine Ellipse mit gleichen Werten für die Breite und Höhe (SHIFT+Ellipsen-Werkzeug) von 42 mm. Gleichgroß setzt man darüber einen Textrahmen, in dem alle Texte stehen. Wichtig ist hier, dass man im Panel ABSATZ „Am Grundlinienraster ausrichten“ abwählt. Der Text wird vertikal und horizontal mittig ausgerichtet.

Jetzt kann man die einzelnen Textbereiche in ihrer Größe und Farbe anpassen. Dann zeichnen Sie sich mit dem „Zeichenstift-Werkzeug“ die passend langen Linien mit einer Konturbreite von 2pt. Einer der Buttons wird später leicht gedreht und links an den Rand des Magazins gesetzt. Damit hier beim Schneiden

in der Druckerei kein „Blitzer“ entsteht, MUSS der Button in den Beschnitt (3 mm) ragen. Aus diesem Grund muss der Text im Button so platziert werden, dass er nicht in den Beschnitt rein ragt und noch genügend Platz zum Rand des Magazins hat. Es würde nicht gut aussehen, wenn der Button-Text zu nah am Magazin-Rand steht.

Das Dreieck

Diese Form kann man über die Werkzeugleiste aufrufen oder mit dem Zeichenstift „nachzeichnen“. Ich bevorzuge die zweite Methode, da es hier einfacher ist, das Dreieck mit Hilfe des Knotenwerkzeugs in den Beschnitt zu legen. Ein normales Dreieck muss man erst drehen. Das ist ein Schritt zu viel.

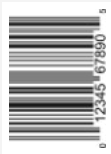
Die Schriften

Auf die verwendeten Schriftarten muss man besonders Wert legen. Bei diesen Werbebotschaften sollte man auf Serifen-Schriften verzichten. Kurz, knackig und modern muss es sein.

Die Farben der Buttons

Zwei bis drei Farben dürfen es schon sein, aber nicht mehr. Sonst wird der Leser von den wichtigen Botschaften in den Buttons abgelenkt. Wenn man von einer Vorlage „nachbaut“ ist es hilfreich, Farben aus der Vorlage zu nehmen. Diese Farben müssen nicht eins zu eins übernommen werden, leichte Abweichungen sind immer denkbar.

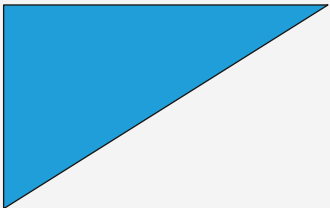
Elemente der Vorlage



45
TOUREN
in Europa und
weltweit



GEWINN-SPIEL
Schlafsack DownWool
Nature Comfort
von Gröezi bag
Infos auf Seite 40



NEU



NEU
CAMPING & REISE

04-25 SOMMER

45 TOUREN
in Europa und weltweit

Endlich Sommer

GEWINN-SPIEL
Schlafsack DownWool
Nature Comfort
von Gruezi bag
Infos auf Seite 40

GLAMPING SCHWEIZ
Campen mit Luxus

EXTRA
MARKTCHECK HECKZELTE
Die neusten Modelle in der großen Übersicht

FASZINATION SCHWEDEN
Outdoorträume für Ruhesuchende

ENTLANG DER ELBE
Auszeit am Wasser

TRENTINO TRAUMREVIER IN NORDITALIEN RUHRGEBIET KULTUR IN NRW

ROADTRIP ALPEN
BERGKULISSEN VOM FEINSTEN

OFFROAD IM OMAN
UNVERGESSLICHES ABENTEUER

FAMILIENFAHRZEUGE
CAMPER MIT VIEL PLATZ

MAGAZIN

Barcode: 12546 47996

TEXTURELAB - DATENBANK FÜR TEXTUREN



Immer dann, wenn man für ein Projekt Hintergrundbilder sucht, wird die Auswahl schwer, denn viele Anbieter sortieren ihre Angebote nicht ordentlich. Nicht so bei **TEXTURELABS**. Hier werden Hunderte Texturen in Kategorien angeboten, sodass man meist das Passende schnell findet. Auf der Plattform werden nicht nur Grunge-, Paper-, oder Metall-Texturen angeboten, in einer weiteren Rubrik kann man sich Videos anschauen, die einem zeigen, wie man spezielle Effekte erzielt. Im Bereich Tools werden meist kostenpflichtige Plugins aufgeführt, mit denen man weitere Effekte gestalten kann. Die Angebote richten sich meist an Adobe-Kunden, aber sicherlich sind auch einige Sachen mit der Affinity-Suite umsetzbar. Den Bereich „Vector“ muss man sich

unbedingt anschauen. Dort werden viele schöne Symbole zum Download im *.EPS-Format angeboten. Diese kann man mit dem Affinity-Designer aufrufen und konvertieren. Die Texturen sind kostenlos und lassen sich in verschiedenen Auflösungen herunterladen. Von 960 Pixeln bis fast 8000 Pixeln. Eine Download-Beschränkung konnte ich nicht feststellen. Ruft man eine Textur auf, kann man sie mit einem Klick auf ein Herz-Symbol zu seinen Favoriten machen. Vermutlich muss man sich dann aber registrieren lassen. Die Texturen sind durchnummeriert, sodass man sie schneller wiederfindet. Auch die heruntergeladenen Dateien tragen diese Nummern.

DIE SACHE MIT DEM INHALTSVERZEICHNIS

Für diesen Artikel habe ich mir nochmals zum Thema „Inhaltsverzeichnis“ die Hilfe des Affinity-Publishers angesehen. Mein Problem: Für eine Publikation hatte ich mir ein Inhaltsverzeichnis über das gleichnamige Panel angelegt. In diesem sollten die Einträge über die Textstile „Kapitel 16“ und „Kapitel 13“ eingefügt werden – natürlich mit den Seitenzahlen. Das funktionierte aber nicht. Und hier sind wir wieder bei der Publisher-Hilfe. Nirgends findet sich ein Eintrag darüber, wie man bei zwei Textstilen auch alle Seitenzahlen anzeigen lassen kann. Vielleicht habe ich da etwas übersehen, aber ich konnte keine Lösung finden. Denn, im Inhaltsverzeichnis wurden zwar alle Einträge mit übernommen, aber die Seitenzahlen für „Kapitel 16“ wollten einfach nicht mit aufgeführt werden. Absolut ärgerlich! „Kapitel 16“ und „Kapitel 13“ waren die Textstil-Bezeichnungen für einzelne Kapitelüberschriften.

Die umständliche Lösung

Also musste eine Lösung her. Als die gesamte Publikation fertig war, habe ich das Inhaltsverzeichnis erstellt und dann über die Zwischenablage in mein Textprogramm kopiert. Hier wurden dann die fehlenden Seitenzahlen eingegeben und der gesamte Text zurück in den Publisher kopiert. Das originale Inhaltsverzeichnis habe ich natürlich dann gelöscht. Diese hier beschriebene Methode hat den Vorteil, dass man das Inhaltsverzeichnis „anpassen“ kann. Mit der herkömmlichen Methode ist man sehr eingeschränkt. So sollte

unter dem „Kapitel 16“-Eintrag eine fortlaufende Zeile mit den „Kapitel 13“-Einträgen folgen, nicht untereinander, sondern nebeneinander.

Die richtige Lösung

Man möchte meinen, dass beim Einfügen eines Inhaltsverzeichnisses alle Seitenzahlen automatisch mit angezeigt werden. Dem ist aber nicht so und das ist nicht professionell. Ähnliches passiert beim Anlegen eines neuen Dokuments. Hier ist das Grundlinienraster standardmäßig ausgeschaltet. Wenn man das vergisst, hat man im Nachhinein mehr Arbeit, alles korrekt zu formatieren. Im Panel „Inhaltsverzeichnis“ sieht man rechts neben den auszuwählenden Stil-Namen ein Menü. Hier muss man die Seitenzahlen erst „zuschalten“. In der Hilfe findet man dazu dann doch einen Hinweis, leider sehr versteckt und leicht zu überlesen. Dort steht: *„Mit dem Optionsmenü rechts neben den einzelnen Stileinträgen können Sie Seitenzahlen ausschließen oder einbeziehen und eine Einzugsstufe für den Stil festlegen“.*

Auf der rechten Seite oben sehen Sie ein angepasstes Inhaltsverzeichnis. Unter den „Kapitel 16“-Einträgen sind die „Kapitel 13“-Einträge nebeneinander angeordnet. Das geht nur „händisch“.

Einleitung	5
Die ersten Gehversuche	6
Zu diesem Buch	10
Päckchentricks	12
Päckchentricks nach Themen 16	
Wild Card	18
Cartoons	24
Four Card Brainwave	38
Mona Lisa	42
4 As Tricks	44
Three Card Monte	46
Worte, Zahlen, Symbole	52
Print-Effekte	58
Karten mit Löchern	60
Karten mit Taschen	64
Karten verkleinern	66
Poker Effekte	72
Oil and Water	74
Mentale Kunststücke	76
Zig-Zag Cards	78
Päckchentricks Künstler und Firmen 80	
Seltene Päckchentricks	82
Emerson & West	92
Tenyo Plus Eins	100
Zauberbutike	107
Theodore DeLand	112
Nick Trost	116
John Bannon	132
Magic Ronnay	134
Lubor Fiedler	136
Dan Harlan	137
Phil Goldstein	138
Paul Hallas	144
Jose de la Torre	147
Aldo Colombini	148
Peter Duffie	151
Cameron Francis	154
Dominique Duvivier	155
Brother John Hamman	156
Vinny Sagoo	158
Liam Montier	162
Helmut Schmiedeberg	164
Index	166

Abb.: Selbst angepasstes Inhaltsverzeichnis

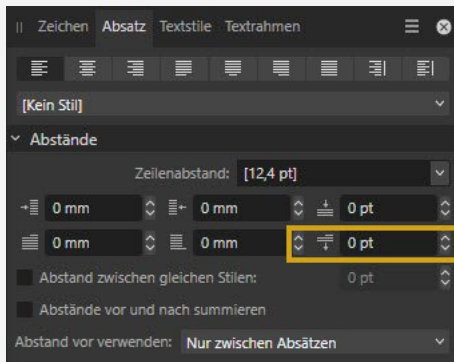


Abb.: Nach der Aktualisierung des Inhaltsverzeichnisses muss man immer wieder den Wert bei „Abstand nach“ auf NULL stellen

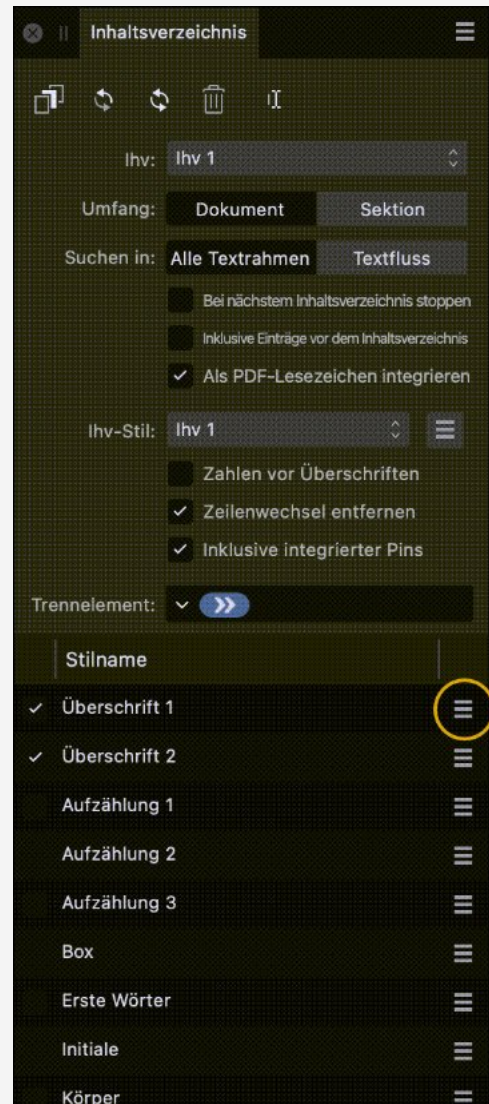
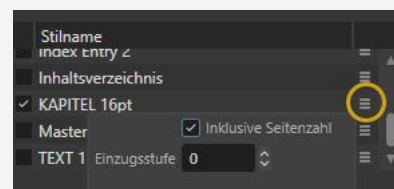


Abb.: Um alle Seitenzahlen bei mehreren Stil-Einträgen anzeigen zu lassen, muss man rechts in das Menü gehen



TIPP – FUSSNOTEN

Im Affinity-Forum schreibt jemand, „Beim Hinzufügen von Fußnoten zu einem Buchprojekt habe ich den Stil eingerichtet und das funktioniert auch. Ein paar Seiten nach der ersten Seite wird der Text beim Einfügen einer Fußnote extrem klein, mit etwas, das wie ein Leerzeichen darüber aussieht – woran könnte das liegen?“

Die Antwort:

„Wählen Sie den Textrahmen aus und betrachten Sie die untere rechte Ecke. Ist der äußere Griff blau?“

Wenn ja, haben Sie den Inhalt des Textrahmens skaliert, was sich auch auf die Fußnoten auswirkt. Doppelklicken Sie auf den blauen Griff, um ihn auf 100 % zurückzusetzen. Sie müssen nun Ihre Absatzformate erneut anwenden, um den Text wieder auf die richtige Größe zu bringen. Sobald Sie alle skalierten Rahmen im Text zurückgesetzt haben, sollte alles wieder korrekt funktionieren“.

TIPP – IMPORTIERTE BILDER

Im Affinity-Forum hat jemand ein Hintergrundbild eingefügt und möchte darüber einige Texte einfügen. Damit ihm beim Auswählen der Textrahmen nicht ständig das Bild wegrutscht, hat er das Bild „angepinnt“. Das ist natürlich keine gute Idee.

Die Antwort:

Man wählt natürlich das Bild aus und fixiert es im Panel EBENEN mit dem Schloss-Symbol (Schützen). Jetzt kann man alle Objekte, die über dem Bild liegen anwählen, verschieben oder bearbeiten.

HARDWARE-BESCHLEUNIGUNG AMD RADEON RX

Schon im März 2021 hat man festgestellt, dass die Hardware-Beschleunigung bei AMD Radeon RX – Grafikkarten und den Folge-Modellen nicht funktionierte. Aus diesem Grund hatte Serif mit dem Update zur Version 1.9.1 dieses Feature deaktiviert. Im Affinity-

Forum folgte daraufhin eine ellenlange Diskussion zu diesem Thema. Ab Dezember 2022 war das Problem dann behoben. Doch erst im Juni 2025 lese ich, dass es am AMD OpenCL-Treiber lag. Man lernt doch nie aus!

TIPP - E-MAIL AUS EINEM PDF HERAUS VERSCHICKEN

Über das Panel HYPERLINKS kann man in einem PDF-Dokument einen Text oder ein Objekt markieren und einen Link zu einer Website setzen. Wie wäre es, wenn man in einer PDF-Datei auf einen Link klickt, um damit eine E-Mail zu verschicken? Und nicht nur das – geben Sie im Link auch gleich einen Betreff an. Probieren Sie es aus. Klicken Sie auf den blauen Link und Sie gelangen zu meiner Website. Klicken Sie auf den orangenen Link und es öffnet sich Ihr E-Mail Programm, mit der Betreff-Zeile. Dazu müssen Sie in den Hyperlink-Eigenschaften den Typ „E-Mail“ wählen und folgenden Satz dort einfügen:

info@magazin62.de?
subject=Ihre%20Anregung
%20zu%20meinem
%20Magazin

Natürlich mit Ihren Angaben. Am Anfang steht die E-Mail-Adresse, dann folgt ein Fragezeichen, gefolgt von dem Wort „Subject“, dann das Gleichheitszeichen. Danach schreiben Sie den Text, der als Betreff eingefügt werden soll. Schauen Sie sich den Text genau an. Der Eintrag „%20“ steht für ein HTML-Leerzeichen. Schreiben Sie den Text und fügen Sie „%20“ überall da ein, wo ein Wort durch ein Leerzeichen getrennt werden soll. Hier ist wichtig, dass in der gesamten Zeile kein normales Leerzeichen stehen darf. Bei der oben zu sehenden Zeile wird normalerweise noch ein „mailto:“ vorangestellt. Das übernimmt der Publisher durch den Typ „E-Mail“.

Hier kommen
Sie zu meiner
Website

Ihre Anregung
Schreiben Sie
mir eine E-Mail

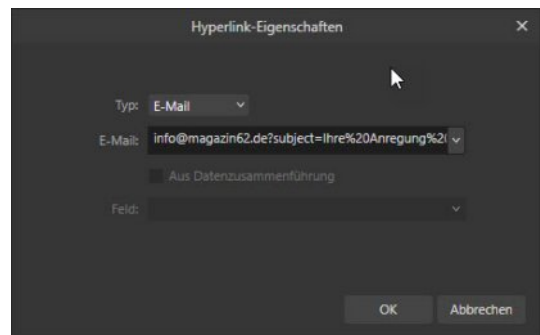


Abb.: Das Panel HYPERLINKS mit dem Typ „E-Mail“

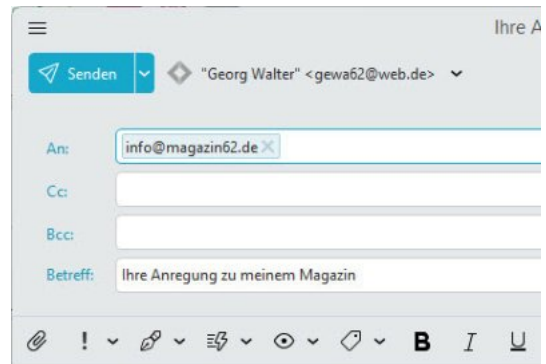


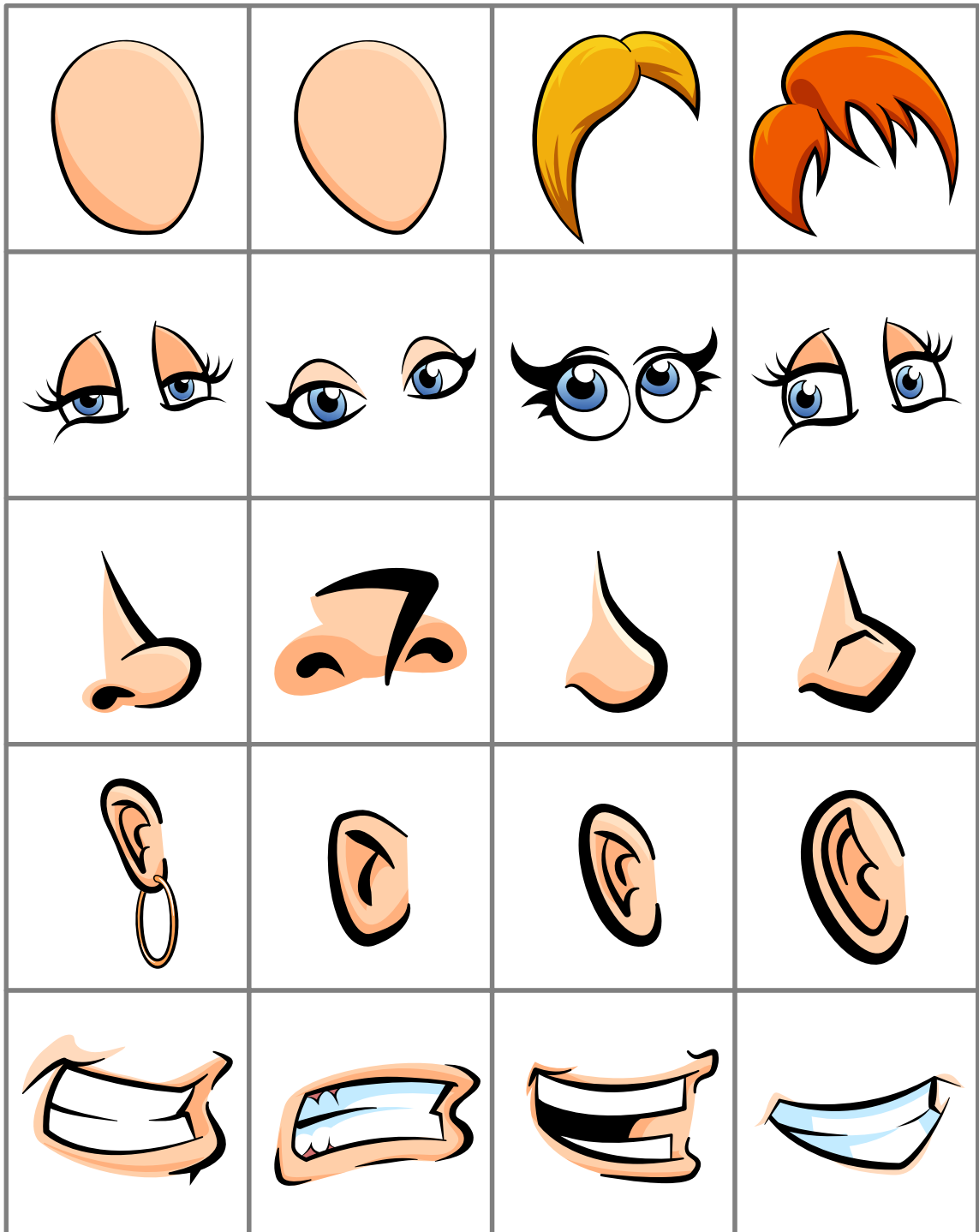
Abb.: Der Betreff-Eintrag im E-Mail Programm

CARTOONS VOM FEINSTEN

Ich habe mich einmal im Affinity-Forum nach Ressourcen umgeschaut, die man für eigene Projekte verwenden kann. Einiges hier ist nicht der Rede wert. Ich bin aber auch auf ein Angebot gestoßen, das ich mir einmal näher angeschaut habe. Es handelt sich um zwei Assets des Künstlers Gary Seaward. Er bietet über die Plattform „[Etsy](#)“ zwar mehrere Sachen an, aber die meisten sind nur mit dem Affinity-Designer verwendbar, da hier die Pinsel-Funktionen nötig sind. Mit allen Affinity-Programmen kann man seine Cartoon-Assets verwenden. Mit diesen ist es möglich, männliche und weibliche Cartoon-Köpfe zu

gestalten. Dazu wählt man in den Assets die passenden Köpfe, Ohren, Nasen, Münder und Haare aus. So kann man verschiedene Charaktere schaffen. Jederzeit können auch die Farben der einzelnen Elemente angepasst werden. In Kombination mit Sprechblasen aus der Affinity-Werkzeugleiste sind hier sehr schöne Cartoons möglich. Die Idee dahinter ist, dass man die fertigen Cartoon-Gesichter mit einem übergroßen Mund und einer Hand als „Vermittler“ einer Botschaft verwenden kann. Passend zu den Cartoons findet man bei „[Dafont](#)“ Comic-Schriften, die man für Texte in Sprechblasen verwenden kann.





DIE PERSONENLISTE EINES UNTERNEHMENS

In einigen Firmen legt man großen Wert auf Kommunikation. Dazu gehören auch Personenlisten und Visitenkarten, die man seinen Kunden überreicht. Selbst im Zeitalter des Internets werden solche Listen immer noch erstellt. Im Affinity-Publisher muss man deswegen nicht gleich die „Datenzusammenführung“ bemühen. Bei überschaubaren Listen kann man das auch mit FELDERN lösen. Bei den Fotos holt man sich im Idealfall einen Fotografen ins Haus, somit sehen die Aufnahmen alle gleich aus, oder man konsultiert nach Termin für alle Mitarbeiter Fotoaufnahmen bei einem externen Fotografen. Meist auf Din A4 legt man ein Schema mit Fotos und darunter mit einem Textrahmen an. Alle Texte werden mittig ausgerichtet und mit der passenden Schriftgröße versehen. Die Bildnamen würde ich nicht mit dem Namen der Person betiteln, sondern mit dem Namen der Funktion, die eine Person im Unternehmen innehat. So kann man bei einem Wechsel ein neues Foto unter demselben Namen der Funktion abspeichern – es wird bei einer neuen Personalliste dann im Publisher automatisch aktualisiert.

Wer möchte, kann natürlich auch eine Telefonnummer und/oder E-Mail-Adresse mit angeben. Das bedeutet aber, dass viele Felder mehr angelegt werden müssen und das man pro Seite weniger Personen aufführen kann. Die Namensliste legt man sich im Panel FELDERN an, jeweils mit dem Namen der Funktion im Unternehmen und als Wert, den

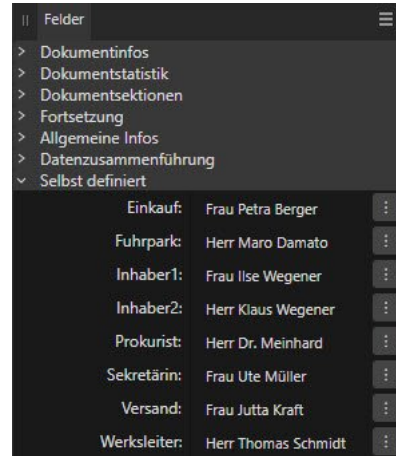


Abb.: Selbstdefinierte Felder mit den Namen der Personen in einer Firma

Namen der Person. Wird später einmal eine Stelle neu besetzt, überschreibt man einfach bei dem passenden Feld den Namen der alten Person mit dem neuen Namen.

Ein Feld besteht aus einem NAMEN und einem WERT. Um den Wert eines Feldes in einen Textrahmen zu importieren, klickt man doppelt auf den FELDNAMEN, nicht auf den Wert-Eintrag.

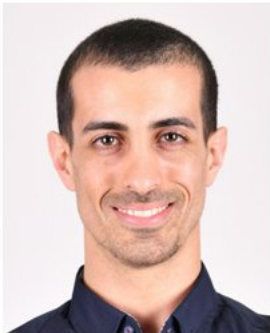
Die Firma Wegener GmbH - Personalliste



INHABERIN
Frau Ilse Wegener



INHABER
Herr Klaus Wegener



PROKURIST
Herr Dr. Meinhard



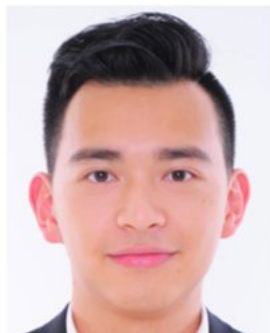
SEKRETARIAT
Frau Ute Müller



EINKAUF
Frau Petra Berger



WERKSLEITER
Herr Thomas Schmidt



FUHRPARK
Herr Maro Damato



VERSAND
Frau Jutta Kraft

TIPP – PANEL TEXTRAHMEN

Maecenas vitae erat. Ut ac purus vel purus dapibus gravida. Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit amet metus vitae lectus ullamcorper dignissim. Suspendisse leo. Praesent turpis justo, aliquet ac, accumsan vel, posuere quis, pede. Morbi pretium lacus. Cras non metus. Donec laoreet

sem at elit. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Vivamus iaculis dolor id felis. Phasellus cursus nulla non odio. Nulla a lectus sed nisi luctus pretium. Sed egestas rutrum odio. Nunc ornare arcu. Quisque at augue ac magna sollicitudin sodales. Donec nulla justo, adipiscing sit amet, feugiat ac, facilisis euismod, risus. Pellentesque tincidunt, dolor eu dignissim mollis, justo sapien iaculis pede, vel tincidunt lacus nisl sit amet metus. Fusce ac est vitae purus varius tristique. Phasellus mattis ornare ligula. Donec id nibh. Vestibulum metus quam, ultrices in, sagittis tincidunt,

gravida et, sapien. Sed bibendum, lectus vitae tincidunt dapibus, sem felis posuere est, id ornare augue lorem in purus. Suspendisse ligula. Sed mollis tristique mauris. Nullam nunc nunc, aliquet et, tristique nec, porttitor quis, urna. Etiam eu erat. Morbi ut nisl. Curabitur semper sem. Nulla turpis nibh, tempor nec, aliquet vitae, elementum ac, mauris. Quisque pellentesque metus ac quam. Donec magna nulla, aliquet vitae, congue ac, faucibus ut, erat. Donec sit amet neque. Donec posuere tempus massa. Duis vulputate mauris sit amet purus. Duis vestibulum. Fusce ac erat. Curabitur sagittis. Pellentesque ultricies, ante id

lobortis feugiat, ipsum magna congue risus, pulvinar euismod arcu nunc ac turpis. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Aliquam vel quam ut tellus gravida faucibus. Vivamus justo est, elementum vitae, malesuada eu, fermentum in, sapien.

Über das Panel Textrahmen ist es möglich, einen Rahmen mit einer Kontur zu versehen und dem Rahmen eine Hintergrundfarbe zuzuordnen. Außerdem lassen sich mehrere Spalten definieren. Diese Spalten müssen nicht zwangsläufig die gleiche Spaltenbreite haben. Über den „Versatzabstand“ rückt man den Text vom Rahmen weg, sodass er nicht „aneckt“. Bisher kam ich aber nie auf die Idee, diesen Textrahmen zu „teilen“ und die Spalten im 2. Rahmen anders anzuordnen. Wie mit herkömmlichen Textrahmen auch, kann man diese verknüpfen und dem zweiten Rahmen eine andere Spaltenordnung zuweisen. Der obere Rahmen hat hier zwei Spalten mit einer

Breite von 80 und 50. Beim zweiten Rahmen braucht man nur im Panel „Textrahmen“ für die erste Spalte eine andere Breite einzugeben. Die Breite der 2. Spalte passt sich dann automatisch an. Es ist lobenswert, dass bei einem verknüpften Textrahmen NUR der Text weiterfließt, andere Parameter wie Kontur und Farbe aber für jeden Rahmen angepasst werden können. Je nachdem, wie breit ein Textrahmen ist, kann man auch die Spaltenanzahl flexibel ändern. Hier sollte man sich allerdings überlegen, ob z. B. drei Spalten noch Sinn machen. Der Textfluss sollte immer gewährleisten, dass alles noch lesbar bleibt.

FIRMEN, IHRE MARKEN UND LOGOS



Abb.: Die hier abgebildeten Logos sind Eigentum der jeweiligen Firmen und dienen nur zur Veranschaulichung

Manchmal wird man vor die Aufgabe gestellt, ein Logo zu entwerfen. Das ist schwer genug, denn man weiß ja nicht, ob die eigene Kreation schon existiert. Auf der Suche nach einer Idee hilft es, sich einmal mit bekannten Firmengeschichten auseinanderzusetzen. Hier aufgeführt finden Sie einen kleinen Überblick und wie die Logos der Firmen entstanden sind. Viele weitere Eintragungen finden Sie auf der Website des „[Markenlexikons](#)“.

Adidas

Den Anfang nahm die heute weltweit bekannte Sportartikel- und Lifestylemarke in der Waschküche der Eltern von Adolf Dassler. Dort hatte der gelernte Bäcker bereits 1918 seine ersten Sportschuhe zusammenge nagelt und 1924 gründete er zusammen mit seinem älteren Bruder Rudolf (Rudi) im fränkischen Herzogenaurach das Unternehmen „Gebrüder Dassler“. 1936 gelang den beiden der große Durchbruch, als der US-amerikanische Leichtathletikstar Jesse Owens bei den Olympischen Spielen in Berlin in den Laufschuhen der beiden Brüder

vier Goldmedaillen gewann. In der Nachkriegszeit kam es zwischen den beiden Brüdern zum Zerwürfnis, weshalb Adolf und Rudi Dassler 1948 ihre eigenen Unternehmen gründeten. Während Rudolf sein Unternehmen > Puma nannte, machte sich Adolf unter dem Namen „Adidas“ selbstständig, einer Kombination seines Spitznamens „Adi“ mit der ersten Silbe seines Nachnamens.

Adobe

Das Softwareunternehmen, heute weltweit bekannt für sein „PDF-Dateiformat“ und die dazugehörige Software, insbesondere den Acrobat Reader, wurde 1982 von John Warnock und Chuck Geschke gegründet. Wohnhaft im kalifornischen Mountain View hatten beide gerade ihren Job bei einem Kopierhersteller aufgegeben und machten sich kurz darauf mit der Idee selbstständig, eine Software zu entwickeln, die Papier mittelfristig überflüssig machen würde. Da ihre Häuser am Ufer des Adobe Creek lagen, war auch gleich die Namensfindung für ihre Firma „im Fluss“.

AEG

Die „Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft“ wurde 1883 als „Deutsche Edison-Gesellschaft“ gegründet. Aus der späteren Zusammenarbeit mit Siemens ist u.a. Telefunken hervorgegangen. Später wurde dem Akronym mit dem Slogan „Aus Erfahrung Gut“ eine neue Bedeutung verliehen.

Agfa

Der als Marke für Kamerafilme bekannt gewordene Name wurde bereits 1897 als Warenzeichen für „chemische Präparate für photographische Zwecke“ beim Berliner Patentamt eingetragen. Der Name selbst geht zurück auf die 1867 von den Chemikern Paul Mendelssohn-Bartholdy und Carl Alexander von Martius gegründete Farbenfabrik, die 1872 die 1850 in Berlin Treptow gegründeten „Chem. Fabrik Dr. Jordan & Chem. Werke Berlin-Rummelsburg“ übernahm und sich ein Jahr später in „Actien-Gesellschaft für Anilin-Fabrikation“, kurz Agfa, umbenannte. Das heute zu Bayer (1863 von Friedrich Bayer und Johann Friedrich Wescott gegründet) gehörende Unternehmen firmiert als „Agfa-Gevaert AG“ (in Anlehnung an die 1894 von Lieven Gevaert in Antwerpen gegründete Firma, die zunächst nur Fotopapiere produzierte und 1964 von Agfa übernommen wurde).

Aldi

Der Siegeszug des heute europaweit führenden Discounters begann 1946 als Theodor „Theo“ und Karl Albrecht den Krämerladen ihrer Mutter Anna in Essen übernahmen. Der Firmenname entstand 1962 als Kombination

der ersten beiden Buchstaben des Nachnamens der beiden Firmengründer und der Bezeichnung des Geschäftsmodells: „Diskont“.

Amazon

Anfang der 1990er-Jahre arbeitete Jeffrey Bezos bei einer Investment-Bank an der Wall Street und war mit Investitionsmöglichkeiten in Internetfirmen betraut. Als er im Sommer 1994 auf einer Internetseite zufällig las, dass die Anzahl der Internetnutzer um 2.300% pro Monat anwuchs, stellte er kurzerhand eine Liste mit möglichen Produkten zusammen, die sich über das Internet verkaufen lassen würden. Die Liste reduzierte sich alsbald auf Musikprodukte und Bücher. Da der Musikmarkt weitgehend von 6 Unternehmen kontrolliert wurde, und der größte Büchergroßhändler Borders nur 170.000 von ca. 1,5 Mio. englisch-sprachigen Buchtiteln verkaufte, entschied sich Bezos für Bücher. Als Standort wählte er aus zwei Gründen Seattle in „Washington State“. Zum einen, weil sich dort in der Nähe das Zentrallager von Ingram, dem weltweit größten Buchdistributor befand, zum anderen, weil Seattle für seine Computerexpertise bekannt war. Und der Unternehmensname? Zunächst wollte Bezos seinem Unternehmen in Anlehnung an das Zauberwort „Abrakadabra“ den Namen „Kadabra“ geben. Als er aber seinen Anwalt am Telefon fragte, was dieser von dem Namen halte, meinte dieser nur: „Was meinen Sie, Kadaver?“ Da Bezos die weltweit größte Bücherauswahl offerieren wollte, entschied er sich dann schließlich für den größten Fluss der Erde als Namensgeber, den in Südamerika gelegenen Amazonas.

Apple

Den ungewöhnlichen Namen für einen Computerhersteller erfand Steve Jobs, der zusammen mit Steve Wozniak erste „Computer“ herstellte, im Jahre 1976. Jobs war zu dieser Zeit oft zu Besuch bei Freunden, die eine Obstplantage besaßen. Er half seinen Freunden, die als eine Art Hippie-Gemeinschaft zusammenlebten, häufiger beim Apfelpflücken. Als er eines Tages wieder einmal von dort zurückkehrte, erzählte er Wozniak von seiner Idee. Sie nannten das Unternehmen „Apple Computer“ und der Name „Macintosh“ ist nach einer Apfelsorte benannt, „McIntosh“.

Audi

Als sich der Autokonstrukteur August Horch 1910 nach einem Streit mit der Verwaltung seiner 11 Jahre zuvor gegründeten Firma erneut zusammen mit seinem Freund Friedrich Paul Fikentscher selbstständig machte, untersagte ihm sein früheres Unternehmen, die „August Horch & Cie“, die Verwendung des Namens „Horch“. Nach längerer Suche übersetzte Rudolf Fikentscher, der Sohn des Freundes, der gerade seine Lateinhausaufgaben machte und den beiden beim Diskutieren zuhörte, den Namen „horch“ wie „hören“ einfach in den lateinischen Imperativ von „audire“, also Audi!

BMW

Hervorgegangen sind der Unternehmensname und das heute weltweit bekannte Kürzel der Automarke aus dem Firmennamen „Bayerische Motoren Werke“, einer 1917 in München als Nachfolgefirma der „Rapp Motorenwerke GmbH“ gegründeten Flugzeugmotorenfabrik.

Canon

Mit finanzieller Hilfe eines Arztes entwickelte der Japaner Goro Yoshida 1935 eine eigene, preisgünstige Kamera nach europäischem Vorbild. 1937 als „Precision Optical Insutry Co. Ltd.“ gestartet, nannte Yoshida seine erste Kleinbild-Schlitzverschluss-Kamera „Kwanon“, nach dem Namen der buddhistischen Göttin der Barmherzigkeit. Da er eventuelle religiöse Anfeindungen befürchtete, leitete Yoshida wenig später hieraus den Name „Canon“ ab, der an das griechische „kanonas“ für Maßstab erinnert.

Coca-Cola

Der weltberühmte Markenname entstand im Jahr 1886, als der Apotheker Dr. John S. Pemberton in Atlanta in seinem Hinterhof in einem Kessel eine karamellfarbene Flüssigkeit zusammenbraute, die ursprünglich als Mittel gegen Kopfschmerzen, Schwäche und Müdigkeit angedacht war. Zunächst wurde der Sirup in seiner Apotheke verkauft. Den passenden Namen erfand sein Geschäftspartner und Buchhalter Frank M. Robinson, der aus den verwendeten Zutaten, Kokablätter und Kolanüsse, „Coca-Cola“ ableitete und den noch heute praktisch unverändert verwendeten Schriftzug schuf.

EBay

Pierre Omidyar startete sein heute weltweit führendes Auktions- und Handelsportal 1995, damit seine damalige Freundin und heutige Frau Pam Süßigkeitenspender der Firma „PEZ Online“ mit Sammlern tauschen konnte, so zumindest eine 1997 lancierte PR-Nachricht, die das Interesse an der Firma erhöhen sollte. 2002

wurde der Mythos von Adam Cohen aufgedeckt und von eBay bestätigt. Nachdem sich das Unternehmen anfänglich „AuctionWeb“ nannte, wurde es 1997 in eBay umbenannt. Der Firmenname steht für „electronic Bay Area“.

Edeka

Die heute zu den führenden Handelskonzernen in Deutschland gehörende Verbundgruppe wurde 1898 in Berlin als „Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler im Halleschen Torbezirk zu Berlin“ gegründet, kurz EdK. Wenig später wurde die geschriebene Form der Abkürzung um die in der Aussprache verwendeten Vokale ergänzt und der Name des Handelskonzerns war gefunden.

Haribo

Der berühmte Slogan „Haribo macht Kinder froh“ entstand bereits 1930 und wurde in den 1960er-Jahren erweitert um „...und Erwachsene ebenso“. Zum Zeitpunkt der Gründung 1920 produzierte das Bonner Unternehmen Bonbons. Zwei Jahre danach hatte Firmenchef Hans Riegel die Idee „Tanzbären“ aus einer gummiartigen Masse herzustellen, den Vorläufer der heutigen „Goldbären“. Die handgegossene Tagesproduktion von ca. 1 Zentner fuhr seine Frau Gertrud im ersten Geschäftsjahr noch mit dem Betriebsfahrrad in der Umgebung Bonns aus. Der Firmenname entstand aus den Anfangsbuchstaben von Hans Riegel Bonn.

IBM

Auslöser für die Unternehmensgründung war 1890 ein Wettbewerb in den USA, mit dessen

Hilfe das „U.S. Census Bureau“ eine neue Methode finden wollte, die die Immigrantenerfassung erleichtern sollte. Der deutsche Immigrant Herman Hollerith gewann den Wettbewerb und gründete daraufhin 1896 „Tabulating Machine Co.“, die die ersten Lochkartenrechenmaschinen lieferte. Thomas J. Watson, ehemaliger Vizemanager des größten Geldinstitutes der USA, wurde als Manager eingestellt. Er internationalisierte das Unternehmen und führte 1924 den Namen „International Business Machines“ ein, besser bekannt unter dem Kürzel IBM.

IKEA

Ingvar Kamprad, Gründer des Einrichtungshäuser-Imperiums, dessen Kataloge heute jährlich 118 Mio. mal in 23 Sprachen gedruckt werden, wurde 1926 in Schweden geboren. Aufgewachsen ist Kamprad auf dem elterlichen Hof Elmtaryd in der Nähe des Dorfes Agunnaryd. Schon als Kind begann er Streichhölzer in der Nachbarschaft zu verkaufen, die er in großen Mengen sehr billig in Stockholm einkaufte. Als er 1943 ein kleines Geschäft eröffnete, musste die Einwilligung seines Onkels und Vormunds eingeholt werden, weil Kamprad erst 17 Jahre alt war. Als er auf seiner ersten Geschäftsreise nach Paris Geschäftsmöglichkeiten außerhalb Schwedens entdeckte, änderte Kamprad seine Verkaufsstrategie. Er fertigte einen Versandkatalog an und lieferte die ersten Produkte mit dem Milchwagen der Gemeinde aus. Als er 1950 die ersten von heimischen Herstellern gefertigten Möbelstücke in den Katalog aufnahm, waren diese so erfolgreich, dass er alle anderen Produkte aufgab und sich von nun an auf

preisgünstige, funktionale und formschöne Möbel mit möglichst kleinem Packmaß konzentrierte. Ende der 1950er-Jahre entstanden die ersten Einrichtungshäuser, die den Firmennamen weltweit bekannt machten.

Kodak

Als der Amerikaner George Eastman 1877 seine erste Fotoausrüstung erwarb, wurde noch ausschließlich auf Fotoplatten fotografiert, die eine umständliche Handhabung mit sich führten. Außerdem benötigte jeder Fotograf neben seiner riesigen Kamera Chemikalien, ein Dunkelzelt und viele Fotoplatten, die dann kurz vor der Aufnahme im Dunkelzelt beschichtet wurden. Da Eastman dies missfiel, forschte er in der Küche seiner Mutter nach einer neuen Methode und entwickelte 1878 eine Emulsion, die das Beschichten Überflüssig machte. Kaum hatte er sich ein Jahr später seine Erfindung in England patentieren lassen, gründete er sein erstes Unternehmen in Rochester/USA. Den heute weltweit bekannten Markennamen entwickelte Eastman 1888.

LEGO

Begonnen hatte das 1932 vom Tischler Ole Kirk Christiansen in Billund in Dänemark gegründete Unternehmen mit der Produktion von Leitern, Bügelbrettern und Holzspielzeug. Bereits zwei Jahre später ersann Christiansen den heute weltweit bekannten Markennamen, ein Akronym der dänischen Worte „Leg Godt“, was so viel bedeutet wie „spiele gut“. Erst 15 Jahre später entstanden die ersten Vorläufer der heutigen Legosteine.

Lidl

Die Anfänge des neben Aldi erfolgreichsten Discounters in Deutschland gehen bis in das Jahr 1930 zurück, als Josef Schwarz in Heilbronn als Gesellschafter in die „Südfrüchte Großhandlung Lidl & Co.“ eintrat. Mit dem Umzug nach Neckarsulm und dem Einstieg des 32-jährigen Sohnes Dieter Schwarz, begann 1972 die Erfolgsgeschichte des heute europaweit bekannten Discounters. Da der Name der Familie als Firmenname ungeeignet war (Schwarzmarkt?), entschloss sich Dieter Schwarz dazu, dem pensionierten Berufsschullehrer Ludwig Lidl für 500 € dessen Namensrechte abzukaufen und nannte sein Unternehmen fortan Lidl & Schwarz.

Mercedes

Wenige Jahre nachdem Karl Benz und Gottlieb Daimler 1886 unabhängig voneinander aus einer Kutsche mit einem Motor das erste Automobil konstruierten, fanden bereits die ersten Autorennen statt. 1899 gewann der aus Österreich stammende in Nizza lebende Kaufmann und Generalkonsul Emil Jellinek die Tourenfahrt seiner Stadt in einem Daimler-Rennwagen, den er unter dem spanischen Vornamen seiner Tochter angemeldet hatte. Beflügelt von seinem Rennerfolg erwarb er Anfang des 20. Jahrhunderts 36 Daimler, rund 1/4 der gesamten Pkw-Jahresproduktion und verkaufte die Autos international weiter. Einzige Bedingung Jellinkes war es, den Namen seiner Tochter „Mercédès“ beibehalten zu dürfen. 1902 ließ sich Daimler den Namen schützen und 1926 kam es zur Fusion mit Karl Benz zur Daimler-Benz AG.

Microsoft

Mitte der 1970er-Jahre hatten die beiden Studenten Paul Allen und Bill Gates die Idee, die bis dato nur in Großraumcomputern benutzte Programmiersprache BASIC für Personal Computer (PC) weiterzuentwickeln, die damals auch Micro-Computer genannt wurden. Ausgangsbasis für ihren Firmennamen war die Umschreibung „microcomputer software“, aus der sie eine geeignete Abkürzung abgeleitet hatten. Es dauert allerdings fast ein Jahr, bis sich die beiden auf die richtige Schreibweise festgelegt hatten. Neben Micro-Soft und microsoft stand auch MicroSoft zur Wahl. Schließlich entschieden sich die beiden für die einfache Schreibweise „Microsoft“ und verwendeten diese Bezeichnung auch in den ersten Briefen, obwohl sie offiziell noch gar keine Firma waren.

Nike

Als Student an der University of Oregon war Phil Knight 1958 im Leichtathletikteam der Universität. Genauso wie seinem Trainer Bill Bowerman war er unzufrieden mit den globigen amerikanischen Laufschuhen. 1962 gründeten Knight deshalb „Blue Ribbon Sports“ mit dem Ziel, leichtere und komfortablerer Sportschuhe herzustellen. Mit dem Namen spielte Knight auf das „blaue Band“ an, mit dem Schiffe geehrt wurden, die die Transatlantik-Route am schnellsten überquerten. Knight und Bowerman verkauften die Schuhe in den ersten Jahren eigenhändig bei Leichtathletikveranstaltungen im Westen der USA. 1971 erreichte das Unternehmen einen Umsatz von 1 Mio. US\$ und Knight wollte selbst seine ersten Schuhe herstellen und unter

neuem Namen verkaufen, wobei er „Dimension Six“ präferierte, der die „Sechs Dimensionen des Sports“ repräsentierte. Ein Mitarbeiter schlug dann den Namen „Nike“ vor, den Namen griechischen Göttin des Sieges.

Nikon

Im Jahre 1917 fusionierten die drei führenden japanischen Hersteller für optische Geräte zur „Nippon Kogaku K.K.“. 1932 wurden die vom Unternehmen hergestellten Kameralinsen in Anlehnung an den Firmennamen „Nikkor“ genannt und 1946 entstand auf ähnliche Weise einer der international bekanntesten Markennamen für Kameras: Nikon.

Pepsi

Der neben Coca-Cola weltweit bekannteste Softdrink wurde von dem jungen Apotheker Caleb D. Bradham aus New Bern in North Carolina entwickelt, der 1893 mit verschiedenen Softdrinkmischungen zu experimentieren begonnen hatte. Einer seiner Mixturen, zunächst „Brad's Drink“ genannt, war derart erfolgreich, dass er sie ab 1898 unter dem Namen „Pepsi-Cola“ vermarktete, in Anlehnung an den Namen „Pep Kola“, den er einem Wettbewerber abgekauft hatte.

RTL

Der deutschsprachige Privatsender ging 1984 aus dem Hörfunkprogramm „Radio Luxemburg“ und der Fernsehstation „RTL Télévision“ hervor und firmierte zunächst als „RTL plus“, heute als RTL Television oder einfach RTL. Die Abkürzung wurde abgeleitet von „Radio Télé Luxembourg“.

Samsung

Der größte südkoreanische Mischkonzern (Chaebeol) und internationale Elektronikmulti wurde 1938 in Daegu von Lee Byung-Chull als Handelsgesellschaft für getrocknetes Obst gegründet. Die Betätigungsfelder des Konglomerats erstrecken sich heute auf den Schiff- und Hochhausbau, den Einzelhandel sowie Computer- und Unterhaltungselektronik. Der Unternehmensname - eigentlich „Samseong“ - bedeutet auf Koreanisch so viel wie „drei Sterne“.

Sony

Der Telekommunikations- und Unterhaltungselektronikhersteller wurde 1946 von den zwei jungen japanischen Elektroingenieuren Akio Morita und Masaru Ibuka gegründet. Obwohl die erste Erfindung der beiden, ein Reiskocher, der sich nach dem Garen von selbst ausschalten sollte, nie richtig funktionierte, waren beide von Anfang an bestrebt, auf Grundlage technologischer Innovationen, Produkte zu entwickeln, die denen der Konkurrenz technisch weit überlegen sein sollten. Beide Gründer einigten sich nach langen Diskussionen auf den Namen „Sonny“, abgeleitet vom lateinischen Wort „sonus“ (Klang) und dem englischen „sonic“ (Schall). Aufgrund juristischer Probleme wurde aus „Sonny“ kurzerhand „Sony“.

Tchibo

Der heute weltweit fünftgrößte und in Deutschland mit 27% Marktanteil führende Kaffeeröster wurde 1949 von Max Herz und Carl Tchilling-Hiryan gegründet. Die Idee der beiden Gründer war es zunächst, Röstkaffee auf dem Postweg zu versenden. 1955 Eröffnete die erste

von heute mehr als 850 Verkaufsfilialen, wobei zunächst nur Kaffee und dazugehörige Nebenprodukte wie Geschirrtücher und Metalldosen verkauft wurden. Der geläufige Markenname wurde abgeleitet aus den beiden Anfangsilben des Gründernamens „Tchilling-Hiryan“ und dem Wort „Bohne“.

Wikipedia

Das 2001 gestartete Online-Nachschlagewerk war das erste seiner Art, dessen Beiträge von den Benutzern selbst erstellt und die allesamt kostenlos abrufbar sind. Dabei werden alle Informationen als verzweigte Seitensammlung angezeigt, sodass vielfältige, vernetzte Wissensgebilde entstehen, die selbst etablierten Nachschlagewerken wie dem Brockhaus Konkurrenz machen. Der Name des heute weltweit größten Online-Nachschlagewerkes entstand aus der Kombination des Wortes „wiki“, was auf Hawaiianisch so viel bedeutet wie „schnell“ und den letzten 2 Silben von „Encyclopedia“.

ZDF

Die auch heute noch für ihre Mainzeilmännchen bekannte deutsche öffentlich-rechtliche Sendeanstalt wurde ab 1960 von der Post aufgebaut. Im Juni 1961 wurde der Sender in einem Staatsvertrag als „gemeinnützige Anstalt des öffentlichen Rechts mit dem Namen: Zweites Deutsches Fernsehen“ offiziell aus der Taufe gehoben. Im März 1963 ging das erste Versuchsprogramm auf Sendung und am 1.4.1963 begann der reguläre Sendebetrieb mit dem Slogan „Am Ersten das Zweite“. Danach dauerte es nicht mehr lange, bis sich die Abkürzung ZDF einbürgerte.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

A man with dark, curly hair is shown from the chest up, leaning over a chessboard. He is wearing a dark, long-sleeved shirt. His right hand is reaching towards a chess piece on the board. The scene is dramatically lit with a strong blue light source from the side, creating deep shadows and highlighting the contours of his face and the chess pieces. The background is dark and out of focus.

GAME OVER

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

HERAUSGEBER:

Georg Walter
Steinackerstraße 12
53797 Lohmar
E-Mail: service@magazin62.de
Website: magazin62.de

Zu den Firmen und Marken „Serif“, „Affinity“ und „CANVA“ sowie anderen hier genannten Unternehmen besteht keinerlei wirtschaftliches Verhältnis.

HERZLICH WILLKOMMEN

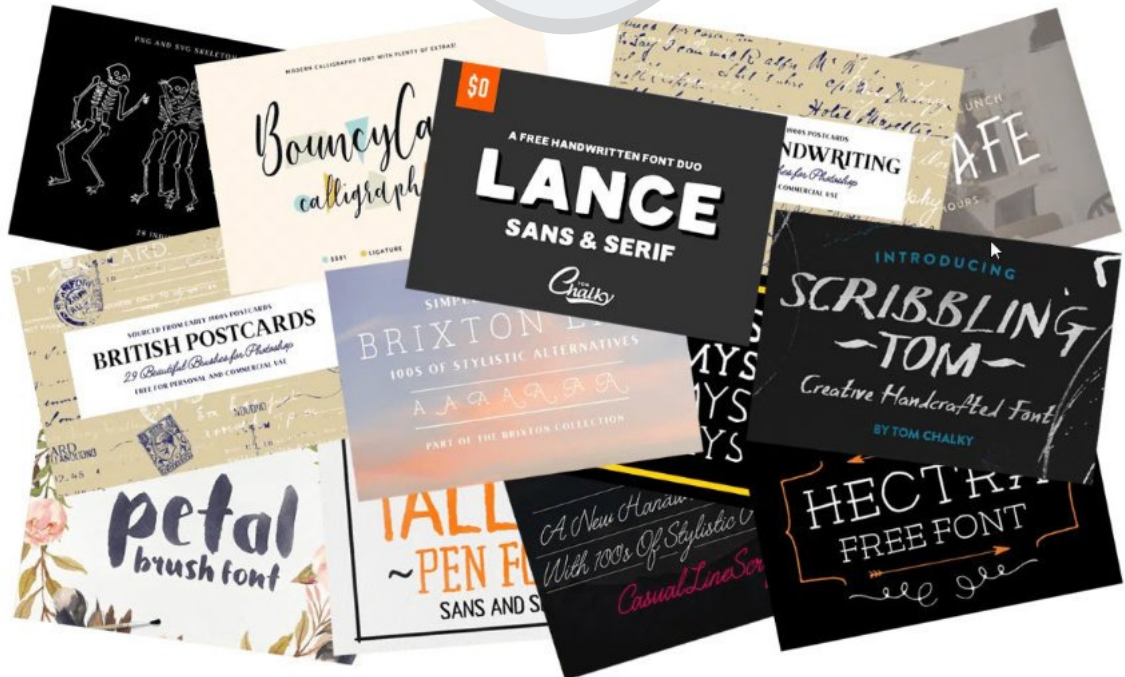
Liebe Leser und Leserinnen

Es ist bitter, wenn man ein Magazin zu einer Software herausbringt und sich bei der verantwortlichen Firma monatelang nichts tut. Bekanntermaßen ist die Firma Serif ja an CANVA verkauft worden. Seit gefühlt mehreren Monaten versucht man beim Affinity-Publisher eine 2.6.4 Version herauszubringen, nur um einen Berg voll mit Fehlern zu beseitigen, die sich in den vergangenen Versionen angesammelt hatten. Somit waren die Anwender immer auch „Beta-Tester“, was sich nach hinten heraus immer mehr verschlimmert hat. Diesen Zustand nehme ich zum Anlass, Ihnen mit dem M62-Magazin Nr. 30 das letzte Heft anzubieten. Danach wird es keine Hefte mehr geben. Das Herausgeben von 30 Heften und 3 Sonderheften war schon ein Kraftakt. Immer wieder mussten Themen gefunden werden, die die Leser interessieren, irgendwann gehen einem da auch die Tipps und Tricks aus, weil es gerade zum Affinity-Publisher nichts Neues zu berichten gab und gibt. Sicherlich haben wir alle noch die tollen Einführungsvideos zur Affinity-Suite 1.0 und 2.0 in Erinnerung. Da wurden die tollsten Effekte gezeigt. Was ist davon übrig geblieben? Nicht mehr als Stagnation. Es mag sein, dass es mit der Affinity-Suite weitergeht, aber ich sehe hier in absehbarer Zeit keine bahnbrechenden Neuerungen. Wirklich schade!

Mein Dank gilt all meinen Lesern! Viele Anwender sind immer wiedergekommen, haben ganze Heft-Serien gekauft und sich an den Inhalten, Tipps und Tricks erfreut und hoffentlich auch angewendet. In diesem letzten Heft habe ich versucht, wieder passende Inhalte zu kreieren, die den Leser weiterbringen.

Auf Wiedersehen!
Ihr Georg Walter

TOM CHALKY ANGEBOTE FÜR SCHRIFTEN



ÜBER DEN TELLERRAND GESCHAUT

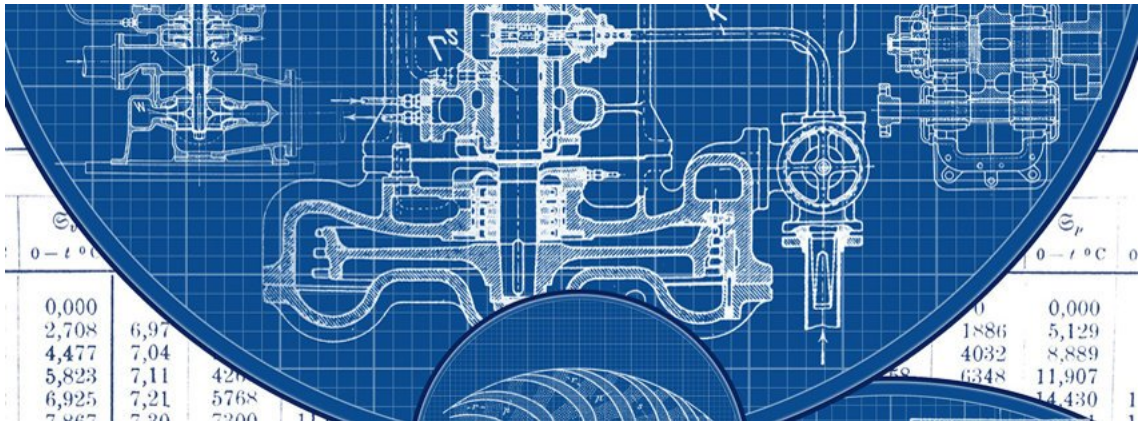
CAD Programme



Auf den ersten Blick haben CAD-Programme mit der Affinity-Suite wenig zu tun. Mit Einführung der Formate DWG und DXF können aber Zeichnungen aus dem Affinity-Designer in diese Formate exportiert werden. CAD bedeutet „Computer Aided Design“. Möchte man sich dem Thema nähern, empfehlen sich kostenlose Apps, die es reichlich gibt. Gerade Einsteiger werden aber von der Fülle an Programmen schnell überfordert.

Anfänglich empfehlen sich kostenlose Alternativen, um sich der Materie zu nähern. Seit geraumer Zeit sind diese Programme auch für den 3D-Druck interessant geworden. Schaut man sich aber die Möglichkeiten beim Export aus dem Affinity-Designer heraus an, muss man einige Abstriche machen. Hier empfehle ich die Hilfe, in der vermerkt ist, was möglich ist und was nicht. Ich möchte hier auch erwähnen, dass ich die hier vorgestellten Programme nicht getestet habe.

Bei der Auswahl an CAD-Programmen gilt es zu berücksichtigen, welchen Wissensstand der Anwender hat. Ist man Anfänger, Fortgeschrittener oder Experte. Danach richtet sich auch die Auswahl der Programme. Hier spielt das „3D-Modellieren“ eine wesentliche Rolle, da es zum Grundverständnis einer CAD-Software gehört. Dann sollte man sich bei der Auswahl auf die benötigten Features konzentrieren. Auf der Suche nach passenden Programmen ist mir aufgefallen, dass einige Apps mit sehr veralteten Oberflächen arbeiten, dazu gibt es auch Versionen, die nur online nutzbar sind. AUTOCAD ist sicherlich ein Bolide in diesem Markt, die meisten Anwender werden hier aber schnell überfordert, auch von dem Lizenzmodell. Die Firma [ASHAMPOO](#) bietet mit „3D CAD Architecture 12“ für € 20,00 eine günstige Einstiegsvariante an. Generell ist auch interessant zu wissen, welche Bibliotheken beim Kauf mitgeliefert werden. Mit einer riesigen 3D-Objektbibliothek kann z. B. „Ashampoo Home



Design 10“ interessant sein, wenn man zu Hause etwas umbauen möchte. ASHAMPOO bietet auch separate Bibliotheken an, so für Küchen, Büros und Inneneinrichtungen. Bei meinen Recherchen zu diesem Thema fielen immer wieder die Namen „FreeCAD“ und „Blender“.

„FreeCAD“ ist eine parametrische CAD-Freeware mit umfangreichen Funktionen für das 3D-Modellieren. Dieses Programm unterstützt diverse Dateiformate und verfügt über einige beachtliche Modellierungswerkzeuge wie die Finite-Element-Analyse oder das Roboter-Simulations-Modul. Von der Produktkonstruktion bis hin zu Maschinenbauprojekten hilft einem FreeCAD, optimale 3D-Modelle zu konstruieren. Das Besondere ist, dass das Programm durch die FreeCAD-Community stetig verbessert wird. Für diese Software findet man ein „Bundle“ von Markt&Technik. Hier bekommt man die Software und ein EBook für den Einstieg dazu. Es kostet etwa € 20,00.

„Blender“ ist ein bekanntes Open-Source-Programm, welches das Modellieren und Texturieren von 3D-Mesh-Modellen erlaubt. Blender wird sogar von Professionellen für die Erstellung von Videospielen und 3D-Animationen verwendet. Es setzt aber Grundkenntnisse in der 3D-Modellierung voraus. Die CAD-Freeware beeindruckt mit leistungsstarken Werkzeugen, wie dem „Sculpting“ oder „Rendering“. Dies ist eine perfekte Software, wenn Sie Designs für den 3D-Druck erstellen möchten, da die Software-Werkzeuge das Reparieren von CAD-Modellen ermöglicht. Somit kann man fehlerhafte 3D-Drucke vermeiden.

Wenn man im Browser den Suchbegriff „Cad Programme“ eingibt, werden einem unendliche Seiten angezeigt. Hier helfen die Angebote, die einen Überblick der derzeit am Markt befindlichen Programme auflisten. Um die Brücke zur Affinity-Suite zu schlagen, kann man fertige 3D-Modelle mit dem Affinity-Publisher dokumentieren und in Szene setzen.

VIER JAHRE M62-MAGAZINE – EIN RÜCKBLICK

Am 23. Mai 2021 habe ich mein erstes M62-Magazin veröffentlicht. Das ist jetzt über vier Jahre her. Am Anfang wollte ich den Lesern Informationen über den Affinity-Publisher und Designer vermitteln. Schnell stellte sich aber heraus, dass ich das auf den Publisher begrenzen wollte, mit dem Designer hatte ich mich weniger beschäftigt und ich brauchte diese App auch weniger. Bis zum November 2022 ging es hier nur um die Möglichkeiten der Version 1.0. Als man zu diesem Zeitpunkt die neue Version 2.0 vorstellte, kam auch Bewegung in mein Magazin, denn es wurden immer mehr neue Funktionen implementiert. Mit dieser Version wurden die Panels „Bücher“ und „Fußnoten, Randnoten und Endnoten“ eingeführt. Langsam entwickelte sich der Publisher zu einer ernsthaften Software für die Gestaltung von Druck-Erzeugnissen. Auch ein neues Dialogfeld für „neues Dokument“ wurde eingeführt. In der Version 2.1 folgten die „Kolumnentitel“ und die wichtige Erweiterung im Panel „Kontur“. Über all diese Funktionen konnte ich in meinem Magazin passende Tipps und Anregungen geben.

In der Version 2.2 konnte man dann „Textvariablen selbst definieren“ und mit „Querverweisen“ arbeiten. Auch das Panel „Index“ wurde erweitert. Über all die Zeit kam mir nie in den Sinn, Videos zu machen, da dies für mich viel zu aufwendig war. In der Version 2.3 kam dann das Werkzeug „Spiralen“ dazu, bei dem ich bis heute nicht so recht den Zugang gefunden habe. Da war der „Kennwortschutz für PDF-Dateien“

schon wesentlich interessanter. Hier begann bei mir aber schon die Einsicht, dass man bei Serif in den neuen Versionen weniger Neuerungen anbieten wird. Dies bestätigte sich ab Version 2.4, bei der mehr kleinere Neuerungen implementiert wurden, wie das neue Panel „Status“, was ich für meine Arbeit überhaupt nicht nutzte. In Version 2.5 kamen „variable Schriften“ dazu, die ich gleichwohl nicht nutzte. Nicht jede Neuerung fließt in die tägliche Arbeit mit ein. Dazu gehört auch das Werkzeug „QR-Code“, bei dem ich immer den Eindruck hatte, dass dieses Werkzeug nicht ausgereift ist. Mit Version 2.6 wurden dann „mehreseitige Layoutseiten“ eingeführt, bei deren Handhabung ich mich anfänglich schwertat, weil die Erklärung zur Funktionsweise doch sehr lausig formuliert war. In dieser Version gab es viele kleine Verbesserungen, die aber meist kaum einen Einfluss auf das eigentliche Erstellen eines Druckproduktes hatten. Zudem hatte ich mir im November 2022 auch die Frage gestellt, warum man die Affinity-Suite für das iPad angeboten hat. Wie soll man auf diesen „kleinen“ Geräten anständiges Publishing betreiben?

All diese Neuerungen wurden von mir grafisch aufbereitet in den M62-Heften erklärt. Bei den fachbezogenen Texten wurden meist die Grafiken und Screenshots zuerst erstellt, um eine Funktionsweise im Anschluss schriftlich zu formulieren. Und hier steckt die meiste Arbeit drin, denn die Texte mussten immer wieder auf Plausibilität geprüft werden. Stimmt die

Reihenfolge eines Vorgehens, werden die Schritte in der richtigen Reihenfolge erklärt und passen somit auch die Abbildungen zu den beschriebenen Schritten? In den Heften gab es immer wieder auch Rubriken, wie „über den Tellerrand geschaut“, in denen ich Software vorgestellt habe, die den Anwender bei der Arbeit mit dem Publisher unterstützten. Für das Erstellen von Screenshots sei hier nur das großartige „Snag-it“ erwähnt.

Lange Zeit konnte man sich über das Angebot „Affinity-Spotlight“ Arbeiten anderer Grafiker und Designer anschauen und sich so inspirieren lassen. Dieses Angebot scheint mittlerweile eingestellt worden zu sein, genau wie der Support über das Affinity-Forum. Dies sind keine guten Nachrichten. Auch der Verkauf der Suite an CANVA hat viel Wirbel ausgelöst. Warum hat man lange Zeit an der Version 1 der Suite festgehalten und somit Manpower an eine alte Version „verschwendet“? Man wollte wohl die Anwender nicht düpierten, denen der veraltete Funktionsumfang ausgereicht hat. Wie man anhand der Liste sehen kann, dauern die Update-Zyklen seit Mai 2024 immer länger. Wer wie ich sehr oft im Affinity-Forum unterwegs ist, weiß warum. Immer mehr Fehler müssen bereinigt werden, teilweise sind das Fehler von vor zwei Jahren. Im Forum hat sich aber auch der Ton geändert. Da sind Leute unterwegs, die anderen über den Mund fahren, teilweise richtig aggressiv unterwegs sind. Die Zeiten haben sich wohl geändert.

Mein Angebot an die Nutzer habe ich mit viel Engagement und Freude präsentiert, auch über meine Website, deren Aufbau viel Zeit gekostet hat. Aber ohne geht es halt nicht. So habe ich immer auch kostenlose Sachen angeboten, denn diese locken einen Leser auf solch ein Angebot. Werbung wurde über meinen Newsletter und Facebook gemacht, wo ich mich lange Zeit als Moderator engagiert habe. Mal sehen, wie es mit der Affinity-Suite weitergeht. Wenn man mal wieder neue Funktionen implementiert, kann es weitergehen. Dazu zähle ich auch einen „Script-Editor“, mit dem man endlich auch schreiben und programmieren kann. Ganz am Anfang wurde die Software als Konkurrenz zu Adobe gepriesen. Diese Zeiten sind aber vorbei, denn wie so oft nehmen Dinge, die zu schnell wachsen, kein gutes Ende. Man hat sich übernommen, der anfängliche Hype hat der Software nicht gutgetan.

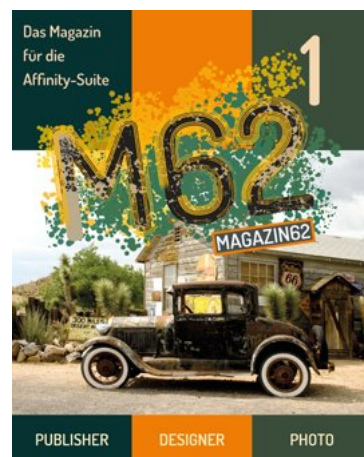


Abb.: Das Cover des 1. Heftes

EINEN UNTERBROCHENEN BILDERRAHMEN ERSTELLEN

Mit wenigen Werkzeugen und Funktionen kann man sich im Publisher einen Bilderrahmen gestalten, der an der oberen linken und unteren rechten Ecke unterbrochen ist. Dazu zieht man ein passend großes Rechteck auf und zeichnet anschließend mit dem „Zeichenstift“ eine separate dreieckige Ecke. Um das genau zu machen, kann man das Raster einschalten. Die Ecke wird danach noch kopiert und gedreht, sodass sie unten rechts genau in die Ecke des Rechtecks passt. Die andere Ecke wird passgenau oben links auf das Rechteck gesetzt.

Die Ecken kopieren

Die beiden Ecken muss man jetzt noch kopieren, da man für später jeweils ein Duplikat benötigt.

Die Ecken vom Rechteck subtrahieren

Zuerst markiert man eine Ecke und das Rechteck und subtrahiert die Ecke vom Rechteck. Das wird mit der zweiten Ecke wiederholt.

Die Ecken am Rechteck versetzt platzieren

Die zurückbehaltenen Ecken werden jetzt versetzt an das Rechteck angesetzt. Dabei kann man sie mit Hilfe des Rasters genau verschieben.

Ecken und Rahmen addieren

Nun markiert man die beiden Ecken und den Rahmen und addiert alles gemeinsam. Entstanden ist ein Rahmen, der oben links und unten rechts unterbrochen ist.

Einen Bilderrahmen erstellen

Man markiert das Konstrukt und klickt mit der rechten Mouse-Taste darauf. Im nun erscheinenden Kontextmenü wandelt man die Form in einen Bilderrahmen um.

Ein passendes Foto auswählen

Markieren Sie den Bilderrahmen und laden Sie ein Bild über die obere Kontextleiste (Bild ersetzen) ein. Wenn man im Vorfeld das Bild schon passend zugeschnitten hat, wird es genau in den Rahmen passen.

Dieses Vorgehen kann man mit jeder Form umsetzen und so eigene interessante Bilderrahmen kreieren. Das funktioniert mit der Ellipse, genauso wie mit anderen Formen. Dabei müssen es nicht zwangsläufig nur zwei Ecken sein, die man erst vom Hauptrahmen trennt und dann wieder versetzt andockt.





Abb.: Das Foto für den Rahmen



Abb.: Der Rahmen plus zwei Ecken



Abb.: Die beiden Ecken vom Rahmen subtrahiert



Abb.: Die beiden Ecken versetzt vom Rahmen platzieren



Abb.: Die versetzten Ecken zum Rahmen addieren



Abb.: In Bilderrahmen umwandeln und Foto platzieren

TEXTWERBUNG MIT FARBBALKEN GESTALTEN

Jeder hat sicherlich schon einmal eine Textwerbung gesehen, wie sie rechts abgebildet ist. Es wird nur eine einzige Schrift verwendet, die einzelnen Wörter werden mit unterschiedlichen Textgrößen formatiert. Zuerst muss das Grundlinienraster abgestellt werden, sonst bekommt man die unterschiedlich großen Wörter nicht passend angeordnet. Damit die Worte gleich breit angezeigt werden, muss man jedes Wort markieren und über das Panel ZEICHEN den Zeichenabstand korrigieren. Achten Sie auch im Panel ABSATZ darauf, dass der Wert für „Abstand nach“ immer auf NULL steht. Sonst verschieben sich die Worte in der HÖHE, was nicht gewollt ist. Die Einstellungen müssen für jedes Wort separat getätigt werden. Eine Feinjustierung in der Wortbreite wird über das Panel ZEICHEN – „Zeichenabstand“ vorgenommen, oder die Schriftgröße wird händisch angepasst. Ist ein Wort zum Beispiel 64 Punkt groß, kann man es mit einem höheren Wert näher an den rechten Textrand bringen. Vielleicht reichen schon 66 Punkt aus, oder man erhöht den Wert in Zweierschritten, bis es passt.

Farbiger Hintergrund

Wenn man es sich einfach machen möchte, setzt man hinter die Worte ein farbiges Rechteck. Das ist allerdings keine so gute Lösung, denn man kommt später zur Korrektur nur dann an die Rechtecke heran, in dem man sie in der Hierarchie nach oben, also über das Wort, setzt. Bisher war ich immer davon ausgegangen, dass sich eine „Verzierung“ im

Panel ABSATZ auf den gesamten Textrahmen bezieht. Das ist aber nicht der Fall.

Farbiger Hintergrund mit einer Verzierung

Besser ist der Weg über das Panel ABSATZ und den Bereich „Verzierung“. Markiert wird nur das Wort, dem man eine Hintergrundfarbe zuordnen möchte. Wechseln Sie zum Panel ABSATZ und aktivieren Sie „Füllung“. Hier kann man jetzt eine Farbe für den Hintergrund auswählen. Über die Einstellungen „Einzug oben“ und „Einzug unten“ wird nun der farbige Hintergrund so angepasst, dass er etwas über das Wort oben und unten hinausragt. Bei OBEN kommen meist Minuswerte zum Einsatz, bei UNTEN Pluswerte. Diese Werte variieren etwas und sind abhängig von der Größe des Wortes. Die Werte für den „Einzug links und rechts“ sollten auf NULL stehen, da der farbige Hintergrund sonst zu sehr aus dem Textrahmen herausragt.

Die Farbwahl

Bei der Farbwahl kann man natürlich jede Farbe verwenden, allerdings rate ich davon ab, denn es muss ja immer die Botschaft im Vordergrund stehen. Im 1. Beispiel sind alle Worte schwarz. Im 2. Beispiel wurden die Worte, die einen farbigen Hintergrund haben, mit der Farbe Weiß gesetzt. Mit diesen Auswahlmöglichkeiten lässt sich die Werbung, ob online oder gedruckt, an das restliche Design einer Werbeseite anpassen.

BLACK FRIDAY

DEIN MEGA DEAL
EINKAUFEN

SICHERE DIR DEINE
SONDERANGEBOTE

SCHWARZER
FREITAG

BLACK FRIDAY

DEIN MEGA DEAL
EINKAUFEN

SICHERE DIR DEINE
SONDERANGEBOTE

SCHWARZER
FREITAG

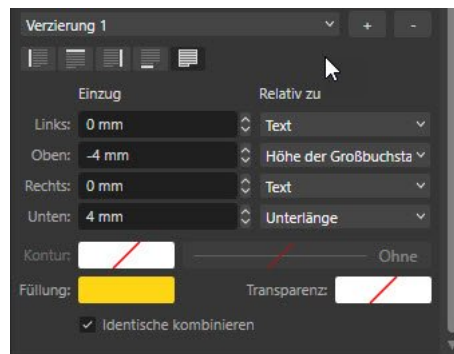
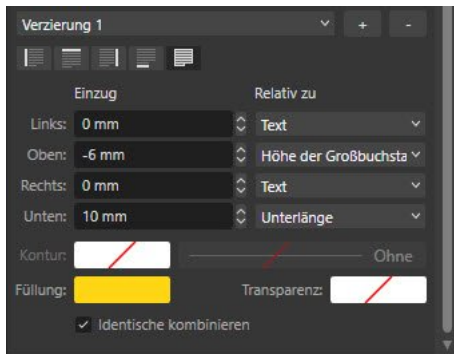
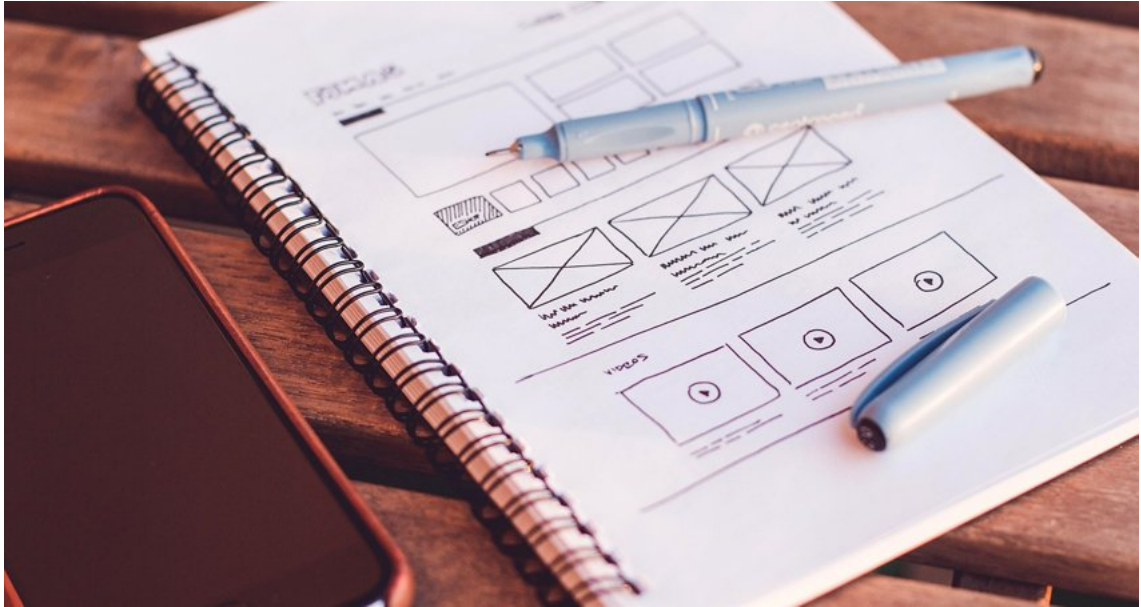


Abb.: Hintergrundfarbe setzen im Panel ABSATZ, bei Verzierung, Minusswerte oben, Pluswerte unten

DOKUMENTATIONEN SCHREIBEN



Möchte man eine Dokumentation schreiben, gilt es zuerst einmal herauszufinden, für wen man eine solche Dokumentation schreiben möchte, und dann, was in ihr drin stehen soll und muss. Gleichzeitig sollte man sich Gedanken machen, wie man diese schreiben möchte. Der Affinity-Publisher kommt erst ganz am Schluss zum Einsatz, wenn man das Geschriebene in Form bringen möchte. Es gibt allerdings auch Ansätze, da wäre der Publisher fehl am Platz. Nämlich dann, wenn man eine Dokumentation ständig erneuern muss, weil zum Beispiel neue Funktionen beschrieben werden müssen. Da wäre der Aufwand sehr hoch. Ganz wichtig ist aber auch eine einfache Sprache, denn nicht jeder versteht beschriebene komplexe Zusammenhänge in einem Fachjargon.

Man unterscheidet „Tutorials“, „Anleitungen“ und „Nachschlagewerke“. In den ersten beiden Fällen gilt es, Wissen zur Handhabung eines Gegenstandes, einer Software zu vermitteln. Beim dritt Genannten gilt es, Fachwissen zu bündeln, wie bei einem Wörterbuch, einem Duden oder einer Chronik. Und spätestens hier muss man die Zielgruppe, die Leser, ins Visier nehmen. Man muss wissen, für wen man schreibt und wie der Leser mit der Dokumentation umgeht. Mit Hilfe einer „Schritt für Schritt Anleitung“ kann der Leser „zielorientiert“ arbeiten. Es stellt sich also die Frage, ob eine Dokumentation hilfreich sein wird und somit den Anwender „weiterbringt“. Das ist gerade in kleinen Unternehmen wichtig, denn hier fehlt meist das Personal, um neue Leute anzulernen.

Bei der Wahl eines passenden Dokumentationstools sollte man darauf achten, dass es leicht zu bedienen und zu aktualisieren ist. Wenn mehrere Redakteure daran arbeiten, muss es netzwerkfähig sein und eine Versionskontrolle besitzen. Im Team gilt es, vorab einige Regeln zur Handhabung und Struktur zu definieren. So vermeidet man Probleme beim Erstellen der gesamten Dokumentation. Wichtig ist auch, wer an welchem Thema arbeitet, wer die passenden Grafiken erstellt und in welchem Abstand aktualisiert wird. Um eine Dokumentenstruktur zu erarbeiten, fängt man mit einer „Readme-Datei“ an, in der man eine Gliederung der Themen erstellt. Es gilt auch, dass die niedergeschriebenen Texte und Schritte vom Redakteur nachvollzogen werden. Zusätzlich sollte man einen „Aktualisierungsplan“ aufstellen. Dieser „greift“ immer dann, wenn z. B. in einer Software neue Funktionen beschrieben werden müssen.

Als Dokumentationstools bieten sich unter Windows „Lexican“, „HelpNDoc“ und „Papyrus Autor“ an, denn diese Tools besitzen eine Art Dokumentenbaum, in dem die Themen nach Kapitelüberschriften sortiert sind. Word ist hier weniger geeignet, denn hier fehlt diese Baumstruktur.

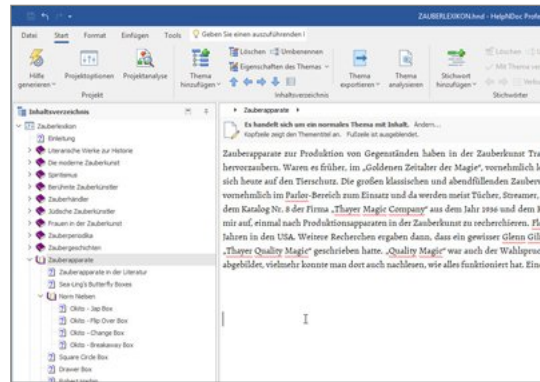


Abb.: Die Oberfläche von HelpNDoc, mit Kapitelbaum

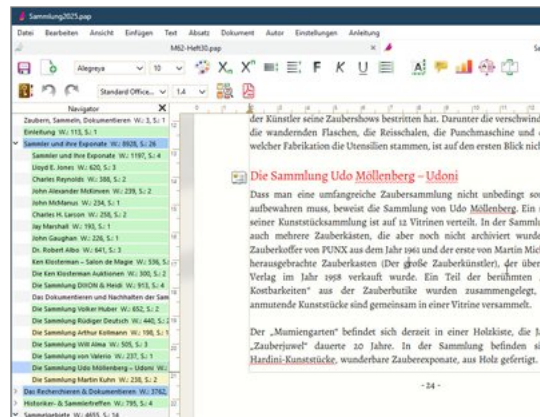


Abb.: Die Oberfläche von Papyrus Autor, mit Kapitelbaum

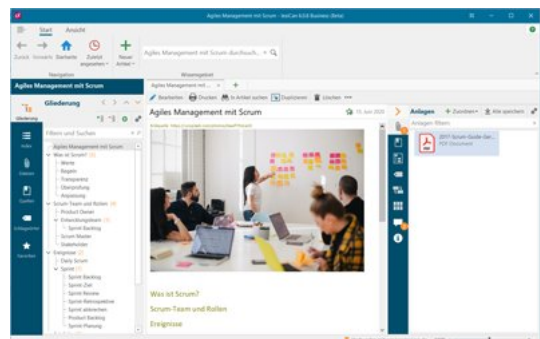


Abb.: Die Oberfläche von Lexican, mit Kapitelbaum

Antiqua

Serifenschriften, die auf der Form der römischen Capitalis beruhen

Buchstabenbreite

Die Breite des Buchstabens inklusive seiner Vor- und Nachbreite; auch Dichte genannt.

Ausrichtung

Textausrichtung bezeichnet die Satzart wie linksbündig, rechtsbündig oder Blocksatz

Duktus

Charakterzüge einer Schrift wie ihre Neigung und ihre Strichstärke bilden den Duktus der Schrift.

Außensteg

Bei Doppelseiten: freier Raum zwischen der Satzspiegelaußenkante und der Papierkante

Durchschuss

Zusätzlicher Abstand, der sich zum Zeilenabstand minus Schriftgröße addiert. Ein Zeilenabstand von 12 Punkt bei einer Schrift von 10 Punkt weist einen Durchschuss von 2 Punkt auf.

Auszeichnung

Das Verändern und Hervorheben einzelner Textabschnitte oder Zeichen

Einzug

Beim Einzug wird der Text an der linken oder rechten Textkante eingerückt. Üblich ist ein Einzug der ersten Zeile an der linken Seite, um einen neuen Absatz zu unterstreichen.

Blocksatz

Eine Ausrichtungsart, bei der alle Zeilen bis auf die letzte im Absatz links und rechts bündig enden.

Flattersatz

Textausrichtung, bei der entweder der linke, der rechte oder beide Textränder flattern; keine gleichmäßigen Achsen

Buchstabenabstand

Der Abstand zwischen den einzelnen Zeichen, der die Laufweite beeinflusst und stark zur Lesbarkeit beiträgt.

Gedankenstrich

Strich in der Länge eines Halbgevierts, wird für Einschübe, aber auch als Bis-Strich, als Streckenstrich oder als Währungsstrich verwendet.

Geviert

Maß in der Typografie. Das Geviert ist ein Leerraum, dessen Breite und Höhe der Kegel- bzw. Schriftgröße entsprechen. Das Geviert einer 12-Punkt-Schrift weist eine Breite und Höhe von 12 Punkt auf.

Hängender Einzug

Die erste Zeile eines Absatzes links bündig ausgerichtet, die Folgezeilen sind an der linken Kante um einen festen Wert eingerückt

Grundlinienraster

Ein nicht druckendes Raster, das als Teil des Gestaltungsrasters, aber auch eigenständig bestehen kann. Entlang der horizontalen Linien des Grundlinienrasters verlaufen die Grundlinien des Grundtextes. Der Abstand der Rasterlinien entspricht dem Zeilenabstand des Grundtextes.

Kapitälchen

Eine Schriftvariante, bei der alle Buchstaben die Form von Großbuchstaben aufweisen. Die Versalien haben dabei die normale Schriftgröße, die Kleinbuchstaben sind entsprechend verkleinert.

Halbgeviert

Ein Leerraum im typografischen Maßsystem, das halb so breit ist wie ein Geviert. Seine Größe richtet sich immer nach der aktuellen Schriftgröße. Bei einer Schriftgröße von 12 Punkt ist ein Halbgeviert 6 Punkt groß.

Kolummentitel

Zeile mit Pagina und /oder Text; beim lebenden Kolummentitel wechselt der Text abhängig vom Seiteninhalt, beim toten Kolummentitel bleibt der Text unverändert.

Kleine Infokärtchen gestalten

Mit Hilfe der Datenzusammenführung entstanden die hier abgebildeten Kärtchen mit Begriffserklärungen zur Typografie. Jedes Kärtchen ist 70 x 25 mm groß, hat einen abgerundeten weißen Hintergrund mit einem Schatten versehen. In einer Excel-Tabelle wurden die Begriffe und Erklärungen jeweils in nebenstehenden Spalten eingefügt. Zu Beginn legt man eine neue Datei mit den Maßen 70 x 25 mm an und platziert hier alle relevanten Elemente. Der Hintergrund der Datei ist transparent. Macht man das nicht, wird zusätzlich ein weißer rechteckiger Rahmen generiert, den man nicht braucht. Über den Assistenten zur Datenzusammenführung legt man zwei Textfelder an, in denen die Spaltenbezeichnungen aus der Excel-Tabelle über das Panel

„Felder“ eingefügt werden. Damit die Datenzusammenführung auch funktioniert, legt man mit dem Werkzeug „Layoutwerkzeug zur Datenzusammenführung“ einen Rahmen über das ganze Dokument, mit einer Spalte und einer Zeile. Klickt man nun im „Assistenten zur Datenzusammenführung“ auf „Erstellen“, werden mehrere Seiten generiert, die jeweils einen einzigen Begriff erklären. Über die Zwischenablage kann man jetzt die einzelnen Kärtchen in das gewünschte Dokument einfügen. In diesem Beispiel wurde die Überschrift fett markiert und der Erklärtext im Textrahmen mittig gesetzt. Die Schriftgröße beträgt 10 Punkt. Sollte es einmal einen längeren Erklärtext geben, der nicht in den Rahmen passt, kann man das mit einer kleineren Schrift (9 Punkt) ausgleichen.



KI GENERIERTE BILDER ERSTELLEN

Auf der Plattform „Pixabay“ findet man mittlerweile jede Menge KI-generierte Bilder, mit denen man seinen eigenen Inhalten ein „Gesicht geben kann“. Wie wäre es, wenn man einen Fantasie-Roman schreibt und passend zu den Charakteren noch ein Bild benötigt. Die links abgebildete Figur mit dem Schloss auf dem Kopf passt wunderbar in dieses Metier. Mit etwas Geduld findet man bei Pixabay genau das passende Bild zum eigenen Roman. Man muss halt nur auf die Nutzungsbedingungen achten. Das Original kann man auch für das Buch-Cover und den Klappentext verwenden.

Man kann KI-Fotos aber auch kostenlos mit einer Vielzahl von Online-Tools erstellen, darunter der Bing Image Creator von Microsoft, der KI-Bildgenerator von Canva, der YouCam Online Editor und der Fotor KI-Bildgenerator. Diese Plattformen ermöglichen es Ihnen, Bilder aus Textbeschreibungen („Prompts“) zu generieren, und bieten oft auch Optionen für verschiedene Kunststile und die Möglichkeit, bestehende Bilder zu bearbeiten.

Bing Image Creator: Erstellen Sie Bilder, indem Sie ein kostenloses Microsoft-Konto einrichten. Er ist auch im Microsoft Edge-Browser integriert und bietet verschiedene Stile wie „foto-realistisch“ oder „digitale Kunst“ an.

Canva AI Image Generator: Finden Sie den Generator über die Elemente-Funktion oder die Suchleiste und geben Sie eine detaillierte Beschreibung Ihres gewünschten Bildes ein. Sie können auch andere KI-Tools wie DALL-E oder Imagen über Canva nutzen.

YouCam Online Editor: Eine benutzerfreundliche Lösung, die auch kostenlose Credits zur Erstanmeldung bietet, um Ihre kreativen Ideen zu verwirklichen.

Fotor: Dieser Generator bietet einen Bild-zu-Bild-Modus an, mit dem Sie eigene Bilder hochladen und in verschiedene KI-Stile umwandeln können.

Adobe Firefly: Melden Sie sich mit Ihrer kostenlosen Adobe ID an und nutzen Sie das „Text zu Bild“-Tool auf der Startseite, um Bilder zu generieren.

MyEdit: Öffnen Sie MyEdit, wählen Sie den KI-Bild-Generator aus, beschreiben Sie das gewünschte Bild und passen Sie es mit Stilen und Seitenverhältnissen an.

Wie es funktioniert

1. *Plattform auswählen:* Besuchen Sie eine der oben genannten Plattformen im Webbrowser.
2. *Prompt eingeben:* Beschreiben Sie detailliert das Bild, das Sie erstellen möchten, in der dafür vorgesehenen Textbox (Prompt).
3. *Stile wählen:* Wählen Sie aus verschiedenen vordefinierten Kunststilen oder laden Sie ein Referenzbild hoch, um die KI zu leiten.
4. *Bilderstellung:* Klicken Sie auf „Bild erstellen“ und warten Sie, bis die KI Ihr Bild generiert.
5. *Anpassen und Herunterladen:* Sie können das Ergebnis weiter im Editor anpassen oder direkt herunterladen, um es zu verwenden.

DIRTY DESIGN

In einer Welt, die von Perfektion besessen ist, sorgt ein neuer Designtrend für Aufsehen, indem er Fehler, Schönheitsfehler und Pannen offen zur Schau stellt – willkommen im Zeitalter des „Dirty Design“. Schlankes und minimalistisches Design dominierte jahrelang die Kreativwelt und spiegelte unseren kollektiven Wunsch nach Einfachheit und Eleganz wider. Vom Website-Design über die Benutzeroberfläche mobiler Apps bis hin zur Markenverpackung waren klare Linien und eine elegante Ästhetik lange Zeit angesagt, ermüden den Betrachter aber zusehens. „Dirty Design“ ist da eine erfrischende Abwechslung, die die Norm herausfordert, indem sie Unvollkommenheit und Authentizität begrüßt. „Dirty Design“ zeichnet sich durch einen rohen und kompromisslosen Ansatz für modernes Design aus, der Rauheit, Textur und Vintage-Ästhetik in die digitale Arbeit integriert.

Dirty Design verstehen

Bei „Dirty Design“ geht es darum, Unvollkommenheiten, unerwartete Texturen, die richtige Menge an Körnigkeit und gut platzierte Retro-Elemente in modernes Design zu integrieren. Denken Sie an körnige Überlagerungen, raue Kanten, handgezeichnete Elemente und den gelegentlichen, nicht ganz so zufälligen „Fehler“, der eher dazu dient, Charakter zu verleihen, als Glanz zu verleihen. Dieser Ansatz würdigt die Eigenheiten, die uns an den physischen Druck, den Siebdruck und die frühe Ära der digitalen Kunst erinnern, als die Technologie zwar nicht besonders elegant war, aber über reichlich Persönlichkeit verfügte.

Woher stammt „Dirty Design“?

Das Konzept hat tiefe Wurzeln im Vintage-Design, von Punkrock-Albumcovern und der DIY-Zine-Kultur bis hin zu den frühen Desktop-Publishing-Programmen, die zum Experimentieren anregten. Diese Ästhetik, die sich in Techniken wie Risographendruck und Halbtoneffekten zeigt, erinnert an eine vor-digitale Welt. Einflussreiche Designer wie Aaron Draplin waren lautstarke Verfechter dieses Stils und haben „Dirty Design“ mit ihren mutigen und einzigartigen Arbeiten erfolgreich in den Vordergrund gerückt. Zu den weiteren prominenten Designern, die „Dirty Design“ zum Mainstream-Erfolg verholfen haben, gehören:

Art Chantry,

Designer legendärer Bandposter und Albumcover

Jeff Kleinsmith

Schöpfer von Filmplakaten, Logos und Covern

Aesthetic Apparatus

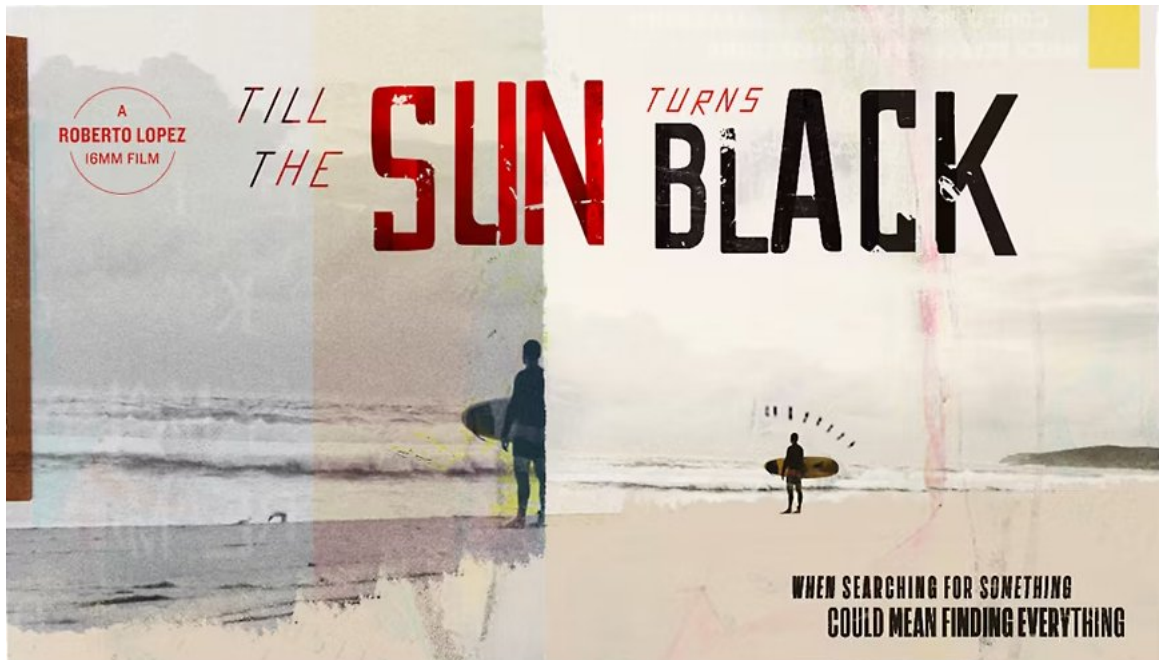
Designstudio, das Poster und Drucke herstellt

Kate Bingaman-Burt

Illustratorin von Anzeigen und Kritzeleien

Die Unvollkommenheit

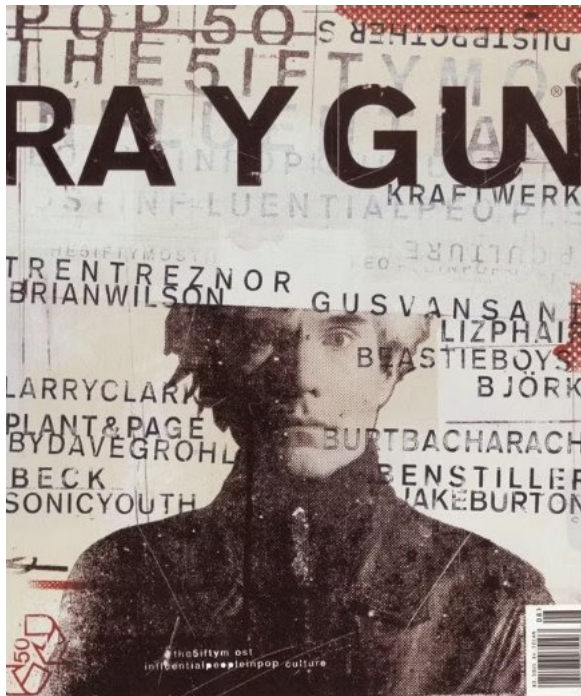
Das heutige Publikum legt oft Wert auf Echtheit statt Perfektion. „Dirty Design“ greift diesen Wandel auf, indem es Fehler und Unvollkommenheiten offen zur Schau stellt und so eine nachvollziehbare Ästhetik schafft, die die Authentizität widerspiegelt, nach der Menschen in ihrem Online- und Offline-Leben suchen. Plattformen wie Instagram und TikTok, die ungefilterte Inhalte und Einblicke hinter die



Kulissen populär gemacht haben, haben maßgeblich dazu beigetragen, unsere visuellen Erwartungen neu zu gestalten. Da sich die Zuschauer immer mehr auf unverfälschte und ungefilterte Inhalte einstellen, haben auch die Grafikdesign-Trends nachgezogen und viele Designer verfolgen Ansätze, die authentischer und weniger massenproduziert wirken. „Dirty Design“ ist auch deshalb so wirkungsvoll, weil es nostalgische Erinnerungen an Retro-Ästhetik und analoge Medien wie VHS-Kassetten, 35-mm-Film und Holzschnitte weckt. Solche Elemente können bei Betrachtern eine emotionale Reaktion hervorrufen und ihnen ein Gefühl von Vertrautheit, Gemütlichkeit und Verbundenheit vermitteln, dass hochglanzpoliertem digitalem Design oft fehlt.

Der Reiz von Unvollkommenheit

Aus rein ästhetischer Sicht verleihen Unvollkommenheiten Designs mehrschichtige Tiefe. Dies erzeugt ein visuelles Interesse, das klaren, minimalistischen Designs oft fehlt. Die Verwendung von Maserung, Textur und rauen Elementen lädt den Betrachter zum Verweilen ein, genauer hinzusehen und sich mit den kleineren Details des Designs auseinanderzusetzen. Und im digitalen Zeitalter, in dem vieles algorithmisch generiert wirkt, ist der handgefertigte Charakter von „Dirty Design“ eine Wohltat. Ecken und Kanten, handgezeichnete Skizzen und organische Texturen verleihen den Arbeiten eine persönlichere Note und spiegeln die menschliche Note hinter jedem Design besser wider. Selbst bei voll-



ständig digital erstellten Arbeiten können Unvollkommenheiten und Unregelmäßigkeiten die makellose Optik konventioneller moderner Designs abschwächen. Während minimalistisches Design steril und kalt wirken kann, strahlt „Dirty Design“ eine raue, rebellische Energie aus, die das Publikum auf einer emotionaleren Ebene anspricht. Die Mängel machen das Werk einprägsamer und bieten gleichzeitig einen starken Kontrast zu den klaren, oft vergessenswerten Designs, die im minimalistischen Stil bevorzugt werden.

Warum ist „Dirty Design“ wichtig?

In einem Markt, der seit Langem mit klaren, einfachen und eindeutig homogenen Inhalten überschwemmt wird, sticht „Dirty Design“ aus der Masse hervor. Seine Unvollkommenheiten

verleihen dem Design den nötigen Charakter, der es einprägsamer macht und seine Chancen erhöht, beim Publikum Anklang zu finden. Das Beste daran: Authentisches Design ist nicht nur ein Blickfang, sondern kann auch das Vertrauen und die Loyalität der Kunden stärken. Indem Marken Unvollkommenheiten akzeptieren, können sie eine echte Verbindung zu ihrer Zielgruppe aufbauen, die ihre eigene Arbeit in der Authentizität des „Dirty Design“ widerspiegelt. Für Designer bietet „Dirty Design“ eine Möglichkeit, dem Perfektionismus zu entfliehen. Wenn Designern die Erlaubnis gegeben wird, Fehler zu akzeptieren, zu experimentieren und ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen, können sie ihren eigenen, einzigartigen Stil finden und gleichzeitig die Grenzen des digitalen Designs erweitern.

Techniken zum Umgang mit „Dirty Design“

Integrieren Sie interessante Texturen

Körnung und Körnigkeit: Alle Affinity-Programme bieten Tools, mit denen Sie ganz einfach körnige Effekte und Grunge-Texturen hinzufügen können. Sorgfältig angewendet, können diese Effekte digitalen Designs ein abgenutzteres und physischeres Aussehen verleihen.

Halbtonmuster: Mithilfe von Halbtonmustern ist das Nachahmen von Vintage-Drucktechniken ein Kinderspiel und kann sofort ein nostalgischer Drucklook erzeugt werden.

Akzeptieren Sie die Unvollkommenheiten

Handgezeichnete Elemente: Integrieren Sie handgezeichnete Skizzen oder Schriftzüge für eine natürlichere, persönlichere Note. Und wenn Ihnen Ihre eigene Handschrift nicht gefällt, können Sie jederzeit eine Schriftart mit handgezeichnetem Aussehen herunterladen.

Glückliche Zufälle: Wie Bob Ross immer sagte, können Fehler manchmal das Beste an einem Kunstwerk sein. Scheuen Sie sich also nicht, kleine „Zufälle“ zu gewollten (und dauerhaften) Aspekten Ihres Designs werden zu lassen.

Experimente außerhalb des Bildschirms

Physische Medien: Experimentieren Sie mit Tintenspritzern, Kritzeleien, zerkratztem Papier, zerknitterten Fotos und anderen physischen Materialien, um deutlich analoge Texturen zu erstellen. Scannen Sie diese anschließend, wählen Sie Ihre Favoriten aus und fügen Sie diese realen Texturen in Ihre digitalen Designs ein.

Scan-Artefakte: Denken Sie daran, dass Scan-Fehler wie Störungen oder Streifen eher kreative Merkmale als Fehler sein können. Wenn Sie also solche in Ihren Scans entdecken, versuchen Sie, sie zu entfernen, bevor Sie auf „Löschen“ klicken.

Verschwommene und verdeckte Elemente

Bewusste Unschärfe: Verwischen Sie bestimmte Elemente, um ein Gefühl von Bewegung oder Tiefe zu erzeugen, wodurch das Aussehen unscharfer Fotos oder abgenutzter Drucke nachgeahmt werden kann.

Schichten über Schichten: Versuchen Sie, halbtransparente Texturen, Illustrationen oder Farben übereinanderzulegen, um visuelle Tiefe zu erzeugen, und Materialien wie mehrschichtige Poster, handgefertigte Collagen oder alte Zeitschriftenausschnitte zu imitieren.

Old-School-Medien

Simulierte Fotokopiereffekte: Experimentieren Sie mit Designs, die aussehen, als wären sie mehrmals fotokopiert worden, um ein körniges, kontrastreiches Aussehen zu erzeugen.

Filmkörnung und Lichtlecks: Fügen Sie subtile Filmkörnung und Lichtleck-Overlays hinzu, um Designs eine Retro-Fotografie-Ästhetik zu verleihen.

Der handgestempelte Look: Verwenden Sie digitale Pinsel oder Stempel, die die Ungleichmäßigkeit eines Gummistempels nachahmen, um einen taktileren Look zu erzielen.

INHALT ALLER 30 M62-HEFTE - NACH HEFT NR.

Thema

Publisher, Dingbats-Schriften & Globale Farben
Publisher, Ein Plakat gestalten
Kreatives Gestalten, Konzepte & Stile
Designer, Pinsel, Strukturen, Typografie
Designer, Texteffekte mit Vektor-Pinseln
Designer, Metall-Schriftzug
Designer, Vintage-Aufkleber gestalten
Designer, Artboard-Funktionen
Designer, Buchvorstellung Designer
Über den Tellerrand geschaut, Snagit
Photo, Buchvorstellung Photo
Photo, Arbeiten mit Snapshots
Photo, Akvis-Sketch-Plugin
Über den Tellerrand geschaut, HelpNDoc
Designer, Ziffernblatt gestalten
Designer, Mehrfarbenverläufe
Designer, Bereiche vergrößert darstellen
Designer, Artboard-Werkzeug
Photo, Fotomontage
Gut zu Wissen, Typografie
Publisher, Making Off, Magazin
Publisher, Anpinnen-Funktion
Publisher, Logo gestalten
Publisher, Logos, Theorie
Ahnenforschung, Scrapbooking
Designer, Programmsymbole extrahieren
Über den Tellerrand geschaut, Photoshop-Filter
Publisher, Making Off, mein Einsteigerbuch
Publisher, Buchprojekte, Erfahrungen
Publisher, Aufbau eines Wickelfalzflyers
Publisher, Textabsätze ansprechend präsentieren
Designer, Web- und Screendesign
Malen wie die Profis, Digital Painting
Über den Tellerrand geschaut, PDF-Elements
Publisher, Interaktive PDF-Dateien erstellen
Publisher, das PDF-Format kennenlernen
Publisher V1.9, neue Funktionen
Publisher, Datenzusammenführung
Publisher, Checklisten-Funktionen
Publisher, Lizenz-Modell
Publisher, Fotos über Masterseiten ausgeben
Publisher, wie gestaltet man ein Buch
Selfpublishing, eigenes Buch vermarkten
Über den Tellerrand geschaut, Cleverprinting
Publisher, Editorial Design
Geschichte, Zeitungen und Zeitschriften
DTP, wie alles begann
Regeln, Editorial Design
Publisher, Stilelemente gestalten
Kalenderblätter gestalten
Publisher, eine Vorlage erstellen
Publisher, Vorlage mit Scribble erstellen
Publisher, dynamische Masterseiten
Vereinszeitungen, Grundlagen
Über den Tellerrand geschaut, VueScan, Scansoftware

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 1, Seite 3
Heft Nr. 1, Seite 4
Heft Nr. 1, Seite 6
Heft Nr. 1, Seite 8
Heft Nr. 1, Seite 10
Heft Nr. 1, Seite 12
Heft Nr. 1, Seite 14
Heft Nr. 1, Seite 16
Heft Nr. 1, Seite 17
Heft Nr. 1, Seite 18
Heft Nr. 1, Seite 19
Heft Nr. 1, Seite 20
Heft Nr. 1, Seite 22
Heft Nr. 2, Seite 3
Heft Nr. 2, Seite 4
Heft Nr. 2, Seite 7
Heft Nr. 2, Seite 8
Heft Nr. 2, Seite 9
Heft Nr. 2, Seite 10
Heft Nr. 2, Seite 12
Heft Nr. 2, Seite 14
Heft Nr. 2, Seite 17
Heft Nr. 2, Seite 18
Heft Nr. 2, Seite 20
Heft Nr. 2, Seite 22
Heft Nr. 3, Seite 3
Heft Nr. 3, Seite 4
Heft Nr. 3, Seite 6
Heft Nr. 3, Seite 8
Heft Nr. 3, Seite 10
Heft Nr. 3, Seite 11
Heft Nr. 3, Seite 14
Heft Nr. 3, Seite 18
Heft Nr. 4, Seite 3
Heft Nr. 4, Seite 4
Heft Nr. 4, Seite 6
Heft Nr. 4, Seite 10
Heft Nr. 4, Seite 11
Heft Nr. 4, Seite 16
Heft Nr. 4, Seite 17
Heft Nr. 4, Seite 17
Heft Nr. 4, Seite 19
Heft Nr. 4, Seite 23
Heft Nr. 5, Seite 3
Heft Nr. 5, Seite 4
Heft Nr. 5, Seite 5
Heft Nr. 5, Seite 8
Heft Nr. 5, Seite 9
Heft Nr. 5, Seite 10
Heft Nr. 5, Seite 12
Heft Nr. 5, Seite 14
Heft Nr. 5, Seite 16
Heft Nr. 5, Seite 18
Heft Nr. 5, Seite 19
Heft Nr. 6, Seite 3

Thema

Scannen, Dokumente scannen und optimieren
Assets, effektives Arbeiten
Publisher, neues in Version 1.10
Publisher, Text an Pfad ausrichten
Designer, Badges & Abzeichen
Publisher, Word-Texte platzieren
Publisher, Plakat entwerfen
Fotos, Sammeln, verwalten & archivieren
QR-Code, medienübergreifende Verbindung
[Designer, Programmoberfläche](#)
[Designer, neues Dokument erstellen](#)
[Designer, Lineal & Zoom](#)
[Designer, Arbeiten mit Paneln](#)
[Designer, Hilfslinien](#)
[Designer, die Werkzeugleiste](#)
[Designer, der Zeichenstift](#)
[Designer, Formen, Farben & Konturen](#)
[Designer, Formen verändern](#)
[Designer, Farbverläufe](#)
[Designer, Arbeiten mit Text](#)
[Designer, Arbeiten mit Ebenen](#)
[Designer, Verkettung von Ringen](#)
[Designer, Schrift mit Grafik füllen](#)
[Designer, Ausgabe von Grafiken](#)
Publisher, Aufbau & Import einer PDF-Datei
Designer, Mit Konturen arbeiten
Grafiktext formatieren
Eine Form mit einem Foto füllen
Arbeiten mit Globalen Farben
Publisher, Stile für Rahmentext entwerfen
Publisher, Fotos mit Anpassungsebene verändern
Über den Tellerrand geschaut, Lexican 6
Publisher, Kalender gestalten
Publisher, mehrere Nutzen drucken
Publisher, Dokumente vergrößern
[Was ist los bei der Firma Serif?](#)
[Publisher, Webdesign](#)
[Publisher, Fotos mit Bildunterschriften](#)
[Die eigene Hausschrift](#)
[Publisher, Die Datenzusammenführung](#)
[Publisher, Blitz-Tabelle anlegen](#)
[Publisher, Farben mit Color-Picker definieren](#)
[Publisher, Text umfließt eine Grafik](#)
[Publisher, Buchcover gestalten](#)
Assets, Farben, Textstile und Fotos, Tipps
Das Gestalten von Workbooks
Workbooks, das Cover
Workbooks, Inhaltsverzeichnis
Workbooks, Willkommenseite
Workbooks, Kapiteltexte
Workbooks, Checkliste
Workbooks, Seite für Abfragen
Workbooks, Stilelemente
Workbooks, Seitenaufteilung
Workbooks, Marginalien

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 6, Seite 4
Heft Nr. 6, Seite 7
Heft Nr. 6, Seite 9
Heft Nr. 6, Seite 10
Heft Nr. 6, Seite 13
Heft Nr. 6, Seite 16
Heft Nr. 6, Seite 18
Heft Nr. 6, Seite 20
Heft Nr. 6, Seite 23
[Heft Nr. 7, Seite 3](#)
[Heft Nr. 7, Seite 5](#)
[Heft Nr. 7, Seite 7](#)
[Heft Nr. 7, Seite 8](#)
[Heft Nr. 7, Seite 10](#)
[Heft Nr. 7, Seite 11](#)
[Heft Nr. 7, Seite 12](#)
[Heft Nr. 7, Seite 14](#)
[Heft Nr. 7, Seite 16](#)
[Heft Nr. 7, Seite 17](#)
[Heft Nr. 7, Seite 18](#)
[Heft Nr. 7, Seite 20](#)
[Heft Nr. 7, Seite 22](#)
[Heft Nr. 7, Seite 23](#)
[Heft Nr. 7, Seite 24](#)
Heft Nr. 8, Seite 3
Heft Nr. 8, Seite 4
Heft Nr. 8, Seite 6
Heft Nr. 8, Seite 7
Heft Nr. 8, Seite 8
Heft Nr. 8, Seite 10
Heft Nr. 8, Seite 12
Heft Nr. 8, Seite 14
Heft Nr. 8, Seite 18
Heft Nr. 8, Seite 21
Heft Nr. 8, Seite 22
[Heft Nr. 9, Seite 3](#)
[Heft Nr. 9, Seite 4](#)
[Heft Nr. 9, Seite 8](#)
[Heft Nr. 9, Seite 10](#)
[Heft Nr. 9, Seite 11](#)
[Heft Nr. 9, Seite 16](#)
[Heft Nr. 9, Seite 18](#)
[Heft Nr. 9, Seite 20](#)
[Heft Nr. 9, Seite 22](#)
Heft Nr. 10, Seite 3
Heft Nr. 10, Seite 4
Heft Nr. 10, Seite 7
Heft Nr. 10, Seite 8
Heft Nr. 10, Seite 9
Heft Nr. 10, Seite 10
Heft Nr. 10, Seite 11
Heft Nr. 10, Seite 12
Heft Nr. 10, Seite 13
Heft Nr. 10, Seite 14
Heft Nr. 10, Seite 15

Thema

Workbooks, Stilelemente, Tipps
Workbooks, Textboxen präsentieren, Tipp
Workbooks, Planungsseiten
Workbooks, Die Arbeit mit Word
Workbooks, Texte hervorheben mit Stilelementen
Workbooks, Farbkombinationen suchen
[Über den Tellerrand geschaut, Papyrus Autor](#)
[Wortwolken](#)
Zeilen, Zeichen, Absätze, Grundlagen
Textstile, Einstellungen erklärt
Blocksatz, arbeiten mit optischem Randausgleich
PostScript, Open Type und TrueType
Open Type und Typografie
Initialen
Schreibregeln
Font-Manager, Schriften verwalten
Typografische Fachbegriffe
[Die perfekte Abrisskante](#)
Abstürze in der V1.10 - Version
Kleine Neuerungen
Quick Grid, Inhalte schnell vervielfältigen
Umwandeln Rahmen- und Grafiktext
Auto-Flow
Das Menü NEU - Organisation mit System
Publisher, Das neue Panel Bücher
Publisher, Das Erstellen von Büchern
Publisher, Ein Buch exportieren
Die Stilpipette
Publisher, das Panel Noten
Publisher, das Panel Noten, Einstellungen
Cad-Dateien importieren
[In eigener Sache, Version 1 und 2](#)
[Das Mesh-Werkzeug](#)
Designer, verzerren
Das Werkzeug Verlaufsfüllung
Publisher, Tipps zu Buch-Optionen
Publisher, eigenes Layout entwerfen
Publisher, Marginalien einsetzen
Publisher, Vorlagen organisieren
Publisher, Lesezeichen & Index für PDF-Export
Publisher, private Publikationen
[Die Online-Druckerei](#)
[Das Einteilen von Schriften](#)
[Der Goldene Schnitt](#)
Inspirationsquellen
Ein Designer packt aus - Kurt Korbatis
Publisher, Layout für ein A4-Buch
Auto-Flow Reihenfolge
Klebestreifen für Fotos
Fallstricke bei Druckprodukten
Publisher, Speisekarten
Publisher, Tischaufsteller
Affinity-Suite, das Update V2.1
Richtig scannen
Thumbnailbilder anlegen
Gestalten mit Slab-Serif-Schriften
[PNG-Transparenzen, aus Schaden wird man klug](#)
[Color Management, der Umgang mit Farben](#)
[Farbräume](#)

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 10, Seite 16
Heft Nr. 10, Seite 17
Heft Nr. 10, Seite 18
Heft Nr. 10, Seite 20
Heft Nr. 10, Seite 22
Heft Nr. 10, Seite 23
[Heft Nr. 11, Seite 3](#)
[Heft Nr. 11, Seite 4](#)
[Heft Nr. 11, Seite 9](#)
[Heft Nr. 11, Seite 10](#)
[Heft Nr. 11, Seite 13](#)
[Heft Nr. 11, Seite 14](#)
[Heft Nr. 11, Seite 15](#)
[Heft Nr. 11, Seite 16](#)
[Heft Nr. 11, Seite 17](#)
[Heft Nr. 11, Seite 19](#)
[Heft Nr. 11, Seite 20](#)
[Heft Nr. 11, Seite 22](#)
Heft Nr. 12, Seite 3
Heft Nr. 12, Seite 4
Heft Nr. 12, Seite 5
Heft Nr. 12, Seite 6
Heft Nr. 12, Seite 7
Heft Nr. 12, Seite 8
Heft Nr. 12, Seite 10
Heft Nr. 12, Seite 12
Heft Nr. 12, Seite 15
Heft Nr. 12, Seite 17
Heft Nr. 12, Seite 18
Heft Nr. 12, Seite 20
Heft Nr. 12, Seite 23
[Heft Nr. 13, Seite 3](#)
[Heft Nr. 13, Seite 4](#)
[Heft Nr. 13, Seite 6](#)
[Heft Nr. 13, Seite 10](#)
[Heft Nr. 13, Seite 11](#)
[Heft Nr. 13, Seite 12](#)
[Heft Nr. 13, Seite 14](#)
[Heft Nr. 13, Seite 16](#)
[Heft Nr. 13, Seite 17](#)
[Heft Nr. 13, Seite 18](#)
[Heft Nr. 13, Seite 20](#)
[Heft Nr. 13, Seite 22](#)
[Heft Nr. 13, Seite 23](#)
Heft Nr. 14, Seite 3
Heft Nr. 14, Seite 6
Heft Nr. 14, Seite 10
Heft Nr. 14, Seite 12
Heft Nr. 14, Seite 13
Heft Nr. 14, Seite 14
Heft Nr. 14, Seite 16
Heft Nr. 14, Seite 18
Heft Nr. 14, Seite 19
Heft Nr. 14, Seite 20
Heft Nr. 14, Seite 22
Heft Nr. 14, Seite 23
[Heft Nr. 15, Seite 3](#)
[Heft Nr. 15, Seite 4](#)
[Heft Nr. 15, Seite 5](#)

Thema

Affinity-Suite, Einstellungen
Farbverbindlichkeiten
Schwarz ist nicht gleich Schwarz
Pantone-, HKS & Sonderfarben, Farbprofile
Gamutmap, die ideale Farbe für Kundenlogos
Designer, das Messer-Werkzeug
Fotos richtig auswählen, Grundlagen
Zeichenprogramme
Grafiktablets
Die Deutsche Nationalbibliothek
Buchprojekt mit Hindernissen
Publisher, Fußnoten mit Abstand
Publisher, Optimale Text-Gliederung
Affinity-Suite, Kleine Kniffe erleichtern das Arbeiten
Publisher, Vintage Buchcover entwerfen
Datenlieferanten
Publisher, ansprechende Inhaltsverzeichnisse
Bilderfluten managen
Photo, Tonwerte korrigieren
Photo, Freistellen von Fotos
Affinity-Suite, Neues in Version 2.2
Publisher, ungenutzte Textstile löschen
Publisher, die Checkliste, Tipp
Publisher, das Kontextmenü in einem Textrahmen
Grundlagen zur Fotomontage
Designcuts - Eldorado für Grafikfans
Eine Collage entsteht
Bildelemente in Fotomontagen und Fotocollagen
Werbung damals und heute
Über den Tellerrand geschaut, Textbausteine verwalten
Das System, Organisation ist alles
Broschüren auf dem eigenen Drucker ausgeben
Microsoft Print to PDF
Publisher, optimaler Mengensatz
Der Musterkoffer
Publisher, Wörterbuch für Silbentrennung
Der Vintage-Stil
Schriften im Vintage-Stil
Farben im Vintage-Stil
Kapitelabschlussbilder
Arbeiten mit einem Mock-Up
Publisher, Weihnachtskarten
Über den Tellerrand geschaut, Dokumente verwalten
Professionelle Inhalte
Die Metapher
Pixelmania, grobe Pixelkunst
Pixelfont, Online Generator
Publisher, Bildunterschriften richtig platzieren
Publisher, Plakate für Werbezwecke
Die Quellenangaben
Publisher, Tipps im Umgang mit
Puzzlemania, Gestaltung eines Puzzels
Grafikdesign Trends
Chancen und Risiken von KI
Die Schriftenmacher
Rückblick, Fachzeitschriften gestern und heute
Designer, Comic-Figuren zeichnen
Comic Schriften
Über den Tellerrand geschaut, Das Online-Lektorat

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 15, Seite 6
Heft Nr. 15, Seite 7
Heft Nr. 15, Seite 8
Heft Nr. 15, Seite 10
Heft Nr. 15, Seite 12
Heft Nr. 15, Seite 15
Heft Nr. 15, Seite 16
Heft Nr. 15, Seite 18
Heft Nr. 15, Seite 22
Heft Nr. 16, Seite 3
Heft Nr. 16, Seite 4
Heft Nr. 16, Seite 6
Heft Nr. 16, Seite 7
Heft Nr. 16, Seite 8
Heft Nr. 16, Seite 10
Heft Nr. 16, Seite 12
Heft Nr. 16, Seite 13
Heft Nr. 16, Seite 18
Heft Nr. 16, Seite 20
Heft Nr. 16, Seite 21
Heft Nr. 17, Seite 3
Heft Nr. 17, Seite 12
Heft Nr. 17, Seite 13
Heft Nr. 17, Seite 13
Heft Nr. 17, Seite 14
Heft Nr. 17, Seite 16
Heft Nr. 17, Seite 17
Heft Nr. 17, Seite 22
Heft Nr. 17, Seite 23
Heft Nr. 18, Seite 3
Heft Nr. 18, Seite 4
Heft Nr. 18, Seite 7
Heft Nr. 18, Seite 9
Heft Nr. 18, Seite 10
Heft Nr. 18, Seite 11
Heft Nr. 18, Seite 12
Heft Nr. 18, Seite 14
Heft Nr. 18, Seite 16
Heft Nr. 18, Seite 18
Heft Nr. 18, Seite 19
Heft Nr. 18, Seite 20
Heft Nr. 18, Seite 22
Heft Nr. 19, Seite 3
Heft Nr. 19, Seite 4
Heft Nr. 19, Seite 5
Heft Nr. 19, Seite 6
Heft Nr. 19, Seite 8
Heft Nr. 19, Seite 10
Heft Nr. 19, Seite 12
Heft Nr. 19, Seite 14
Heft Nr. 19, Seite 15
Heft Nr. 19, Seite 16
Heft Nr. 19, Seite 20
Heft Nr. 19, Seite 22
Heft Nr. 20, Seite 4
Heft Nr. 20, Seite 8
Heft Nr. 20, Seite 10
Heft Nr. 20, Seite 13
Heft Nr. 20, Seite 17

Thema

Photo, Luminanz-Rauschen verringern
Designer, mit dem Messer schneiden
Etiketten gestalten
[Bildunterschriften nummerieren](#)
[Publisher, das Panel Beschränkungen](#)
[Der Aufmacher](#)
[Texthilfen mit KI-Generatoren](#)
[Die beliebtesten Zeitschriften und Magazine](#)
[Magazine und ihre Rubriken](#)
[Meine Magazinvorlage, Stadtmagazin](#)
[Affinity-Suite, Neues in Version 2.5](#)
[Neue variable Fonts](#)
[Tipps und Tricks](#)
[Wie wird Papier hergestellt?](#)
[Der Kunde ist König](#)
[Affinity-Suite, Neues in den Publisher-Versionen](#)
[Sicherheit mit Wasserzeichen und Kennwortschutz](#)
[Publisher, Feintuning mit dem Panel Textrahmen](#)
[Variable Schriften](#)
[Zeitungen gestalten](#)
[Arbeiten mit Graustufenbildern](#)
[Publisher, Datenzusammenführung, Urkunden](#)
[Publisher, Einstellungen näher beleuchtet](#)
[Designer, das Werkzeug Konturbreite](#)
[Designer, das Werkzeug Umrandung](#)
[Textprogramme, eine kleine Zeitreise](#)
[Das Buch, das niemand lesen kann](#)
[Publisher, eigene Vorlagen erstellen](#)
[Publisher, das Update auf V2.5.5](#)
[Publisher, Spaltentext mit Überschrift](#)
[Kreuzworträtsel, Generatoren](#)
[Farbige Doppelseiten](#)
[Stempelschriften](#)
[Buch über eine Sammlung erstellen](#)
[Hyperlinks](#)
[Der 34 Zoll Monitor](#)
[Michel Mayerles Video-Tutorials](#)
[Logo Generatoren](#)
[Kreatives Gestalten, Regeln und Stile](#)
[Acrobat Reader, Beschnitt Anzeige einschalten](#)
[Der alltägliche Wahnsinn, Lösungen gesucht](#)
[Farbtafeln, eigene Farbkombinationen](#)
[Das Monogramm, kunstvolle Buchstaben](#)
[Albrecht Dürer, sein weltberühmtes Monogramm](#)
[Speisekarten, Formate miteinander kombinieren](#)
[Aufkleber gestalten](#)
[Das eigene Geschenkpapier](#)
[Photo, der GMIC-Filter](#)
[Das M62-Projekt, 4 Jahre im Dienst der Affinity-Anwender](#)
[Etiketten gestalten, vom Klassiker zum freien Format](#)
[Rundes Etikett nach Druckvorlage](#)
[Werbeartikel](#)
[T-Shirts bedrucken](#)
[Tassen, Dosen, Becher bedrucken](#)
[Türanhänger bedrucken](#)
[Produktverpackungen](#)
[Affinity-Suite, Neues in Version 2.6](#)
[Publisher, 50 Tipps & Tricks](#)
[Publisher, Kolumnentitel](#)

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 20, Seite 18
Heft Nr. 20, Seite 20
Heft Nr. 20, Seite 22
[Heft Nr. 21, Seite 4](#)
[Heft Nr. 21, Seite 6](#)
[Heft Nr. 21, Seite 7](#)
[Heft Nr. 21, Seite 8](#)
[Heft Nr. 21, Seite 9](#)
[Heft Nr. 21, Seite 10](#)
[Heft Nr. 21, Seite 12](#)
[Heft Nr. 21, Seite 16](#)
[Heft Nr. 21, Seite 18](#)
[Heft Nr. 21, Seite 20](#)
[Heft Nr. 21, Seite 22](#)
Heft Nr. 22, Seite 3
Heft Nr. 22, Seite 4
Heft Nr. 22, Seite 5
Heft Nr. 22, Seite 6
Heft Nr. 22, Seite 8
Heft Nr. 22, Seite 9
Heft Nr. 22, Seite 11
Heft Nr. 22, Seite 12
Heft Nr. 22, Seite 14
Heft Nr. 22, Seite 16
Heft Nr. 22, Seite 19
Heft Nr. 22, Seite 20
Heft Nr. 22, Seite 22
[Heft Nr. 23, Seite 3](#)
[Heft Nr. 23, Seite 3](#)
[Heft Nr. 23, Seite 4](#)
[Heft Nr. 23, Seite 5](#)
[Heft Nr. 23, Seite 6](#)
[Heft Nr. 23, Seite 8](#)
[Heft Nr. 23, Seite 10](#)
[Heft Nr. 23, Seite 14](#)
[Heft Nr. 23, Seite 16](#)
[Heft Nr. 23, Seite 18](#)
[Heft Nr. 23, Seite 20](#)
[Heft Nr. 23, Seite 22](#)
Heft Nr. 24, Seite 3
Heft Nr. 24, Seite 4
Heft Nr. 24, Seite 6
Heft Nr. 24, Seite 8
Heft Nr. 24, Seite 10
Heft Nr. 24, Seite 12
Heft Nr. 24, Seite 14
Heft Nr. 24, Seite 16
Heft Nr. 24, Seite 20
[Heft Nr. 25, Seite 3](#)
[Heft Nr. 25, Seite 4](#)
[Heft Nr. 25, Seite 6](#)
[Heft Nr. 25, Seite 7](#)
[Heft Nr. 25, Seite 8](#)
[Heft Nr. 25, Seite 10](#)
[Heft Nr. 25, Seite 12](#)
[Heft Nr. 25, Seite 14](#)
[Heft Nr. 25, Seite 17](#)
Heft Nr. 26
[Heft Nr. 27, Seite 3](#)

Thema

Fotos einfärben
Bildmaterial organisieren
Der Content Creator
Affinity-Suite, Inhalte gestalten
Publisher, Buchdeckel anlegen
Publisher, Wickelfalz Flyer auf Din A4
Publisher, mit Feldern arbeiten
Photo, Klonen
Pappbücher für Kinder
Adobe Acrobat Reader
Publisher, der rechteckige Bilderrahmen
Falsch verstandene Digitalisierung
Publisher, Tipps
Effekte mit dem Verlaufswerkzeug
Ein spezieller Textgenerator
Old Typo
Publisher, Mach was
Publisher, Mach es anders
Bildersuche bei Pixabay
Eduardo Recive
Im Internet gefunden
Buchpreise für Kleinstauflagen
Cover-Vorlage Magazin
Texturelab – Texturdatenbank
Das Inhaltsverzeichnis
Tipp – Fussnoten
Tipp – Importierte Bilder
Hardware-Beschleunigung
Tipp – Email aus PDF verschicken
Tipp – Cartoons vom Feinsten
Personenliste in einem Unternehmen
Tipp – Panell Textrahmen
Firmen, ihre Marken und Logos
Tom Chalky – Schriftenangebot
Über den Tellerrand geschaut – CAD Software
Vier Jahre M62 – Ein Rückblick
Einen unterbrochenen Bilderrahmen erstellen
Textwerbung mit Farbbalken
Dokumentationen schreiben
Kleine Info-Kärtchen erstellen
KI generierte Bilder erstellen
Dirty Design
Inhaltsverzeichnis aller 30 Hefte

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 27, Seite 4
Heft Nr. 27, Seite 6
Heft Nr. 27, Seite 8
Heft Nr. 27, Seite 9
Heft Nr. 27, Seite 10
Heft Nr. 27, Seite 13
Heft Nr. 27, Seite 14
Heft Nr. 27, Seite 17
Heft Nr. 27, Seite 18
Heft Nr. 27, Seite 19
Heft Nr. 27, Seite 20
Heft Nr. 27, Seite 22
Heft Nr. 28, Seite 3
Heft Nr. 28, Seite 8
Heft Nr. 28, Seite 10
Heft Nr. 28, Seite 12
Heft Nr. 28, Seite 14
Heft Nr. 28, Seite 16
Heft Nr. 28, Seite 19
Heft Nr. 28, Seite 20
Heft Nr. 28, Seite 22
Heft Nr. 29, Seite 3
Heft Nr. 29, Seite 4
Heft Nr. 29, Seite 7
Heft Nr. 29, Seite 8
Heft Nr. 29, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 11
Heft Nr. 29, Seite 12
Heft Nr. 29, Seite 14
Heft Nr. 29, Seite 16
Heft Nr. 29, Seite 17
Heft Nr. 30, Seite 3
Heft Nr. 30, Seite 4
Heft Nr. 30, Seite 6
Heft Nr. 30, Seite 8
Heft Nr. 30, Seite 10
Heft Nr. 30, Seite 12
Heft Nr. 30, Seite 14
Heft Nr. 30, Seite 16
Heft Nr. 30, Seite 18
Heft Nr. 30, Seite 22

INHALT ALLER 30 M62-HEFTE - A BIS Z

Thema

Abstürze in der V1.10 - Version
Acrobat Reader, Beschnitt Anzeige einschalten
Adobe Acrobat Reader
Affinity-Suite, das Update V2.1
Affinity-Suite, Einstellungen
Affinity-Suite, Inhalte gestalten
Affinity-Suite, Kleine Kniffe erleichtern das Arbeiten
Affinity-Suite, Neues in den Publisher-Versionen
Affinity-Suite, Neues in Version 2.2
Affinity-Suite, Neues in Version 2.5
Affinity-Suite, Neues in Version 2.6
Ahnenforschung, Scrapbooking
Albrecht Dürer, sein weltberühmtes Monogramm
Arbeiten mit einem Mock-Up
Arbeiten mit Globalen Farben
Arbeiten mit Graustufenbildern
Assets, effektives Arbeiten
Assets, Farben, Textstile und Fotos, Tipps
Aufkleber gestalten
Auto-Flow Reihenfolge
Auto-Flow
Bildelemente in Fotomontagen und Fotocollagen
Bilderfluten managen
Bildersuche bei Pixabay
Bildmaterial organisieren
Bildunterschriften nummerieren
Blocksatz, arbeiten mit optischem Randausgleich
Broschüren auf dem eigenen Drucker ausgeben
Buch über eine Sammlung erstellen
Buchpreise für Kleinstauflagen
Buchprojekt mit Hindernissen
Cad-Dateien importieren
Chancen und Risiken von KI
Color Management, der Umgang mit Farben
Comic Schriften
Cover-Vorlage Magazin
Das Buch, das niemand lesen kann
Das eigene Geschenkpapier
Das Einteilen von Schriften
Das Gestalten von Workbooks
Das Inhaltsverzeichnis
Das M62-Projekt, 4 Jahre im Dienst der Affinity-Anwender
Das Menü NEU - Organisation mit System
Das Mesh-Werkzeug
Das Monogramm, kunstvolle Buchstaben
Das System, Organisation ist alles
Das Werkzeug Verlaufsfüllung
Datenlieferanten
Der 34 Zoll Monitor
Der alltägliche Wahnsinn, Lösungen gesucht
Der Aufmacher
Der Content Creator
Der Goldene Schnitt
Der Kunde ist König
Der Musterkoffer

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 12, Seite 3
Heft Nr. 24, Seite 3
Heft Nr. 27, Seite 19
Heft Nr. 14, Seite 19
Heft Nr. 15, Seite 6
Heft Nr. 27, Seite 9
Heft Nr. 16, Seite 8
Heft Nr. 22, Seite 4
Heft Nr. 17, Seite 3
Heft Nr. 21, Seite 16
Heft Nr. 25, Seite 17
Heft Nr. 2, Seite 22
Heft Nr. 24, Seite 10
Heft Nr. 18, Seite 20
Heft Nr. 8, Seite 8
Heft Nr. 22, Seite 11
Heft Nr. 6, Seite 7
Heft Nr. 10, Seite 3
Heft Nr. 24, Seite 14
Heft Nr. 14, Seite 12
Heft Nr. 12, Seite 7
Heft Nr. 17, Seite 22
Heft Nr. 16, Seite 18
Heft Nr. 28, Seite 19
Heft Nr. 27, Seite 6
Heft Nr. 21, Seite 4
Heft Nr. 11, Seite 13
Heft Nr. 18, Seite 7
Heft Nr. 23, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 3
Heft Nr. 16, Seite 4
Heft Nr. 12, Seite 23
Heft Nr. 19, Seite 22
Heft Nr. 15, Seite 4
Heft Nr. 20, Seite 13
Heft Nr. 29, Seite 4
Heft Nr. 22, Seite 22
Heft Nr. 24, Seite 16
Heft Nr. 13, Seite 22
Heft Nr. 10, Seite 4
Heft Nr. 29, Seite 8
Heft Nr. 25, Seite 3
Heft Nr. 12, Seite 8
Heft Nr. 13, Seite 4
Heft Nr. 24, Seite 8
Heft Nr. 18, Seite 4
Heft Nr. 13, Seite 10
Heft Nr. 16, Seite 12
Heft Nr. 23, Seite 16
Heft Nr. 24, Seite 4
Heft Nr. 21, Seite 7
Heft Nr. 27, Seite 8
Heft Nr. 13, Seite 23
Heft Nr. 22, Seite 3
Heft Nr. 18, Seite 11

Thema

Der Vintage-Stil
Designcuts - Eldorado für Grafikfans
Designer, Arbeiten mit Ebenen
Designer, Arbeiten mit Paneln
Designer, Arbeiten mit Text
Designer, Artboard-Funktionen
Designer, Artboard-Werkzeug
Designer, Ausgabe von Grafiken
Designer, Badges & Abzeichen
Designer, Bereiche vergrößert darstellen
Designer, Buchvorstellung Designer
Designer, Comic-Figuren zeichnen
Designer, das Messer-Werkzeug
Designer, das Werkzeug Konturbreite
Designer, das Werkzeug Umrandung
Designer, der Zeichenstift
Designer, die Werkzeugleiste
Designer, Farbverläufe
Designer, Formen verändern
Designer, Formen, Farben & Konturen
Designer, Hilfslinien
Designer, Lineal & Zoom
Designer, Mehrfarbenverläufe
Designer, Metall-Schriftzug
Designer, mit dem Messer schneiden
Designer, Mit Konturen arbeiten
Designer, neues Dokument erstellen
Designer, Pinsel, Strukturen, Typografie
Designer, Programmoberfläche
Designer, Programmsymbole extrahieren
Designer, Schrift mit Grafik füllen
Designer, Texteffekte mit Vektor-Pinseln
Designer, Verkettung von Ringen
Designer, verzerren
Designer, Vintage-Aufkleber gestalten
Designer, Web- und Screendesign
Designer, Ziffernblatt gestalten
Die beliebtesten Zeitschriften und Magazine
Die Deutsche Nationalbibliothek
Die eigene Hausschrift
Die Metapher
Die Online-Druckerei
Die perfekte Abrisskante
Die Quellenangaben
Die Schriftenmacher
Die Stilpipette
Dirty Design
Dokumentationen schreiben
DTP, wie alles begann
[Eduardo Recive](#)
[Effekte mit dem Verlaufswerkzeug](#)
[Ein Designer packt aus - Kurt Korbatis](#)
[Ein spezieller Textgenerator](#)
[Eine Collage entsteht](#)
[Eine Form mit einem Foto füllen](#)

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 18, Seite 14
Heft Nr. 17, Seite 16
Heft Nr. 7, Seite 20
Heft Nr. 7, Seite 8
Heft Nr. 7, Seite 18
Heft Nr. 1, Seite 16
Heft Nr. 2, Seite 9
Heft Nr. 7, Seite 24
Heft Nr. 6, Seite 13
Heft Nr. 2, Seite 8
Heft Nr. 1, Seite 17
Heft Nr. 20, Seite 10
Heft Nr. 15, Seite 15
Heft Nr. 22, Seite 16
Heft Nr. 22, Seite 19
Heft Nr. 7, Seite 12
Heft Nr. 7, Seite 11
Heft Nr. 7, Seite 17
Heft Nr. 7, Seite 16
Heft Nr. 7, Seite 14
Heft Nr. 7, Seite 10
Heft Nr. 7, Seite 7
Heft Nr. 2, Seite 7
Heft Nr. 1, Seite 12
Heft Nr. 20, Seite 20
Heft Nr. 8, Seite 4
Heft Nr. 7, Seite 5
Heft Nr. 1, Seite 8
Heft Nr. 7, Seite 3
Heft Nr. 3, Seite 3
Heft Nr. 7, Seite 23
Heft Nr. 1, Seite 10
Heft Nr. 7, Seite 22
Heft Nr. 13, Seite 6
Heft Nr. 1, Seite 14
Heft Nr. 3, Seite 14
Heft Nr. 2, Seite 4
Heft Nr. 21, Seite 9
Heft Nr. 16, Seite 3
Heft Nr. 9, Seite 10
Heft Nr. 19, Seite 5
Heft Nr. 13, Seite 20
Heft Nr. 11, Seite 22
Heft Nr. 19, Seite 14
Heft Nr. 20, Seite 4
Heft Nr. 12, Seite 17
Heft Nr. 30, Seite 18
Heft Nr. 30, Seite 12
Heft Nr. 5, Seite 8
[Heft Nr. 28, Seite 20](#)
[Heft Nr. 28, Seite 8](#)
[Heft Nr. 14, Seite 6](#)
[Heft Nr. 28, Seite 10](#)
[Heft Nr. 17, Seite 17](#)
[Heft Nr. 8, Seite 7](#)

Thema

Einen unterbrochenen Bilderrahmen erstellen
Etiketten gestalten
Etiketten gestalten, vom Klassiker zum freien Format
Fallstricke bei Druckprodukten
Falsch verstandene Digitalisierung
Farben im Vintage-Stil
Farbige Doppelseiten
Farbräume
Farbtafeln, eigene Farbkombinationen
Farbverbindlichkeiten
Firmen, ihre Marken und Logos
Font-Manager, Schriften verwalten
Fotos einfärben
Fotos richtig auswählen, Grundlagen
Fotos, Sammeln, verwalten & archivieren
Gamutmap, die ideale Farbe für Kundenlogos
Geschichte, Zeitungen und Zeitschriften
Gestalten mit Slab-Serif-Schriften
Grafikdesign Trends
Grafiktablets
Grafiktext formatieren
Grundlagen zur Fotomontage
Gut zu Wissen, Typografie
Hardware-Beschleunigung
Hyperlinks
Im Internet gefunden
In eigener Sache, Version 1 und 2
Inhaltsverzeichnis aller 30 Hefte
Initialen
Inspirationsquellen
Kalenderblätter gestalten
Kapitelabschlussbilder
KI generierte Bilder erstellen
Klebestreifen für Fotos
Kleine Info-Kärtchen erstellen
Kleine Neuerungen
Kreatives Gestalten, Konzepte & Stile
Kreatives Gestalten, Regeln und Stile
Kreuzworträtsel, Generatoren
Logo Generatoren
Magazine und ihre Rubriken
Malen wie die Profis, Digital Painting
Meine Magazinvorlage, Stadtmagazin
Michel Mayerles Video-Tutorials
Microsoft Print to PDF
Neue variable Fonts
Old Typo
Open Type und Typografie
Pantone-, HKS & Sonderfarben, Farbprofile
Pappbücher für Kinder
Personenliste in einem Unternehmen
Photo, Akvis-Sketch-Plugin
Photo, Arbeiten mit Snapshots
Photo, Buchvorstellung Photo
Photo, der GMIC-Filter
Photo, Fotomontage
Photo, Freistellen von Fotos
Photo, Klonen
Photo, Luminanz-Rauschen verringern

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 30, Seite 8
Heft Nr. 20, Seite 22
Heft Nr. 25, Seite 4
Heft Nr. 14, Seite 14
Heft Nr. 27, Seite 22
Heft Nr. 18, Seite 18
Heft Nr. 23, Seite 6
Heft Nr. 15, Seite 5
Heft Nr. 24, Seite 6
Heft Nr. 15, Seite 7
Heft Nr. 29, Seite 17
Heft Nr. 11, Seite 19
Heft Nr. 27, Seite 4
Heft Nr. 15, Seite 16
Heft Nr. 6, Seite 20
Heft Nr. 15, Seite 12
Heft Nr. 5, Seite 5
Heft Nr. 14, Seite 23
Heft Nr. 19, Seite 20
Heft Nr. 15, Seite 22
Heft Nr. 8, Seite 6
Heft Nr. 17, Seite 14
Heft Nr. 2, Seite 12
Heft Nr. 29, Seite 10
Heft Nr. 23, Seite 14
Heft Nr. 28, Seite 22
Heft Nr. 13, Seite 3
Heft Nr. 30, Seite 22
Heft Nr. 11, Seite 16
Heft Nr. 14, Seite 3
Heft Nr. 5, Seite 12
Heft Nr. 18, Seite 19
Heft Nr. 30, Seite 16
Heft Nr. 14, Seite 13
Heft Nr. 30, Seite 14
Heft Nr. 12, Seite 4
Heft Nr. 1, Seite 6
Heft Nr. 23, Seite 22
Heft Nr. 23, Seite 5
Heft Nr. 23, Seite 20
Heft Nr. 21, Seite 10
Heft Nr. 3, Seite 18
Heft Nr. 21, Seite 12
Heft Nr. 23, Seite 18
Heft Nr. 18, Seite 9
Heft Nr. 21, Seite 18
Heft Nr. 28, Seite 12
Heft Nr. 11, Seite 15
Heft Nr. 15, Seite 10
Heft Nr. 27, Seite 18
Heft Nr. 29, Seite 14
Heft Nr. 1, Seite 22
Heft Nr. 1, Seite 20
Heft Nr. 1, Seite 19
Heft Nr. 24, Seite 20
Heft Nr. 2, Seite 10
Heft Nr. 16, Seite 21
Heft Nr. 27, Seite 17
Heft Nr. 20, Seite 18

Thema

Photo, Tonwerte korrigieren
Pixelfont, Online Generator
Pixelmania, grobe Pixelkunst
PNG-Transparenzen, aus Schaden wird man klug
PostScript, Open Type und TrueType
Produktverpackungen
Professionelle Inhalte
Publisher V1.9, neue Funktionen
Publisher, 50 Tipps & Tricks
Publisher, Anpinnen-Funktion
Publisher, ansprechende Inhaltsverzeichnisse
Publisher, Aufbau & Import einer PDF-Datei
Publisher, Aufbau eines Wickelfalzflyers
Publisher, Bildunterschriften richtig platzieren
Publisher, Blitz-Tabelle anlegen
Publisher, Buchcover gestalten
Publisher, Buchdeckel anlegen
Publisher, Buchprojekte, Erfahrungen
Publisher, Checklisten-Funktionen
Publisher, Das Erstellen von Büchern
Publisher, das Kontextmenü in einem Textrahmen
Publisher, Das neue Panel Bücher
Publisher, das Panel Beschränkungen
Publisher, das Panel Noten
Publisher, das Panel Noten, Einstellungen
Publisher, das PDF-Format kennenlernen
Publisher, das Update auf V2.5.5
Publisher, Datenzusammenführung
Publisher, Datenzusammenführung, Urkunden
Publisher, der rechteckige Bilderrahmen
Publisher, die Checkliste, Tipp
Publisher, Die Datenzusammenführung
Publisher, Dingbats-Schriften & Globale Farben
Publisher, Dokumente vergrößern
Publisher, dynamische Masterseiten
Publisher, Editorial Design
Publisher, eigene Vorlagen erstellen
Publisher, eigenes Layout entwerfen
Publisher, Ein Buch exportieren
Publisher, Ein Plakat gestalten
Publisher, eine Vorlage erstellen
Publisher, Einstellungen näher beleuchtet
Publisher, Farben mit Color-Picker definieren
Publisher, Feintuning mit dem Panel Textrahmen
Publisher, Fotos mit Anpassungsebene verändern
Publisher, Fotos mit Bildunterschriften
Publisher, Fotos über Masterseiten ausgeben
Publisher, Fußnoten mit Abstand
Publisher, Interaktive PDF-Dateien erstellen
Publisher, Kalender gestalten
Publisher, Kolumnentitel
Publisher, Layout für ein A4-Buch
Publisher, Lesezeichen & Index für PDF-Export
Publisher, Lizenz-Modell
Publisher, Logo gestalten
Publisher, Logos, Theorie
Publisher, Mach es anders
Publisher, Mach was
Publisher, Making Off, Magazin

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 16, Seite 20
Heft Nr. 19, Seite 8
Heft Nr. 19, Seite 6
Heft Nr. 15, Seite 3
Heft Nr. 11, Seite 14
Heft Nr. 25, Seite 14
Heft Nr. 19, Seite 4
Heft Nr. 4, Seite 10
Heft Nr. 26, Seite 3
Heft Nr. 2, Seite 17
Heft Nr. 16, Seite 13
Heft Nr. 8, Seite 3
Heft Nr. 3, Seite 10
Heft Nr. 19, Seite 10
Heft Nr. 9, Seite 16
Heft Nr. 9, Seite 22
Heft Nr. 27, Seite 10
Heft Nr. 3, Seite 8
Heft Nr. 4, Seite 16
Heft Nr. 12, Seite 12
Heft Nr. 17, Seite 13
Heft Nr. 12, Seite 10
Heft Nr. 21, Seite 6
Heft Nr. 12, Seite 18
Heft Nr. 12, Seite 20
Heft Nr. 4, Seite 6
Heft Nr. 23, Seite 3
Heft Nr. 4, Seite 11
Heft Nr. 22, Seite 12
Heft Nr. 27, Seite 20
Heft Nr. 17, Seite 13
Heft Nr. 9, Seite 11
Heft Nr. 1, Seite 3
Heft Nr. 8, Seite 22
Heft Nr. 5, Seite 18
Heft Nr. 5, Seite 4
Heft Nr. 23, Seite 3
Heft Nr. 13, Seite 12
Heft Nr. 12, Seite 15
Heft Nr. 1, Seite 4
Heft Nr. 5, Seite 14
Heft Nr. 22, Seite 14
Heft Nr. 9, Seite 18
Heft Nr. 22, Seite 6
Heft Nr. 8, Seite 12
Heft Nr. 9, Seite 8
Heft Nr. 4, Seite 17
Heft Nr. 16, Seite 6
Heft Nr. 4, Seite 4
Heft Nr. 8, Seite 18
Heft Nr. 27, Seite 3
Heft Nr. 14, Seite 10
Heft Nr. 13, Seite 17
Heft Nr. 4, Seite 17
Heft Nr. 2, Seite 18
Heft Nr. 2, Seite 20
Heft Nr. 28, Seite 16
Heft Nr. 28, Seite 14
Heft Nr. 2, Seite 14

Thema

Publisher, Making Off, mein Einsteigerbuch
Publisher, Marginalien einsetzen
Publisher, mehrere Nutzen drucken
Publisher, mit Feldern arbeiten
Publisher, neues in Version 1.10
Publisher, Optimale Text-Gliederung
Publisher, optimaler Mengensatz
Publisher, Plakat entwerfen
Publisher, Plakate für Werbezwecke
Publisher, private Publikationen
Publisher, Spaltentext mit Überschrift
Publisher, Speisekarten
Publisher, Stile für Rahmentext entwerfen
Publisher, Stilelemente gestalten
Publisher, Text an Pfad ausrichten
Publisher, Text umfließt eine Grafik
Publisher, Textabsätze ansprechend präsentieren
Publisher, Tipps im Umgang mit
Publisher, Tipps zu Buch-Optionen
Publisher, Tipps
Publisher, Tischaufsteller
Publisher, ungenutzte Textstile löschen
Publisher, Vintage Buchcover entwerfen
Publisher, Vorlage mit Scribble erstellen
Publisher, Vorlagen organisieren
Publisher, Webdesign
Publisher, Weihnachtskarten
Publisher, Wickelfalz Flyer auf Din A4
Publisher, wie gestaltet man ein Buch
Publisher, Word-Texte platzieren
Publisher, Wörterbuch für Silbentrennung
Puzzlemania, Gestaltung eines Puzzels
QR-Code, medienübergreifende Verbindung
Quick Grid, Inhalte schnell vervielfältigen
Regeln, Editorial Design
Richtig scannen
Rückblick, Fachzeitschriften gestern und heute
Rundes Etikett nach Druckvorlage
Scannen, Dokumente scannen und optimieren
Schreibregeln
Schriften im Vintage-Stil
Schwarz ist nicht gleich Schwarz
Selfpublishing, eigenes Buch vermarkten
Sicherheit mit Wasserzeichen und Kennwortschutz
Speisekarten, Formate miteinander kombinieren
Stempelschriften
Tassen, Dosen, Becher bedrucken
Texthilfen mit KI-Generatoren
Textprogramme, eine kleine Zeitreise
Textstile, Einstellungen erklärt
Texturelab – Texturdatenbank
Textwerbung mit Farbbalken
Thumbnailbilder anlegen
Tipp – Cartoons vom Feinsten
Tipp – Email aus PDF verschicken
Tipp – Fussnoten
Tipp – Importierte Bilder
Tipp – Panell Textrahmen
Tipps und Tricks

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 3, Seite 6
Heft Nr. 13, Seite 14
Heft Nr. 8, Seite 21
Heft Nr. 27, Seite 14
Heft Nr. 6, Seite 9
Heft Nr. 16, Seite 7
Heft Nr. 18, Seite 10
Heft Nr. 6, Seite 18
Heft Nr. 19, Seite 12
Heft Nr. 13, Seite 18
Heft Nr. 23, Seite 4
Heft Nr. 14, Seite 16
Heft Nr. 8, Seite 10
Heft Nr. 5, Seite 10
Heft Nr. 6, Seite 10
Heft Nr. 9, Seite 20
Heft Nr. 3, Seite 11
Heft Nr. 19, Seite 15
Heft Nr. 13, Seite 11
Heft Nr. 28, Seite 3
Heft Nr. 14, Seite 18
Heft Nr. 17, Seite 12
Heft Nr. 16, Seite 10
Heft Nr. 5, Seite 16
Heft Nr. 13, Seite 16
Heft Nr. 9, Seite 4
Heft Nr. 18, Seite 22
Heft Nr. 27, Seite 13
Heft Nr. 4, Seite 19
Heft Nr. 6, Seite 16
Heft Nr. 18, Seite 12
Heft Nr. 19, Seite 16
Heft Nr. 6, Seite 23
Heft Nr. 12, Seite 5
Heft Nr. 5, Seite 9
Heft Nr. 14, Seite 20
Heft Nr. 20, Seite 8
Heft Nr. 25, Seite 6
Heft Nr. 6, Seite 4
Heft Nr. 11, Seite 17
Heft Nr. 18, Seite 16
Heft Nr. 15, Seite 8
Heft Nr. 4, Seite 23
Heft Nr. 22, Seite 5
Heft Nr. 24, Seite 12
Heft Nr. 23, Seite 8
Heft Nr. 25, Seite 10
Heft Nr. 21, Seite 8
Heft Nr. 22, Seite 20
Heft Nr. 11, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 7
Heft Nr. 30, Seite 10
Heft Nr. 14, Seite 22
Heft Nr. 29, Seite 12
Heft Nr. 29, Seite 11
Heft Nr. 29, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 10
Heft Nr. 29, Seite 16
Heft Nr. 21, Seite 20

Thema

Tom Chalky – Schriftenangebot
T-Shirts bedrucken
Türanhänger bedrucken
Typografische Fachbegriffe
Über den Tellerrand geschaut, CAD Software
Über den Tellerrand geschaut, Cleverprinting
Über den Tellerrand geschaut, Das Online-Lektorat
Über den Tellerrand geschaut, Dokumente verwalten
Über den Tellerrand geschaut, HelpNDoc
Über den Tellerrand geschaut, Lexican 6
Über den Tellerrand geschaut, Papyrus Autor
Über den Tellerrand geschaut, PDF-Elements
Über den Tellerrand geschaut, Photoshop-Filter
Über den Tellerrand geschaut, SnagIt
Über den Tellerrand geschaut, Textbausteine verwalten
Über den Tellerrand geschaut, VueScan, Scansoftware
Umwandeln Rahmen- und Grafiktext
Variable Schriften
Vereinszeitungen, Grundlagen
Vier Jahre M62 – Ein Rückblick
Was ist los bei der Firma Serif?
Werbeartikel
Werbung damals und heute
Wie wird Papier hergestellt?
Workbooks, Checkliste
Workbooks, das Cover
Workbooks, Die Arbeit mit Word
Workbooks, Farbkombinationen suchen
Workbooks, Inhaltsverzeichnis
Workbooks, Kapiteltexte
Workbooks, Marginalien
Workbooks, Planungsseiten
Workbooks, Seite für Abfragen
Workbooks, Seitenaufteilung
Workbooks, Stilelemente
Workbooks, Stilelemente, Tipps
Workbooks, Textboxen präsentieren, Tipp
Workbooks, Texte hervorheben mit Stilelementen
Workbooks, Willkommenseite
Wortwolken
Zeichenprogramme
Zeilen, Zeichen, Absätze, Grundlagen
Zeitungen gestalten

Heft Nr. / Seite

Heft Nr. 30, Seite 3
Heft Nr. 25, Seite 8
Heft Nr. 25, Seite 12
Heft Nr. 11, Seite 20
Heft Nr. 30, Seite 4
Heft Nr. 5, Seite 3
Heft Nr. 20, Seite 17
Heft Nr. 19, Seite 3
Heft Nr. 2, Seite 3
Heft Nr. 8, Seite 14
Heft Nr. 11, Seite 3
Heft Nr. 4, Seite 3
Heft Nr. 3, Seite 4
Heft Nr. 1, Seite 18
Heft Nr. 18, Seite 3
Heft Nr. 6, Seite 3
Heft Nr. 12, Seite 6
Heft Nr. 22, Seite 8
Heft Nr. 5, Seite 19
Heft Nr. 30, Seite 6
Heft Nr. 9, Seite 3
Heft Nr. 25, Seite 7
Heft Nr. 17, Seite 23
Heft Nr. 21, Seite 22
Heft Nr. 10, Seite 11
Heft Nr. 10, Seite 7
Heft Nr. 10, Seite 20
Heft Nr. 10, Seite 23
Heft Nr. 10, Seite 8
Heft Nr. 10, Seite 10
Heft Nr. 10, Seite 15
Heft Nr. 10, Seite 18
Heft Nr. 10, Seite 12
Heft Nr. 10, Seite 14
Heft Nr. 10, Seite 13
Heft Nr. 10, Seite 16
Heft Nr. 10, Seite 17
Heft Nr. 10, Seite 22
Heft Nr. 10, Seite 9
Heft Nr. 11, Seite 4
Heft Nr. 15, Seite 18
Heft Nr. 11, Seite 9
Heft Nr. 22, Seite 9

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

A man with dark, curly hair is shown from the chest up, leaning over a chessboard. He is wearing a dark, long-sleeved shirt. His right hand is reaching towards a chess piece on the board. The scene is dramatically lit with a strong blue light source from the side, creating deep shadows and highlighting the contours of his face and the chess pieces. The background is dark and out of focus.

GAME OVER