

Das Magazin
für die
Affinity-Suite

1

MAGAZIN 62

MAGAZIN 62



PUBLISHER

DESIGNER

PHOTO



Willkommen

Es ist geschafft. Vor Ihnen liegt ein kleines Magazin, speziell für die Affinity-Programme Publisher, Designer und Photo der Firma Serif Ltd. gestaltet. Alle Inhalte in dieser Ausgabe wurden mit den oben genannten Programmen erstellt. Es hat viel Spaß gemacht, war aber auch sehr zeitintensiv. Mir war wichtig, den Lesern auch Hintergrundwissen zur Gestaltung zu vermitteln. Und so finden Sie hier einige Grundlagen zu Design- und Gestaltungsformen sowie Hinweise zur Gestaltung eines Posters. Werbung findet hier nur in der Form statt, dass ich auf Angebote von Drittanbietern hinweise, die den Lesern einen Mehrwert bringen.

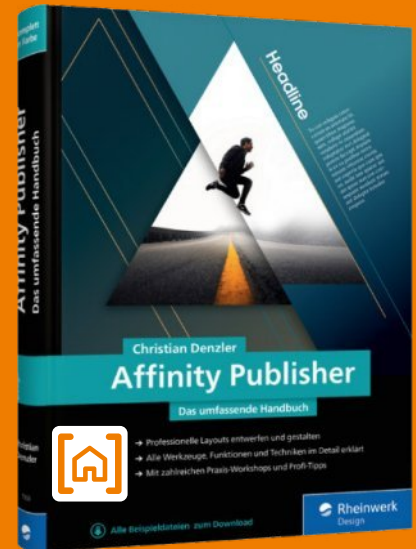
Bei den Arbeiten zu dieser Ausgabe konnte ich feststellen, dass die drei Programme ein wahres Juwel sind, schon jetzt in den jungen Versionen. Hier bleibt anzumerken, dass zur Problemlösung in einem der drei Programme durchaus die sehr gute Hilfe zu Rate gezogen werden kann. Die Inhalte des Magazins richten sich an Neueinsteiger und versierte Anwender, Profis werden hier nur selten etwas passendes für sich entdecken. Es liegt halt in der Natur der Sache, dass die Zielgruppe eher die Anwender sind, die sich mit der Affinity-Suite anfreunden möchten.

Wie und in welcher Form es weitergeht, wird sich zeigen. Der Anfang ist gemacht! Ich kann nur empfehlen, dass man sich Fachliteratur kauft und diese studiert. Hier gibt es fantastische Bücher zu grafischen und gestalterischen Themen. Ich darf Ihnen nun recht viel Freude beim Lesen und Studieren der Inhalte in diesem Magazin wünschen. Wenn Sie Anregungen haben, dann melden Sie sich bei mir.

Mit herzlichen Grüßen

[Georg Walter](#)

Wußten Sie...



Der Rheinwerk-Verlag hat eine Vorankündigung für das Affinity Publisher Handbuch gemacht. Das Buch soll Ende September 2020 herauskommen? Es wird 500 Seiten haben.



Im Internet gibt es eine Hilfe für alle drei Affinity-Programme.



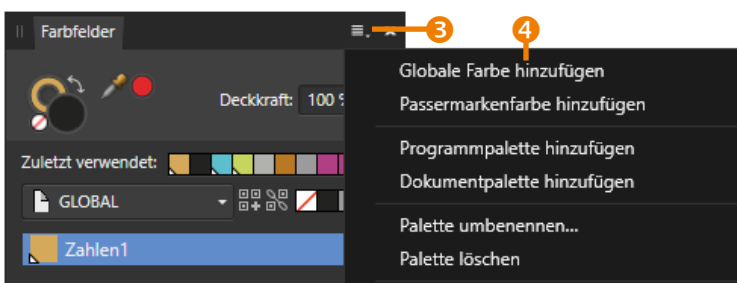
Wenn Sie dieses Symbol sehen, verlinkt es zur Website eines Anbieters

Affinity-Publisher

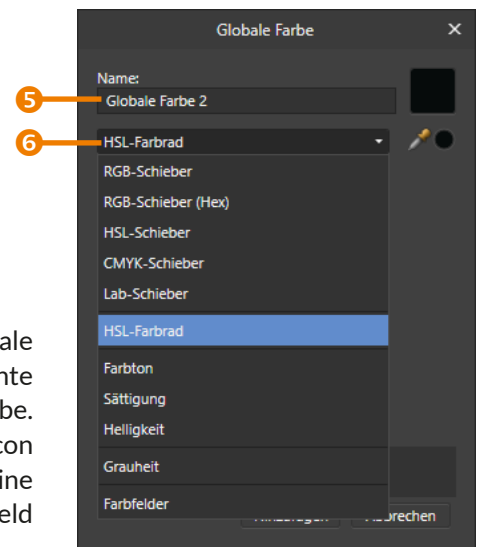
Dingbats-Schriften & Globale Farben

Man sieht es in vielen Fachbüchern, Screenshots werden mit farbigen Zahlen unterlegt um im beschreibenden Text auf eine Funktion hinzuweisen. Die einfachste Möglichkeit, um diese Zahlen in den Text mit aufzunehmen, sind sogenannte DINGBATS-Schriften. Diese bestehen meist nur aus Zahlen und Symbolen. Unter Windows ist bestimmt die „Wingdings- oder Eler-Dingbats-Schrift“ bekannt. Da die meisten normalen Schriften keine Zahlen im Zeichensatz besitzen, kann man sich diese Dingbats-Fonts auf dem eigenen Rechner installieren.

Der Glyphen-Browser: Über das Menü ANSICHT-STUDIO kann man sich den PANEL „Glyphen-Browser“ auf den Bildschirm holen. Mit seiner Hilfe werden Zahlen an der gewünschten Stelle des Textes eingefügt. Dazu setzt man den Text-Cursor an die richtige Stelle, wählt im Glyphen-Browser den Font ❶ aus und fügt das passende Zeichen in den Text mit einem Doppelklick der MOUSE ein. Nun holt man sich den passenden Screenshot, vielleicht mit der Software SNAGIT erstellt und fügt ihn in das Dokument ein. Da der Glyphen-Browser sich die eingefügten Zahlen merkt, man kann sie im Browser im unteren Bereich des Panels ❷ anwählen und erneut einfügen. Mit Hilfe des Zeichenstifts zeichnet man eine dünne Linie und platziert sie da, wo eine Zahl auf einen Screenshot hinweist.



Globale Farbe erzeugen: Nun erstellt man für das Dokument eine Globale Farbe. Allen Dingbats-Elementen weißt man diese Farbe nun zu. Möchte man später die Farbe ändern, ändert man einfach die Globale Farbe. Klicken Sie mit der MOUSE auf das obere rechte kleine Dokumenten-Icon ❸ und wählen Sie „Globale Farbe hinzufügen“ ❹. Es wird automatisch eine neue Dokumenten-Palette erzeugt. Im nun erscheinenden Dialogfeld wählen Sie einen Paletten-Namen ❺ und die Farbe ❻ aus.



Affinity-Publisher

Ein Plakat gestalten

Mit Plakaten erzielt man eine hohe Reichweite und sie sind werbewirksam. Gut zu wissen ist, dass Menschen einem Plakat beim Vorbeigehen etwa 2 Sekunden Aufmerksamkeit schenken. Um diese Zeitspanne zu erhöhen, ist es sinnvoll, Plakate in öffentlichen Verkehrsmitteln und an Haltestellen zu platzieren. Bei der Gestaltung beschränkt man sich auf das Wesentliche – die Verbreitung einer Botschaft. Wie bei allen Werbeformen muss man vorher die Zielgruppe definieren. Alter, Geschlecht, Interessen oder Bildungsstand sind nur einige der Attribute, die zu definieren sind. Hat man sich hier einen Überblick verschafft, kann man passend Schriften, Farben und Bilder auswählen.

Die Fünfer-Regel: Es gilt maximal fünf Gestaltungselemente einzusetzen. Man kann wählen zwischen einem Textblock, einem Foto, einer Farbe, einer Linie, einem Slogan, einem Preis, einem Logo. Im Affinity-Publisher kann man mit diesen Elementen spielen und wenn man feststellt, dass etwas nicht passt, lässt man es weg.

Gestaltung folgt Blicklauf: Es gibt Studien, in denen

festgestellt wurde, wie das menschliche Auge Werbebotschaften wahrnimmt. Bei einseitigen Medien folgt das Auge bei wenigem Abstand zum Plakat oft der sogenannten Z-Form. Von oben links nach unten rechts. Hingegen wird das Plakat als Ganzes wahrgenommen, je höher der Abstand zum Plakat ist.

Grundsätzliches: Nutzen Sie ein aussagekräftiges Foto, das die Werbebotschaft unterstützt. Menschen widmen einem Foto mehr Aufmerksamkeit als einem Text. Sie müssen den Betrachter neugierig machen. Interessant ist, dass Studien zeigen; Menschen betrachten zuerst Gesichter. Es sind Eyecatcher.

Form, Größe und Ausführung: Natürlich startet man erst dann, wenn die Abmessungen bekannt sind. Es kann ja sein, dass mehrere Formate benötigt werden. Soll das Plakat im Hoch- oder Querformat gestaltet werden, werden Plakate im Innen- oder/und im Außenbereich aufgehängt. Sind einem diese Parameter bekannt, kann auch das Druckmaterial richtig gewählt werden. Fotos können bis zu 80% der Gesamthöhe des Plakats ausmachen. Nutzt man das Foto eines menschlichen Gesichts, sollte es den

Brushes von Franktoon

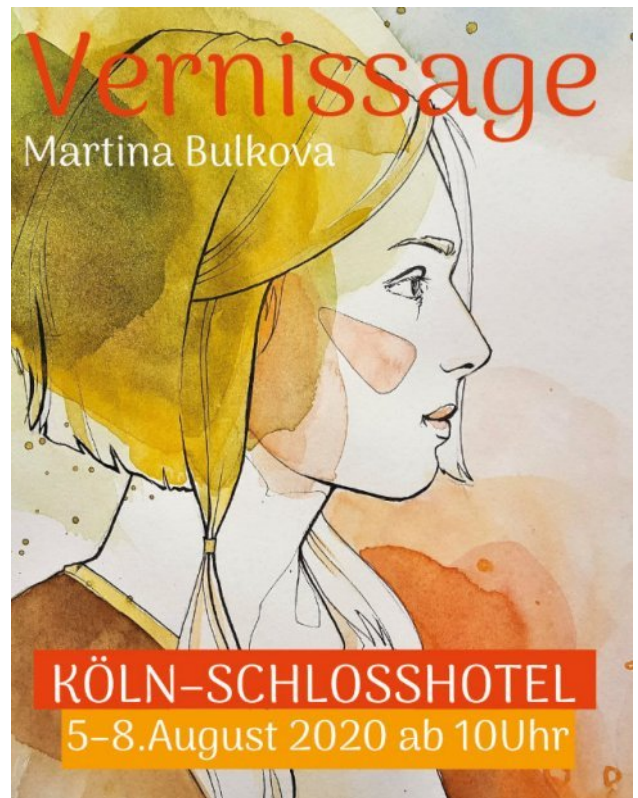


Die Firma Franktoon bietet auf ihrer Website im Internet einige spezielle Pinsel-Dateien zu einem kleinen Preis an. Diese können im Affinity-Designer und in Affinity-Photo genutzt werden.



Betrachter ansehen, ist das nicht möglich, in das Plakat hineinschauen – in Richtung Text. Beim Einsatz von Text sollte die Schriftart dem Foto angemessen ausgewählt werden. Möchte man Text in einem Bild platzieren, muss der Kontrast der Schrift erhöht werden. Lässt dies das Foto nicht zu, kommen farbige Flächen zum Einsatz, die unter den Text gelegt werden. Wie bei vielen anderen Publikationen sollten für ein Plakat nur maximal zwei Schriften zum Einsatz kommen. Nutzt man nur eine, kann man zwei Schriftschnitte (Regular & Bold) verwenden. Auch die Größe von Schrift sollte man begrenzen – nicht mehr als drei Größen.

Für eine zu vermittelnde Botschaft, die kurz und knapp formuliert werden muss, sollte man nicht mehr als fünf Worte einsetzen. Teilen Sie diese Worte auf 3-5 Zeilen auf und vermeiden Sie Satzzeichen, die behindern den Lesefluss. Eine Headline wird eher wahrgenommen, wenn sie rechts neben einem Bild oder darunter gesetzt wird. Über den Einsatz der richtigen Schrift gibt es unterschiedliche Meinungen. Ich halte serifenlose Schriften für die bessere Wahl, sie sollten aber nicht zu dünn oder zu dick sein. Die Schriftgröße einer Headline hängt ein wenig vom eingesetzten Bild ab. Dient ein Foto als Blickfang, wird die Textgröße maximal 20% der Plakathöhe ausmachen. Verhält es sich anders herum, kann der Text auch größer sein.



Dieses fiktive Plakat kommt mit nur einer Schrift aus, der „Arima Madurai“. Zur Unterlegung der Schrift unten wurden 2 farbige Elemente eingesetzt, deren Farben aus dem Bild genommen wurden.



Kreatives Gestalten

Konzept, Projektstart 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 die Gestaltung setzt viele Freiflächen und 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,

selbstgezeichnete 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 wahrgenommen 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.



Affinity-Designer

Pinsel, Strukturen und Typografie

Der Affinity-Designer verbindet auf verblüffende Weise zwei Welten. Zum einen bietet er die klassischen Vektor-Werkzeuge mit denen man jede Menge zeichenbasierte Designs erstellen kann und zum anderen, wenn man auf die Pixel-Persona-Ebene umschaltet, vielfältige Pixel-Tricks, die man sonst nur von den klassischen Grafikprogrammen wie Photoshop oder Affinity-Photo kennt. Wer mit dem Designer arbeitet muss verstehen, dass es bei der Arbeit mit Pinseln (Brushes) zwei verschiedene Pinsel-Arten gibt. Rasterpinsel können nur im Pixel-Persona-Bereich eingesetzt werden, Vektorpinsel nur in der klassischen Designer-Umgebung. Hat man das Grundprinzip verstanden, lassen sich damit fantastische Effekte erzielen.

Vektor-Pinsel erstellen: Über den Panel PINSEL können auch eigene Brushes entworfen werden. Dazu wählt man erst einmal eine neue Kategorie und vergibt ihr über „Kategorie umbenennen“ einen eigenen Namen. Befinden Sie sich in der normalen Arbeitsumgebung des Designers, können Sie einen „Neuen gleichmäßigen Pinsel“ anlegen, einen „Neuen Intensitätspinsel mit Textur“ anlegen, oder einen „Neuen Bildpinsel mit Textur“ anlegen.

Bei einem „Neuen gleichmäßigen Pinsel“ wird direkt ein Standard-Pinsel erstellt, den man mit einem Doppelklick bearbeiten kann. Hier sind die Einstellmöglichkeiten aber beschränkt. Beim „Neuen Intensitätspinsel mit Textur“ öffnet sich ein Dialogfeld und man kann ein Rasterbild von der Festplatte auswählen. Der Pinsel wird anhand der Deckkraftwerte des Bildes erstellt. Hier sind nur PNG-Dateien erlaubt. Im dritten Fall, dem „Neuen Bildpinsel mit Textur“, kann man ein Foto auswählen,

auch hier nur im PNG-Format, der Pinsel wird anhand der Farbwerte des Fotos erstellt. In beiden letztgenannten Fällen sollte man vorab die ausgewählten Fotos in Graustufen-Bilder umwandeln. Sonst hat man im Panel PINSEL lauter bunte Pinsel-Bildchen stehen.

Pixel-Pinsel erstellen: Nachdem man in den Pixel-Persona-Bereich umgeschaltet hat, können zusätzlich zu den oben genannten Pinseln noch „Runde Pinsel“ und „Quadratische Pinsel“ erstellt werden. Auch diese lassen sich sofort bearbeiten – dazu führt man einen Doppelklick auf den Pinsel aus und ein weiteres Einstellungs Menü wird geöffnet. Um Sicherheit im Umgang mit diesen Funktionen zu bekommen, sollte man einfach einmal alle Möglichkeiten „durchspielen“. Dadurch bekommt man ein Gefühl, wie alles funktioniert.

Fertige Pinsel kaufen: Für kleines Geld kann man sich bei einigen Anbietern fertige Pinsel kaufen, die keine Wünsche offenlassen. Hervorheben kann man hier die Anbieter, die im Affinity-Store über die Firma Serif ihre Pinsel-Kreationen anbieten. Wer sich einmal digital mit dem Malen von Wasserfarben versuchen möchte oder verschiedene Marker-Stifte sucht, kommt bei diesen Profis voll auf seine Kosten. Aber es geht noch mehr. Man findet Brushes, die die Natur nachempfinden und Blätter, Wälder, Wolken oder Rauch produzieren. Ob leuchtende Lens Flairs, indische Powder-Pinsel, die die indische Tradition des sich mit farbigem Pulver bewerfen simulieren oder spezielle Pinsel um Comics zu zeichnen – die Angebote sind sehr vielseitig. Dabei haben sich einige Firmen besonders hervorgetan. FRANKENTOON, DAUB, IAN BARNARD und CHROMA SUPPLY.



Affinity-Designer

Texteffekte mit Vektor-Pinseln

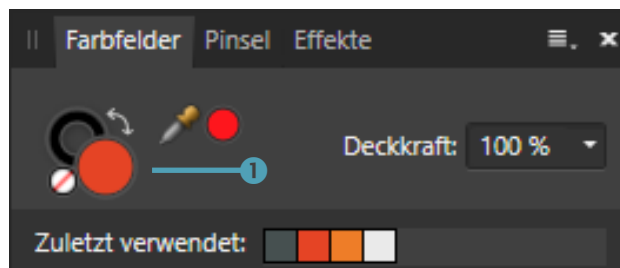
Früher haben wir uns darum gerissen, im Internet nach Filtern zu suchen, Tutorials zum Thema ausfindig zu machen um den coolsten Effekt zu erzeugen. Sicherlich kann man mit einigen Grafikprogrammen diese schönen Texteffekte erzeugen, aber ich stelle mehr und mehr fest, dass es mit dem DESIGNER besonders schnell und einfach geht. Dazu muss man aber schon ein wenig Wissen im Umgang mit der Software mitbringen. Leider stehen diese Vorgehensweisen nur selten in Fachbüchern, vielleicht sind solche Effekte heute auch nicht mehr so angesagt, aber – sie machen einfach Spaß und mit ein wenig Fantasie kommen beim entspannten Arbeiten die tollsten Sachen heraus.

Bei solchen Effekten spielen spezielle Vektor-Pinsel eine große Rolle. Man sollte auch wissen, wofür man diese Effekte einsetzt, sie aber auch sparsam nutzen, denn oft genug geht die zu transportierende Botschaft dadurch verloren. Wer das Grundprinzip eines Effektes verstanden hat, wird schnell zum Erfolg kommen. Nun ist es aber so, dass der Gelegenheitsanwender nur selten diese Texteffekte einsetzt. Interessant wird es dann, wenn man versteht, dass diese Effekte auch als Design-Element dienen können, sie müssen nicht unbedingt eine Botschaft übermitteln. Jemand der das besonders gut konnte, war Nevil Brody. Seine Grafikarbeiten waren in den 80er Jahren Kult.

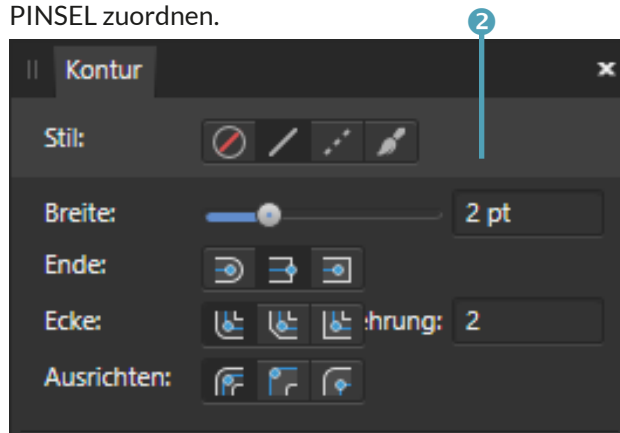
Für die folgende Beschreibung benötigen wir die PANEL (Menü: Ansicht-Studio) der FARBFELDER, EFFEKTE, KONTUR und PINSEL.

Einladung

Ein Dokument und Grafiktext anlegen: Legen sie über DATEI - NEU ein neues Dokument an und schreiben Sie mit Hilfe des Werkzeugs GRAFIKTEXT das Wort „Einladung“. Vergrößern Sie den Text auf Ihre Wunschgröße und wählen Sie eine passende Schrift aus. Vergeben Sie über den Panel „Farbfelder“ eine Farbe für die Vorder- und Hintergrundfarbe ①.



Dem Umriss der Schrift geben Sie eine KONTUR von 2pt ②. Dieser Schritt dient nur zur Ansicht. Im nächsten Schritt werden wir dieser Kontur einen PINSEL zuordnen.




Einladung

Einen Pinsel zuweisen: Nun folgen 3 Schritte hintereinander. Immer daran denken, der Schriftzug muss markiert sein. Zuerst wählen Sie im PANEL PINSEL die Wasserfarben und dann den 2. Pinsel von oben **3** aus. Die Kontur des Schriftzuges ändert sich nun. Sie haben dem Umriss der Schrift einen Vektor-Pinsel zugeordnet. Im PANEL KONTUR sehen Sie dies anhand des Stils. Nun ist der Pinsels markiert **4**. Später können Sie mit anderen Pinseln experimentieren.

Die Kontur-Breite anpassen: Es kann sein, dass die Kontur zu mächtig ist. Verringern Sie die Breite **5** indem Sie den Schieberegler nach links ziehen. Damit Sie verstehen, wie sich die Kontur des Schriftzuges verhält, wählen Sie einmal nacheinander im PANEL KONTUR die Icons im Bereich „Ausrichten“ **6**. Sie können damit den Umriss der Schrift steuern. MITTIG - INNEN - AUSSEN. Unten im Schriftzug wurde die Kontur auf MITTIG gesetzt - sie erscheint im Schriftzug.

Die Kontur-Farbe ändern: Sie können nun die Konturfarbe ändern. Dazu klicken Sie im PANEL FARBFELDER auf den Ring **7** und suchen sich eine andere Farbe aus.

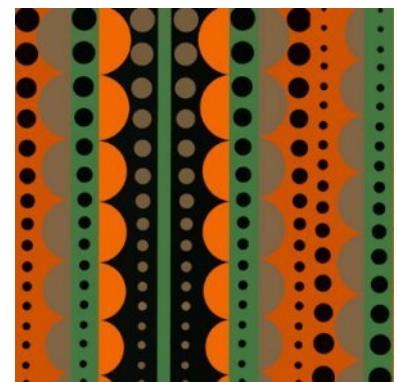
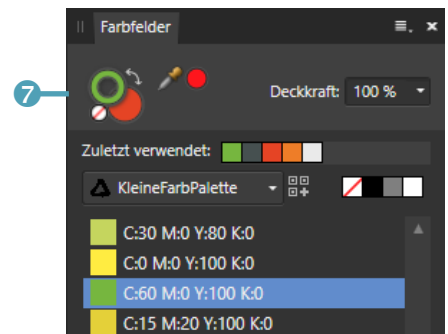
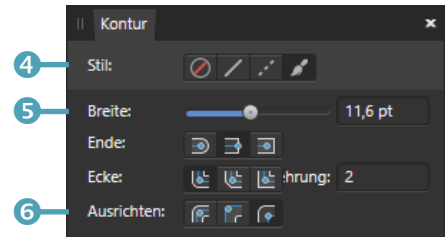
Einladung

Feinschliff: Zum Abschluss der Übung weisen wir der Schrift-Füllung eine farbige Textur zu. Wählen Sie in der Werkzeugleiste das Icon FÜLLUNG . Oben im Kontextmenü wählen Sie als Typ BITMAP **8** und laden Sie eine passende Textur hinzu. Diese Textur sollte nicht zu groß sein. Stellen Sie „Erweitern“ auf Spiegeln **9** ein.

Kontext: Füllung Typ: Bitmap   Erweitern: Spiegeln Qualität: Bilinear

8

9



Diese Textur wurde in den Schriftzug mit Hilfe des Werkzeugs FÜLLUNG hineinkopiert.

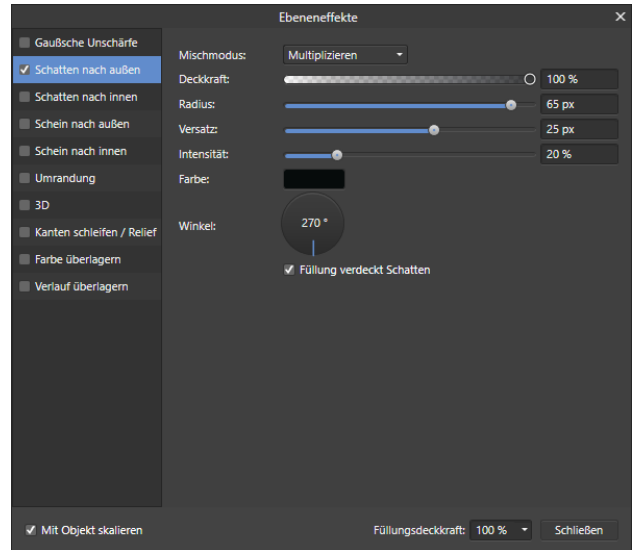
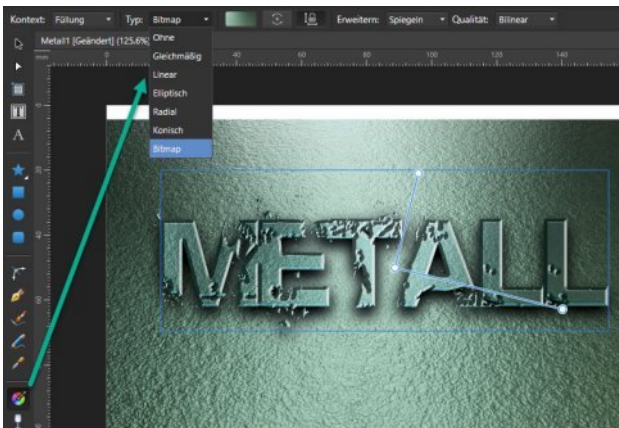
Affinity-Designer

Metall-Schriftzug selbstgemacht



[1] Erzeugen Sie ein Dokument im Format Din A5 Querformat mit 300dpi. [2] Erzeugen Sie einen Schriftzug mit dem Grafiktext-Werkzeug. [3] Über DATEI-PLATZIEREN wird eine Metall-Textur in den Hintergrund geladen. [4] In der Ebenen-Palette sollte die Metall-Textur auf einer eigenen Ebene sein. Mit der rechten MOUSE-TASTE auf die Ebene klicken und SCHÜTZEN wählen. Das Bild wird geschützt, kann nicht mehr bearbeitet werden.

[5] Markieren Sie den Text. [6] Wählen Sie das Werkzeug FÜLLEN und wählen Sie als Typ – BITMAP. Suchen Sie jetzt nach der Datei, die Sie vorher als Hintergrund-Foto geladen haben. Stellen Sie oben im Kontextmenü bei „Erweitern“ auf „Spiegeln“ um. Mit den Anfassern des Grafiktextes kann man die in den Schriftzug hineinkopierte Texture noch drehen, verkleinern und verändern.



[7] Jetzt bekommt der Schriftzug einen Schatten nach außen. Der Text bleibt dabei immer selektiert. Dazu wählt man diese Funktion im Panel EFFEKTE. Über das kleine Zahnrad-Icon rechts neben dem Effekt-Namen wird ein Einstellungs-menü geöffnet.

Bitte folgende Werte eintragen:

Mischmodus: Multiplizieren

Deckkraft: 100%

Radius: 65px

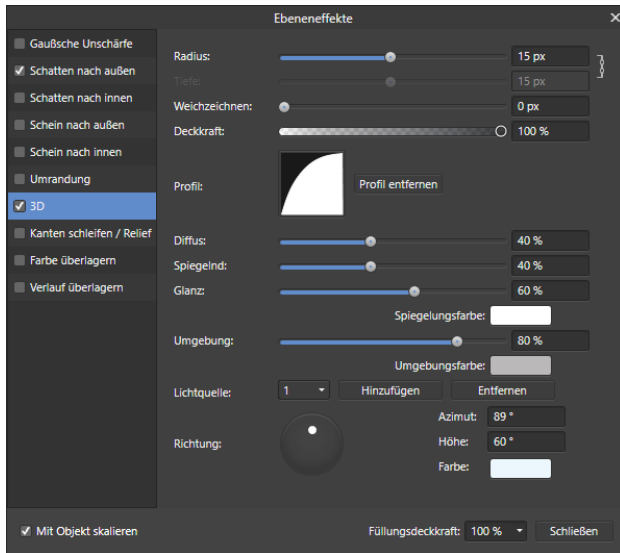
Versatz: 25px

Intensität: 20%

Farbe: Schwarz

Winkel: 270 Grad

Jetzt muss noch ein Häkchen gesetzt werden bei „Füllung verdeckt Schatten“ und „Mit Objekt skalieren“.



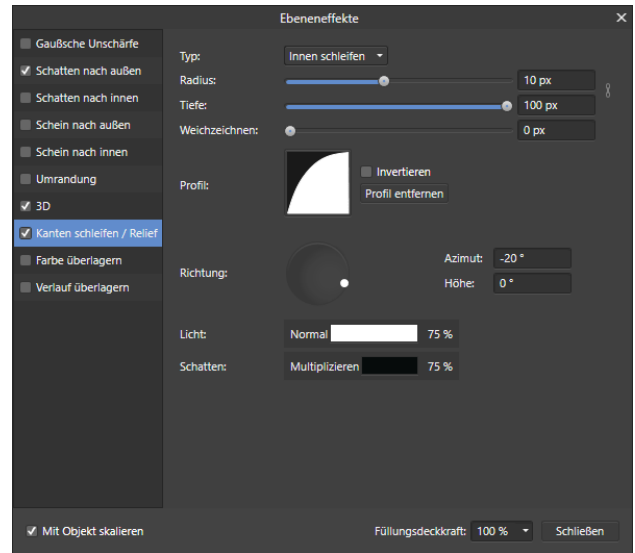
[8] Jetzt bekommt der Schriftzug einen 3D-Effekt. Über das kleine Zahnrad-Icon rechts neben dem Effekt-Namen wird ein Einstellungsmenü geöffnet.

Bitte folgende Werte eintragen:

Radius: 15px
 Tiefe: 15px
 Weichzeichnen: 0px
 Deckkraft: 100%
 Diffus: 40%
 Spiegelnd: 40%
 Glanz: 60%
 Umgebung: 80%
 Spiegelungsfarbe: Weiß
 Umgebungsfarbe: Ein dunkleres Hellgrau

Dann werden 2 Lichtquellen benötigt. Man kann über „Hinzufügen“ eine weitere Lichtquelle hinzunehmen.
 Lichtquelle 1: Azimut=89, Höhe=60, Farbe=236x248x254 RGB
 Lichtquelle 2: Azimut=-90, Höhe=12, Farbe=0x194x232 RGB

Das Profilbild wird jetzt noch geändert. Dazu einmal in das schwarze Profil-Feld klicken und unten aus der Liste das 4. Icon auswählen.



[9] Zum Schluss kümmern wir uns noch um die Kanten des Schriftzuges. Dazu den Effekt „Kanten Schleifen“ wählen.

Bitte folgende Werte eintragen:

Typ: Innen schleifen
 Radius: 10px
 Tiefe: 100px
 Weichzeichnen: 0px
 Azimut: -20
 Höhe: 0

Auch hier wird das Profilbild geändert. Dazu einmal in das schwarze Profil-Feld klicken und unten aus der Liste das 4. Icon auswählen.

Dem Schriftzug kann man weiterhin eine andere Schriftart zuweisen. Suchen Sie einmal nach der Schrift „Base 2“ und man kann einen unregelmäßigen Text simulieren.

Jederzeit besteht die Möglichkeit, die Werte anzupassen. Wenn Ihnen der Schatten der Schrift zu mächtig ist, verringern Sie diesen mit kleineren Werten. Auf diese Art und Weise kann man jedes Metall simulieren. Man wählt einfach eine andere Textur wie Chrom, Kupfer, Stahl oder Eisen.

Affinity-Designer

Gestaltung eines Vintage-Aufklebers

Vintage Design ist aktueller denn je. Es ist kantig, rau, traditionell, hat Herz und weckt Erinnerungen an die gute alte Zeit. Und es erobert sich heute ein verloren geglaubtes Grafiktterrain zurück. Als Grafikstil ist es heute aktuell wie nie. Dabei beschreibt es eine Handwerkskunst, ursprünglich und direkt und das Vintage Design wird geprägt durch Materialien, die zur Herstellung von Produkten dieses Stils benötigt wurden. Gedrucktes hinterlässt auf dem Papier leicht unebene Farbflächen, geprägtes Leder hat Unebenheiten, die das Licht und Farben unterschiedlich wiedergeben. Mehrere gedruckte, handgezeichnete Illustrationen sind nie identisch, da man Druckfarben immer ein wenig unterschiedlich aufträgt. Das Vintage Design erinnert an die Zeit des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts. Die Gestaltung in diesem Stil ist aber nicht für jede Zielgruppe geeignet.

Vintage Design weckt den Entdeckergeist in uns, werden in ihm doch viele Design-Elemente vereint. Banner, Badgets, Illustrationen, Stempel, Pfeile, Anker, Texturen oder Ranken. Alles kommt so verspielt daher und im Printdesign kann man mit verschiedenen Materialien punkten. Schriften für dieses Design, wie die Lobster, Playball oder ChunkFive wirken nostalgisch und verspielt. Und auch bei den Farben kommen meist satte, warme und erdige Farbtöne zum Einsatz. Bei der Gestaltung in diesem Stil kommt man meist mit wenigen Farben aus. Charakteristisch sind Braun-, Beige-, Sepia- und Gelbtöne. Große, weiße Flächen sind in diesem Stil eher selten.

Viel zum Einsatz kommen auch Texturen, Strukturen und Illustrationen. Im Affinity-Designer kann man z.B. farbige Flächen sehr schön mit einem „Rauschen“ versehen, das wirkt uneben und rau.



Ein Aufkleber im Vintage-Stil: Im Affinity-Designer und Affinity-Publisher findet man alle nötigen Werkzeuge, um einen Aufkleber im Vintage-Stil zu kreieren. Dazu müssen einige Vektor-Elemente angelegt und mit verschiedenen Attributen versehen werden. Rechts sind alle Einzelelemente mit ihren Spezifikationen aufgeführt. Versuchen Sie einmal, diesen Aufkleber nachzubauen. Es macht Spaß und man lernt den Umgang mit den verschiedenen Werkzeugen kennen. Aufgrund des Magazin-Formats sind die Grafiken auf der rechten Seite etwas kleiner dargestellt.

Farbbeispiele

	R:198 G:97 B:43		R:214 G:241 B:196
	R:139 G:115 B:102		R:132 G:208 B:196
	R:238 G:175 B:0		R:143 G:176 B:169
	R:201 G:127 B:4		R:80 G:182 B:171
	R:135 G:67 B:56		R:108 G:149 B:117
	R:162 G:52 B:25		R:93 G:155 B:132
	R:165 G:67 B:20		

Schriftenbeispiele

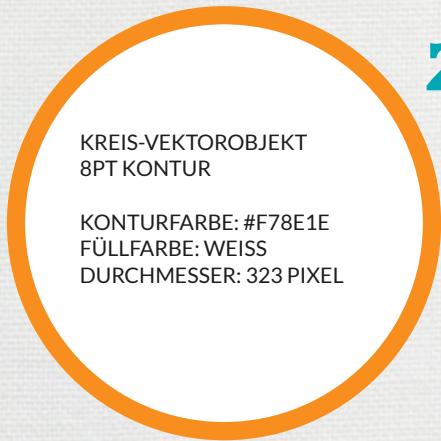
Lobster Playball

ChunkFive



1

ZAHNRAD-VEKTOROBJEKT
48 ZAHNRÄDER
85% INNENRADIUS
85% LOCHRADIUS
0% ZAHNGRÖSSE
0% LÜCKENGRÖSSE
10% KRÜMMUNG
FARBE: #8B7366
DURCHMESSER: 369 PIXEL



2

KREIS-VEKTOROBJEKT
8PT KONTUR

KONTURFARBE: #F78E1E
FÜLLFARBE: WEISS
DURCHMESSER: 323 PIXEL



3

KREIS-VEKTOROBJEKT
4PT KONTUR

KONTURFARBE: #8B7366
FÜLLFARBE:
TRANSPARENT
DURCHMESSER: 295 PIXEL



10

KRONE AUS EINZELNEN TRÄNEN-VEKTOROBJEKTEN
UND EINEM RECHTECK
FARBE: #8B7366
SPÄTER IN KURVEN UMGEWANDELT UND VERKLEINERT

4 **Affinity™**

SCHRIFT ACCORD SF MIT HOCHGESTELTEM TM
GRÖSSE: 29,5 PT
FARBE: #F78E1E

5



RECHTECK - IN KURVEN UMGEWANDELT
GRÖSSE: 295 X 55 PIXEL
FARBE: #8B7366
KNOTEN LINKS LEICHT ANGEPASST

MAGAZIN 62

6

SCHRIFT ACCORD SF
GRÖSSE: 29,5 PT
FARBE: SPÄTER WEISS



7

KREIS-VEKTOROBJEKT
FÜLLFARBE: #F78E1E
DURCHMESSER: 292 PIXEL
MIT VEKTOR SCHNEIDETOOL AUF HALBKREIS
SCHNEIDEN

Eine gute Wahl

SCHRIFT ACCORD SF
GRÖSSE: 16 PT
FARBE: SPÄTER WEISS

8

9



3 STERNE, 2X ETWAS KLEINER

Affinity-Designer

Die Artboard-Funktion



Stellen Sie sich ArtBoards wie eigenständige Designflächen in einer Datei vor. Jede dieser Flächen kann andere Abmessungen und andere Elemente haben. Elemente, die über den Rand eines Artboards hinausgehen, werden beim Export abgeschnitten. Diese Arbeitsweise ist ideal, um in einer Datei mehrere Designentwürfe für ein Projekt zu gestalten. So könnte man auch zwei Artboards nutzen um einen doppelseitigen Flyer zu entwerfen. Mit Hilfe von Art-

boards lässt sich z. B. auch die komplette Geschäftsausstattung eines Kunden realisieren, angefangen beim Logo über einen Briefkopf bis hin zur Visitenkarte. Hiermit lässt sich auch eine ganze Werbekampagne gestalten.

Ziehen Sie einfach mit dem Artboard-Werkzeug einen Rahmen auf und steuern Sie die Abmessungen über den Panel TRANSFORMIEREN.

Brushes von Chroma Supply



Die Firma Chroma Supply bietet auf ihrer Website im Internet viele Pinsel-Dateien zu einem kleinen Preis an. Diese können im Affinity-Designer und in Affinity-Photo genutzt werden.

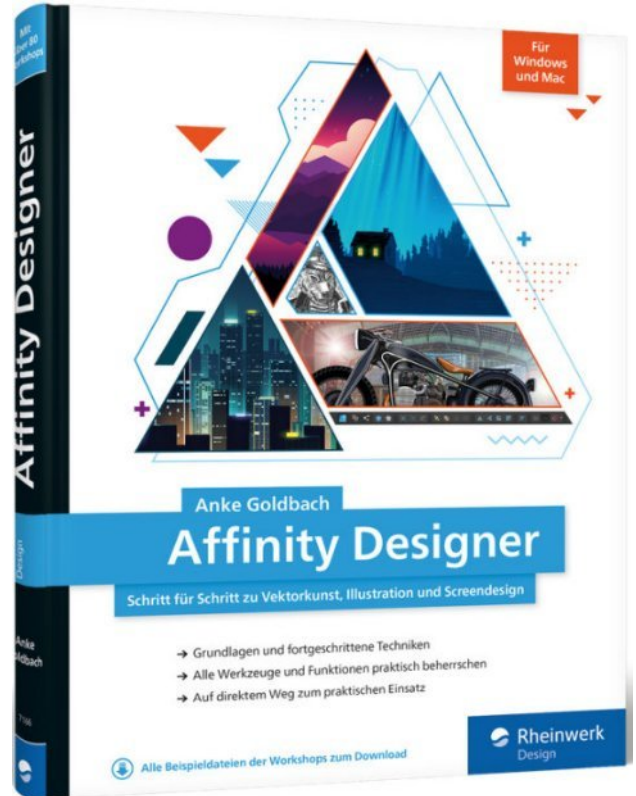


Affinity-Designer

Schritt für Schritt zur Vektorkunst

Das Buch von Anke Goldbach richtet sich an Einsteiger und Fortgeschrittene Anwender, die anhand von Beispielen in den unterschiedlichsten Bereichen den Umgang mit den Werkzeugen des Designers erlernen möchten. Dieses 308 Seiten schwere Buch vermittelt in über 80 verschiedenen Workshops die Grundkenntnisse des Programms. Wer gerne Logos, Broschüren, Flyer oder Grafiken für seine Website gestalten möchte, kommt hier voll auf seine Kosten. Das Buch ist modern aufgemacht und erklärt Schritt für Schritt den Umgang mit dem Designer. Das Buch ist im Rheinwerk-Verlag erschienen, mittlerweile in der 2. Auflage.

Lernen Sie, wie man mit den 3 Personas umgeht, den Arbeitsbereich einrichtet und Dokumente anlegt. Anhand anschaulicher Bilder können Sie in kürzester Zeit Farbpaletten und Farbfelder anlegen, Ebenen anordnen, ArtBoards erstellen, Hilfslinien und Raster zur leichteren Positionierung von grafischen Elementen steuern und pixelgenaue Web-Grafiken erstellen. Lernen Sie die wichtigsten Tastenkürzel kennen, um sich schneller durch Ihre Dokumente zu bewegen u.v.m.



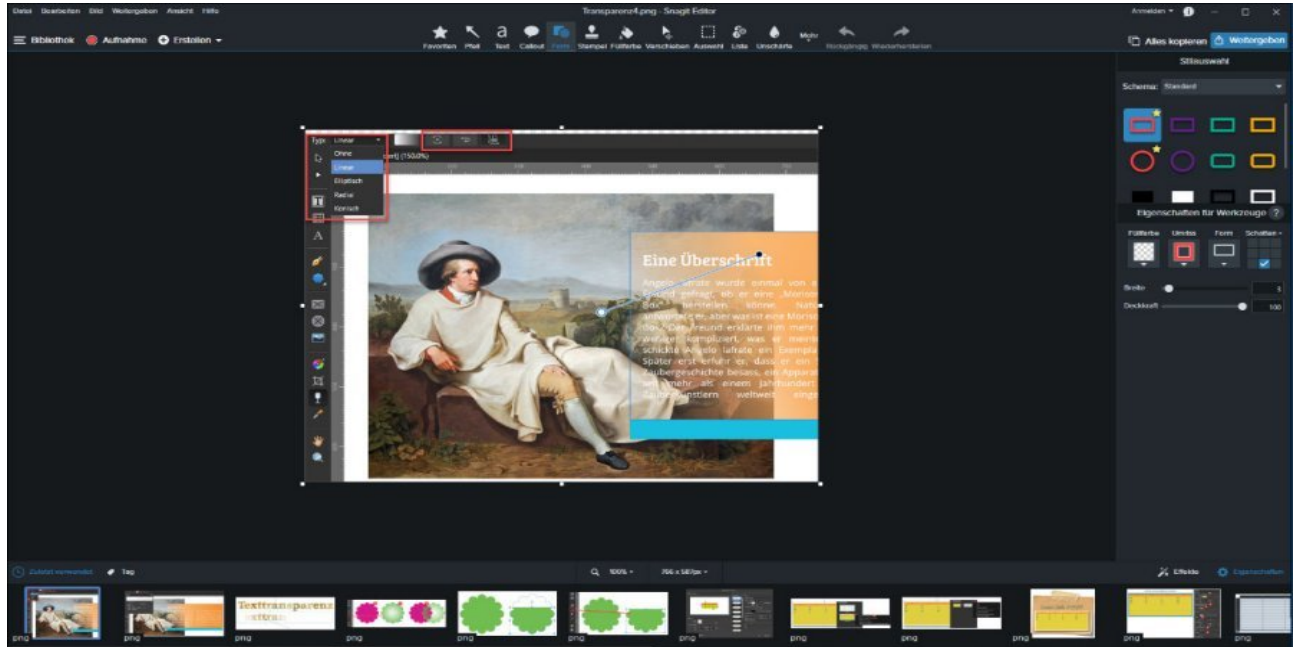
[Anke Goldbach - Affinity Designer](#)
308 Seiten, 2., überarbeitete Auflage 2019
[ISBN 978-3-8362-7166-0](#)



Über den Tellerrand geschaut

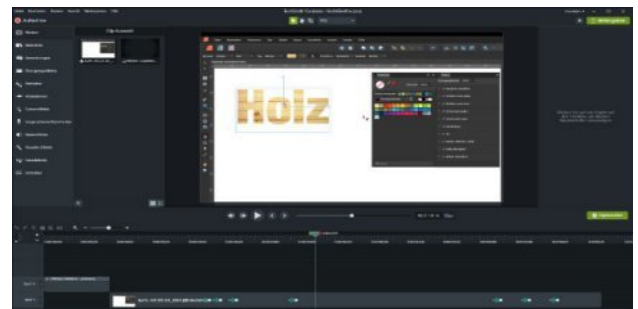
Bildschirmaufnahmen der besonderen Art

SCREENSHOT VON SNAGIT



Es gibt viele zusätzliche Programme, die die Arbeit mit den Affinity-Programmen unterstützen. Bei der Wahl passender Software sollte man aber nicht nur auf kostenlose Software zurückgreifen, denn schnell wird die Entwicklung dieser Apps eingestellt. Für Bildschirmaufnahmen, sogenannte Screenshots, kann man uneingeschränkt das Programm Snagit der Firma TechSmith empfehlen. Das Programm ist ideal dafür geeignet, einen Bildschirm oder einen Bildschirm-ausschnitt „abzufotografieren“. Zusätzlich bietet Snagit auch die Möglichkeit, kleinere Videos aufzunehmen. Snagit bietet dem Anwender zudem einen hervorragenden Editor an, mit dessen Hilfe man gemachte Screenshots weiterverarbeiten kann. Das Programm kann mit dem Windows-Start geladen werden und wird über einen Button aufgerufen, der sich frei an jedem Bildschirmrand des Monitors platzieren lässt.

Wer mehr möchte, kann auf den großen Bruder Camtasia zurückgreifen. Dieses reine Video-Tool nimmt Bildschirmaktivitäten auf und bietet viele professionelle Möglichkeiten, ein Video weiterzubearbeiten und in die gängigsten Formate zu exportieren. Mit vielen vorinstallierten Vorlagen kann man schnell optisch professionelle Videos produzieren, die Palette der Effekte reicht von Schwenks bis hin zu einer Zoom-Funktion.



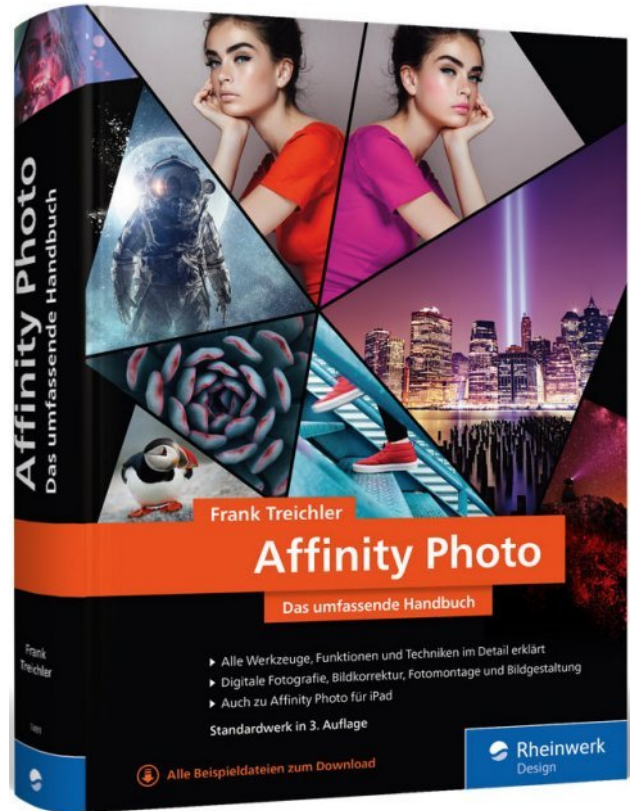
SCREENSHOT VON CAMTASIA

Affinity Photo

Ein Buch, das keine Wünsche offen lässt

Gerade ist die 3. Auflage des Affinity-Photo Buchs von Frank Treichler im Rheinwerk-Verlag erschienen. In diesem 960- Seiten starken Wälzer werden alle Funktionen des Programms beschrieben. Ob professionelle Bildretusche, punktgenaue Bildoptimierung oder komplexe Fotomontage – egal, was Sie mit Affinity Photo vorhaben, hier lernen Sie, wie es geht: Sie korrigieren Farbstiche, verschönern Porträts, erstellen Schwarzweißfotos und retuschieren Fehler auf Ihren Bildern.

Es werden alle Werkzeuge, Techniken und Funktionen detailliert beschrieben. Mit vielen Workshops zur Digitalen Fotografie, Bildkorrektur, Bildgestaltung und Fotomontage. Zusätzlich gibt es ein Kapitel über Affinity-Photo auf dem iPad. Wer mag kann sich zusätzlich das E-Book dazukaufen, so hat man alle Lektionen immer am Bildschirm parat. Auf der Webseite des Rheinwerk-Verlags kann man sich eine Leseprobe ansehen und das komplette Inhaltsverzeichnis herunterladen. Das Buch ist für Einsteiger und Fortgeschrittene Anwender geeignet, für den Profi nur dann, wenn er von Photoshop wechseln will.



[Affinity Photo - Das umfassende Handbuch - 960 Seiten - ISBN 978-3-8362-7491-3](#)



Affinity Photo

Arbeiten mit Snapshots

Mit Snapshots kann man in Affinity-Photo Momentaufnahmen festhalten. Dies ist dann hilfreich, wenn man mehrere unterschiedliche Arbeitsschritte an einem Foto festhalten möchte. Später kann man aus jedem Snapshot wieder ein eigenständiges Bild machen und dieses abspeichern. So sind die Fotos zu diesem Tutorial entstanden. Aktivieren Sie über das Menü ANSICHT-STUDIO den Panel SNAPSHOTS. Wenn Sie beim Generieren eines Snapshots aufgefordert werden, einen Namen zu vergeben, achten Sie darauf, dass der Name eindeutig ist, um den Snapshot wiederzuerkennen. Öffnen Sie ein Foto Ihrer Wahl.

Methode zum Einfärben von Bildausschnitten: Der Plan ist, im Foto zwei farbige Vektor-Objekte zu platzieren und mit deren Hilfe Teile des Fotos einzufärben. Eine, wie ich finde, einfache Methode, bei der man ohne Filter auskommt.

Erstellen Sie ein grünes Rechteck in dem Bereich des Fotos, den Sie einfärben wollen. Damit die Kanten des Rechtecks später nicht sichtbar sind, wendet man den Ebenen-Effekt „Gaußsche Unschärfe“ an. Ein Wert von 15 Pixeln Radius sollte reichen. Nun setzt man den Ebenen-Mischmodus auf „Strahlendes Licht“. Je nach Motiv kann es sich beim Leser anders verhalten, hier kann man sich bequem den richtigen Mischmodus herausuchen.

Man wiederholt den Vorgang mit einem bräunlichen Vektor-Rechteck. Auch hier wendet man den Ebenen-Effekt „Gaußsche Unschärfe“ mit 15 Pixeln an. Der Ebenen-Mischmodus wird auf „Farben abwedeln“ gesetzt.



ORIGINAL FOTO

Zum Schluss erzeugt man mit dem Grafiktext-Werkzeug und einer passenden Schrift, sowie Farbe, den gewünschten Schriftzug und wendet zusätzlich den Ebenen-Effekt „Schein nach Außen“ mit einem Radius von 15 Pixeln an. Als „Schein-Farbe“ wurde hier die Farbe des ersten Rechtecks gewählt.

Zu jedem der hier beschriebenen Arbeitsschritte wurde ein Snapshot angelegt, die Reihenfolge im Panel SNAPSHOT verläuft von oben nach unten. Der erste steht oben in der Liste, der Letzte ganz unten.



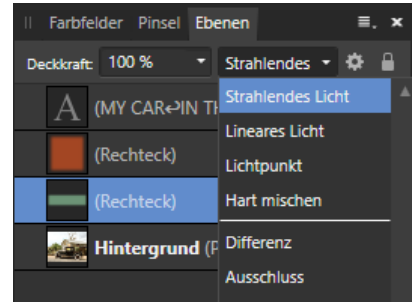
FINALES FOTO



SCHRITT 1: GRÜNES VEKTOROBJEKT



SCHRITT 2: MISCHMODUS EINSTELLEN



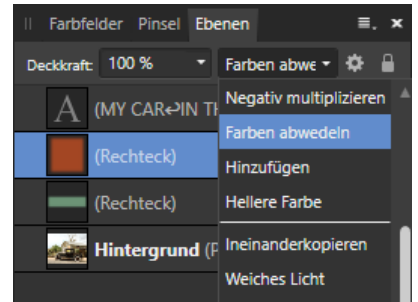
MISCHMODUS FÜR SCHRITT 2



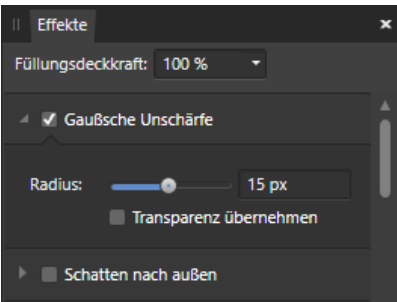
SCHRITT 3: BRAUNES VEKTOROBJEKT



SCHRITT 4: MISCHMODUS EINSTELLEN



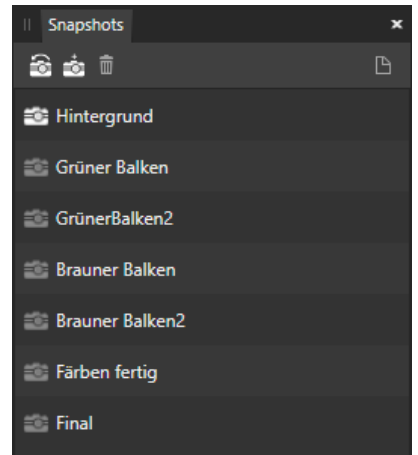
MISCHMODUS FÜR SCHRITT 4



UNSCHÄRFE FÜR SCHRITT 2 UND 4



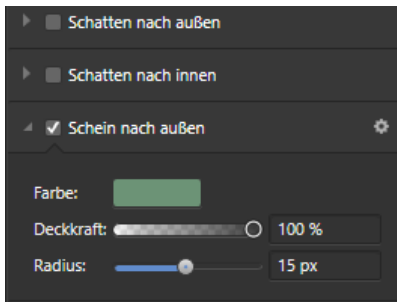
SCHRITT 5: FÄRBUNG VOR SCHRIFTZUG



PANEL SNAPSHOTS
LISTE DER EINZELNEN FOTOS ZU DEN
ARBEITSSCHRITTEN



SCHRITT 6: EINFÜGEN VON TEXT



EBENENEFFEKT FÜR SCHRITT 6

Affinity Photo

Das Akvis-Sketch-Plugin

Zu fast jedem Foto-Thema findet man heute bei YouTube passende Tutorials. Viele dieser Hilfen lassen sich oft mehr schlecht als recht nachvollziehen. Gerade Einsteiger, die sich in Affinity-Photo einarbeiten möchten, haben nach so einem Tutorial viele Fragen. Warum also nicht auf Drittanbieter zurückgreifen, die mit ihren Angeboten ein Anwenderproblem auf unkomplizierte Weise lösen können. Mit Erscheinen der Affinity-Programme, besonders Affinity-Photo, gibt es eine Art Renaissance der Photoshop-Plug-Ins. Hier sind Plug-Ins wie Nik Collection von DXO und die [Firma Akvis](#) zu nennen. Akvis präsentiert auf seiner Internetseite eine Fülle an Plug-Ins, die fast jeden gestalterischen Wunsch erfüllen. Dabei besteht hier die Möglichkeit, ein Plug-In zu kaufen oder dieses als eigenständiges Programm zu erwerben. Laut Akvis sind deren Angebote mit Affinity-Photo kompatibel und man kann sich eine 10-tägige Testversion herunterladen. Für Gelegenheitsanwender dürfte der Preis allerdings etwas zu hoch sein.

Interessant ist zum Beispiel das Akvis-Sketch-Plug-In mit dessen Hilfe man Bleistiftzeichnungen erstellen kann. Hier gibt es auch eine farbige Variante, was sicherlich all jene freuen sollte, die sich ihren eigenen Comic zusammenstellen möchten. Über Einstellungsregler können Graphit-, Kohle-, Bleistift-, Pastell- und Aquarellzeichnung nachgeahmt werden. Dabei gibt es drei Einstellungen: Klassisch, Künstlerisch und Maestro und hier schon vorgefertigte Presets. Über eine Timeline werden mehrere Varianten für ein Motiv angezeigt, man kann sich also mehrere Ergebnisse für einen Filter ansehen und dann entscheiden, welche Einstellung die Richtige ist. Interessant wird hier auch die zusätzliche Funktion des Hintergrundeffekts – er ermöglicht einen Vorher-Nachher-Effekt. Zudem bietet dieses Plug-In eine Stapelverarbeitung an und das Foto kann mit einem der vielen vorgefertigten Bilderrahmen versehen werden.

Fazit: Diese kleine Filtersammlung ist ihren Preis mehr als wert. Wer Zeichnungen erstellen möchte, ist hier sehr gut aufgehoben. Ich tendiere aber zur eigenständigen Variante der Software.



AKVIS-SKETCH OBERFLÄCHE



ORIGINAL FOTO



KLASSISCHER ZEICHENFILTER



MAESTRO ZEICHENFILTER

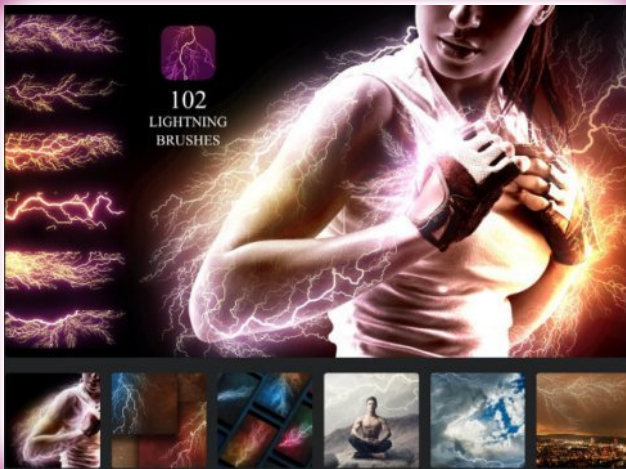
Affinity Designpakete



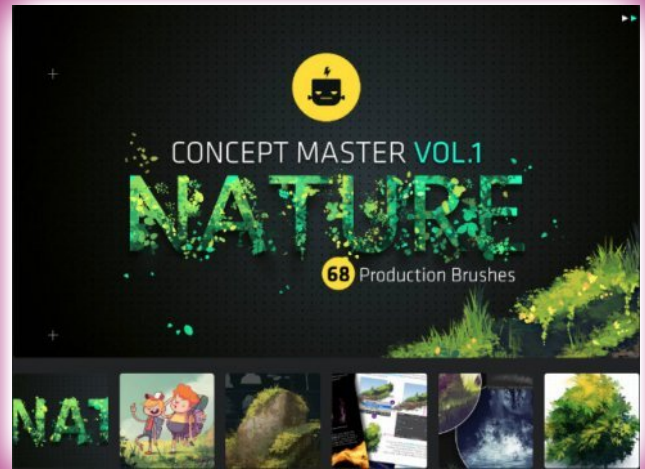
DIE FIRMA SERIF BIETET AUF IHRER AFFINITY-SEITE IM STORE EINIGE SEHR INTERESSANTE DESIGNPAKETE AN. ZUM EINEN EIN PAKET MIT VINTAGE-SCHRIFTEN UND DAZUGEHÖRENDE GRAFIKELEMENTEN.



IN EINEM WEITEREN PAKET FINDET MAN FÜR AFFINITY-PHOTO 180 PINSEL UM RAUCH UND WOLKEN ZU SIMULIEREN. MIT ETWAS FANTASIE KANN MAN DAMIT AUCH FEUER MACHEN. EIN TRAUMHAFTES PINSELPAKET.



FÜR DEN AFFINITY-DESIGNER UND AFFINITY-PHOTO KANN MAN SICH MIT DIESEM PAKET 102 RASTERPINSEL FÜR BLITZE INS HAUS HOLEN. DAMIT ERZEUGT MAN SPANNENDE BILDKOMPOSITIONEN.



DIE CONCEPT-MASTER VOL.1. PINSEL VON FRANKENTOON ZAUBERN REALISTISCHE BLUMEN, RANKEN UND PFLANZEN IN AFFINITY-PHOTO DESIGNS. MIT 47 RASTER- UND 21 STEMPelpINSELN EIN TOLLES PAKET.



ZUR WEBSITE

Daub-Brushes



Die Pinsel-Sammlung „Essentials“ von DAUB beinhaltet einige der tollsten Brushes, die ich je gesehen habe. Einige Pinsel sind auch im Affinity-Designer einsetzbar. Ein Blick auf deren Website lohnt sich auf jeden Fall. Und die Preise dort sind konkurrenzlos günstig.



ZUR WEBSITE

Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von Georg Walter • Steinackerstraße 12
53797 Lohmar/Rheinland • E-Mail: gewa62@web.de • Website: magazin62.de
Zu den Drittanbietern in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

Serif“ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.
[Einige Buch-Fotos mit freundlicher Genehmigung des Rheinwerk-Verlages.](#)



M62

Magazin62

Das Magazin für die Affinity-Suite

Affinity-Designer
Ziffernblatt im Vintage-Look
Mehrfarbenverläufe
Bereiche vergrößert darstellen
Die Artboard-Funktion

Affinity-Photo
Eine kleine Fotomontage

Affinity-Publisher
Typografie - Gut zu wissen
Magazin62 - Making Off
Die Funktion „Anpinnen“
Ein Logo gestalten
Logo gestalten - Theorie
Ahnenforschung-Scrapbooking



Willkommen

Auch wenn ich gerade voll und ganz in den Vorbereitungen zu meinem Affinity-Publisher-Buch stecke, wollte ich das 2. Heft meines Magazins noch vor dem Sommer rausbringen. Ich glaube, dass mir der Inhalt des Heftes recht gut gelungen und das für jeden etwas dabei ist. Das erste Heft wurde mehr als gut angenommen und ich freue mich, dass die Themen gefallen haben. Etwas kürzer fallen die Inhalte für Affinity-Photo aus und ich bin mir nicht sicher, ob es Sinn macht, die Themen immer und immer wieder zu wiederholen, die man in anderen Publikationen und Tutorials lesen kann.

Erstaunlicherweise habe ich für mich die Funktionen des Affinity-Designers wiederentdeckt und ich darf jedem, der speziell im Internet unterwegs ist, dieses Programm nur wärmstens empfehlen. Ich habe auch den Eindruck, dass die Pixel-Persona des Designers etwas unterschätzt wird. Pinsel-Dateien (Brushes) gibt es ja zuhauf, aber was man im Designer damit anstellen kann, ist fantastisch. Natürlich muss man die Gelegenheiten dafür haben.

Nun bin ich sehr gespannt, wie mein Publisher-Buch am Markt angenommen wird. Das Lektorat des Rheinwerk-Verlags war mit der ersten, kostenlos angebotenen, Fassung schon sehr zufrieden. Natürlich musste ich einige Themen erweitern und einige Workshops hinzufügen. Aber die Leser können sich freuen. Ich habe sehr viel Arbeitsmaterial zum Buch entwickelt und so gibt es u.a. mit neuen Stilen und Farbpaletten einen echten Mehrwert zum Buch.

Mit herzlichen Grüßen
[Georg Walter](#)

Wußten Sie...



Mit ein wenig Stolz darf ich hier auf mein Affinity-Publisher-Buch hinweisen, das im Rheinwerk-Verlag erscheinen wird. Geplant ist der Drucktermin Anfang September 2020 und die Auslieferung dann Ende September.



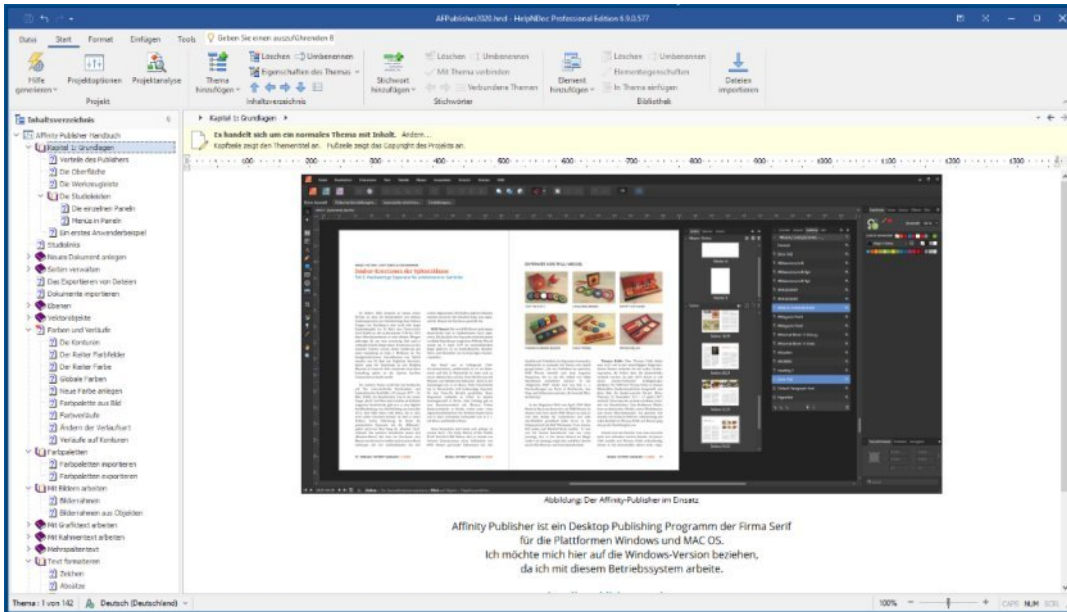
[Im Internet gibt es eine Hilfe für alle drei Affinity-Programme.](#)



Wenn Sie dieses Symbol sehen, verlinkt es zur Website eines Anbieters

Über den Tellerrand geschaut

Mit HelpNDoc ganze Bücher schreiben



Die Software HelpNDoc der französischen Firma IBE ist ein unverzichtbares Werkzeug, wenn es darum geht, Handbücher, Tutorials und Dokumentationen zu schreiben. Mein Affinity-Publisher Handbuch wurde damit geschrieben. Die Oberfläche erinnert stark an Word und Anwender, die mit der MS Office-Version arbeiten, finden sich darin schnell zurecht.

In einem Verzeichnisbaum, der links angezeigt wird, legt man Themen an, jedem Thema können weitere Einträge in Untergruppen folgen. Man baut sich so einen hierarchischen Verzeichnisbaum auf. Hat man ein Thema markiert, kann man im dazu passenden rechten Fenster seinen Text schreiben. Hier können aber auch Bilder oder Videos hinzugeladen werden. Was die Software ausmacht, ist die Tatsache, dass man sein Werk später in verschiedene Formate exportieren kann. Speichern

Sie im MS-Word-Format oder im PDF-Format, man kann aber auch ein E-Book damit erstellen oder den gesamten Inhalt als Windows-Hilfe-Datei exportieren. Jederzeit können Textpassagen umsortiert werden und der eigene Vorlagen-Editor erlaubt das Anpassen der Überschriften und aller anderen Formatierungen.

Innerhalb des ganzen Dokuments kann man mittels Hyperlinks zu anderen Textpassagen verlinken. Bilder lassen sich über eine Bibliothek in das Dokument laden und die eigene Projektanalyse zeigt Fehler und fehlende Verlinkungen auf. Diese Software in Verbindung mit dem Affinity-Publisher, macht das Arbeiten an großen Textmengen sehr interessant. Erfreulich ist, dass die Website des Anbieters in Deutsch vorhanden ist.

[HELPNDOC IM INTERNET](#)

Affinity-Designer

Gestaltung eines Ziffernblattes für eine Uhr im Vintage-Look

Um Sicherheit im Umgang mit den Werkzeugen des Affinity-Designers zu bekommen, kann man sich ein Projekt ausdenken und im ersten Schritt überlegen, welche Objekte man benötigt und wie man sie mit den vielfältigen Möglichkeiten der Software umsetzt und erstellt. By the way – auch mit dem Affinity-Publisher könnte man das folgende Projekt umsetzen.

Am einfachsten baut man etwas im Designer nach, indem man sich eine Vorlage in das Programm einlädt. Doch zuerst sollte man sich eine Materialliste erstellen, mit den Elementen, die benötigt werden. Dazu schaut man sich die Vorlage einmal näher an.

Materialliste: Für dieses Projekt benötigt man 12 verschiedene Holz-Texturen, für jede Ziffer eine. Diese 12 Grafiken werden auf eine Größe von 512x512 Pixeln bei 300dpi zugeschnitten. Hier bietet sich natürlich das Programm Affinity-Photo an. Dann wird eine Grafik für das große Ziffernblatt und 1 Bild für den Aufsatz in der Mitte benötigt. Einen passenden Schriftzug haben Sie sicherlich in Ihrer Font-Liste, hier sollte die Schriftart etwas nach „Vintage“ aussehen.

Grundelement: Für den Hintergrund der einzelnen Ziffern benötigt man nur ein Grundelement, das immer wieder verwendet wird. Zoomen Sie im Affinity-Designer nah an die Vorlage heran, sodass Sie die Zahl 12 gut erkennen können. Wählen Sie das Werkzeug ZEICHENSTIFT und wählen Sie oben im Kontextmenü den „Smart-Modus“ aus. Dieser Modus hat den Vorteil, dass man nachher die Konturen des Elements leicht nachbearbeiten kann. Zeichnen Sie nun das Element nach, indem Sie am Objekt entlang Punkte setzen. Bei gedrückter linken MOUSE-TASTE können Sie die Linie „ziehen“ um die Konturen besser zu zeichnen. Gehen Sie einmal um das gesamte Element herum. Sie benötigen etwa 14-15 Knotenpunkte. Wenn Sie die letzte Linie setzen, klicken Sie mit dem Werkzeug 1x auf den Startpunkt – das Objekt schließt sich.

Ein Tipp: Wenn Sie die Grundform gezeichnet haben und nachbearbeiten möchten, dann setzen Sie die Füllfarbe des Elements auf die Farbe Weiß und senken Sie die Deckkraft auf etwa 60%. So sehen Sie die Original-Form und das gezeichnete Element. Jederzeit können Sie mit



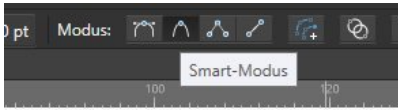
Eine Vorlage aus dem Internet



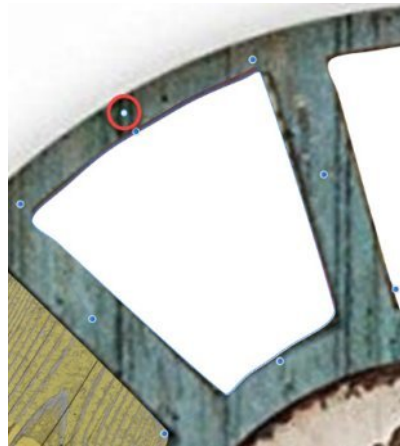
Materialliste von verschiedenen PNG-Grafiken in Holzoptik



Grundelement



Grundelement mit der Einstellung „Smart-Modus“



Grundelement mit der STRG-Taste kopieren und am oberen Anfassers passend drehen



Dem Element mit dem FÜLLEN-Werkzeug (1) als TYP ein Bitmap (2) zuordnen. Erweitern wird auf „Spiegeln“ (3) gesetzt.

dem KNOTENWERKZEUG auf einen Punkt klicken und diesen nachjustieren.

Kopieren und drehen des Grundelements: Halten Sie die STRG-Taste gedrückt und ziehen Sie das gezeichnete Element nach links oder rechts, je nachdem, wo Sie beginnen wollen, um die restlichen 11 Elemente zu positionieren. Am oberen Anfassers des Elements können Sie es drehen und nach Augenmaß an den passenden Platz setzen. Wiederholen Sie die Schritte, bis alle 12 Elemente an ihrem Platz sind.

Zuordnen einer Textur: Mit Hilfe des Werkzeugs FÜLLUNG weisen Sie jetzt jedem der 12 Elemente eine andere Textur (Bitmap) zu. Markieren Sie das jeweilige Element und wählen Sie oben im Kontextmenü den TYP - BITMAP, laden Sie so eine Textur in das Element. Unter ERWEITERN wählen Sie „Spiegeln“, damit sich die Textur nahtlos einfügt.

Zeichnen des Ziffernblatts und der Innenscheibe: Für die beiden großen Uhren-Teile verwendet man das Vektorobjekt KREIS und zeichnet die Umrisse anhand der Vorlage nach. Beiden Elementen vergibt man jetzt, wie im Schritt zuvor, eine Hintergrund-Textur.



Mit dem Vektorobjekt KREIS werden der äußere und innere Ring gezeichnet und mittels des Werkzeugs FÜLLUNG eine Textur vergeben.



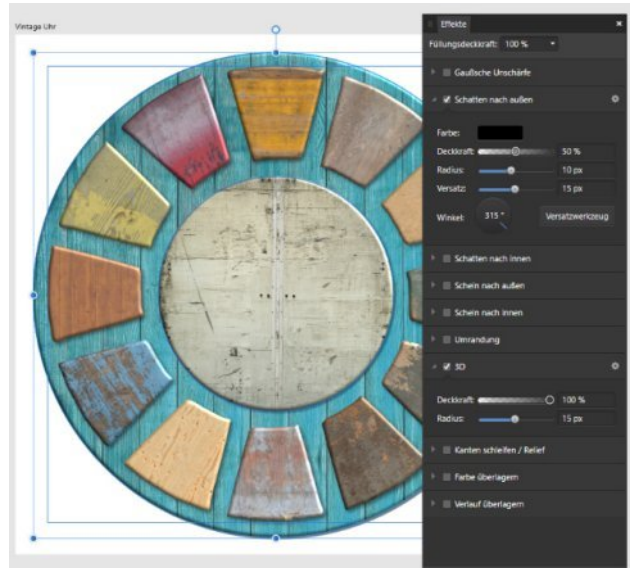
Die fertige Uhr mit Zahlen und Zeigern

Anpassen der 12 Elemente: Auf Wunsch, und hier auch sinnvoll, kann man jetzt allen gezeichneten Elementen als Effekt einen „Schatten nach außen“ und einen „3D“ - Effekt zuordnen. Um sich hier die Arbeit zu erleichtern, markiert man alle Elemente und gruppiert sie. Wenn man einen Effekt auf eine Gruppe anwendet, bekommen alle Elemente in der Gruppe diesen Effekt.

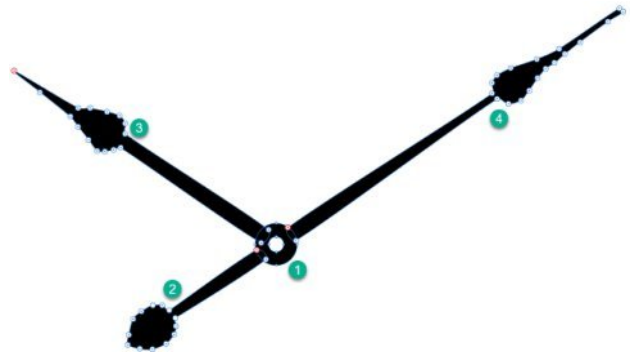
Einfügen der Zahlen: Suchen Sie sich eine passende Schrift und fügen Sie, einer Uhr entsprechend, alle Zahlen mit Hilfe des Werkzeugs GRAFIKTEXT ein und drehen Sie die Zahlen passend nach der Vorlage. Die Zahlen 4 bis 7 sollte man „lesbar drehen“, sie folgen also nicht dem Schema verkehrt herum platziert zu werden.

Das Zeichnen der Zeiger: Bei den Zeigern verhält es sich genau so, wie beim Zeichnen der ersten Grundform. Anhand der Vorlage zeichnet man die Zeiger mit dem ZEICHENSTIFT nach. Aber nicht an einem Stück. Wenn man nah genug „heranzoomt“ kann man die 3 Teile jeweils einzeln nachzeichnen, für das Mittelstück greift man auf das Vektorobjekt „Ring“ zurück. Das mittlere Loch kann man anhand der Anfasser des Objekts sehr schön anpassen. Achten Sie darauf, bei den Zeigern den „Smart-Modus“ zu aktivieren.

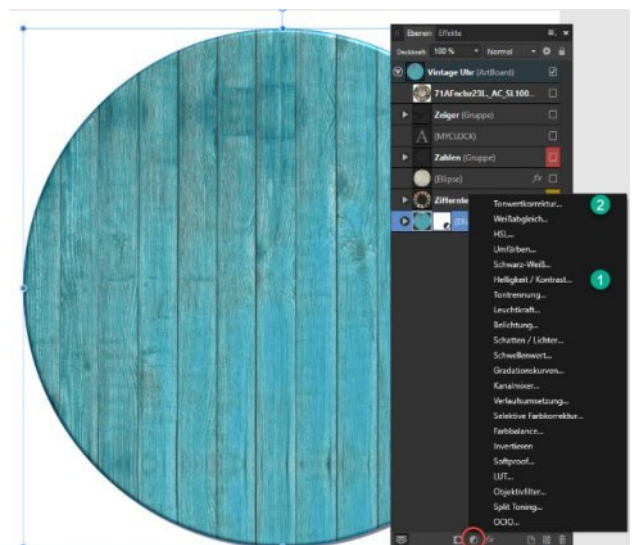
Ein Tipp zum Schluss: Im Ebenen-Manager finden Sie ganz unten die „Anpassungen“ (roter Kreis). Hier können Sie einem markierten Objekt weitere Attribute zuweisen. So wurde hier für die blaue Uhrscheibe die Helligkeit/der Kontrast angepasst, damit das Objekt etwas dunkler wird. Die Helligkeit wurde herabgesetzt und der Kontrast erhöht. So bekommt das Element einen dunkleren und „dreckigeren“ Touch.



Die Einstellungen für die Effekte „Schatten nach außen“ und „3D“.



Die Zeiger: Vektorobjekt Ring (1), das mittlere Loch leicht angepasst und jeweils einzeln nach der Vorlage gezeichnet, die Zeiger (2-4)



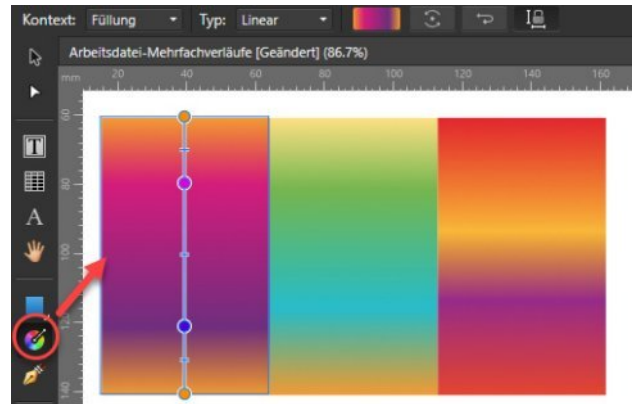
Affinity Designer

Mehrfarbenverläufe

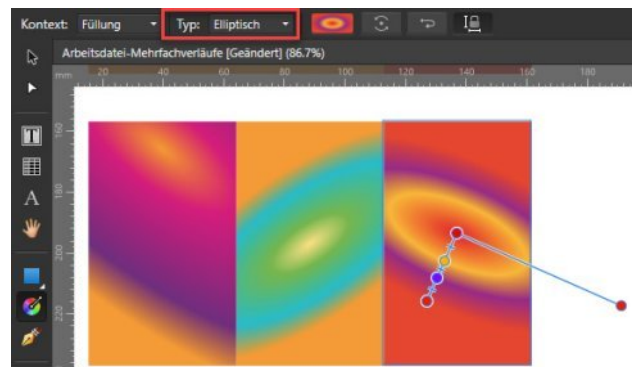
Farbverläufe beschränken sich nicht nur auf zwei Farben. Man kann entlang einer Verlaufslinie mehrere Knotenpunkte setzen und jedem Punkt eine andere Farbe zuweisen. Gehen Sie mit der MOUSE entlang der Verlaufslinie und klicken Sie einmal darauf, es entsteht ein neuer Knoten. Wenn Sie diesen markieren, einmal mit der MOUSE auf den Punkt klicken, können Sie diesem Punkt aus den Farbfeldern eine neue Farbe vergeben. Die Punkte auf der Linie können Sie jederzeit mit der MOUSE verschieben. Ändern Sie jederzeit über das Menü oben den TYP der Füllung. Verlagern Sie den Mittelpunkt der Füllung oder drehen Sie die Linien einfach um das gefüllte Element. Der Verlauf lässt sich an den äußeren Punkten der Linien drehen, da wo beide Linien zusammenkommen, lässt sich der Mittelpunkt verschieben.

Über den Füll-Typ RADIAL lassen sich sehr schöne dreidimensional anmutende Verläufe erstellen. Auch hier laden die Anfasser zum Experimentieren ein. Das Werkzeug FÜLLUNG kann aber noch mehr. Auch der Kontur kann ein Verlauf als Füllung zugewiesen werden. Dazu muss man im Vorfeld der Kontur (Panel KONTUR) einen passenden Wert in der Breite zuweisen. Wenn der Wert für die Kontur auf Null (0) steht, sieht man keinen Effekt. Möchten Sie die Einstellung für einen Verlauf auch auf andere Objekte anwenden? Speichern Sie Ihre eigenen Verläufe als STIL. So gehen Ihnen die Einstellungen nicht verloren. Wenn man einen Verlauf als STIL abgespeichert hat und diesen auf einen Grafktext anwenden möchte, kann es passieren, dass die KONTUR zu breit ist. Schauen Sie im Panel KONTUR und verringern Sie den Wert für die Breite.

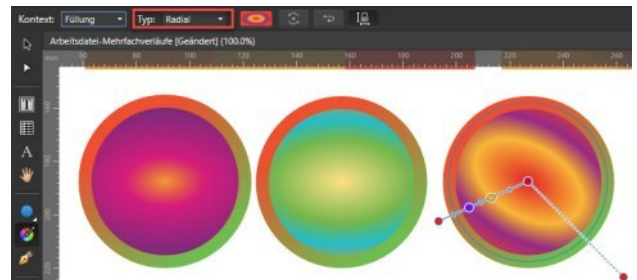
Mehrfarbenverlauf:
FÜLLUNG-Werkzeug - Füllung Radial, Konturfüllung Konisch



Mehrfarbenverläufe: FÜLLUNG-Werkzeug - Fülltyp Linear



Mehrfarbenverläufe: FÜLLUNG-Werkzeug - Fülltyp Elliptisch



Mehrfarbenverläufe: FÜLLUNG-Werkzeug - Fülltyp Radial



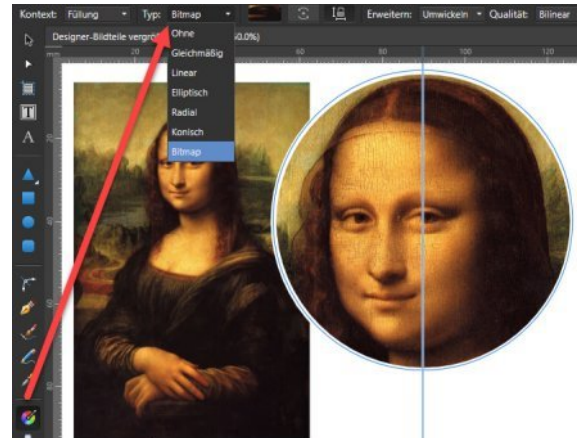
Affinity-Designer

Bereiche vergrößert darstellen

Manchmal stellt man sich die Frage, wie man einzelne Bereiche eines Bildes vergrößert darstellen kann, um Informationen über einen Teil des Bildes hervorzuheben. Das sieht man z.B. oft bei Landkarten in denen ein Bereich herausgestellt und vergrößert dargestellt wird. Bei Vektor-Grafiken ist es etwas leichter, den zu vergrößernden Bereich zu isolieren.

Vektorgrafik: Wie hier zu sehen, handelt es sich um eine Deutschland-Karte mit den Bundesländern. Jedes Bundesland wurde vektorisiert und liegt als Vektor-Element auf einer eigenen Ebene. Hier ist es ein Leichtes, das gewünschte Land zu separieren, um es später größer darzustellen.

Bitmap-Grafik: Bei einem Foto muss man einen kleinen Umweg gehen. Laden Sie das Foto in ein Designer-Dokument. Jetzt wählt man in der Werkzeugleiste das Werkzeug Vektor-Ellipse und zeichnet bei gedrückter UMSCHALT-Taste (Taste unten Links mit dem Pfeil nach oben) einen Kreis.



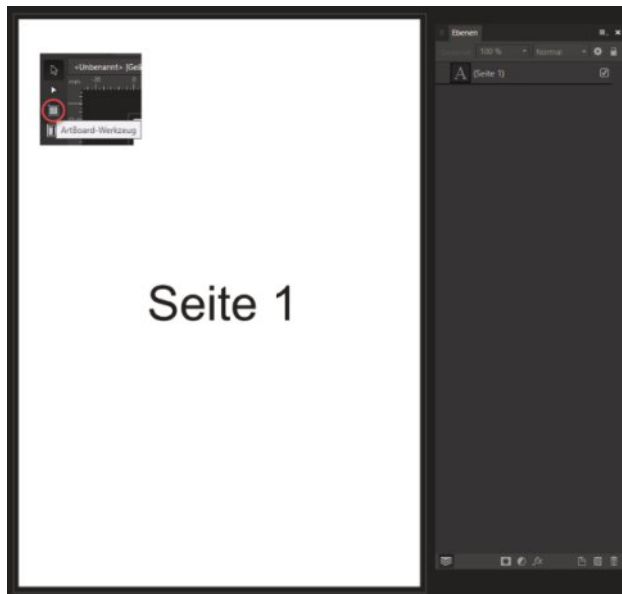
Wählen Sie das FÜLLUNG-Werkzeug und danach oben in der Kontext-Leiste als TYP = Bitmap. Nun können Sie das Foto, aus dem Sie einen Bereich vergrößert darstellen möchten, erneut auswählen. Über die Anfasser vergrößert man den Bereich des Fotos, der groß dargestellt werden soll.



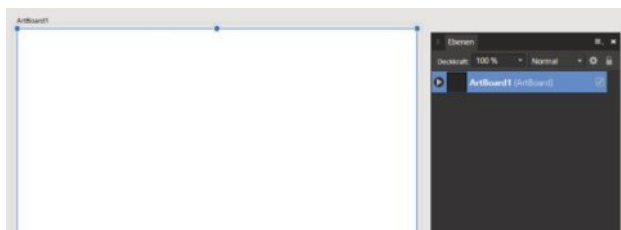
Affinity-Designer

Das Artboard-Werkzeug

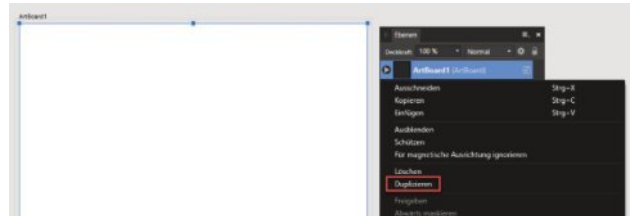
Im ersten Heft habe ich kurz auf die Artboard-Funktion des Affinity-Designers hingewiesen. Dies ist ein mächtiges Werkzeug um in nur einem Designer-Dokument mehrere Grafiken zu bearbeiten und zu verwalten.



Schritt 1: Über Datei neu legen Sie eine neue Seite an. Dies kann ein A4-Dokument sein. Im Panel EBENEN sieht man die Seite.



Schritt 2: Wählen Sie das ARTBOARD-Werkzeug und ziehen Sie einen Rahmen um das ganze Dokument. Im Panel EBENEN wird dieser Bereich nun als ARTBOARD bezeichnet.



Schritt 3: Im Panel EBENEN mit der rechten Mouse-Taste auf die Ebene "Artboard1" klicken. Im Dialogfeld jetzt auf "Duplizieren" klicken.



Schritt 4: Was ist passiert? Auf diese Art und Weise kann man im Designer mehrere Seiten anlegen. Diese Seiten sind unabhängig - heißt - man könnte die Abmessungen des 2. Artboards auch ändern ohne dass dies Einfluss auf das andere Artboard hätte. So kann man z.B. im Designer einen 2-seitigen Flyer gestalten. Die Artboards werden dann wie Seiten verwaltet.

So könnte man auch in nur einer Designer-Datei den Briefbogen, die Visitenkarten und das Logo eines Unternehmens gestalten.

Tipp: Öffnet man im Publisher eine Designer-Datei mit mehreren Artboards, kann man diese im Publisher als einzelne Seiten anlegen.

Affinity-Photo

Eine kleine Fotomontage

Als Pixelkünstler würde ich mich jetzt nicht bezeichnen, das können andere viel besser. Und sicherlich gibt es mehrere Wege zum Ziel. Dazu kommt, dass man bei einem solchen Foto auch das Potenzial erkennen muss. Zu guter Letzt sollte man auch einige Foto-Quellen kennen, um passendes Material an die Hand zu bekommen.

Eigentlich geht es hier nur um die Auswahl eines Auges aus mehreren Fotos, man könnte auch nur ein Auge nehmen. Diese Auswahl muss so umgewandelt werden, dass man weiche Kanten bekommt. Nur so kann man ein Foto-Objekt in ein anderes Foto einsetzen, ohne dass man harte Kanten sieht. Die Montage soll ja so wirken, als wäre es „immer schon so gewesen“.

Um die nun folgende Beschreibung nachzuvollziehen, bedarf es einiger Vorkenntnisse. Sie sollten wissen, wie man eine Auswahl generiert, diese in die Zwischenablage kopiert um sie dann in einem anderen Foto wieder einzusetzen. Da ich Ihnen die Affinity-Photo-Datei auf meiner Webseite zum Herunterladen anbiete, brauchen Sie diese nur zu öffnen um sich alles anzuschauen.



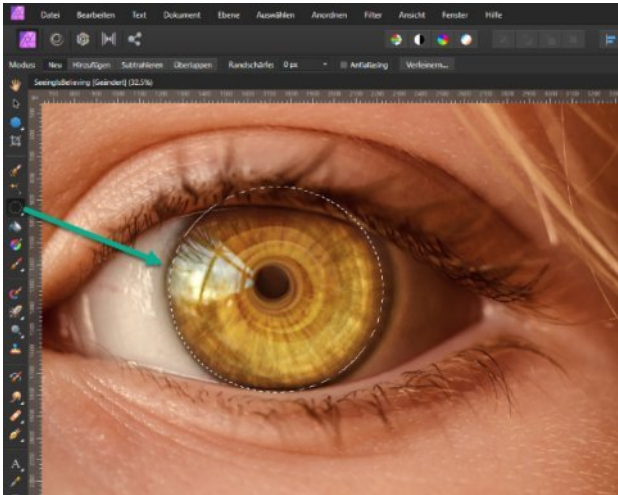
Öffnen Sie zuerst das Foto mit den Spielfiguren

Die Kernarbeit besteht darin, sich aus einem

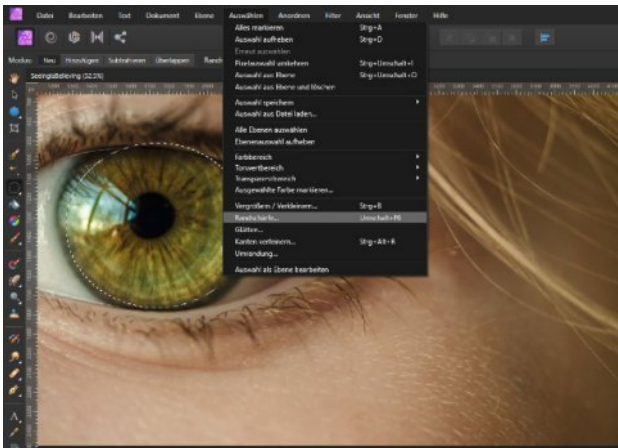


passenden Foto ein Auge herauszukopieren und dieses in die Datei mit den Spielfiguren einzusetzen. Öffnen Sie zuerst das Foto mit den Spielfiguren. Dann nehmen Sie sich ein Foto vor, aus dem Sie ein Auge über die Zwischenablage herauskopieren.

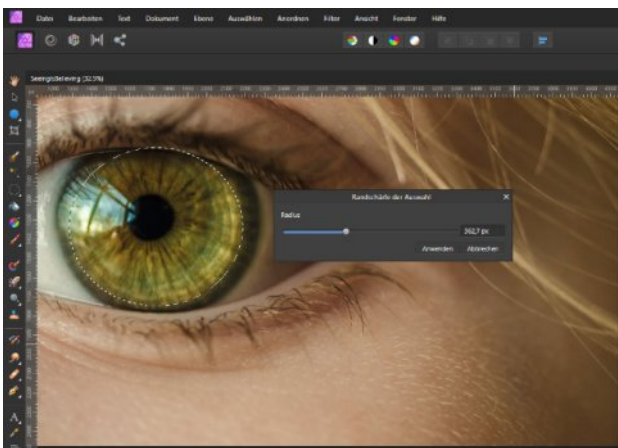
- Schritt 1:** Öffnen des Fotos mit den Spielfiguren.
- Schritt 2:** Öffnen eines Fotos mit einem Augen-Motiv.
- Schritt 3:** Mit dem runden Auswahlwerkzeug die Pupille des Auges umranden.
- Schritt 4:** Über das Menü AUSWÄHLEN den Befehl RANDSCHÄRFE (UMSCHALT+F6) wählen. Im folgenden Dialogfeld einen Wert ab 100 Pixel



Die Pupille markieren mit dem runden Auswahlwerkzeug

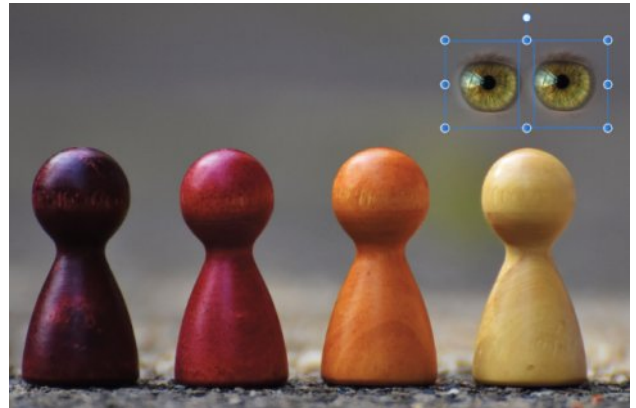


Die Auswahlkanten weichzeichnen

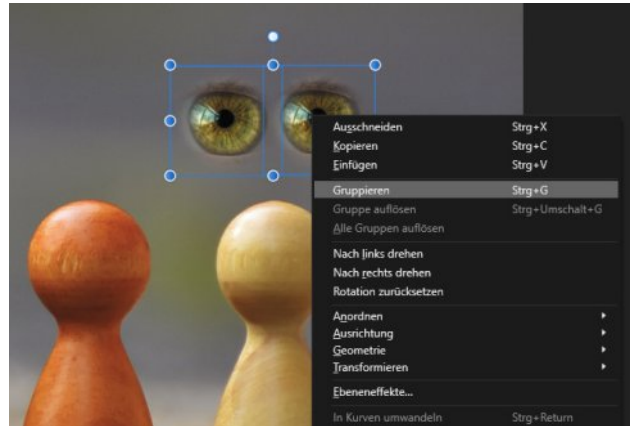


eingeben. Das hängt etwas davon ab, wie groß das Foto mit dem Auge ist. Mit diesem Befehl werden die Ränder der Auswahl weichgezeichnet.

Schritt 5: Die Auswahl nun über die Zwischenablage (STRG+C) kopieren, zum Foto mit den Spielfiguren wechseln und die Zwischenablage ins Bild einkopieren (STRG+V).



Das kopierte Augen-Motiv verkleinern und duplizieren



Das Augenpaar gruppieren

Schritt 6: Das Augen-Motiv wird nun dupliziert, verkleinert und gruppiert.

Schritt 7: Das Augenpaar muss so verkleinert werden, dass es in den Kopf einer Spielfigur passt.

Schritt 8: Wiederholen Sie das mit weiteren Augen-Fotos. Zum Schluss kann man im Foto noch einen Titel mit dem Grafiktext-Werkzeug oder dem Rahmentext-Werkzeug platzieren.

Typografie

Gut zu wissen



Wenn man sich beruflich mit dem Thema Typografie beschäftigt und auch beschäftigen muss, nur so kann man Fehler vermeiden, kann man auf ein reichhaltiges Wissen in Büchern zurückgreifen. Dieses Thema mag dem Neuling, der nicht jeden Tag damit zu tun hat, etwas trocken erscheinen, es hilft aber zu verstehen, warum Texte in Publikationen manchmal gut oder weniger gut aussehen. Im modernen Desktop-Publishing stellt man sich oft die Frage, mit welcher Schriftart man publizieren soll. Dabei geht es in erster Linie um den sogenannten Fließtext, also der Text, mit dem ein Buch oder Magazin geschrieben wird und den dazu passenden Headlines und Zwischen-Überschriften. Weitere Schriften betreffen, je nach Publikation, Bildunterschriften, Fußnotentext und Zitate.

In vielen Fach-Publikationen wird empfohlen, nicht mehr als zwei Schriften einzusetzen. Und das ist auch gut so, denn zu viele Schriften lenken beim Lesen nur ab. Die nun folgenden Erläuterungen sind Empfehlungen und können natürlich je nach Vorhaben etwas abweichen.

Fließtext (Grundschrift): Man sollte den normalen Fließtext im Affinity-Publisher unbedingt mit einem Gestaltungsraster „setzen“. Bei Mehr-

spaltentext liegen so die Textzeilen spaltenübergreifend auf gleicher Höhe. Je nach eingesetzter Schrift und Projektart empfehle ich eine Größe von 9-11 Punkt. Ich habe mir angewöhnt, für ältere Leser auch eine größere Schrift zu wählen. Dem entsprechend variiert auch der Zeilenabstand. Ich empfehle einen Zeilenabstand von 120-130 Prozent der Schriftgröße.

Headline: Die Headline eines Artikels ist sehr groß und kann, je nach Spaltenmenge über die gesamte Breite des Artikels oder auch nur über die Breite von zwei Spalten laufen. Ich verwende für eine Headline meist die gleiche Schrift, wie für den Fließtext. Eine Headline sollte bündig zum Fließtext gesetzt werden, wenn nötig, kann man den Textrahmen etwas nach links schieben.

Vorspann: Der Vorspann folgt am Beginn eines Artikels der Überschrift und gibt eine kurze Zusammenfassung des Textinhalts wieder. Der Abstand des Vorspanns gegenüber der Überschrift ist etwas größer als der Abstand zum Grundtext. Die Textgröße sollte gegenüber dem normalen Text um 4-5 Punkt größer sein. Auch der Zeilenabstand des Vorspanns kann großzügiger gewählt werden, vielleicht 20-24 Punkt.



Zwischen-Überschriften: Man kann hier die gleiche Größe, wie beim Grundtext, wählen. Das erleichtert die Formatierung mit dem Grundlinienraster. Oft ist es aber sinnvoll, eine um 2 Punkt größere Schrift zu wählen. Hier gilt es bei den Abständen darauf zu achten, dass eine Zwischenüberschrift zum folgenden Grundtext einen kleineren Abstand hält, da die Überschrift diesen ankündigt.

Bildunterschriften: Der Text einer Bildunterschrift sollte bei allen Fotos den gleichen Abstand zum Foto besitzen. Je nach Schrift kann hier ein kursiver Schriftschnitt gewählt werden und die Größe sollte zwischen 7-9 Punkt liegen.

Schmückende Elemente: Diese Elemente lockern Text auf, damit man vor lauter Text den Inhalt, die Botschaft nicht mehr sieht. Linien dienen hier nicht nur als schmückendes Beiwerk, sie können auch als Gliederungselement eingesetzt werden. Auch Spaltentext kann mit einer Linie übersichtlich dargestellt werden. Ohne Linie sollte man den Spaltenabstand etwas größer wählen. Zitate sind meist kurz und prägnant, werden aus dem normalen Text herausgenommen und können auf der Seite des Fließtextes umflossen werden. Zusatzinformationen, die indirekt mit dem Text zu tun haben, kann man mit

einem Rahmen versehen, an passender Stelle platzieren. Meist reicht eine Umrandung mit einer nicht zu dünnen Linie völlig aus. Von farbigen Rahmen darf ich abraten, damit die Lesbarkeit des Fließtextes erhalten bleibt. Wenn aber gewünscht, sollte man auf genügend Kontrast zwischen Text und Fläche achten. Ornamente können in einer Publikation eine starke Wirkung entfalten. Sie sollten unbedingt genügend Raum bekommen.

Zum Abschluss darf ich hier noch etwas über die Wahl von Schriftarten sagen.

Die Frage „Welche Schrift soll ich nehmen“ kann nicht eindeutig beantwortet werden. Dafür gibt es einfach zu viele verschiedene und auch die Art der Publikationen ist so vielfältig. Auf meinem Weg als Mediengestalter habe ich sehr viele Drucksachen gesehen, wobei ich am Anfang meiner Karriere mit DTP nichts am Hut hatte.

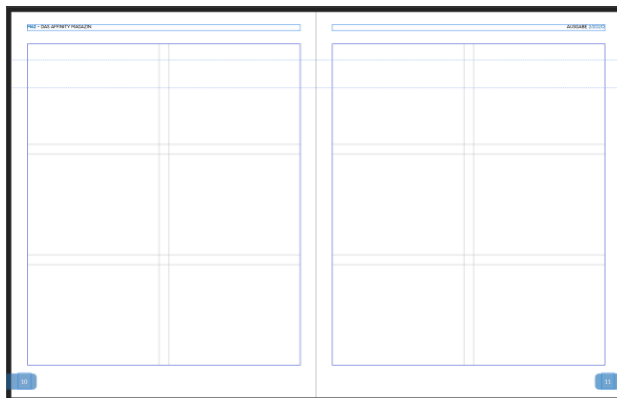
Man lernt erst durch Erfahrung und das Lesen von Fachbüchern. Mehrere Umstände sind hier besonders wichtig – Geduld, Ausprobieren und lernen wollen!

Affinity-Publisher

Magazin62 – Making Off

Für alle Leser, die sich einmal an die Gestaltung eines Magazins heranwagen wollen, darf ich hier mal zu meinem Projekt ein „Making Off“ präsentieren. Dabei erläutere ich meine Überlegungen zu den verschiedenen Gestaltungsmitteln, wie ich das Projekt angehe und warum die Dinge so sind, wie sie sind. Hintergrund ist sicherlich der Wunsch nach etwas „Greifbarem“ für alle Freunde der Affinity-Programme gewesen. Zuerst war eigentlich schnell klar, dass der Vertrieb „digital“ von statten gehen sollte. Für eine kleine Leserschaft ist der Preis für ein gedrucktes Magazin einfach zu hoch. Obwohl es sicherlich seinen Reiz gehabt hätte. Ich hätte also die ganze Publikation im 96-dpi Modus abarbeiten können und genau das habe ich nicht gemacht. Falls ich mich einmal anders entschieden hätte, wäre der Ärger groß gewesen, wenn ich alles hätte neu setzen müssen. Also wurde druckmäßig im 300-dpi Modus mit 3mm Beschnitt gearbeitet. Platz für externe Werbung war von Anfang an nicht geplant.

Publikationsgröße- und Umfang: Hätte ich mich für ein gedrucktes Magazin entschieden, wäre es wohl auf ein Din A4-Format hinausgelaufen, hier sind die



Satzspiegel des Magazins

Druckkosten am günstigsten. Man muss wissen, dass bei jedem Sonderformat der Druckbogen in einer Druckerei beim Schneiden mit 1-2 Schnitten mehr verarbeitet wird und das kostet halt auch mehr. Das Format ist nun 190 x 240mm, hier habe ich darauf geachtet, dass meine Hausdruckerei das Format auch anbietet. Man weiß ja nie.

Bei der Entscheidung für den Seitenumfang habe ich direkt entschieden, es sollen 24 Seiten werden. Zum einen müssen die Seiten ja auch anständig gefüllt

Bildquellen

Vektor- und Bitmaps

Bildmaterial, ob Vektor- oder Bitmap-Formate, kann man nie genug haben. Einige Anbieter im Internet darf ich Ihnen hier wärmstens ans Herz legen. Achten Sie auf deren Angebote, vieles ist kostenlos, auch ohne Nennung des Fotografen.





werden, zum anderen bringe ich seit drei Jahren ein historisches Magazin mit gleicher Seitenmenge für eine kleine Leserschaft heraus.

Satzspiegel und Masterseiten-Elemente: Der Satzspiegel wurde so angelegt, dass die mit Inhalt zu füllende Fläche genau 170x200mm beträgt. Das bedeutet, die Ränder betragen Oben/Unten jeweils

20mm und Außen/Innen 10mm. Das garantiert genügend Weißraum. Auf der Masterseite A, sie ist als Doppelseite angelegt, wurden die Seitenzahlen jeweils außen mit einem abgerundeten farbigem Vektor-Objekt platziert. Oben auf der Masterseite findet man links den Namen des Magazins wieder, auf der rechten Seite die Ausgabe. Die Masterseite B ist als Einzelseite ohne jeglichen Inhalt angelegt. Sie kommt für die erste und letzte Seite des Magazins zum Einsatz. Da braucht man ja keine Seitenzahlen.

Farben: Hier wurden für die Hauptüberschrift „Globale Farben“ angelegt, da ich für Themen des Publishers, Designers und Affinity-Photo jeweils eigene Farben nutzen möchte. Diese Farben kommen auch bei den Internet-Hinweisen zum Einsatz.

Schriften: Für den Grundtext habe ich eine angenehm lesbare LATO mit 10 Punkt und einem Zeilenabstand von 13 Punkt gewählt. Die Hauptüberschrift (24 Punkt) und die Zwischenüberschrift (14 Punkt) wird mit der Schrift „Arima Madurai“ gesetzt. Dies ist eine Google-Schrift und kommt auch auf meiner Website zum Einsatz. Ich habe sie aufgrund ihres Erscheinungsbildes ausgesucht.

Hinweise auf Internet-Angebote: In der Planung des Magazins habe ich auf 2-3 Doppelseiten im unteren Bereich eine Art Hinweisblock vorgesehen, hier werden Verlinkungen mittels eines ASSETS



platziert und mit Hilfe des Panels HYPERLINKS die Links verwaltet. Der Leser soll online direkt zu den Webseiten springen können.

Hilfslinien: Damit alle relevanten Elemente wie Texte, Fotos und Vektor-Objekte schnell ihren Platz finden, habe ich über die Masterseite A Hilfslinien und Spalten-Hilfslinien vergeben. Zwei waagerechte Linien im oberen Bereich für die Überschriften und ein Spalten-Konstrukt von 9 gleichmäßigen Kästchen, jeweils mit einem Abstand von 6mm. Diese Einstellungen können im Menü ANSICHT-HILFSLINIEN KONFIGURIEREN vorgenommen werden.

Die Texte für die einzelnen Artikel schreibe ich in MS-Word und übertrage sie dann in den Publisher. Zu jedem Artikel suche ich passende Fotos heraus, entweder über Foto-Webseiten oder als Screenshot mit Hilfe des Programms SNAGIT der Firma Techsmith. Auf jeden Fall muss beachtet werden, dass man die Fotos auch verwenden kann. Es gibt nichts Schlimmeres, wenn sich plötzlich jemand meldet und

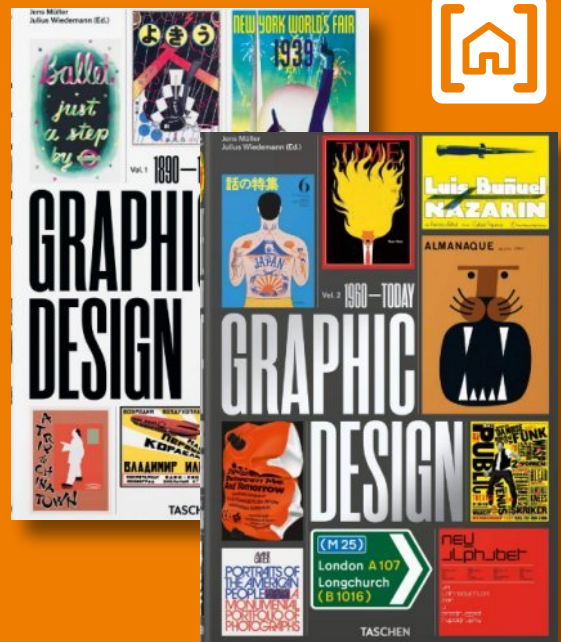
Regress anmeldet. Bei der Themen-Findung richte ich mich nach dem Wissen von Neueinsteigern, dies heißt meist, dass ich aus dem Vollen schöpfen kann. Denn viele Informationen findet man zwar im Internet, aber nur wenige sind ordentlich aufbereitet.

Das Cover: Das Cover gestalte ich nicht im Affinity-Publisher, sondern im Designer. Man könnte meinen, dass man mittels des Studiolinks kein anderes Programm braucht, ich meine aber, dass man nur so eine gewisse Sicherheit im Umgang mit der Software bekommt. Das Cover dient mir als Entspannungsübung und ich experimentiere damit viel herum. Manchmal nutze ich auch PHOTO, aber nur in Verbindung mit Brushes und gutaussehenden Effekten. Dabei versuche ich aber immer, sparsam damit umzugehen. Mir geht es nicht um einen Stilbruch, wenn das Cover mal aus dem Rahmen fällt, aber es ist schon sehr reizvoll, viele Dinge auszuprobieren. Der Geschmack liegt immer auch im Auge des Betrachters.

Buchempfehlung

Diese beiden Bände der Autoren Jens Müller und Julius Wiedemann sind wahre Monster-Bücher im XXL-Format und wiegen je Buch fast 4 Kg. Sie dienen mir als Inspiration, werden in ihnen pro Band doch mehr als 3500 Arbeiten von Designern und Künstlern präsentiert. Im ersten Buch lernt man das Design von 1890 bis ins Jahr 1959 kennen, der 2. Band zeigt Arbeiten ab 1960 bis in die heutige Zeit.

Zu beziehen im [Taschen-Verlag](#).
Hardcover, 24,6 x 37,2 cm,
3,95 kg, 480 Seiten



Affinity-Publisher

Die Funktion „Anpinnen“

Mit Hilfe der Funktion "Anpinnen" kann man ein Foto und/oder ein Vektor-Objekt an einen Rahmentext "anpinnen". Wenn danach der Rahmentext verschoben wird, wandern die angepinnten Objekte mit. Jederzeit kann ein angepinntes Objekt vom Rahmentext wegbewegt werden, verschiebt man den Rahmentext erneut, wandert das Objekt wieder mit. Das Panel wird über das Menü ANSICHT - STUDIO - ANPINNEN aktiviert.

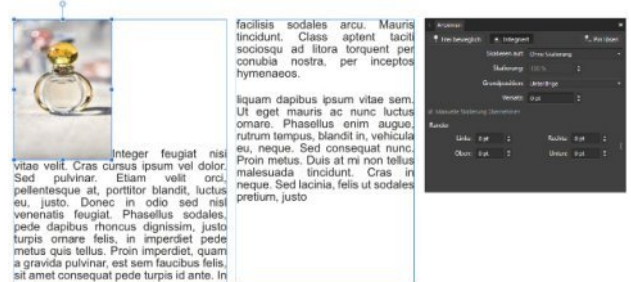


Ein Objekt "frei beweglich" anpinnen: Setzen Sie ein Foto und/oder Vektor-Objekt an die gewünschte Position neben einen Rahmentext. Man kann immer nur ein Objekt anpinnen. Markieren Sie ein Objekt, zum Beispiel ein Foto, und klicken Sie im Panel ANPINNEN auf "Frei beweglich". Nun wird zwischen dem Foto und dem Rahmentext eine Verbindungslinie mit einem Pin angezeigt. Verschieben



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 dui a libero. Praesent tortor tortor, bibendum vehicula, accumsan sed, adipiscing a, pede. Nullam et tortor. Suspendisse tempor leo quis 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,

Sie einmal den Rahmentext - das angepinnte Objekt wandert mit. Über das Panel kann zudem die "Horizontale Ausrichtung" und die "Vertikale Ausrichtung" des Objekts zum Rahmentext gesteuert werden.



Ein Objekt "integriert" anpinnen: Diese Methode platziert das Objekt innerhalb des Rahmentextes. Gestalterisch ist das Integrieren eher für Symbole oder kleine Grafiken geeignet, da man den Rahmentext nicht so einfach kontrollieren kann.

In diesem Beispiel musste ein weiterer Textrahmen aufgezo-gen werden, damit der Text in ihm platziert werden konnte. Für das "integrierte Foto" können im Panel Skalierungen, die Grundposition des Fotos und Abstände (Ränder) zum Text definiert werden.

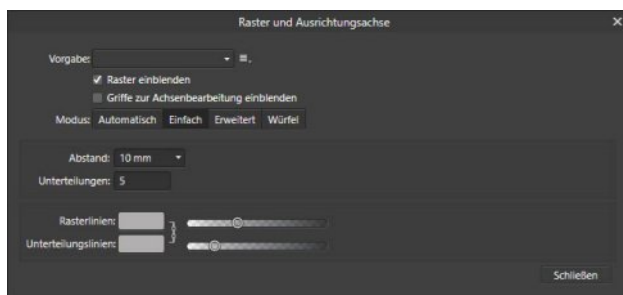


Ein kleiner Nachteile dieser Methode: Möchte man NUR den Text mit den beiden hier im Beispiel angepinnten Grafiken exportieren, muss man diese Elemente im Panel EBENEN auswählen. Angepinnte Fotos lassen sich nicht im Dokument gemeinsam mit dem Text auswählen.

Affinity-Publisher

Ein Logo gestalten

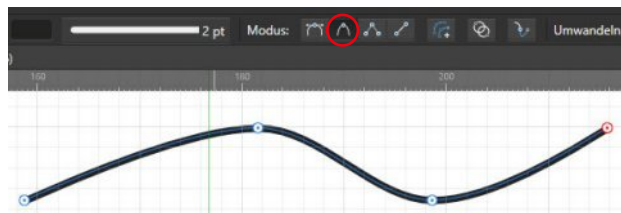
Zur Gestaltung eines Logos bedienen wir uns der Vektor-Objekte. Fast jede Aufgabe lässt sich damit sehr gut umsetzen. Natürlich gilt die Beschreibung hier auch für den Affinity-Designer. Um die verschiedenen Logo-Elemente genau zu zeichnen, schalten wir ein Raster hinzu.



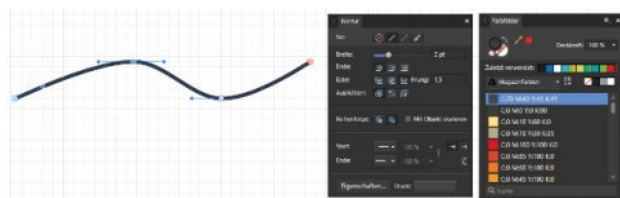
Schritt 1: Zuerst definieren wir das Raster, welches wir nutzen möchten. Dazu wählen wir im Menü ANSICHT - RASTER UND ACHSEN KONFIGURIEREN. Wir wählen den Modus "Einfach", geben einen Abstand von 10 mm und eine "Unterteilung" von 5 ein. Klicken Sie auf SCHLIEßEN.

Schritt 2: Schalten Sie das Raster ein. Wählen Sie dazu im Menü ANSICHT - RASTER EINBLENDEN. Das Raster kann man auch mit der Tastenkombination STRG+UMSCHALT+# einschalten.

Schritt 3: Mit Hilfe des ZEICHENSTIFTS in der Werkzeug-Palette zeichnen Sie jetzt eine Welle. Dazu wählen Sie das ZEICHENSTIFT-Werkzeug aus und schalten oben in der Kontextleiste den SMART-MODUS (2. Symbol von links) ein. Ist der SMART-MODUS eingeschaltet, werden Linien nicht gerade, sondern abgerundet gezeichnet. Mit Hilfe des eingeschalteten Rasters klicken Sie jetzt, wie in der Abbildung zu sehen, vier Mal, um eine Linie zu zeichnen. Sie können sich am Raster orientieren.

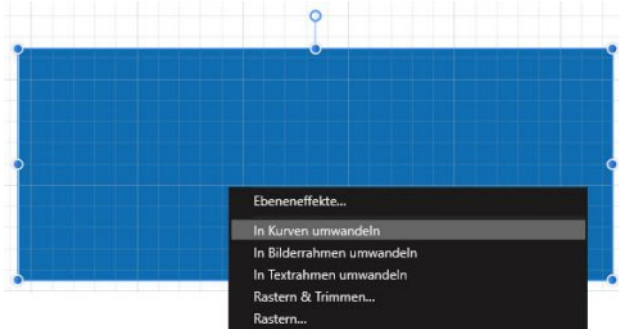


Schritt 4: Mit Hilfe der Panel KONTUR und FARBFELDER weisen Sie der Welle eine Strichstärke von 2pt und die Farbe Schwarz zu. Diese beiden Panels können Sie über das Menü ANSICHT - STUDIO hin zuschalten. Jederzeit kann man die gezeichnete Welle mit Hilfe des KNOTENWERKZEUGS anpassen. Mit Hilfe zusätzlicher Knotenpunkte lässt sich die Linie genau zeichnen.

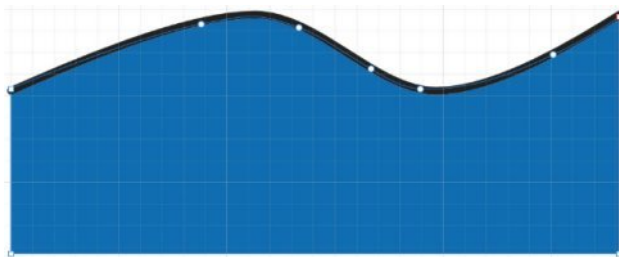


Schritt 5: Zeichnen Sie in der Breite passend zur Welle ein Rechteck mit Hilfe der Vektor-Objekte in der Werkzeugleiste. Vergeben Sie dem Rechteck mit Hilfe der FARBFELDER eine Blaue Farbe. Mit einem rechten MOUSE-KLICK auf das markierte Rechteck rufen Sie ein Menü auf und wandeln das Rechteck in Kurven um. Im Menü EBENE finden Sie den gleichen Befehl.

Schritt 6: Schauen Sie sich das fertige Logo nochmals genau an. Das Blaue Rechteck bekommt jetzt oben die Form der vorab gezeichneten Welle. Da das Rechteck in Kurven umgewandelt wurde, können



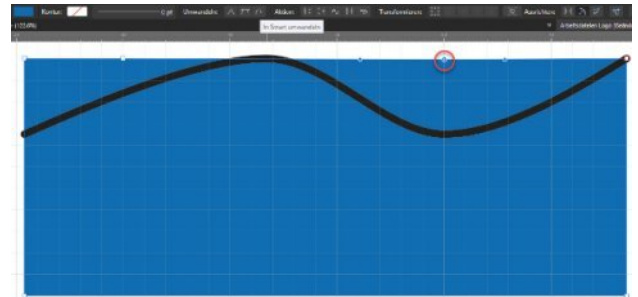
Sie die oberen Anfasserpunkte mit Hilfe des KNOTENWERKZEUGS anpassen. Legen Sie dazu die Welle auf das Rechteck, das Rechteck muss im Hintergrund liegen.



Schritt 7: Sie müssen mit dem KNOTENWERKZEUG weitere Knoten hinzufügen, am Besten da, wo die Welle ihren tiefsten Punkt hat. **Achtung:** Bevor Sie einen Knotenpunkt nach unten verschieben, müssen Sie diesen in SMART umwandeln, sonst bleibt die Linie statisch und lässt sich nicht abgerundet anpassen. Markieren Sie einen Knotenpunkt und wählen Sie oben im Kontextmenü "In Smart umwandeln".

Vorteil: Alle Knotenpunkte, die man in SMART umgewandelt hat, bekommen zwei weitere, kleinere blaue Anfassern. Mit diesen zusätzlichen Anfassern lässt sich ein Knoten viel feiner verändern.

Ziehen Sie nun alle Knoten so nach unten, dass sie hinter der Wellen-Linie verschwinden. Das können



Sie im vorherigen Bild sehen.

Schritt 8: Feinarbeiten. Nun benötigen Sie noch ein zusätzliches Rechteck mit einer passenden Farbe und den beiden Schriftzügen. Alle Elemente werden nun zum finalen Logo zusammengebaut. Von der Welle benötigen Sie drei Exemplare, die Sie gemeinsam mit allen Rechtecken und dem Schriftzug so



anordnen, dass das fertige Logo entsteht. Eventuell müssen Sie einige Elemente in ihrer Anordnung nach vorne oder hinten setzen.



Affinity-Publisher

Logo-Gestaltung - Etwas Theorie

Die Gestaltung eines guten Logos ist eine Wissenschaft für sich. Darüber findet man in der Literatur gute Bücher in denen genau erklärt wird, was man bei der Gestaltung beachten muss. Stellen Sie sich am Anfang folgende Fragen: Ist das Logo einfach gehalten, kann man es sich leicht einprägen, transportiert es eine Botschaft oder soll es nur verständlich sein? Erkennt man es bei erneutem Betrachten wieder, kann man es erneut einem Unternehmen oder Produkt richtig zuordnen? Kann das Logo Aufmerksamkeit erregen und ist es so gestaltet, dass es für verschiedene Medien einsetzbar ist?

Wiedererkennungswert: In der Literatur gibt es eine Deutung von Kurt Weidemann, die besagt, dass ein Logo dann gut ist, wenn man es mit dem großen Zeh in den Sand am Strand „kratzen“ kann. Schauen Sie sich mal die Logos einiger Firmen an. Wir erkennen Sie sofort wieder, auch deshalb, weil wir Ihnen in unserem Alltag ständig begegnen sind oder begegnen. NIKE, MC DONALD oder COCA COLA sind solche Fälle, wobei MC DONALD unter seinem Logo bei Aktionen manchmal einen Werbetext platziert. Unabhängig davon, ob uns diese Unternehmen und

deren Produkte zusagen oder nicht. In den Sozialen Netzwerken erkennen wir fast blind die Logos von TWITTER und FACEBOOK. In der Fachliteratur werden aber auch schlecht gestaltete Beispiele wie die Logos von PEPSI und YAHOO genannt.

Bausteine: Möchte man ein neues Logo entwerfen, sollte man erst mal Ideen sammeln. Dabei gibt es einige Kriterien, nach denen man sondieren sollte. So gibt es Logos, bestehend aus sogenannten „Wortzeichen“ – diese Logos bestehen meist aus nur einem Wort, meist dem Firmennamen. Hier sollte man auf den richtigen Einsatz der Schrift achten. Nicht selten hat ein Unternehmen schon eine „Hausschrift“. Dann gibt es Logos, die nur aus einem „Bildzeichen“ bestehen. Diese Logos müssen von Anfang an den Kunden bei der Einführung erklärt werden. Eine weitere Möglichkeit sind „Buchstaben-Marken“, Logos, die eben nur aus einem oder wenigen Buchstaben bestehen. Diese Buchstaben werden oft in ihrer Optik, ihrer Form leicht angepasst. Damit soll eine eigene individuelle Identität erreicht werden. Ein weiterer Baustein sind Piktogramme, das sind grafische Darstellungen von Bildern. Mit ihnen

Logo-Gestaltung Quellen & Infos

Hier darf ich Ihnen einige Quellen zum Thema Logogestaltung präsentieren. Wer sich dafür interessiert, findet hier sicherlich etwas passendes.



BLACKLIME
MARKENAGENTUR

Hier findet man einige Tipps zum Thema Logos. Es ist zwar eine Agentur, sie lassen den Leser aber an ihren Erfahrungen teilhaben.

DESIGN

Auch bei dies
man interes



werden Informationen auf schlichte Art und Weise präsentiert. Als Beispiele können hier u.a. Verkehrsschilder genannt werden. Ein weiterer Baustein sind Ideogramme mit denen z.B. nicht greifbare Begriffe wie Luft, Liebe oder das Laufen beschrieben werden. Interessant wird es, wenn man die verschiedenen Bausteine kombiniert. Hier sind dann bei der Gestaltung kaum noch Grenzen gesetzt.

Kreuze oder Punkte. Das Logo von Amazon ist so ein Beispiel. Der Pfeil signalisiert ein Lächeln, Dynamik und eine Art Schnelligkeit, die einen sehr guten Service vermitteln möchte. Ein einfaches Kreuz macht das Logo des Roten Kreuzes aus und jeder kennt es. Dann gibt es noch Logos mit figürlichen Motiven, wie das Logo des WWF.

Formen: Als Form für ein Logo kommen so gut wie alle geometrischen Formen in Frage, wobei eine dieser Formen auch nur als Basis dienen kann. Dabei gilt der Kreis als harmonisch, wobei dieser auch nur angedeutet werden kann. Ein Rechteck im Querformat wirkt zum Beispiel stabil, während es im Hochformat eher ungewöhnlich wirkt. Das Quadrat mit seinen vier gleich langen Seiten wirkt beruhigend, aber manchmal auch langweilig. Rauten wirken unruhig und Dreiecke dynamisch. Möchte man eine dieser Formen in einem Logo verwenden, sollte man genau abwägen, wie das Logo nach der Fertigstellung wirkt. Für Logos können eigentlich alle grafischen Elemente eingesetzt werden, wie auch Linien, Pfeile,



2 einfache imaginäre Logos mit Illustrationen

IGNERSINN

ser Online-Agentur findet
santes zum Thema Logo-
Gestaltung!



EIN DESIGNER PACKT AUS

Hier erklärt ein Profi, wie
man ein ordentliches
Logo gestaltet.



STARTWORKS

Was macht ein gutes
Logo aus?
Hier wird es erklärt!

Affinity-Workflow

Ahnenforschung – Scrapbooking

Wer sich mit seinen Ahnen beschäftigt und seine gesammelten Informationen zu Papier bringen möchte, der findet in den Affinity-Programmen ideale Werkzeuge, um zum Beispiel ein ansprechendes Buch zu gestalten. Mit Affinity-Photo können alle Fotos aufbereitet werden, mit dem Designer lassen sich zusätzliche grafische Elemente entwerfen und das Buch wird dann mit dem Publisher fertig gestellt. Wer so ein Projekt umsetzen möchte, aber keine Idee dazu hat, den lade ich ein, weiterzulesen. Damit das Projekt eine Struktur bekommt, sollte man einige Vorüberlegungen anstrengen.

Im Buch sollen sich Textinformationen mit den Ahnenfotos abwechseln. Jedes Foto bekommt ein Namensschild, dieses beinhaltet den Namen und die Geburts- und Sterbedaten, auf Wunsch auch noch den Beruf. Es gab eine Zeit, da wurde nicht fotografiert oder Familien konnten sich diesen Luxus schlichtweg nicht leisten. Hier gilt es zu überlegen, wie man Menschen, von denen kein Foto existiert, abbildet. Sinnvoll wäre hier, sich Silhouetten aus dem Internet zu suchen, meist werden diese im *.eps oder *.ai Format angeboten, zum Beispiel bei Vecteezy.com.

Diese Grafiken lassen sich sehr gut mit dem Affinity-Designer bearbeiten, sollten aber nicht zu modern daherkommen. Namensschilder können zum Beispiel im Designer erstellt und im Panel ASSETS gespeichert werden. Assets lassen sich dann später auch im Publisher verwenden. Die Namensschilder werden meist doppelt benötigt, einmal für das Buch und wenn man dann noch eine separate Ahnentafel gestalten möchte, erneut. Wenn man so ein Ahnenbuch modern gestalten möchte, kann man auf Schnörkel und Verzierungen verzichten. Dann werden auch die Fotos normal im Publisher platziert. Wer es



Mögliche Silhouetten für Ahnen, von denen kein Foto existiert. Zu modern sollten diese Illustrationen aber nicht sein.



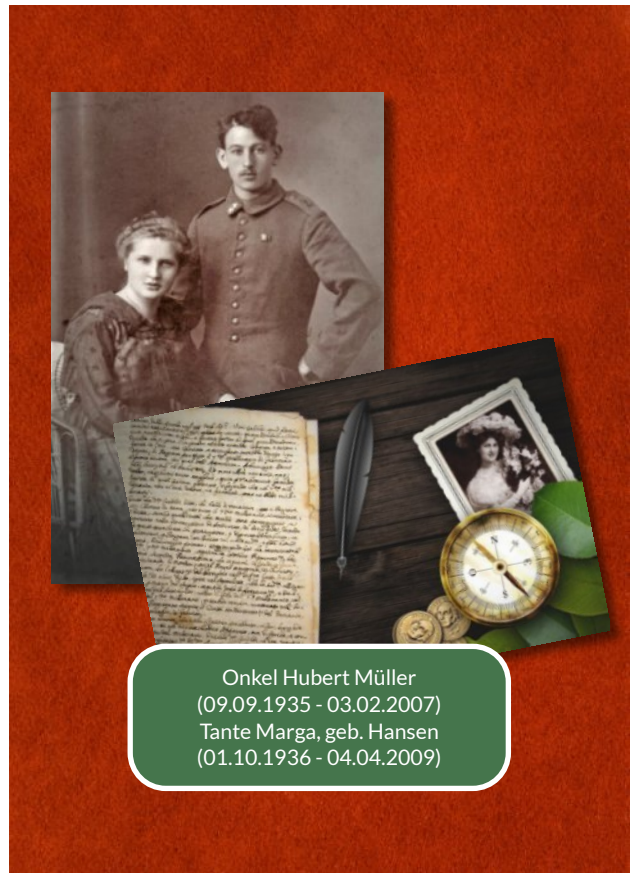
Elemente für das Scapbooking mit Hintergründen, Fotos und Verzierungen.

etwas nostalgischer haben möchte, sucht sich einige Texturen heraus, die zum Beispiel als Hintergrund für die Fotos dienen. Damit das Buch durchgehend harmonisch wirkt, sollten alle Fotos die gleiche Größe haben. Das kann man im Publisher mit den Bilderrahmen steuern. Abweichend könnte man pro Person ein Hauptfoto verwenden, weitere Abbildungen zur Person werden dann etwas kleiner eingefügt. Man ist aber nicht nur auf Fotos beschränkt. Abbildungen von Ausweisen und Urkunden, die vorab eingescannt wurden, können gleichwohl abgebildet werden.

Scrapbooking: Angefangen als Bastelhobby hat diese Stilrichtung eine breite Community, mittlerweile auch im digitalen Bereich. Dahinter steckt heute eine ganze Industrie. Klassisch werden Fotos in Alben geklebt und mit allerlei Dingen verziert. Hier kommen Aufkleber, Papierschnipsel und viele andere Elemente zum Einsatz. Scrap bedeutet „Schnipsel oder Stückchen“. Mit diesem Stil werden kleine Geschichten erzählt und im erweiterten Sinn lässt sich dieser Stil auch für das Ahnen-Thema verwenden. Dabei darf es dann auch durchaus einmal etwas bunter werden. Es soll ja Spaß machen.

Bei der Vorbereitung und dem digitalen Sammeln aller Fotos und Texte sollte man sich auf der Festplatte einen eigenen Ordner anlegen und hier pro Familiennamen Unterordner anlegen. So kann man die Informationen pro Familie im Publisher abarbeiten, ohne dass man den Überblick verliert. Bevor man aber alles im Affinity-Publisher zusammensetzt, gilt es ein passendes Buchformat zu finden.

Sehr beliebt und aktuell ist heute zum Beispiel das Format 210x210 mm. Es ist handlich und macht, wenn man das fertige Buch in Händen hält, einen sehr schönen und professionellen Eindruck. Zudem kann man in Druckereien bei diesem Format und einer kleinen Auflage richtig Geld sparen.



Onkel Hubert Müller
(09.09.1935 - 03.02.2007)
Tante Marga, geb. Hansen
(01.10.1936 - 04.04.2009)



Tante Marga während ihrer Schulzeit. Sie war eine gute Schülerin, lebhaft, freundlich und immer sehr hilfsbereit.

Beispiele wie man Informationen und Fotos präsentieren kann.

Chroma Supply Traumhafte Texturen



Die Firma Chroma-Supply bietet auf ihrer Website fantastische Texturen und Pinsel an, die man hervorragend für eigene grafische Projekte nutzen kann. Die Texturen sind hochauflösend mit bis zu 5000 x 5000 Pixeln bei 300dpi. Viele dieser Grafiken werden auch als Pinsel im Paket mit angeboten.



Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von Georg Walter • Steinackerstraße 12
53797 Lohmar/Rheinland • E-Mail: gewa62@web.de • Website: magazin62.de
Zu den Drittenbietern in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

Serif® und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.
Einige Buch-Fotos mit freundlicher Genehmigung des Rheinwerk-Verlages.

M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

3

MIT
VERLOSUNG

11,3 px 100 % 40 % 100 %
Breite Deckkraft Fluss Härte Mehr Transparenz schützen



Willkommen

Dieses Jahr ist viel passiert und leider mit der COVID-19 Pandemie auch eine wirklich ernste Sache. Ich hoffe, dass Sie alle gesund bleiben und dass der Wahnsinn bald ein Ende hat. Nun, mit dem aktuellen Heft Nr. 3 habe ich mir besonders viel Mühe gegeben, auch deshalb, weil die Affinity-Photo Freunde immer etwas vernachlässigt wurden. Vielleicht kann ich diese Anwender mit den 2 Artikeln über „Filter und Spezialanwendungen“ sowie „Digitales Malen“ etwas entschädigen. Für den zweitgenannten Artikel konnte ich Roger Hassler gewinnen, der auch als Mitglied in meiner Facebook-Gruppe aktiv ist. Er hatte auch den Vorschlag für eine Verlosung und hat dafür eins seiner Bücher gestiftet. Herzlichen Dank, Roger.

Wie Sie an der Verlosung teilnehmen, sehen Sie rechts im Kasten.

Designer- und Publisher Freunde werden hier auch wieder einiges lernen können. Wie man im Publisher ansprechende Rahmentexte gestaltet oder wie man mit dem Designer Webdesign umsetzt – probieren Sie alles aus!

Ich danke allen Freunden meines Magazin62-Projekts für die Unterstützung, die wohlwollenden Rezensionen für mein Buch und den regen Besuch auf meiner Website.

Mit herzlichen Grüßen
[Georg Walter](#)



VERLOSUNG

Ich verlose jeweils eins meiner Publisher-Bücher und ein Buch „Digitales Malen für Einsteiger“ von Roger Hassler. Roger hat es mir netterweise zur Verfügung gestellt.

Was müßt Ihr machen?

Schreibt einfach eine E-Mail an verlosung@magazin62.de und in den Betreff das gewünschte Buch.
Bitte nur eine Nennung.

Der(Die) Gewinner(in) wird von mir zufällig ausgewählt und Anfang Dezember 2020 benachrichtigt.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Affinity-Designer

Programm-Symbole extrahieren

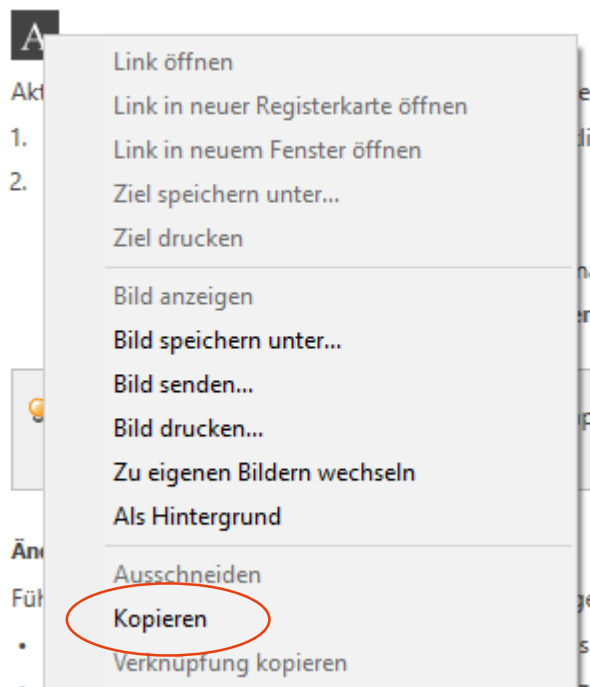
In einer Affinity-Facebook-Gruppe fragte jemand, ob es möglich sei, Programm-Symbole aus einer Software heraus zu kopieren um sie anderweitig zu verwenden. Eine Lösung ist, sich auf die Suche zu machen und die Symbole, die in einem Programm verwendet werden, auf der Festplatte zu finden. Beim Affinity-Publisher findet man diese Symbole unter Windows im Verzeichnis: <C:\ProgramFiles\Affinity\Publisher\PublisherHelp\Contents\Resources\shared\ui>. Schaut man sich den Pfad einmal etwas genauer an, wird man feststellen, dass sich die kleinen Icon-Bilder in einem Verzeichnis zur Hilfe des Programms verstecken. Die meisten dieser kleinen Grafiken haben eine Größe von 36x36 Pixel und sind deshalb für ein Druck-Dokument nicht sehr geeignet. Aber für eine eigene Online-Hilfe, die man interessierten Lesern z.B. anbieten möchte, sind diese Icons ideal. Nun könnte man meinen, man kopiert sich diese Bildchen einfach über den Platzieren-Befehl in das passende Dokument. Das geht natürlich auch.

Ein besserer Weg ist allerdings aus dem Programm heraus über die Hilfe. Rufen Sie diese einmal auf und suchen Sie nach dem passenden Werkzeug. Das Icon wird im Erklärungstext angezeigt. Mit einem rechten MOUSE-Klick auf dieses Icon (Bild rechts) kopiert man es in die Zwischenablage und fügt es dann in sein Dokument ein. Fertig. Natürlich setzt diese Möglichkeit voraus, dass man die Werkzeuge in der Hilfe angezeigt bekommt.

Eine weitere Möglichkeit bietet sich dann an, wenn man das Handbuch im PDF-Format vorliegen hat. Mit Hilfe von einigen PDF-Tools kann man alle Grafiken aus dieser PDF-Datei als Grafik auf der Festplatte speichern. Hier lohnt sich einmal der Blick auf die Software PDFELEMENT der Firma Wondershare. Suchen Sie im Internet einmal nach „Bilder aus PDFs exportieren“. Auch der [PDFGrabber](#) von PixelPlanet extrahiert die Bilder aus einer PDF-Datei.



Der PDF-Grabber von PixelPlanet extrahiert auch Bilder aus PDF-Dateien.



Über den Tellerrand geschaut

Photoshop-Filter und Spezialanwendungen

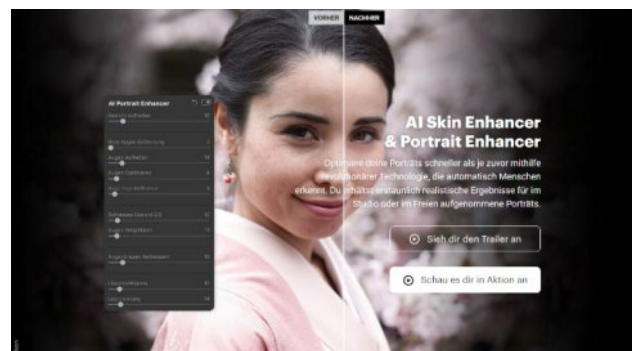
Auf dem Markt tummeln sich sehr viele Spezialanwendungen um die eigenen Bilder zu optimieren oder zu verfremden. Dabei helfen dem Anwender schon seit Jahren sogenannte Photoshop-Filter, die man im besten Fall als Plug-In in die eigene Software mit einbinden kann. Diese Plug-Ins ruft man dann über die integrierte Filterverwaltung auf. Viele dieser Filter sind in die Jahre gekommen und deshalb lohnt es sich, auch einmal nach Filter-Anwendungen zu schauen, die mehrere Effekte unter einer Oberfläche vereinen. Affinity-Photo ist so konzipiert, dass man viele dieser Filter integrieren kann.

Auf der [Hilfe-Seite](#) der Adobe-Photoshop Website findet man eine gute Übersicht der bekanntesten Anbieter von Photoshop-Filtern. Die Filter sind nach Anbieter untergliedert und der jeweilige Filter wird mit einer kurzen Erklärung zu seiner Funktion vorgestellt. Einige der hier aufgeführten Filter sind allerdings längst überholt. So findet man z.B. auf der Website von [AUTO FX SOFTWARE](#) heute eine Software mit dem Namen GRFX Studio Pro Ai, die viele Filter zusammengefasst verwendet. Allerdings ist der Preis aktuell im Angebot mit 149USD nicht sehr günstig. In der Liste aufgeführt sind weitere Filter von Alien Skin, Andromeda, Digital Anarchy, Flaming Pear und DXO, die auf der Website auch die NIK COLLECTION 3 anbieten.

Man kann auch direkt zu kompletten Software-Paketen greifen, die einem das Verbessern von Fotos erleichtern. Dabei setzen einige Hersteller massiv auf neue KI-Werkzeuge. Zu nennen ist hier die Software [DXO Photolab 4](#) und [Luminar 4](#), die u.a. die Möglichkeit bietet, einen Himmel komplett auszutauschen, Objekte in einen Himmel zu setzen, Objekte aus einem Foto zu entfernen, mit Sonnenstrahlen zu experimentieren oder Portraits zu verbessern. Mit dem Landscape-Enhancer kann man Landschaftsfotos aufbessern.



Oberfläche von Adobe Lightroom-Classi



Oberfläche Luminar 4 - Portrait-Optimierer



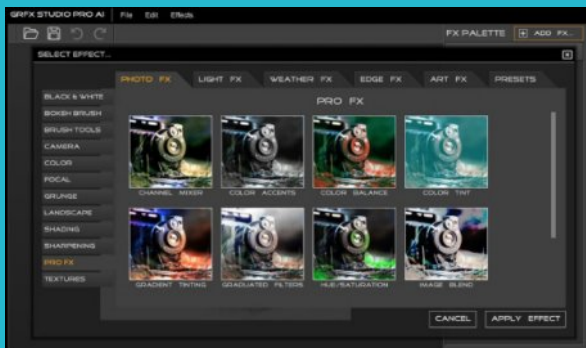
Oberfläche von PhotoLab

Weitere Programme, die sich auf bestimmte Effekte spezialisiert haben sind [PortraitPro](#), eine Software zur Optimierung von Portraits. Der Photo Editor von [MOVAVI](#) bietet einige Filter, so auch die Möglichkeit, alte Fotos mit Kratzern zu verbessern. Zu nennen sind hier noch der [Ashampoo Photo Optimizer](#) und der Cyberlink [Photo-Director 365](#).

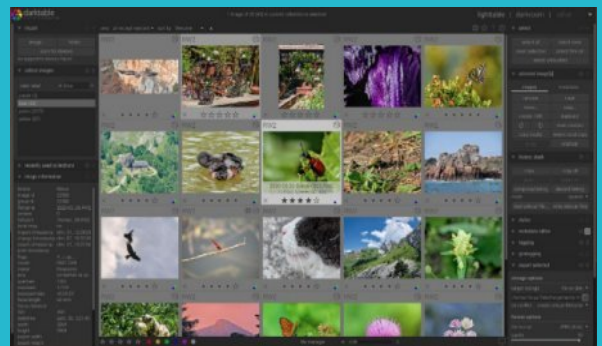
In einer weiteren Kategorie darf ich zwei Alternativen zu dem mächtigen Adobe Lightroom empfehlen, die einen ähnlichen Funktionsumfang haben, aber kein Geld kosten. Lightroom ist für Fotografen interessant, die ihre Fotos im RAW-Format verarbeiten

möchten. Wer sich näher mit den [Vorteilen](#) dieses Formats beschäftigen möchte, dem darf ich die Blog-Seite von Matthias Haltenhof empfehlen. Er hat in seinem Blog auch einige [Alternativen](#) zu den teuren Software-Boliden aufgelistet.

Zuerst sei hier [DARKTABLE](#) mit einer zusätzlichen Bildverwaltung zu nennen, sowie [RAW THERAPEE](#), das aber ohne Bildverwaltung auskommen muss. Vielleicht ist eines dieser Programme genau das richtige für Sie. Beide Programme werden für mehrere Betriebssysteme angeboten.



Oberfläche von AUTO FX - GRFX Studio Pro Ai



Oberfläche von Darktable



Die Oberfläche von RAW THERAPEE mit verschiedenen Einstellungen

Affinity-Publisher

Das Einsteigerbuch / Making off

Tja, wer hätte gedacht, dass aus einem Facebook-Projekt ein Verlags-Projekt wird. Weil viele Anwender bei Facebook von einer Anleitung für den Publisher gesprochen hatten und sich in dieser Richtung erst mal nichts tat, habe ich mich hingesetzt und einfach angefangen. Auch deshalb, weil bis heute das Workbook für den Publisher nicht erschienen ist. Mittlerweile hat man mir seitens der Firma Serif signalisiert, dass es ein Publisher-Workbook geben wird. Nur wann ist noch völlig offen.

Ich habe mich also hingesetzt und das Buch mit der Software HELPNDOC geschrieben. Die Software habe ich kurz in meinem M62-Heft Nr. 2 beschrieben. Das hat hier jetzt nicht direkt etwas mit dem Publisher zu tun, aber es soll aufzeigen, dass man Bücher nicht mit einem DTP-Programm schreibt, sondern sich besserer Tools bedienen sollte. Vielleicht hilft dem ein oder anderen auch meine hier beschriebene Vorgehensweise für ein eigenes Buch-Projekt. Es muss ja nicht gleich über einen Verlag laufen.

Hunderte von Screenshots des Publishers habe ich angefertigt, viele in doppelter Ausführung. Warum: Da ich einige Bucherweiterungen immer wieder kostenlos zum Download angeboten habe, wurden viele der Screenshots mit Nummern versehen um dann im Text darauf hinzuweisen. Der Verlag hat aber sein eigenes Buchlayout und Auszeichnungssystem. Somit mussten viele der Bilder ohne diese Nummern erstellt werden. Hier habe ich ganz banal den Dateinamen der Bilder eine Raute (#) vorangestellt; dies waren dann die Dateien ohne Nummern.

Von Anfang an hatte ich mir ein Ordner-System auf meiner Festplatte eingerichtet, damit ich die Screenshots schnell finde und den Artikeln zuordnen konnte. Darüber habe ich auch im Buch geschrieben. Später, als das Buch

vom Verlag angenommen wurde und die Lektorin anhand meiner bisherigen Arbeit eine Kapitel-Übersicht erstellt hatte, musste ich die einzelnen Textpassagen den richtigen Kapiteln zuordnen. Durch die Struktur der Software HELPNDOC war das kinderleicht und schnell gemacht.

Wie wird nun seitens des Verlags verfahren, wenn jemand ein Buch-Projekt einreicht? Der Autor schickt dem Verlag seine bisherige Arbeit als PDF-Datei zu und bekommt dann nach zwei Wochen diese Datei mit Anmerkungen zurück. Gleichzeitig wird ein Honorar-Vertrag erstellt und dem Autor zugeschickt. Anhand der Anmerkungen vom Lektor muss man einiges im Text ändern oder anpassen. Dies betrifft meist Anmerkungen wie „zu diesem Thema könnte man noch ausführlicher schreiben“ oder „dieser Artikel wäre vielleicht besser im Kapitel XX aufgehoben.“

Von Anfang an war klar, dass es auch digitale Arbeitsdateien geben wird. Passend zu den unterschiedlichen Artikeln im Buch wurden im Affinity-Publisher Dateien mit den Grafiken erstellt, die die Leser später beim Kauf des Buches mit downloaden können. Dies galt auch für die einzelnen Kapitelbilder, die ich erstellt hatte und die im Buch am Beginn eines Kapitels zum Einsatz kommen. Damit der Setzer des Buches in vielen Fällen mit den Ebenen der Startbilder arbeiten kann, wurde die Publisher-Datei zusätzlich als Photoshop-Datei exportiert.

Ironie der Geschichte:

Das Affinity-Publisher-Buch wurde mit InDesign erstellt.

Einige Rezensionen zu meinem Buch

Affinity Publisher, Der praktische Einstieg

„Seit 2018 im Sommer habe ich die komplette Betaphase vom Affinity Publisher mitgemacht. Warum? Weil mir die regelmässigen Abo-Kosten von Adobe auf den Sack gingen. Das Programm gefiel mir immer besser und ich konnte auch leichter damit umgehen. Irgendwann wurde der Ruf nach einem Buch für den Publisher bei mir immer größer und ich habe dann bei Amazon das Buch von Winfried Seimert bestellt ... Und wurde nach der Lieferung herb enttäuscht, das Werk ist grottenschlecht, für den Gebrauch einfach vergessen, nicht zu gebrauchen, weder für Anfänger noch für Profis.

Alles plätschert an der Oberfläche oben rum. Also ein neues Buch musste her, und so habe ich das Buch von Georg Walter bestellt und wurde nicht enttäuscht. Das Buch ist vorige Woche bei mir eingetroffen. Nach dem ersten Anlesen wuchs bei mir die Begeisterung an dem Buch, dem Georg Walter ist damit schon ein großer Wurf gelungen. Egal ob Anfänger oder DTP-Profi, jeder findet sich zurecht und findet das was er sucht. Nun habe ich das Buch das erste Mal durchgelesen und bin davon restlos begeistert was der Georg Walter uns für ein tolles Werk beschert hat. Affinity Publisher ist immer klarer geworden! Egal, was für Gebiete, ob es das Einrichten eines Dokumentes ist Text und Text Professionell, bis zu den Effekten und Bildbearbeitung, Farben und Verläufe und zu guter Letzt das Erstellen des Druckdokuments. Nichts wurde vergessen und jeder kann sehr gut damit arbeiten, Anfänger oder Profi. Dieses Buch ist ein Muss für jeden DTP-Profi! einfach ein großartiges Werk! Anschliessend habe ich das Werk von Winfried Seifert zum Müllimer begleitet. Und eines noch: Was war eigentlich InDesign?“ **Friedhelm G.**

Bestes Lehrbuch

„Ein sehr gutes Lehrbuch das alles in leicht nachvollziehbaren Schritten erklärt. Gerade die Arbeit mit Texten, war vorher ein Buch mit 7 Siegeln für mich. Dank

der ausführlichen Erklärungen ist es leicht einen schön formatierten Text und Aufzählungen zu erstellen. Sehr hilfreich finde ich auch die 11 Arbeitsdateien und das PDF die man sich beim Rheinwerk Verlag herunterladen kann. Damit wird alles noch verständlicher. Das Buch ist sehr gut gegliedert und man findet alles Ruck Zuck wenn man mal eben etwas nachschlagen möchte. Besonders die Techniken für Fortgeschrittene haben es mir angetan. Wenn ich das Buch eher gehabt hätte wäre mir viel Frust und vergeudete Zeit erspart geblieben.“

M. Dannehl

Sehr gutes Lehrbuch

„Mit diesem Buch wird einem der Einstieg in Affinity Publisher leicht gemacht, alles wird Schritt für Schritt erklärt. Man lernt sämtliche Kniffe der Software kennen. Sehr gut, sehr verständlich und vor allem sehr übersichtlich. Das Buch kann ich jedem empfehlen, mit oder ohne Vorkenntnisse.“

Peter F.

Empfehlenswertes Buch für Um- oder Einsteiger auf Affinity Publisher

„Als DTP- Einsteiger bin ich auf dieses Buch aufmerksam geworden, nachdem ich das Programm Affinity Publisher bereits seit mehr als einem halben Jahr mehr oder weniger unbenutzt auf meinem Mac installiert habe. Dadurch, dass das Buch sehr gut aufgebaut, gegliedert und gestaltet ist, habe ich es im Handumdrehen (und in einer Nachtschicht) geschafft, eine wirklich gelungene Vereinszeitung zu gestalten. Vorerst zwar “nur” als PDF, im nächsten Schritt werde ich jedoch, wie ebenfalls im Buch beschrieben, den Gang zu einer Druckerei wagen. Ich kann das Buch des Autors Georg Walter jedem Interessierten, ob nun mit oder ohne Vorkenntnissen, uneingeschränkt empfehlen.“

Jürgen S.

Affinity-Publisher

Erfahrungen bei einem Buchprojekt

Im Heft Nr. 2 hatte ich schon einmal etwas über Ahnenforschung in Verbindung mit Scrapbooking geschrieben und wie die Affinity-Programme hier helfen können. Heute geht es zu diesem Thema um ein ganzes Buch-Projekt bei dem sich zum Schluss auf über 150 Seiten Familienfotos, Texte und gescannte Urkunden abwechseln. Wenn man ein solches Projekt angeht, muss man im Vorfeld einige Vorbereitungen treffen und vom Workflow her gewisse Arbeitsschritte einhalten. Diese Schritte beinhalten aber nicht nur Arbeiten am Computer, man sollte vorher alle Dokumente und Fotos sortieren, Daten für die Personen, die im Buch vorkommen sollen, mit einem Textprogramm erfassen und sich vielleicht auch in dieser Textdatei Anmerkungen/Notizen darüber machen, wo welches Foto hinkommen soll.

Eines vorweg: Der Affinity-Publisher wird spielend mit der Seitenmenge fertig, auf meinem Windows-Rechner hatte ich nicht einmal einen Ausfall, Hänger oder andere Schwierigkeiten. Der Publisher arbeitet flüssig und aus diesem Grund macht es sehr viel Spaß, so ein Buchprojekt umzusetzen. Platzierte (importierte) Fotos sollten immer nur „verknüpft“ ins Dokument geladen werden. Das schont die Rechner-Ressourcen.

Ein Tipp: Stellen Sie sich bei so einem Projekt darauf ein, dass Seiten im Panel SEITEN verschoben werden müssen. Schnell stellt man fest, dass man noch eine Doppelseite irgendwo einfügen oder eine andere Doppelseite weiter nach vorne setzen muss.

Das Buchformat: Hier sollte man sich vorab informieren, bei welcher Druckerei man drucken lassen möchte und welche Buchformate überhaupt angeboten werden. Nicht jeder Dienstleister bietet alle Formate an. Mein Buch sollte die Abmessungen 170x240mm haben. Dies ist ein sehr schönes Sonderformat zwischen Din A4

und Din A5. Wenn Sie ein Buch im Paperback (Softcover) - oder Hardcover-Format drucken lassen möchten, müssen Sie das Buch-Cover als separate Datei anlegen. Der Buchinhalt wird in einer eigenen Datei angelegt. Näheres dazu sagt Ihnen Ihre Druckerei. Auf jeden Fall muss man beim Buchinhalt eine Beschnitt-Zugabe von 3mm anlegen.

Die Textstile: Um nicht immer wieder einzelne Textpassagen neu zu formatieren, habe ich mir für den Fließtext, die Überschriften, die Abbildungen und das Inhaltsverzeichnis Absatzstile angelegt. Dabei kam ausschließlich eine Schriftart zum Einsatz. In diesem Fall war es die „Delicious“, eine Abwandlung der Syntax-Schrift.

Die Masterseiten: Hier gibt es eine Besonderheit, es mussten einige Masterseiten angelegt werden, die ich passend umbenannt habe. Für allgemeine Buchseiten wurde eine Stamm-Farbe gewählt, für jede eigenständige Familie je eine eigene Farbe. Masterseiten kann man umbenennen, indem man auf den Namen der Master-Seite mit der rechten MOUSE-Taste klickt und einen eigenen Namen eintippt. Mit normalen Seiten geht das nicht, da der Publisher die Seiten z.B. beim Umsortieren verwalten muss. Auf jeder Masterseite wurde oben ein farbiges Rechteck von insgesamt 21mm gesetzt, wobei 3mm in den Beschnitt hineinragen. In derselben Farbe wurde unten auf der Seite ein Rechteck mit 3mm Höhe als Abschluss-Linie gesetzt. Dann folgt ein Rechteck für den Seitenhintergrund – in derselben Farbe, wie die anderen Objekte, aber mit einer Deckkraft von 30-50%. Je nach Farbe muss man die Deckkraft etwas niedriger ansetzen, damit man den normalen Text noch lesen kann.

Die Farbpalette: Für dieses Buch wurde eine eigene Farbpalette angelegt, auch hier kann man mit einem rechten MOUSE-Klick jeder Farbe einen eigenen Namen



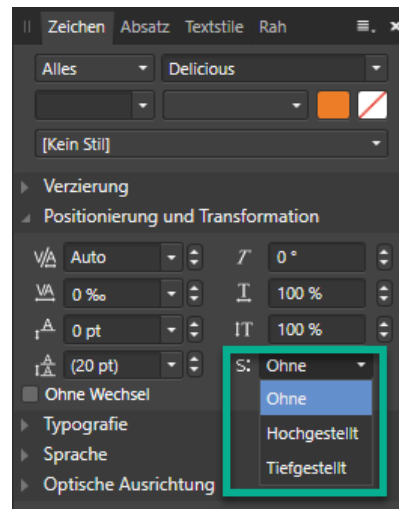
Abbildung: Einige Doppelseiten im Buch, wobei pro Familie eine andere Farbe verwendet wird; gesteuert über die Master-Seiten.

geben. Sinnvoller Weise waren dies in meinem Fall die einzelnen Familiennamen. Hier könnte man auch mit „Globalen Farben“ arbeiten, da aber die Farbwerte für jede Familie feststanden, habe ich davon keinen Gebrauch gemacht.

Fotos und Urkunden: Da im Buch die Inhalte ausschließlich auf farbigen Seiten platziert wurden, habe ich bei Fotos und Urkunden mit dem Schatten-Effekt gearbeitet. Hier kann man sich auf einer Buchseite die Arbeit etwas erleichtern, indem man alle Fotos markiert und den Effekt „Schatten nach außen“ auf alle markierten Objekte anwendet. Die Deckkraft für den Schatten bleibt bei 50% stehen, für den Radius und den Versatz habe ich 20 Pixel gewählt.

Fußnoten: Da der Publisher in der aktuellen Version 1.8.5 (Windows) keine Fußnotenverwaltung hat, habe ich darauf komplett verzichtet. Wer Fußnoten aber gerne einsetzen möchte, kann dies in seinem Textprogramm umsetzen. Es ist aber sicherlich mit einigem Mehraufwand verbunden, die Übersicht über korrekte Einträge im Publisher zu behalten. Man könnte z.B. im Fließtext eine

Zahl neben einem Wort eingeben und diese Zahl hochstellen (Menü: Text – Grundlinie – Hochgestellt). Dann die Erklärung dazu auf der jeweiligen Seite im unteren Bereich einfügen. Das Hochstellen eines Buchstabens oder einer Zahl können Sie auch über das Panel ZEICHEN steuern.



Das Hoch- oder Tiefstellen eines Buchstabens oder einer Zahl kann man mit dem Panel ZEICHEN steuern:

Affinity-Publisher

Wie ist ein Wickelfalzflyer Din Lang aufgebaut?

Der klassische Flyer hat das Format Din Lang und wird auf einem Din A4-Blatt gedruckt. Man findet ihn überall, in Ämtern, als Werbe- oder Informationsflyer. „Legen Sie sich einmal ein Din A4-Blatt auf den Tisch. Falzen Sie die RECHTE SEITE zu einem Drittel nach LINKS. Und dann falzen Sie die LINKE SEITE nach RECHTS bis an den Rand des Papiers. Die Seite, die jetzt vor Ihnen liegt, ist die Oberseite des Flyers. Man nennt dies Wickelfalz, weil die Seiten INEINANDER gefalzt sind“.

Nehmen Sie nun einen Stift zur Hand und schreiben Sie auf die Oberseite des Flyers die Zahl 1. Ziehen Sie nun den Flyer komplett auseinander, sodass die Zahl 1 auf dem Din A4-Blatt ganz rechts steht. Schreiben Sie auf den Mittelteil des Blattes die Zahl 6 und auf den Teil ganz links die Zahl 5. Drehen Sie das A4-Blatt nun um und schreiben Sie von links nach rechts auf die einzelnen Drittel des Flyers die Zahlen 2,3 und 4. Diese (Seiten) - Einteilung ist dann hilfreich, wenn man für jemanden einen Flyer gestaltet und man aufgefordert wird, auf Seite 5 etwas zu ändern oder eine Grafik auszutauschen. Hat man das

System verinnerlicht, wird man direkt wissen, was wo angepasst werden soll. Wichtig ist zu verstehen, dass man in einer Druckerei (z.B. in deren Online-Shop) beim Bestellen den richtigen Flyer Typ auswählt. In unserem Beispiel bezieht sich die Angabe „6-Seiter“ auf das gefaltete Endprodukt, da es aus 6 einzelnen Seiten besteht. Man geht nie vom Maß des gesamten Blattes aus.

Bei einigen Druckereien wird man dann aufgefordert, zuerst die Außenseite und dann die Innenseite des Flyers hochzuladen. Damit möchte die Druckerei vermeiden, dass die falsche Reihenfolge gedruckt wird. Die Außenseite ist der Teil (die Seite) des Blattes mit den Zahlen 5,6 und 1, die Innenseite der Teil (die Seite) des Blattes mit den Zahlen 2,3 und 4. Im Affinity-Publisher können Sie die Außen- und Innenseite als PDF-Datei exportieren, indem Sie bei der Auswahl der Seiten „Aktuelle Layoutseite“ wählen. Auf der Internetseite von Saxoprint findet man Informationen zu Wickelfalzflyern und ein verständliches Video dazu. <https://www.saxoprint.de/blog/wickelfalz>



Außenseite des Flyers



Innenseite des Flyers



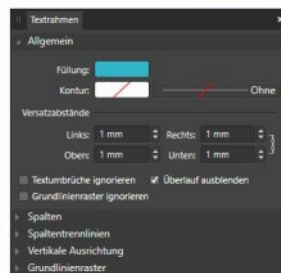
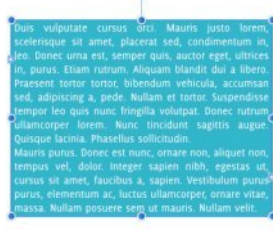
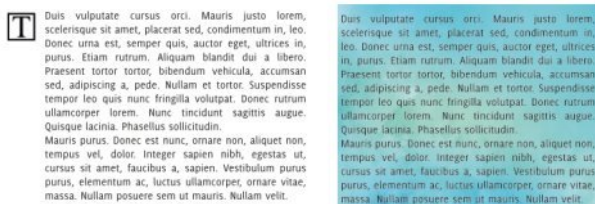
Affinity-Publisher

Textabsätze ansprechend präsentieren

In meinem Publisher-Buch habe ich einige Funktionen des Panels ABSATZ beschrieben. Bei so einem Buch-Projekt gehen einem aber schnell die Seiten aus, wenn man etwas näher erklären möchte. Meist bleibt einem dann nur ein kurzer Hinweis auf weitere Möglichkeiten der im Publisher vorhandenen Funktionen, und diese sind ja reichlich vorhanden. Aus diesem Grund möchte ich in diesem Artikel etwas näher auf die Möglichkeiten eingehen, wie man einen Text weiterverarbeiten und präsentieren kann. Im Allgemeinen zieht man mit Hilfe des Werkzeugs „Rahmentext (T)“ einen Textrahmen auf und füllt ihn mit Text. Hier sind allerdings die Zeiten vorbei, dass man ein Rechteck mit einer Füllfarbe braucht, um den Text vor einen farbigen Hintergrund zu stellen. Dafür gibt es das Panel „Textrahmen“. Möchte man den Text allerdings vor eine Grafik setzen, benötigt man das Werkzeug „Rechteckiger Bilderrahmen“.

Für einen farbigen Hintergrund kann man im Panel „Textrahmen“ eine Farbe für die Füllung vergeben. Man sollte die Versatzabstände etwas erhöhen, damit der Text nicht am Rahmen direkt anliegt.

Mit Hilfe der Kontur im Panel „Textrahmen“ lassen sich einige ansprechende Rahmen-Elemente gestalten. Natürlich kann man auch einige der hier gezeigten Möglichkeiten kombinieren.



Links oben: Ein ganz normaler Rahmentext. Rechts oben mit einer Hintergrundgrafik (Bilderrahmen) belegt. Links unten wurde der Rahmentext mit dem Panel „Textrahmen“ gefüllt.



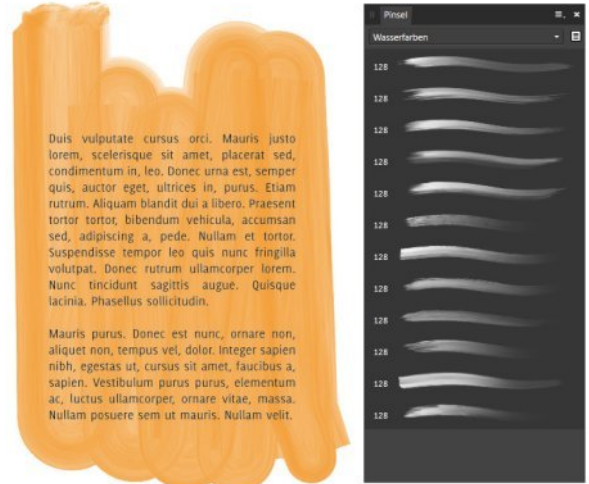
Links oben: Über das Panel „Textrahmen“ wird dem Text nur eine Kontur zugewiesen. Rechts oben: Der Rahmen bekommt eine gestrichelte Linie. Unten: Die Rahmenenden werden mit einem Pfeil dargestellt.



Links: Mit dem Zeichenstift werden mehrere zusammenhängende Pfad-Linien gesetzt und dann die Kontur stark erhöht. So entsteht ein unregelmäßiges Gebilde (Mitte) auf das man einen Rahmentext setzen kann. Rechts: Mit dem „Grafiktext-Werkzeug“ wird ein großer Buchstabe hinter den normalen Text gesetzt.

Es gibt so viele Möglichkeiten um einen Text zu präsentieren, der Publisher bietet einem viele Varianten an. Hier ist dann auch mal Kreativität gefragt. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass man die Werkzeuge und deren Möglichkeiten gut kennt. Natürlich müssen solche Effekte auch in das Konzept passen.

Tipp: Wechseln Sie im Affinity-Publisher in die Designer-Persona und zeichnen Sie mit dem „Zeichenstift (P)“ wieder einen Pfad. Mit Hilfe des Panels „Pinsel“ können Sie dem Pfad nun eine Pinsel-Kontur zuweisen – wie hier zu sehen, eine Wasserfarben-Kontur. Wechseln Sie zurück in die Publisher-Persona und legen Sie einen Rahmentext darüber. Sie können den Pfad jederzeit über das „Knotenwerkzeug (A)“ verändern. Möchten Sie einen anderen Pinsel anwenden, müssen Sie wieder in die Designer-Persona wechseln.



Hintergrund mit Hilfe der Designer-Persona erstellt



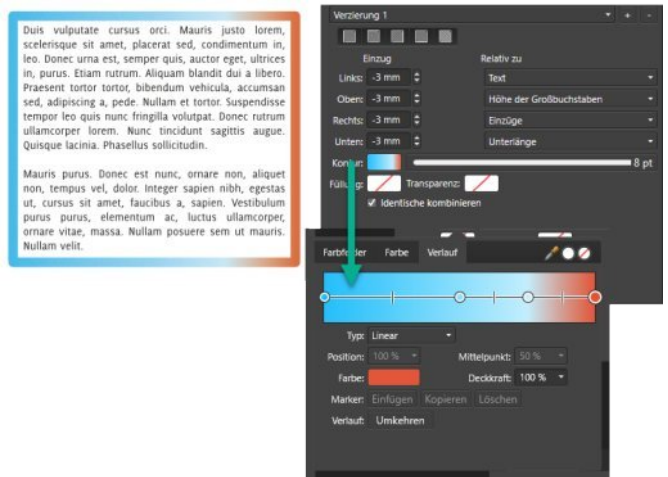
Links oben: Ein Absatz wird mit einer Füllung und oben liegender Linie formatiert. Rechts oben: Ein Textabsatz wird von zwei Linien rechts und links begrenzt. Links unten: Eine Linie wird als Pfeil eingesetzt. Rechts unten: Ein Textabsatz wird in einem Kasten präsentiert.

Im Panel „Absatz“ lassen sich weitere Einstellungen für Textabsätze vornehmen. Schauen Sie sich einmal den Bereich „Verzierung“ an. Hier besteht die Möglichkeit, einem Textabsatz Linien zuzuordnen. Über die ersten 4 Symbole schaltet man Linien für links, oben, rechts und unten ein, über das letzte Symbol kann man eine Füllung für den Absatz aktivieren. Ein Anwendungsbeispiel wären Zitate, die man auf diese Art und Weise hervorheben kann.

Tipp: Geben Sie für die Werte des Einzugs Minuswerte (-) ein und die Linien bewegen sich vom Text weg. Pluswerte (+) schieben Linien in den Absatz-Text hinein.

Einen schönen Effekt erzielt man, wenn man dem Textabsatz eine Kontur zuweist und auf diese einen Verlauf anwendet. Normalerweise besteht der Verlauf nur aus einer Anfangs- und Endfarbe. Sie können weitere Farben hinzufügen, indem Sie mit der MOUSE auf die Linie klicken und einen weiteren Farbpunkt setzen. Verschieben Sie diese Farbpunkte einmal und schauen Sie, wie sich die Kontur des Absatzes verändert.

Tipp: Erstellen Sie sich für diesen Effekt einen eigenen Textstil (Absatzstil) und Sie haben diesen mit nur einem MOUSE-Klick immer parat.



Die ultimative Font-, Logo- und Bilder - Kollektion



<https://www.heritage.com/>

Affinity-Designer

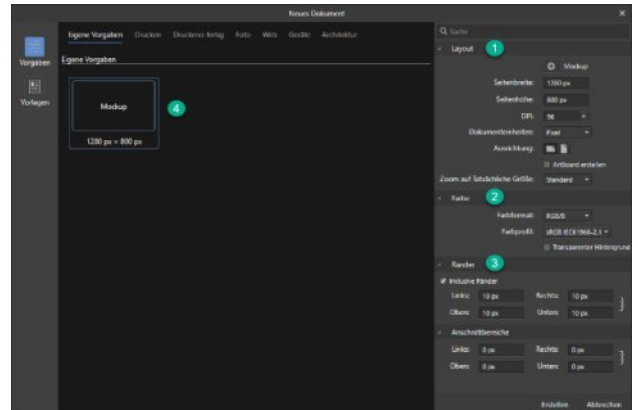
Web- und Screendesign

Der Affinity-Designer ist wie geschaffen für das Web- und Screendesign. Dabei kann man z.B. über die Artboard-Funktion eine Art „Moodboard“ abbilden. Ein Moodboard ist ein digitaler Entwurf von einer Website, in dem Ideen für ein Web-Projekt abgebildet werden. Ein Moodboard kann die Navigation beinhalten, verschiedene Design-Elemente, ein Logo, Buttons und andere grafische Elemente. Im übertragenen Sinne kann man damit auch ein Screendesign verwirklichen. Über diese Themen sind ganze Bücher geschrieben worden und so möchte ich hier nur einige Aspekte beleuchten, die gerade dem Einsteiger das Leben leichter machen können. Es gibt bei der Gestaltung verschiedene Ansätze, um das Vorhaben in die Tat umzusetzen. Am Ende steht dann z.B. ein mit WordPress gestalteter Webauftritt, ein Interface für eine Anwendung oder ein ausdrucksbares PDF-Tutorial.

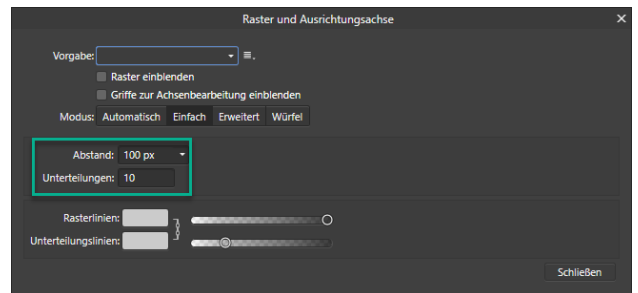
Wie fängt man an: Zuerst legen Sie sich bitte im Designer eine neue Datei an. Wählen Sie hier das WEB-Format. Ich nehme hier immer die Abmessungen von 1200 x 800 Pixeln. Legen Sie das Farbformat auf RGB/8 und das Farbprofil auf sRGB fest. Für spätere Arbeiten kann man sich das Dokument als Vorlage sichern. Um im Designer genau zu arbeiten, passe ich mir ein Raster an und schalte es an (STRG+SHIFT+#). Gehen Sie dazu in das Menü ANSICHT – RASTER UND ACHSEN KONFIGURIEREN. Wählen Sie als Modus EINFACH, den Abstand setzen Sie auf 100 und die Unterteilung auf 10 Pixel.

Was ist ein Moodboard?

In einem Moodboard werden alle grafischen Elemente abgebildet, die für eine Website in Frage kommen. Mit ihm kann man verschiedene Gestaltungs-Ideen umsetzen, einem Kunden bestimmte Begriffe wie Stimmung, Stil und das „Look and Feel“ einer Website näher erläutern. Durch Änderungen kann man auf



Das Anlegen eines neuen Dokuments. Unter „Eigene Vorgaben“ kann man es als Vorlage (4) abspeichern. Die Abmessungen wurden auf 1200 x 800 Pixel bei 96dpi (1) festgelegt. Bei Farbe wählt man RGB/8 und das Farbprofil sRGB (2). Angaben zu den Rändern (3) kann man machen, das muss aber nicht sein.



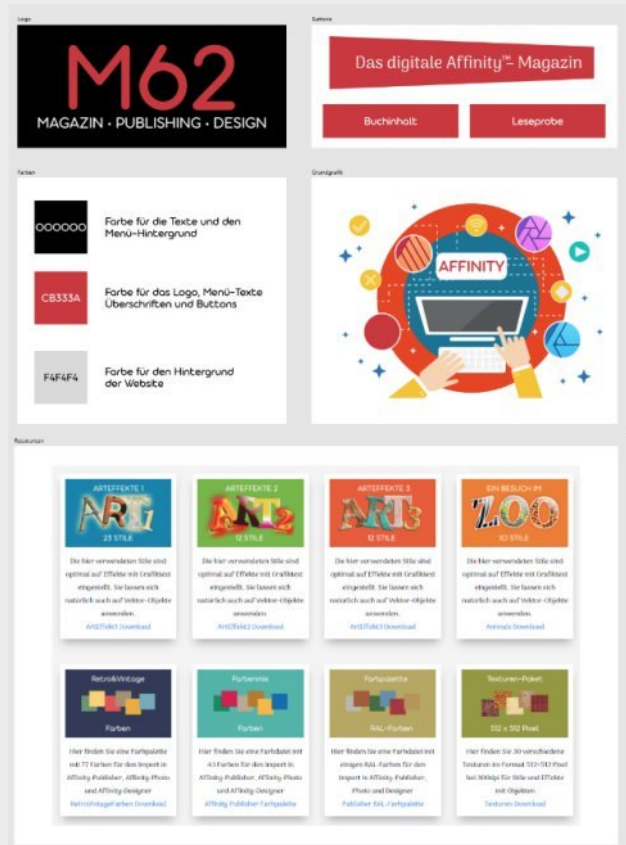
Das Raster zur besseren Kontrolle für die Abmessungen von einzelnen Design-Elementen stellt man am besten auf 100 Pixel ein. Wahlweise mit einer Unterteilung von 5 oder 10 Schritten.

Kundenwünsche schneller eingehen. In ein Moodboard gehören Fotos, Grafiken und Illustrationen, Farben und Farbkombinationen, Schriften, Screenshots, Muster und Texturen sowie Icons, die zum Einsatz kommen sollen. Nach der Freigabe aller Elemente kann man mit dem Screendesign beginnen. Da hier schon alles festgelegt wurde, geht die Arbeit dann leichter von der Hand.

Beispiel für ein Moodboard

Rechts sehen Sie für meine erste Magazin62-Website einige Elemente abgebildet, die ich im Affinity-Designer angelegt habe. Es handelt sich NUR um eine Designer-Datei, für jeden Webseitenbereich wurde ein separates ARTBOARD verwendet. Im Vorfeld sollte man sich überlegen, wie bestimmte Elemente auszusehen haben. Dazu werden passende Farben definiert, die dann später beim Erstellen der Internetseite angewendet werden. Hier kann es dann immer wieder vorkommen, dass man einzelne Elemente anpasst, dazu nimmt oder wieder verwirft. Diese Art von Gestaltung zeigt einem schnell, ob das ganze stimmig ist, ob etwas passt oder nicht. Bei diesem Moodboard ging es in erster Linie darum, wie alles aussehen sollte, weniger darum, welche Elemente man auf der eigenen Website verwendet. Deshalb gibt es hier auch nur einen einzigen Button (oben rechts) zu sehen, da er, wie in meinem Fall, von WordPress und dem genutzten DIVI-System selbst generiert wird.

Tipp: Arbeiten Sie in einem Moodboard immer mit Globalen Farben. Damit lassen sich Farben für alle gleichfarbigen Elemente mit einem Mouse-Klick anpassen.



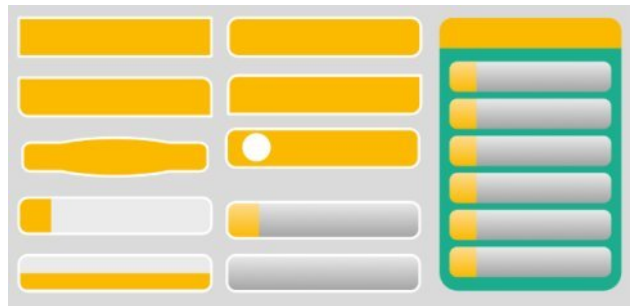
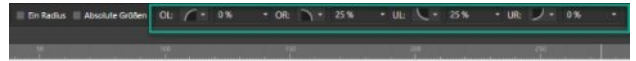
Farben und Buttons

Eigentlich spielt es keine Rolle, mit was man anfängt. Ich habe mir angewöhnt, mit den weniger komplexen Dingen anzufangen um dann später ein Gefühl dafür zu bekommen, wie das „Gesamtkunstwerk“ auszusehen hat. Wir beginnen bei den Farben. Ziehen Sie mit Hilfe des Werkzeugs RECHTECK (M) ein Viereck auf und vergeben Sie diesem eine passende Vordergrundfarbe. Hier muss ich kurz erklären, warum es sinnvoll ist, sich mit den Hexadezimalen Farbcodes auseinanderzusetzen. Über die Hex-Werte einer Farbe kann man ein sehr großes Farbspektrum abdecken und zudem ist es üblich, im Webdesign mit diesen Zahlenwerten zu arbeiten. Dem Hex-Wert wird eine Raute (#) vorangestellt, gefolgt von einem 6-stelligen Code. Früher konnte man nur mit den 256 RGB-Farben arbeiten. Diese Zeit ist aber zum Glück



Farbauswahl mit der Definition des Hex-Wertes. Diesen sollte man sich notieren um ihn später bei der Gestaltung einer Website einzusetzen.

vorbei. Schreiben Sie den Code auf, am besten in das Viereck mit der Farbe. Bei den Buttons scheiden sich oft die Geister. Puristen schwören auf einen minimalistischen Stil, andere wiederum möchten es etwas verspielter. Wenn man eine rein private Website gestaltet, darf es auch etwas verspielter sein. Bei professionellen Arbeiten verzichtet man auf Schnörkel oder bunte Buttons. Da viele Anwender heute im Internet unterwegs sind, haben sie sich an einige wenige Button-Formen und Ausführungen gewöhnt. Zeichnet man ein abgerundetes Rechteck (M), kann man die Rundungen an allen vier Ecken gleich verändern, möchte man jede einzelne Ecke bearbeiten, nimmt man das Häkchen oben in der Kontextleiste bei „Radius“ weg. Die einzelnen Werte werden in Prozent angegeben. Möchte man lieber Pixelwerte verwenden, setzt man ein Häkchen bei „Absolute Größen“.



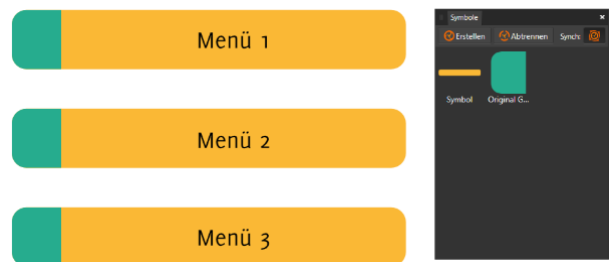
Früher hat man im Internet eine riesige Menge unterschiedlicher und bunter Buttons gesehen. Das macht man heute nicht mehr, weil sie meist nur von wichtigen Elementen ablenken. Rechteckige oder leicht abgerundete Buttons reichen völlig aus. Auch mit Konturen sollte man sparsam umgehen - hier wurden die Konturen nur zur besseren Ansicht weiß gehalten.

Das Panel Symbole

Speziell im Affinity-Designer gibt es ein Panel mit dem Namen „Symbole“. Stellen Sie sich vor, Sie zeichnen einen Button und vervielfältigen ihn, um ein Menü zu simulieren. Wie wäre es, wenn man mit einem MOUSE-Klick die Farbe aller Buttons ändern könnte? Man könnte das auch mit einer Globalen Farbe umsetzen, aber dann müsste man ständig die Farben anpassen. Diese Funktion ist nicht auf die Form eines Buttons beschränkt.

Zeichnen Sie einen Button und gestalten Sie ihn, bis er fertig ist. Wenn der Button aus mehreren Teilen besteht, sollten Sie alles gruppieren (STRG+G). Schauen Sie sich nun das Panel SYMBOLE an. Wichtig ist hier, dass das Symbol ganz rechts „Synch:“ angeklickt ist. Damit schaltet man die Synchronisation von Elementen an, die sich im Panel befinden. Markieren Sie jetzt Ihren Button und klicken Sie im Panel auf „Erstellen“. Ihr gezeichnetes Objekt landet jetzt im Panel.

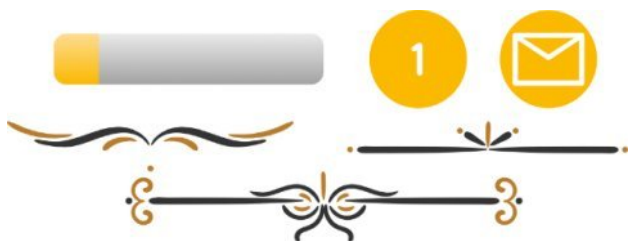
Für den zweiten, dritten und vierten Button, ziehen Sie jetzt aus dem Panel das gezeichnete Element mehrmals auf die Arbeitsoberfläche. Wie in meiner Grafik zu sehen, habe ich jedem Button einen Text zugewiesen.



Um die Farbe aller Buttons gleichsam zu ändern, gibt es zwei Möglichkeiten. Ist keine Gruppierung vorhanden, klickt man auf das Element EINES BUTTONS und ändert im Panel FARBFELDER die Farbe. Dabei spielt es keine Rolle, welchen Button man anklickt. Die andere Möglichkeit würde ich bevorzugen, wenn man Objekte aus mehreren Formen erstellt und diese gemeinsam gruppiert hat. Dann macht es Sinn, im Panel EBENEN ein Element auszuwählen um dann die Farbe zu ändern. Probieren Sie das einmal aus. Sie werden auch sehen, dass sich auch die Farben im Panel SYMBOLE anpassen. Funktioniert das bei Ihnen nicht, schauen Sie nach, ob „Synch:“ im Panel SYMBOLE aktiviert ist. Über das „Abtrennen“ im Panel werden die Einstellungen zurückgesetzt, wobei ich derzeit nicht feststellen kann, ob diese Funktion in der aktuellen Designer-Version schon aktiv ist.

Produkte präsentieren

Produkt-Fotografie ist ein völlig eigenständiges Thema und hier fotografieren nur die Profis. Interessanter wird es dann, wenn man Farben für einen Online-Shop festlegen muss. Angelehnt an die potenzielle Käuferschicht muss man hier dezent vorgehen. Ein Bestell-Button darf in seiner Farbigkeit dem Produkt nicht den Rang ablaufen, sollte aber gleichzeitig gut sichtbar sein, man möchte ja verkaufen. Bei mehreren hundert Produkten, die teilweise auf unterschiedlichen Hintergründen fotografiert wurden, muss man sich auf einige wenige Farben einigen. Diese Farben könnte man aus einem Produkt-Foto wählen, besser ist aber dann, sich passend zur Shop-Optik Farben auszusuchen. Hier ist weniger immer mehr. Der Einsatz freigestellter Produkte ist zu bevorzugen.



Grafische Elemente sammeln

Da sich viele Elemente und Objekte immer wieder für die unterschiedlichsten Gelegenheiten verwenden lassen, würde ich sie mit dem Panel ASSETS erfassen und sammeln. Dieses Panel sollte man nicht unterschätzen. Man kann sich Kategorien für die unterschiedlichsten Gruppen anlegen und sie somit sortiert ablegen. Auf Wunsch besteht jederzeit die Möglichkeit, diese Assets mit den anderen Affinity-Programmen auszutauschen.



Beispiel: In diesem Shop werden die eigentlichen Produkte ohne Hintergrund präsentiert. In der jeweiligen Rubrik findet man eine kurze Einleitung mit einem Produktfoto auf einem Hintergrund mit grauem Verlauf. Die Stammfarben sind Grau und Orange. Auf den einzelnen Produktseiten findet man das gleiche Schema wieder, wichtige Details werden mit der Farbe Grün hervorgehoben.



[Meine Empfehlung: Das Buch „Webdesign“ von Martin Hahn beschreibt alles, was man für eine Website braucht.](#)

WordPress – Tipp

Sollte jemand seine Website mit WordPress umsetzen wollen und sich noch nicht sehr gut auskennen, dann schaut doch mal bei den Providern nach einem „Managed WordPress“ – Angebot. Hier übernimmt der Provider nicht nur das Aufspielen von WordPress, er übernimmt auch die Aktualisierung und macht in regelmäßigen Abständen Sicherheitskopien. In vielen Fällen werden auch neue Versionen von Plugins aktualisiert. Dann gibt es für WordPress auch sogenannte „Baukasten-Systeme“, die einem Neueinsteiger das Leben wesentlich erleichtern. Dazu gehören z.B. der Elementor und DIVI. Einfach mal über die Browser-Suche recherchieren.

Malen wie die Profis

Digital Painting + Airbrush

Ich bewundere die Menschen, die sich in der realen Welt an eine Leinwand setzen, komplett ohne Computer und die tollsten Kunstwerke kreieren. Auch die modernen Computer-Künstler stehen ihnen mit ihren Arbeiten in nichts nach. Einige Malstile, die man aus der Vergangenheit kennt, lassen sich heute am Computer mit Hilfe von Filtern und speziellen Programmen nachbilden. Aber das ist nicht dasselbe, daher verzichte ich bei meinen Arbeiten eher auf solche „automatischen“ Bilder. Wenn man sich aber einmal dafür entschieden hat, dieses „Digital Painting“ kennenzulernen, dann findet man im Internet jede Menge Hilfen, Tutorials und Anleitungen.

Roger Hassler ist Mitglied in meiner Facebook-Gruppe und er steuert in der Gruppe ab und an wertvolle Informationen über Grafiktablets bei. Das hilft dem Neueinsteiger, denn bei der Fülle an Angeboten kann man sich oft nicht für den Kauf entscheiden. Für diesen Artikel habe ich mit Roger Kontakt aufgenommen und er hat mir ohne zu zögern einige seiner Grafik-Arbeiten für diesen Artikel überlassen. Roger ist Künstler, Grafik-Designer und Verleger. Er betreibt gemeinsam mit seiner Frau eine eigene Firma, die newart medien & design Gbr. Sie produzieren seit 2006 Verlagsprodukte im Bereich Kunst und Design und bieten ihren Kunden maßgeschneiderte

Marketing- und PR-Lösungen an. Bei seinen Arbeiten bewegt er sich immer zwischen traditionellen und modernen Maltechniken. Ob Leinwand oder Display, er ist in beiden Welten zu Hause. Roger hat mir seinen Ausstellungskatalog „Medienwechsel“ überlassen und wenn man seine Arbeiten sieht, kommt man schon ins Staunen. Ob Fantasy oder Science-Fiction Illustrationen, die Detailtreue und die tollen Farben können schon begeistern. Und wenn man sich seine Tierbilder anschaut, glaubt man kaum, dass sie gemalt sind. Da verwundert es nicht, dass man seine Kunstwerke schon in Ausstellungen in Deutschland, Belgien und den Niederlanden bestaunen konnte.

Digital Painting

In seinem Katalog erläutert Roger, wie er zum digitalen Malen gekommen ist. Dabei merkt er an, dass man verschiedene Eingabegeräte nutzen kann. Anfang der 1990er Jahre, es gab noch keine anderen Möglichkeiten, musste man mit der Mouse jeden Pixel einzeln malen, später kamen dann die ersten Grafiktablets auf den Markt, bei denen man mit einem drucksensitiven Stift auf eine elektromagnetische Platte malte. Dies war sehr gewöhnungsbedürftig, da man mit dem Stift auf dem Tisch





A01 - THE DRAGON AND THE FLY
Reinzeichnkarton 70x100 cm

malte, während man auf den Monitor schauen musste. Dann kamen die ersten Pen Displays auf und hier sah man dann das, was gemalt wurde, weil Tablett und Monitor eine Einheit bildeten. In diesem Zusammenhang darf man erwähnen, dass heute die meisten Grafikprogramme, so auch Affinity-Photo, die meisten Maltechniken wie „Skizzieren“, „Zeichnen“ bis hin zum „Acryl“- oder „Ölfarbauftrag“ simulieren können. Seit 2019 kombiniert Roger digital gemalte Motive mit analogen Mischtechniken, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen.

Airbrush

Nachdem Roger sich mit den herkömmlichen Maltechniken wie Pastellkreide, Aquarell, Buntstifte und Ölmalerei beschäftigt hatte, stellte er fest, dass man mit der Airbrush-Technik fotorealistische Bilder erstellen kann. Er ist dabei geblieben, obwohl es am Anfang nicht einfach war. Wo holt man sich sein Fachwissen her? Wer hilft einem bei der Beschaffung der richtigen Ausrüstung weiter? „Learning by doing“ war die Devise. Aktuell nutzt er die Airbrush-Mischtechnik, um digital gemalte Motive

mit weiteren Details und Farben auszuarbeiten.

Schulungen, Workshops und Fachmagazin

Roger teilt sein Wissen mit allen, die sich für Airbrush-Arbeiten und Digital Painting interessieren. Schauen Sie sich einmal auf seiner Firmenseite um. Er bietet unterschiedliche Workshops und jede Menge Literatur zum Thema an. Alle 2 Monate erscheint die deutsche Ausgabe des „Airbrush Step by Step“ – Magazins, alle 3 Monate das englisch-sprachige Pendant. Das Heft ist speziell für Neueinsteiger konzipiert. Im Bereich „Digital Painting“ findet man weitere Publikationen, in den Digital Paintbooks, es gibt derzeit 4 Stück, präsentieren unterschiedliche Künstler ihre Arbeiten, geben Tipps und erklären Schritt für Schritt, wie es gemacht wird.

Einen Vorgeschmack findet man bei [YouTube](#), hier wird in vielen Videos das „Digitale Malen“ für Einsteiger erklärt und er testet auch Grafik-Tablets, es lohnt sich also, Rogers Kanal zu abonnieren.



D08 - ATAT GEMÄLDE
Digital-Acryl-Mischtechnik 74x55 cm



Jeder Star Wars Fan bekommt beim Anblick dieser Grafiken leuchtende Augen. Man hat den Eindruck, dass diese Bilder aus den Kinofilmen „herausgeschnitten“ wurden. Zu erkennen sind hier auch die vielen filigran herausgearbeiteten Details.



Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen und vielleicht schrecken die tollen Arbeiten hier jemanden ab, der sich ganz aktuell an diese Techniken heranwagen möchte. Aber genau aus diesem Grund gibt es ja Kurse und viele Hilfen, die einem den Einstieg erleichtern. Roger Hassler bietet z.B. für das „Digitale Malen“ auf seiner Website ein Buch für Einsteiger an. Es werden Techniken wie das Skizzieren, Kolorieren, Licht & Schatten, Volumen & Tiefe und Strukturen & Texturen beschrieben. Anhand von 11 Schritt für Schritt – Anleitungen wird alles genau erklärt. Man lernt Grundfunktionen diverser Programme kennen und wird auch nicht alleine gelassen, wenn es um die Hardware geht.



[Die Website von Roger Hassler](#)



[Das Einsteigerbuch zum „Digitalen Malen“](#)



[Das Airbrush-Magazin](#)



000 - SKETCHES
Digitale Acryl-Maltechnik 55x79 cm





Aus einer kostenlosen
PNG-Kollektion von
HeritageType.com

Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von Georg Walter • Steinackerstraße 12 53797
Lohmar/Rheinland • E-Mail: gewa62@web.de • Website: magazin62.de
Zu den Drittanbietern in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

Serif™ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.
Einige Buch-Fotos mit freundlicher Genehmigung des Rheinwerk-Verlages.
Sämtliche Grafiken im Artikel über „Digitales Malen“ unterliegen dem Copyright
und dürfen ohne Einwilligung von Roger Hassler nicht verwendet werden.

M62 MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

4

NEUES ZUM
PUBLISHER 1.9



Willkommen

Das Jahr 2021 ist drei Wochen alt und Covid-19 hält uns immer noch in Atem. Was für eine Zeit. Bleiben Sie gesund und ich darf Ihnen hier noch einmal alles Gute für das neue Jahr wünschen. Das Heft Nr. 4 steht ganz im Zeichen des Affinity-Publishers, auch deshalb, weil wir in Kürze die neue 1.9 - Version erwarten dürfen. Ich habe mir die BETA-Version einmal näher angeschaut und kann Ihnen in diesem Heft einige der Neuerungen näherbringen.

In den einschlägigen Facebook-Gruppen zu den Affinity-Programmen lese ich immer kräftig mit und so fallen mir natürlich auch die Wünsche einiger Anwender auf. Sie finden hier u.a. einen mehrseitigen Artikel darüber, wie man ein Buch-Projekt planen und umsetzen kann und welche Dinge man beachten sollte. Bei der Umsetzung von interaktiven PDF-Dateien muss man nicht auf die neue Version warten. Mit den aktuellen Boardmitteln kann man schon jetzt durch eine PDF-Datei navigieren. Mehr darüber finden Sie in diesem Heft.

Schauen Sie sich auch einmal die neuen Checklisten-Funktionen an, diese Art PreFlight-Funktionen werden von einigen Anwendern etwas unterschätzt. Sie können sich hier eigene Vorgaben zusammenstellen, die entweder „Live“, also zu jeder Zeit oder über „Export“ nur beim Exportieren eines Dokuments geprüft werden.

Bei der Gestaltung jedes Heftes gebe ich mir immer viel Mühe, die heutige Ausgabe Nr. 4 scheint mir aber besonders gut gelungen zu sein, da die Themen viele Anwenderfragen beantworten werden. In diesem Sinne freue ich mich, wenn Ihnen das Heft gefällt - und empfehlen Sie mich weiter.

Ich wünsche Ihnen wieder recht viel Freude beim Lesen!
Ihr Georg Walter

Für Einsteiger/Umsteiger



Im Rheinwerk-Verlag ist mein Affinity-Publisher Buch im September 2020 erschienen. Lernen Sie die Funktionen und Möglichkeiten des Publishers von Grund auf kennen.

M62-Hefte 1-3



Viele weitere Tipps, Anregungen und Informationen finden Sie auch in meinen vorherigen Heften.

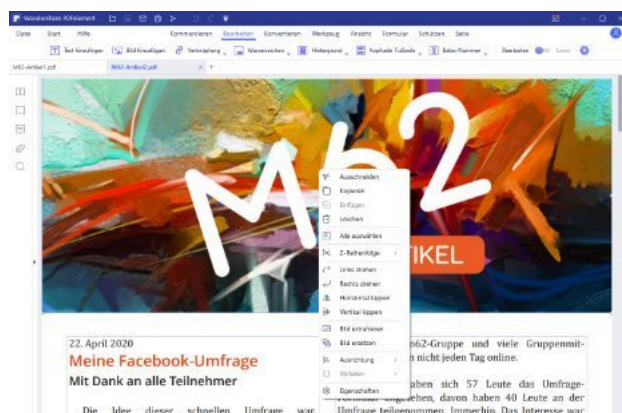
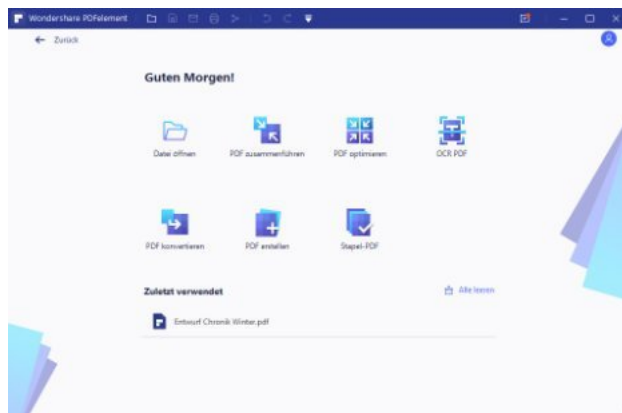
Über den Tellerrand geschaut „PDFelement“ von Wondershare

Wer sucht nicht nach einer kostengünstigen Alternative um PDF-Dokumente zu konvertieren, zu editieren? Ich habe in der Vergangenheit einige Programme ausprobiert und bin schließlich bei PDFelement von Wondershare gelandet. In der aktuellen 8er-Version wurde die Programm-Oberfläche nochmals optimiert und es macht Spaß, mit der Software zu arbeiten. PDFelement bietet einen komfortablen Editor mit dem man Formulare gestalten kann, er beinhaltet Kommentarfunktionen, bietet Schutz-Mechanismen an und konvertiert Dateien in die wichtigsten Formate, natürlich wandelt er auch von anderen Formaten in das PDF-Format um. Für mich wichtig ist die Möglichkeit, bei einem mehrseitigen Dokument Seiten zu löschen oder neu anzuordnen.

Mit der PRO-Version kommt die wichtige OCR-Funktion dazu, kann man Paperscans in PDFs umwandeln, man kann Formulare erstellen, bearbeiten und Daten aus Formularen extrahieren sowie Dokumente im Stapel-Modus verarbeiten. Für viele Anwender ist auch die Möglichkeit interessant, Dokumente in das PDF/A Format zu archivieren.

Es gibt eine Standard- und Pro-Version, hier kann ich jedem nur anraten, etwas mehr Geld auszugeben und sich die erweiterte Version zu kaufen. Eine Dauerlizenz wird einmalig gezahlt und man hat dann Ruhe vor weiteren Kosten. Aber, wer sich nicht sicher ist, dem bietet Wondershare auch eine Testversion an.

Nach dem Start der Software öffnet sich ein Übersichtsbildschirm in dem man die gewünschte Funktion auswählen kann. In der Software selbst kann man natürlich auch auf andere Funktionen direkt zugreifen. Hat man sich erst einmal an die Oberfläche des Programms gewöhnt, steht einem flüssigen Arbeiten nichts mehr im Weg.



Affinity-Publisher

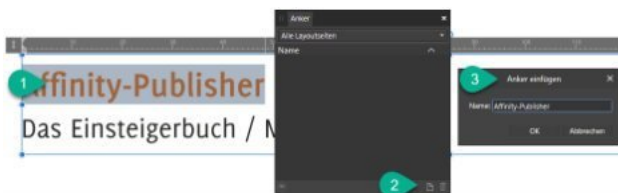
Interaktive PDF-Dateien erstellen

Mit der aktuellen Publisher-Version 1.8 kann jeder Anwender interaktive PDF-Dateien erstellen. Das bedeutet, dass man in einem Dokument zu einer anderen Stelle oder Seite springen kann, wenn man auf ein als Hyperlink markiertes Element mit der Mouse klickt. Dieses Element kann ein Text, ein Vektor-Objekt oder ein Bild sein. Ich möchte dem Leser diese Möglichkeit anhand eines kleinen Menüs und den Panels ANKER und HYPERLINKS verdeutlichen. Die Panels findet man im Publisher-Menü ANSICHT - STUDIO.

Szenario

Sie haben ein PDF-Magazin mit mehreren Seiten erstellt und möchten Ihren Lesern das Navigieren durch das Magazin erleichtern. Dazu legen Sie im Magazin ein Menü an, meist vorne auf den ersten 2-3 Seiten. Dieses Menü können Sie frei gestalten, so wie es zum Layout des Magazins passt. Alle Texte sind geschrieben, alle Fotos platziert, das Magazin ist fast fertig. Erst dann ist es sinnvoll, das Menü zu erstellen.

Vorarbeiten und Reihenfolge

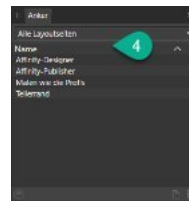


Beginnen Sie mit dem Erstellen von Sprungmarken (Ankern). Dazu benötigen Sie das Panel ANKER. Sprungmarken sind Ziele, zu denen man gelangt, wenn man z. B. in einem Menü auf einen Hyperlink klickt. Sie erstellen also zuerst die Ziele zu denen verlinkt werden soll, wenn jemand in einem Menü auf einen Eintrag klickt.

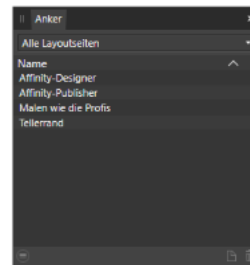
1. Markieren Sie die Sprungmarke (Anker). Dies könnte eine Menü-Überschrift (1) auf einer Magazin-Seite sein.

2. Klicken Sie im Panel ANKER unten rechts auf das kleine Dokumenten-Symbol (2). Schauen Sie oben im Panel, dass "Alle Layoutseiten" ausgewählt ist.

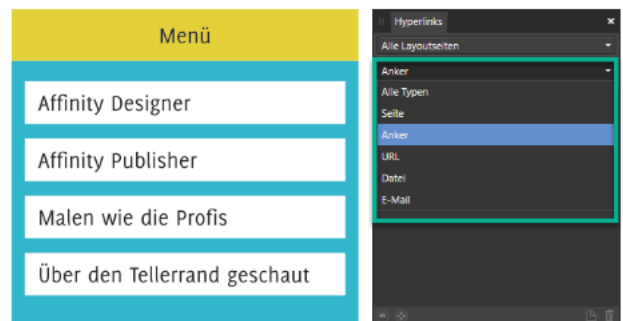
3. Nun öffnet sich ein weiteres Menü (3) und hier wird der markierte Eintrag schon angezeigt. Man kann diesem Eintrag einen anderen Namen geben, das Sprungziel wird dadurch nicht verändert. Hier könnte man den Eintrag auch so abändern, dass man als Name die Seite des Ziels angibt - z.B. "Publisher-Seite 13".



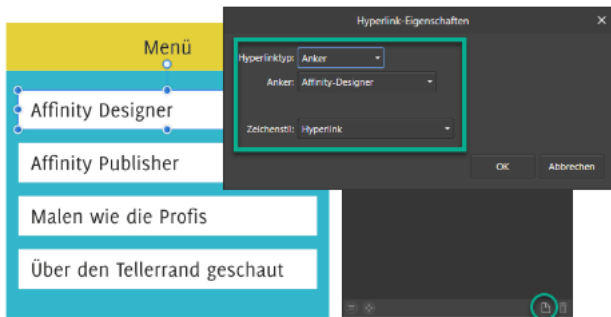
4. Markieren Sie nun auf allen Seiten die Sprungziele (Anker), die Sie später auch im Menü zur Auswahl anbieten möchten. Im Panel ANKER werden diese Ziele dann alle angezeigt (4).



5. Im nächsten Schritt wird das Menü erstellt. Hier sollte man sich an die Vorgaben im Panel ANKER halten. Die Menü-Reihenfolge der Einträge spielt dabei eine untergeordnete Rolle, es sei denn, man gibt im Menü die Seitenzahlen mit an.



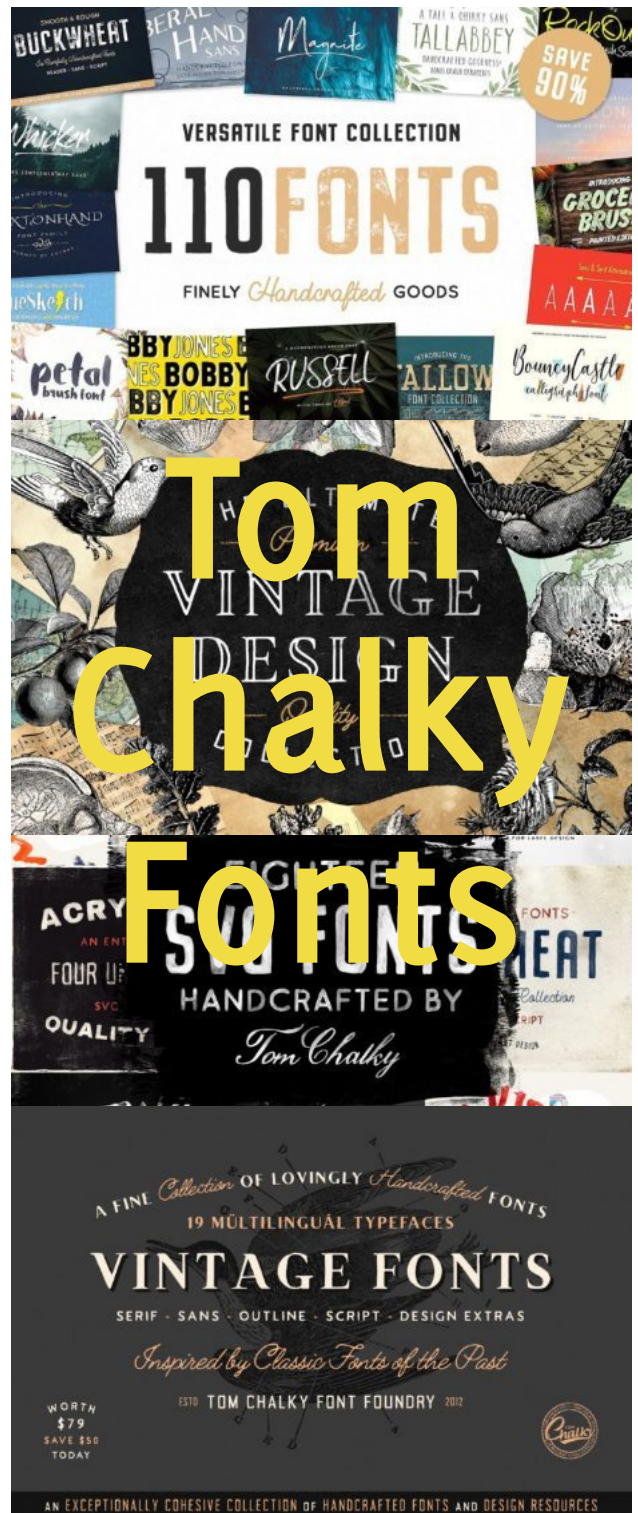
6. Nachdem das Menü fertig ist, ruft man das Panel **HYPERLINKS** auf. Achten Sie darauf, dass im Panel wieder "Alle Layoutseiten" und im Menü darunter **ANKER** ausgewählt ist. So bekommt man auch nur alle Sprungziele (Anker) angezeigt. Bei "Alle Typen" werden sämtliche Hyperlinks angezeigt, was schnell unübersichtlich wird.



7. Markieren Sie nun einen Menüeintrag, klicken Sie im Panel **HYPERLINKS** unten rechts auf das kleine Dokumenten-Symbol. Es öffnet sich nun ein weiteres Menü. Der Hyperlinktyp muss auf "Anker" stehen, der Anker-Name, den man vorher festgelegt hat, wird angezeigt. Der Zeichenstil ist immer "Hyperlink". Dies wird dann interessant, wenn man Text-Hyperlinks erstellt und diese formatieren möchte. Klicken Sie nun auf den Button **OK** und der Hyperlink ist mit dem Sprungziel (Anker) definiert und verbunden.

8. Wiederholen Sie dies für alle Menü-Punkte. Exportieren Sie das Dokument in das PDF-Format und prüfen Sie, ob alle Menü-Punkte beim klicken mit der Mouse zur richtigen Seite springen.

TIPP: Um von jeder Seite eines Dokuments zurück zum Menü zu springen, kann man z.B. auf einer Master-Seite einen Hyperlink zurück zum Menü setzen. Das bedeutet, dass man auch das Menü mit einer Sprungmarke (Anker) versehen muss.



Affinity-Publisher

Das PDF-Format kennenlernen

Ich möchte hier allen Publisher-Anwendern, die sich mit der Ausgabe von Druckdaten nicht auskennen, einige grundlegende Informationen an die Hand geben, damit sie zum einen die Zusammenhänge besser verstehen und zum anderen ordentliche PDF-Dateien für eine Druckerei generieren können. Das Thema ist allerdings so komplex und teilweise sehr trocken, dass ich mich auf wesentliche Aspekte beschränken möchte.

Grundlegendes zu Farben und Farbprofilen

Zu aller erst muss man verstehen, was sich hinter den Begriffen Farbprofil, Farbmodell und Farbraum verbirgt.

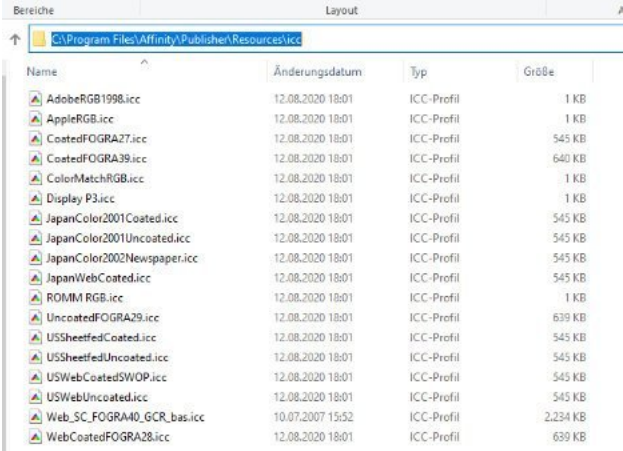
Ein Farbprofil: Auch ICC-Profil genannt, gibt an, welchen Farbraum ein Computergerät wie ein Monitor (Eingabegerät) oder ein Drucker (Ausgabegerät) abbilden kann. Es gibt unterschiedliche Farbprofile für die unterschiedlichsten Betriebssysteme sowie Ein- und Ausgabegeräte.

Farbmodelle und Farbräume: Sie stellen jede erdenkliche Farbe dar, die man z. B. mit einem Grafikprogramm erzeugen kann. Dabei liegt jedem Farbraum ein Farbmodell zugrunde. Den meisten dürfte das RGB-Farbmodell (Bildschirmanzeige) und das CMYK-Farbmodell (Drucken) bekannt sein. Erst genanntes Modell umfasst deutlich mehr Farben als das CMYK-Modell.

ICC-Profile von Druckereien

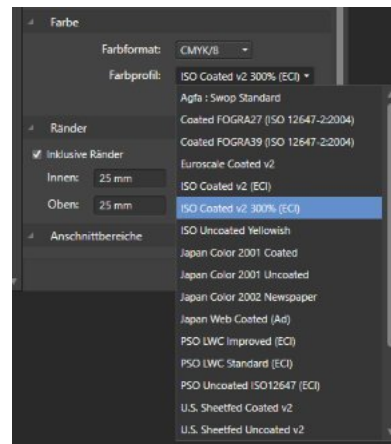
Es gibt Druckereien, die bieten ein eigenes ICC-Profil an. So z.B. die Druckerei „Wir-machen-Druck“. Hier wird ein Profil mit dem Namen „ISOcoated_v2_300_eci.icc“ verwendet. Dieses kann man sich auf deren Website auf

Wohin mit einem ICC-Profil für den Affinity-Publisher?



Name	Änderungsdatum	Typ	Größe
AdobeRGB1998.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	1 KB
AppleRGB.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	1 KB
CoatedFOGRA27.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
CoatedFOGRA39.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	640 KB
ColorMatchRGB.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	1 KB
Display P3.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	1 KB
JapanColor2001Coated.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
JapanColor2001Uncoated.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
JapanColor2002Newspaper.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
JapanWebCoated.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
ROMM RGB.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	1 KB
UncoatedFOGRA29.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	639 KB
USSheefedCoated.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
USSheefedUncoated.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
USWebCoatedSWOP.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
USWebUncoated.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	545 KB
Web_SC_FOGRA40_GCR_bas.icc	10.07.2007 15:52	ICC-Profil	2,234 KB
WebCoatedFOGRA28.icc	12.08.2020 18:01	ICC-Profil	639 KB

Speichern Sie das Profil unter Windows in dem Ordner: C:\Programme\Affinity\Publisher\Resources\icc



Es erscheint nun im Publisher im Dialogfeld, wenn man ein neues Dokument anlegen möchte.

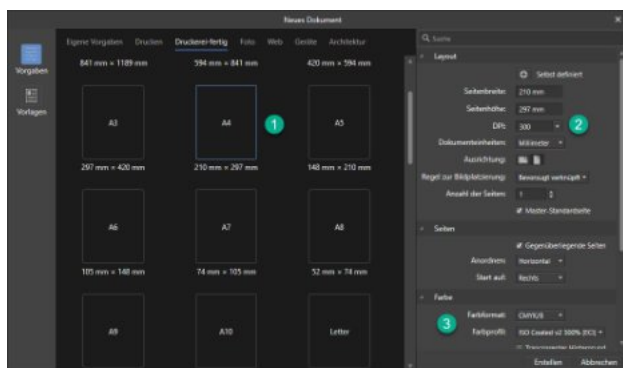
Profil installieren: Unter Windows kann man das Profil mit einem Klick der rechten Mouse-Taste installieren.

den eigenen Rechner herunterladen. Mit diesem Profil, oder anderen Profilen, werden die Farben für den Druck so umgerechnet, dass sie nah an das Original kommen. Gleichzeitig wird beim Generieren der Druckdatei der Farbauftrag durch dieses Profil auf maximal 300% reduziert.

Beispiel: Sie haben eine CMYK-Farbe mit je 100% für Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz (Key-Farbe) angelegt. Das wären insgesamt 400%. Durch das obige Profil werden die 400% auf 300% reduziert. Das wird oft deshalb gemacht, da sonst der Farbauftrag auf dem Druckpapier zu hoch ist.

Anlegen eines neuen Affinity-Publisher-Dokuments

Beim Anlegen eines neuen Publisher-Dokuments machen viele Anwender schon den ersten Fehler.



Wählen Sie im Menü DATEI den Befehl NEU. Es öffnet sich der hier angezeigte Dialog. Wählen Sie „Druckerei-fertig“, dann das gewünschte Dokumenten-Format (1), hier das Din A4-Format. Anschließend vergewissern Sie sich, dass im rechten Menü die DPI-Zahl auf 300 (2) eingestellt ist. Nun geht es unten mit dem Bereich FARBEN (3) weiter – hier werden die entscheidenden Einstellungen für ein ordentliches Druck-Dokument gemacht.

TIPPS

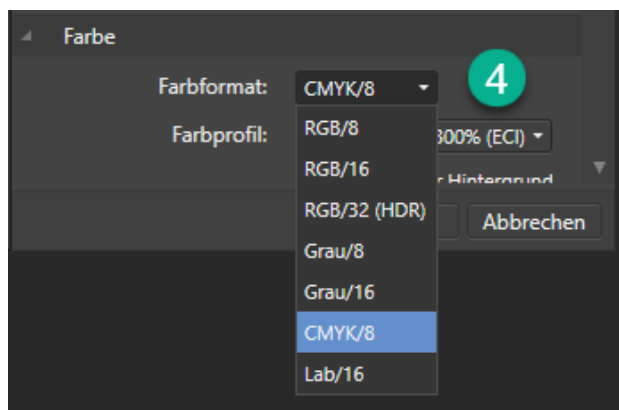
Download von ICC-Profilen

Profile kann man sich unter folgenden Adressen herunterladen.

<http://www.eci.org/de/downloads>

<http://www.colormangement.org/de/download.html>

Tip: Wenn Sie vorab wissen möchten, wie die Farben in Ihrem Dokument aussehen, lassen Sie in Ihrer Druckerei einen Proof (Andruck) machen. Sie können sich diesen vor Ort ansehen oder zuschicken lassen. Manchmal hilft auch ein Probe-Exemplar, dies ist zwar meist mit einem Stempel auf den Seiten versehen, aber Sie sehen sofort, ob die Farben Ihren Wünschen entsprechen.



Stellen Sie das Farbformat auf CMYK/8 ein (4).

WEITER AUF DER NÄCHSTEN SEITEN ➔

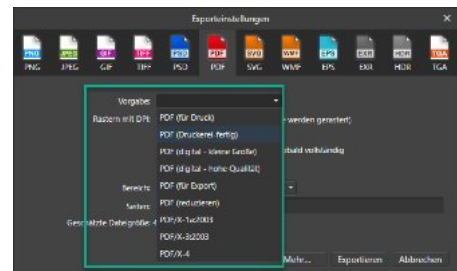
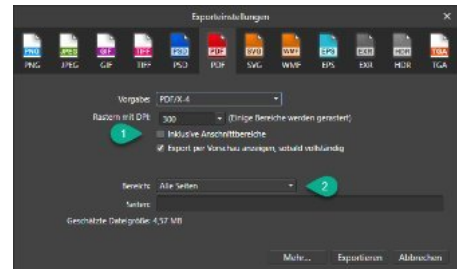
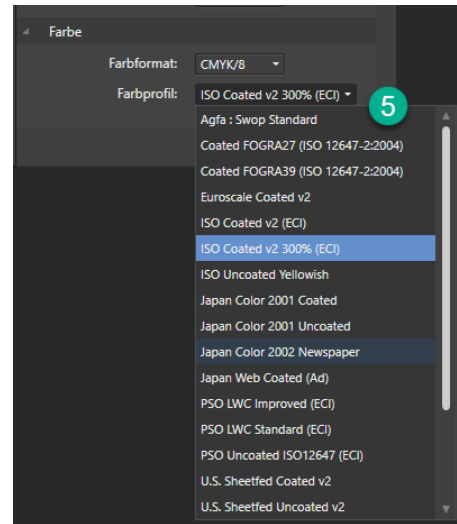
Stellen Sie anschließend das Farbprofil (5) ein. Hier im Bild habe ich das Profil markiert, das ich vorher von meiner Hausdruckerei heruntergeladen habe. Wenn nicht – wählen Sie das Profil COATED FOGRA39, wenn es nicht angezeigt wird – das Profil ISO COATED v2.

Tipp: Fragen Sie in Ihrer Druckerei nach, ob man Ihnen ein ICC-Profil zur Verfügung stellen kann. Hier muss man wissen, dass es Profile für „gestrichene Papiere - COATED“ und „ungestrichene Papiere - UNCOATED“ gibt. „Gestrichene Papiere“ sind behandelte Papiere, diese kann man für eigentlich jeden normalen Druck wählen. „Ungestrichene Papiere“ sind meist unbehandelte Naturpapiere, die man nur selten als Normalanwender benötigt.

PDF-Ausgabe für den Druck

Gehen Sie in das Menü DATEI und wählen Sie dort „Exportieren“ aus.

1. Wählen Sie das Format PDF und unter Vorgaben PDF/X-4 aus.
2. Setzen Sie ein Häkchen bei „Inklusive Anschnittbereiche“.
3. Wenn Sie die fertige Datei nochmal am Bildschirm anschauen möchten, setzen Sie das Häkchen bei „Export per Vorschau anzeigen, sobald vollständig“.
4. Wählen Sie unter Bereiche unbedingt „Alle Seiten“ aus. Damit wird jede Seite Ihres Dokuments in die PDF-Datei exportiert. Mit allen anderen Einstellungen kann die Druckerei nichts anfangen.
5. Exportieren Sie das Dokument in eine PDF-Datei.



Die Erklärungen zu den Vorgaben finden Sie auch in der Publisher-Hilfe.

PLUGINS FÜR AFFINITY PHOTO



PDF-Vorgaben im Affinity-Publisher

PDF (für Druck): Exportiert Ihre Arbeit mit einer Auflösung von 300 dpi in das Format PDF 1.7 (Acrobat 8), Bilder mit einer Auflösung von >450 dpi werden heruntergerechnet, Überdrucken von Schwarz ist aktiviert, alle Schriften werden eingebettet, das Dokumentprofil wird eingebettet und als Farbraum verwendet, erweiterte Features sind zugelassen.

PDF (Druckerei-fertig): Exportiert Ihre Arbeit mit einer Auflösung von 300 dpi in das Format PDF 1.7 (Acrobat 8), Bilder mit einer Auflösung von >450 dpi werden heruntergerechnet, Überdrucken von Schwarz ist aktiviert, Anschnittbereiche werden berücksichtigt, alle Schriften werden eingebettet, CMYK wird als Farbraum verwendet, erweiterte Features sind zugelassen.

PDF (digital – kleine Größe): Exportiert Ihre Arbeit mit einer Auflösung von 72 dpi in das Format PDF 1.7 (Acrobat 8), Bilder mit einer Auflösung von >90 dpi werden heruntergerechnet, der sRGB-Farbraum wird verwendet, Hyperlinks und Ebenen sind enthalten.

PDF (digital – hohe Qualität): Exportiert Ihre Arbeit mit einer Auflösung von 300 dpi in das Format PDF 1.7 (Acrobat 8), Bilder mit einer Auflösung von >375 dpi werden heruntergerechnet, alle Schriften werden eingebettet, der sRGB-Farbraum wird verwendet, Hyperlinks und Ebenen sind enthalten.

PDF (für Export): Exportiert Ihre Arbeit mit der Dokumentauflösung in das Format PDF 1.7 (Acrobat 8), Bilder werden nicht heruntergerechnet, Überdrucken von

Schwarz ist aktiviert, alle Schriften werden eingebettet, das Dokumentprofil wird eingebettet und als Farbraum verwendet.

PDF (reduzieren): Exportiert Ihre Arbeit mit der Dokumentauflösung in das Format PDF 1.7 (Acrobat 8), alle Inhalte werden gerastert, Bilder werden nicht heruntergerechnet, Überdrucken von Schwarz ist aktiviert, alle Schriften werden eingebettet, das Dokumentprofil wird eingebettet und als Farbraum verwendet.

PDF/X - Optionen

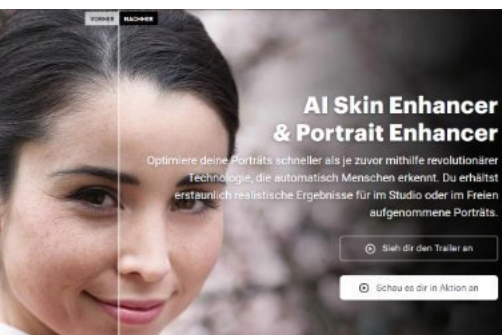
PDF/X-Optionen sind PDF-Vorgaben für die professionelle Druckausgabe und erstellen PDF-Dateien, die im CMYK-Farbraum ausgegeben werden. Diese Vorgaben können alle Schriften einbetten.

PDF (PDF/X-1a:2003): Basiert auf PDF 1.4, reduziert Transparenzen, kein Farbmanagement.

PDF (PDF/X-3:2003): Wie bei PDF/X-1a:2003, unterstützt jedoch Schmuckfarben und ermöglicht ein Farbmanagement. RGB- oder CMYK-Bilder mit angehängten Farbprofilen werden unterstützt.

PDF (PDF/X-4): Wie bei PDF/X-3:2003, basiert auf PDF 1.6, unterstützt Transparenz.

Möchte man weitere Optionen festlegen, wählt man die Option „Mehr“ aus. Hierzu finden Sie in der Publisher-Hilfe weitere Informationen.



Affinity-Publisher 1.9

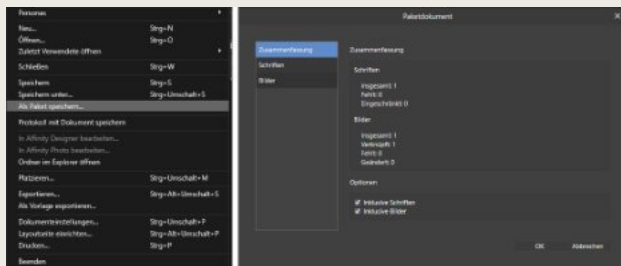
Die neuen Funktionen

In der neuen Publisher-Version 1.9 wird es einige Neuerungen geben, über die ich hier berichten möchte. Dazu habe ich mir einmal die BETA-Version 1.9.0.887 näher angeschaut. Allerdings muss ich auch sagen, und das ist mein persönlicher Eindruck, dass sich die Firma Serif etwas schwer tut, deutschen Beta-Testern eine ordentliche Liste der neuen zu erwartenden Features zur Verfügung zu stellen. Im Affinity-Forum wird dazu nur eine rudimentäre Liste auf Englisch präsentiert. Das ist einfach zu wenig. Auf alle Neuerungen kann ich daher nicht eingehen, ich bemühe mich aber, die mir wichtig erscheinenden Features zu erklären.

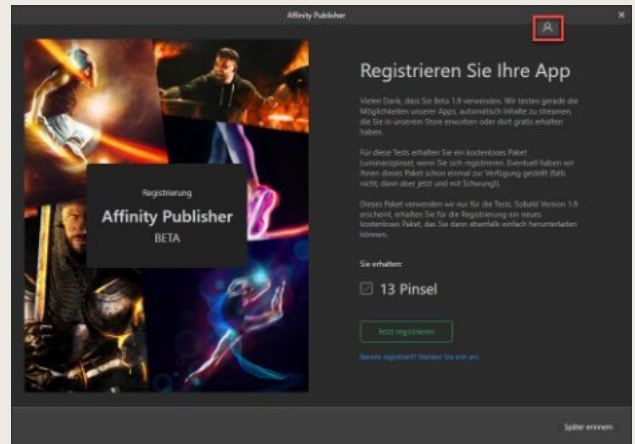
Dazu zählt die Möglichkeit, ein komplettes Projekt samt Fotos und Schriften in einem eigenen Ordner auf der Festplatte zu sichern, die Möglichkeit mit einer "Datenzusammenführung" aus einer Excel-Tabelle oder CSV-Datei heraus z.B. Kataloge inkl. Fotos zu generieren, die Möglichkeit, Einstellungen der Arbeitsoberfläche mit allen sichtbaren Panels abzuspeichern, nun kann man auch Farben für Anschnitt- und Dokumenten-Ränder vergeben. Neu eingeführt wird auch ein Konto-Symbol über das man u. a. Angebote der Firma Serif abrufen kann.

Projekt speichern

Nun ist es im Publisher möglich, ein gesamtes Projekt inkl. Schriften und Fotos in einem eigenen Ordner auf der Festplatte zu speichern. Die Funktion ruft man über das Menü DATEI - ALS PAKET SPEICHERN auf.

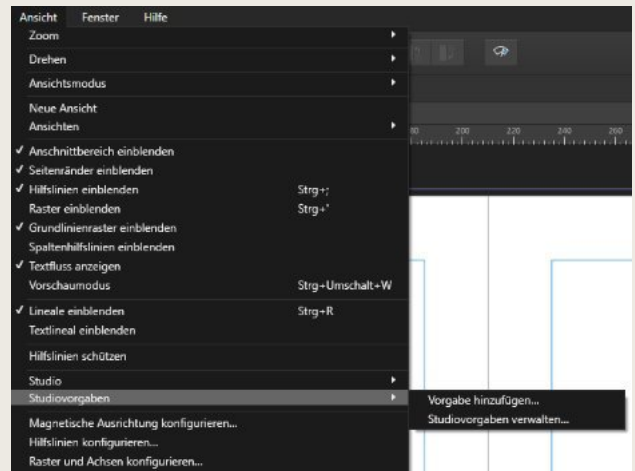


Neue Konto-Funktion



Man findet in der Programm-Oberfläche oben rechts ein Konto-Symbol. Über dieses Symbol bekommt man alle bei der Firma Serif gekauften oder kostenlos erworbenen Pinsel, Zusätze oder Schriften sowie neuere Angebote angezeigt.

Studiovorgaben abspeichern



Über das Menü ANSICHT-STUDIOVORGABEN kann man sich die Anordnung der Panels im Programm abspeichern. So lassen sich für unterschiedliche Projekte verschiedene Studio-Einstellungen speichern.

Die Datenzusammenführung

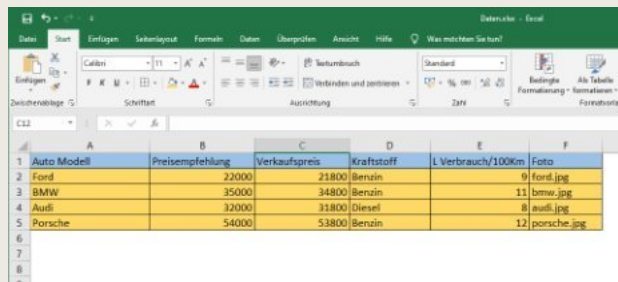
Nun ist es im Affinity-Publisher endlich möglich, aus einem Datenstamm in einer Tabelle ansprechende Kataloge zu generieren, die auch Fotos enthalten können. Sicherlich fallen dem ein oder anderen Leser weitere Möglichkeiten zur Nutzung der "Datenzusammenführung" ein. Diese "Zusammenführung" ist ein komplexer Vorgang im Affinity-Publisher. Hier muss man einige Dinge berücksichtigen, bevor man das fertige Ergebnis sieht.

Was muss man beachten?

1. Für die Datenzusammenführung gibt es in der Werkzeugleiste ein neues Symbol
2. Im Menü DOKUMENT gibt es einen eigenen neuen Assistenten für die Datenzusammenführung
3. Zusätzlich muss das Panel FELDER geöffnet werden
4. Eine Externe Excel-Tabelle oder CSV-Datei mit allen relevanten Daten muss erstellt werden.
5. Das Dokument, in dem man die Datenzusammenführung gestaltet, ist nicht das End-Dokument. Es wird ein eigenständiges, neues Dokument mit den fertigen Daten generiert.
6. Möchte man in einer Publikation ein mit Datenzusammenführung generiertes Dokument einsetzen, muss man dieses über DOKUMENT-SEITEN AUS DOKUMENT HINZUFÜGEN einfügen.

Zwei wichtige Tipps am Anfang:

- a) Wenn man bei der Datenzusammenführung mit Fotos arbeiten möchte, muss die Excel-Tabelle im selben Verzeichnis wie die Fotos liegen.
- b) Legen Sie für die Datenzusammenführung in ihrem Projekt-Ordner einen eigenen Unterordner an. In diesen Unterordner speichern sie die Excel-Tabelle, alle Fotos und die Publisher-Datei, mit der die Datenzusammenführung generiert wird. Vergeben Sie dieser Datei einen eindeutigen Namen, z.B. "Zusammenführung" oder "Merge-Datei".



Auto Modell	Preiseempfehlung	Verkaufspreis	Kraftstoff	L Verbrauch/100Km	Foto
Ford	22000	23800	Benzin	9	ford.jpg
BMW	35000	34800	Benzin	11	bmw.jpg
Audi	32000	31800	Diesell	8	audi.jpg
Porsche	54000	53800	Benzin	12	porsche.jpg

Abbildung 1: Excel-Tabelle mit den zu verarbeitenden Daten

A. Eine Excel-Tabelle anlegen

Legen Sie in Excel eine Tabelle an und füllen Sie diese mit Ihren Daten. Ganz rechts in der Tabelle sind die Bilddatei-Namen hinterlegt. Liegen die Fotos nicht im selben Verzeichnis, wie vorgeschlagen, muss man in der Tabelle zusätzlich den Pfad zur Bilddatei angeben. Sonst findet später der Publisher die Fotos nicht. Ersparen Sie sich dies und legen Sie alle relevanten Daten, wie oben vorgeschlagen, in einem eigenen Unterordner an.

Tip: Es besteht die Möglichkeit, im Publisher mehrere Excel-Tabellen für eine "Datenzusammenführung" zu nutzen.

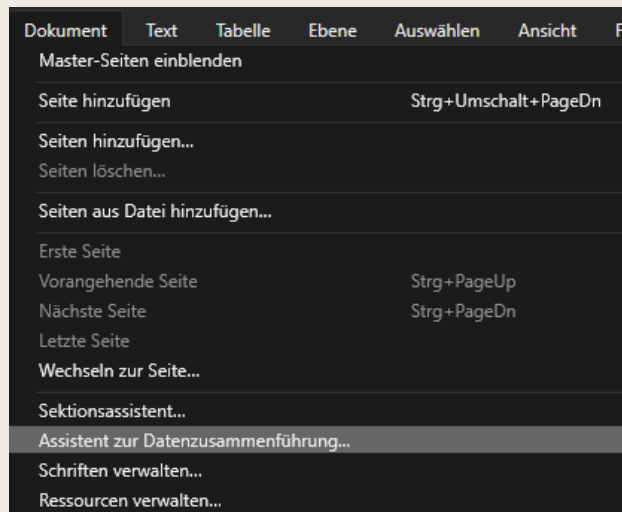


Abbildung 2: Den Assistenten im Menü DOKUMENT aufrufen

B. Rufen Sie den Assistenten im Menü DOKUMENT auf

C. Klicken Sie unten links auf das kleine Dokumenten-Symbol. Damit wählt man die Datenquelle auf der Festplatte aus.

D. Im Assistenten kann man einige Funktionen einschalten, ausschalten oder bestimmte Einstellungen eingrenzen.

1) QUELLE

Hier wird einem die Quell-Datei mit den Daten angezeigt. Diese kann man aktualisieren, wenn man im Nachhinein in der Tabelle etwas geändert hat.

HIER KANN MAN AUCH WEITERE QUELLEN, also mehrere Excel-Tabellen, HINZULADEN und die Zusammenführung mit mehreren externen Excel-Tabellen umsetzen. Diese erscheinen dann untereinander auf der linken Seite des Assistenten. Über "Auswählen" kann man eine bestimmte Tabelle wählen.

Hat eine Excel-Datei mehrere Tabellenblätter, kann man die passende im Menü "Tabellenblatt" auswählen.

2) FILTER

Hier kann man entscheiden, ob man alle Daten oder nur einen Datenbereich in einer Excel-Tabelle nutzen möchte. Der Datenbereich lässt sich per Hand definieren.

3) VORSCHAU

Entscheiden Sie hier, ob Sie sich einen fertigen Datensatz anzeigen lassen möchten, oder nur die Platzhalter sehen. Hier kann man zwischen den Datensätzen hin und her springen.

4) SEITEN ZUSAMMENFÜHREN

Ist die Zusammenführung aktiviert, kann man entweder ALLE SEITEN oder nur einen SEITENBEREICH generieren lassen. Für den Seitenbereich lassen sich die Seitenzahlen VON BIS angeben.

Beispiel: Hat man in der Daten-Tabelle 20 Datensätze erfasst und im Publisher festgelegt, dass pro Seite 4 Daten-Elemente platziert werden sollen, dann generiert die Zusammenführung insgesamt 5 Dokumenten-Seiten. Möchte man von den 20 Datensätzen nur 15 darstellen

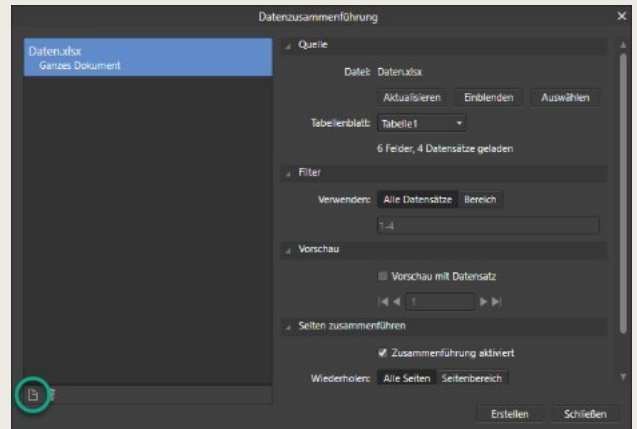


Abbildung 3: Der Assistent zur Datenzusammenführung

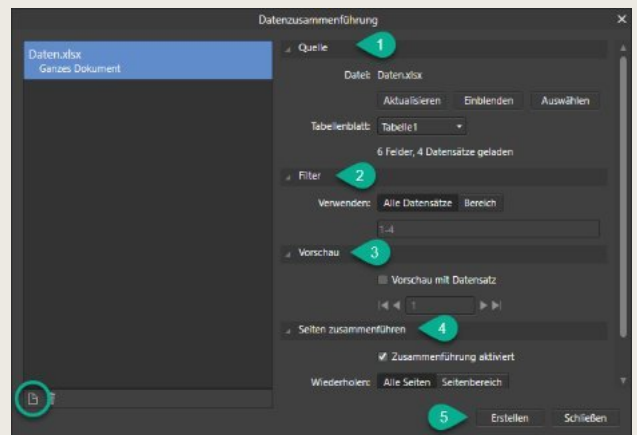


Abbildung 4: Rechts sind einige Funktionen möglich

(über die Einstellung des Seitenbereichs definiert), dann generiert die Zusammenführung 4 Dokumentenseiten, wobei auf der letzten Seite dann 1 Datensatz leer bleibt.

5) ERSTELLEN

Über den Button ERSTELLEN generiert der Publisher ein neues fertiges Dokument mit allen Seiten, bis die Datensätze aus der Excel-Tabelle abgearbeitet sind.

E. Das Layout-Werkzeug zur Datenzusammenführung

Hat man die unter Punkt A-D beschriebenen Funktionen verstanden und abgearbeitet, kann man mit dem "Layout-Werkzeug zur Datenzusammenführung" (6) im Publisher-Dokument die optische Formatierung der einzelnen Elemente (aus der Excel-Tabelle) vornehmen. Dazu wählt man das Werkzeug aus und zieht auf der Seite einen Rahmen (7) auf.

Im gezeichneten Rahmen wird ein oranger Punkt sichtbar, über den man die Spalten- und Zeilenabstände zueinander steuern kann.

Solange das "Werkzeug zur Datenzusammenführung" ausgewählt ist, kann man über die Kontext-Leiste im Publisher weitere Einstellungen verfeinern. Dazu gehören die Zellenbreite, Zellenhöhe, der Zwischenraum, die Zeilen- und Spaltenanzahl.

Achtung: Bei allen jetzt beschriebenen Aktivitäten muss der "Zusammenführungs-Rahmen", der ja das Layout bestimmt, markiert sein. Nur dann kann man weitere Elemente in diesen Rahmen einsetzen.

Wichtig: Zum Platzieren von Bilderrahmen oder Textrahmen WIRD NUR DIE LINKE OBERE ZELLE BENUTZT! Wie im Bild oben zu sehen, werden die anderen Zellen automatisch gefüllt. Werden die anderen Zellen nicht automatisch gefüllt, war der "Zusammenführungs-Rahmen" NICHT MARKIERT.

Wenn man ein Foto einfügen möchte, wählt man das Werkzeug "Rechteckiger Bilderrahmen". Ziehen Sie damit OBEN LINKS einen Rahmen auf. Der Rahmen wird in den anderen Zellen automatisch wiederholt.

Hat man den Bilderrahmen im Layout platziert, muss man ihm noch ein Feld zuordnen. Im Panel FELDER werden die Datenfelder aus der Excel-Tabelle angezeigt. Schauen Sie sich das Bild an und folgen Sie dem Pfeil. Markieren Sie den Bilderrahmen und klicken Sie im Panel FELDER unten bei "Datenzusammenführung" auf das Wort "Foto". Dem "Rechteckigen Bilderrahmen" wurde nun das

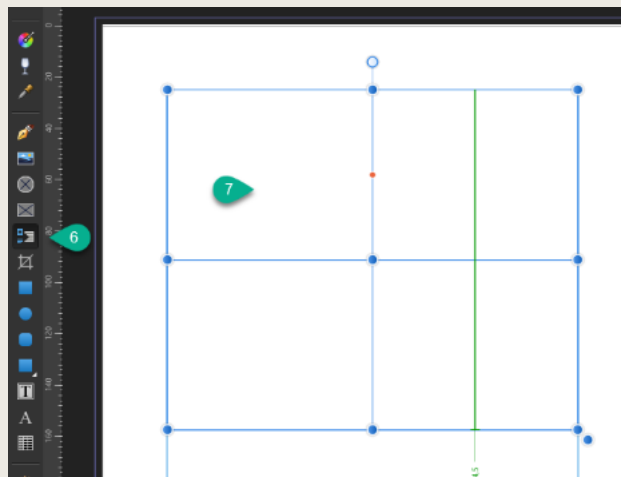


Abbildung 5: Das Werkzeug zur Datenzusammenführung

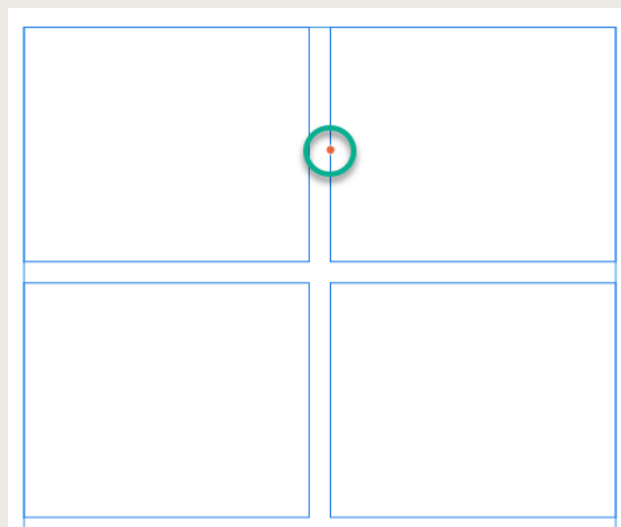


Abbildung 6: Spalten- und Zeilenabstände regeln



Abbildung 7: Feinheiten, Spalten- und Zeilenanzahl sowie den Zwischenraum steuert man über die Kontext-Leiste

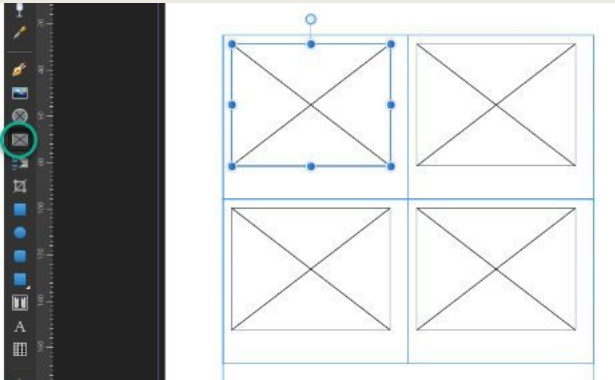


Abbildung 8: Ein Foto in das Layout einfügen

Feld "Foto" aus der Excel-Tabelle zugewiesen. Automatisch werden in den anderen Layout-zeilen/Spalten die gemachten Einstellungen übernommen.

Unter dem Foto wird nun ein normaler Textrahmen aufgezo-gen. Schreiben Sie in diesen Rahmen untereinander die Spaltenbezeichnungen aus der Excel-Tabelle. Zum besseren Verständnis habe ich diese Worte in Großbuchstaben eingefügt. Jetzt kann man hinter jedem dieser Worte das passende Feld einfügen. Setzen Sie dazu den Text-Cursor rechts neben ein Wort und klicken Sie im Panel FELDER im Bereich "Datenzusammenführung" LINKS auf den Feldnamen. Im Bild sichtbar - das Wort Porsche (blau unterlegt) - dies ist der Feldname "Auto Modell". Wiederholen Sie diesen Schritt mit allen anderen Feldnamen.

Sind alle Eingaben und Feld-Zuordnungen gemacht, sieht man das fertige Ergebnis. Bitte nicht wundern, es wird in allen Layout-Spalten und Layout-Zeilen der selbe Datensatz angezeigt.

Man kann sich jetzt zur Kontrolle jeden Datensatz anzeigen lassen. Im Assistenten unter "Vorschau" springt man mit Hilfe der Pfeile zum nächsten, vorherigen, ersten oder letzten Datensatz.

SPEICHERN SIE ZUM LETZTEN MAL DIE LAYOUT-DATEI AB.

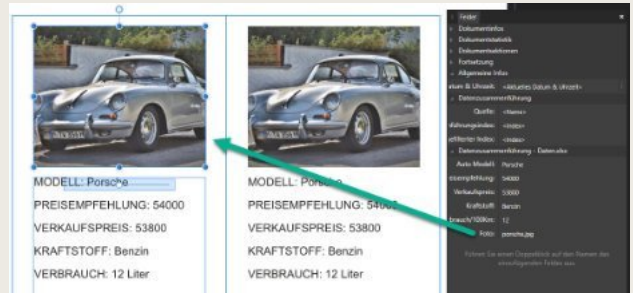


Abbildung 9: Zuordnen eines Feldes

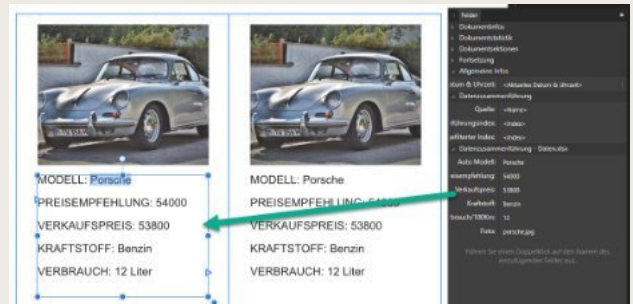


Abbildung 10: Zuordnen der Excel-Tabellen-Felder

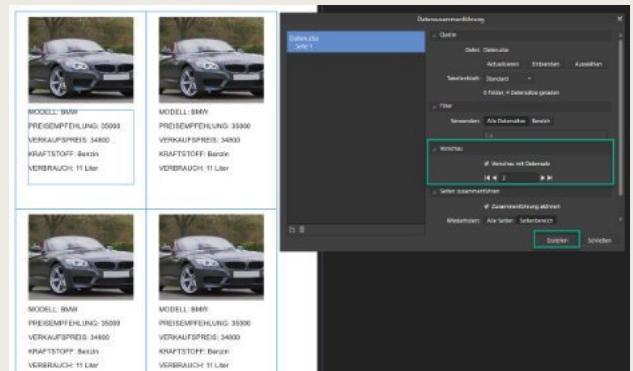


Abbildung 11: Kontrolle der Datensätze



Das Erstellen der fertigen Datei

Klicken Sie mit der Mouse auf "Erstellen". Der Publisher generiert jetzt eine NEUE Datei und fügt alle Informationen aus der Excel-Tabelle in das Layout ein. Dabei werden je nach Menge der Datensätze automatisch mehrere Dokumenten-Seiten generiert.

Speichern Sie die generierte Datei unter einem neuen Namen ab. Möchten Sie diese Datei in eine bestehende Publisher-Datei einfügen, empfehle ich den Weg über DOKUMENT - SEITEN AUS DATEI HINZUFÜGEN.

Abbildung 12: Die fertig generierte Datei mit allen Informationen aus der Excel-Tabelle

Farbige Linien für Anschnitt/Rand

Weitere Neuerungen betreffen die farbigen Linien der Ränder und des Anschnitts in einem Dokument.

Über die DOKUMENTENEINSTELLUNGEN kann man nun der Linie, die in einem Dokument den Anschnittbereich anzeigt, eine eigene Farbe geben. Dazu wechselt man

im Menü zum Bereich ANSCHNITT und vergibt der Linie, die den Anschnittbereich definiert, eine neue FARBE.

Über LAYOUTSEITE EINRICHTEN kann man der Linie, die in einem Dokument den Randbereich anzeigt, eine eigene Farbe geben. Dazu wechselt man im Menü zum Bereich RÄNDER und vergibt der Linie, die den Randbereich definiert, eine neue FARBE.

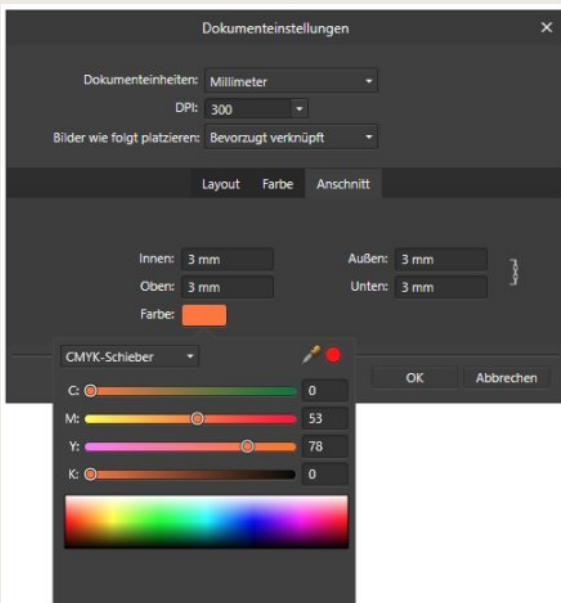


Abbildung 1: Der Linie für den Anschnitt eine andere Farbe zuordnen

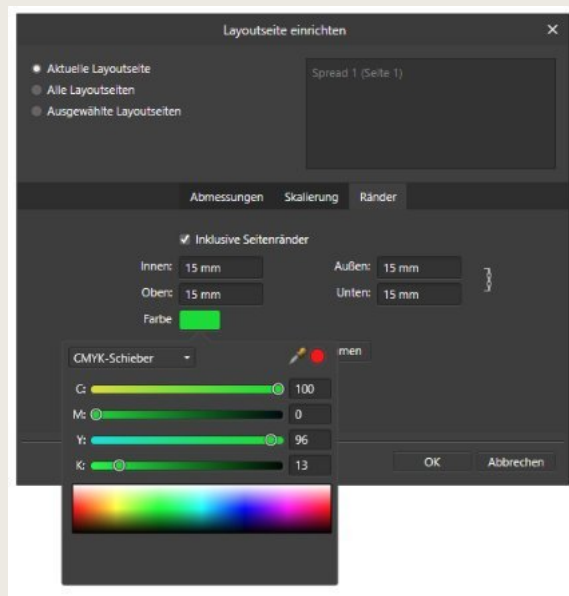


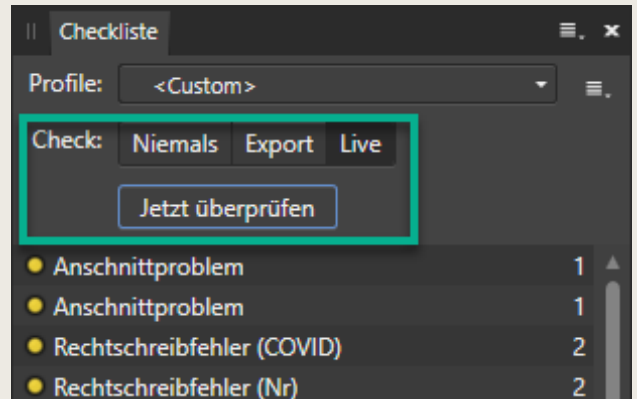
Abbildung 2: Der Linie für den Randbereich eine andere Farbe zuordnen

Checklisten-Funktionen

Die Checklisten-Funktion wurde mit der Publisher-Version 1.8 eingeführt. Dafür gibt es ein eigenes Panel. Über dieses Panel kann man Einstellungen zur Kontrolle verschiedener Zustände im Dokument einstellen und verwalten. Die Kontrolle wird über kleine Ampel-Symbole und Ampel-Farben (Rot, Gelb, Grün) gesteuert, die dem Anwender zeigen, wo man im Dokument nachbessern muss. So werden zum Beispiel Rechtschreibfehler angezeigt oder der Textüberlauf in einem Textrahmen. Möchte man keine Überprüfung durchführen lassen, wählt man im Dialog den Eintrag "Niemals". Das Ampel-Symbol wird dann auf Grau gestellt. Mit dem Eintrag "Export" wird die Prüfung nur beim Exportieren des Dokuments durchgeführt, mit dem Eintrag "Live" schaltet man die Prüfung komplett an, geprüft wird während der Arbeit an einem Dokument. In der 1.9er Version sind 4 neue Einträge im Checklisten-Panel hinzugekommen.

ICC-Profile für PDF/X prüfen

Hier werden die Profile für PDF/X - Einstellungen überprüft. Wie das genau funktioniert, wird man mit der finalen neuen Publisher-Version sehen.



PDF-Transfer

Soweit ich das verstanden habe, findet diese Prüfung immer dann statt, wenn man eine externe PDF-Datei in ein bestehendes Dokument importiert.

Update für Datenzusammenführung

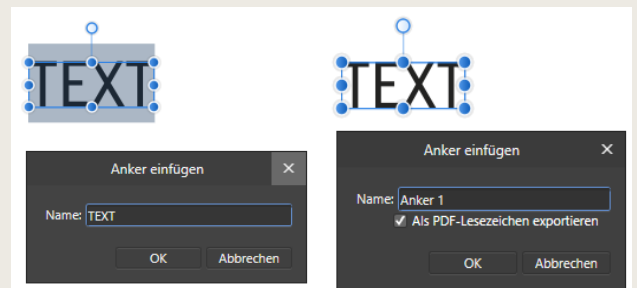
Auch hier kann ich nur vermuten, dass nach Änderungen mit der Datenzusammenführung ein Fehler ausgegeben wird, wenn man die Daten nicht aktualisiert.

Felder für Datenzusammenführung

Gleiches gilt für FELDER. Es wird geprüft, ob alle Felder und Feldeinträge aktuell sind.

Anker in Lesezeichen umwandeln

Lesezeichen kennt jeder, der schon einmal eine umfangreiche PDF-Datei oder ein PDF-Handbuch geöffnet und gelesen hat. Im Acrobat-Reader werden Lesezeichen, auch Bookmarks genannt, am linken Rand der Software angezeigt. Mit deren Hilfe kann man direkt zum angezeigten Thema springen, ein Mouse-Klick genügt. Bisher war das im Affinity-Publisher nicht möglich. Das ändert sich mit der kommenden Version 1.9. In der neuen Version kann man jetzt eine Sprungmarke (Anker), den man setzt, in ein PDF-Lesezeichen umwandeln. Wie sich das konkret umsetzen lässt, wird die neue Version zeigen.



Links der alte Dialog und rechts der neue Dialog

Das Affinity-Lizenz-Modell

Was kosten die neuen Versionen?

In naher Zukunft stehen für die Affinity-Programme die 2.0-Versionen an. Ich bin mir sicher, dass die Firma Serif auch schon an diesen Versionen arbeitet. Schon heute bekommt man auf dem Software-Markt nichts Vergleichbares für so wenig Geld. Das kann sich jeder Anwender leisten. Nun muss die Software-Schmiede aber auch Geld verdienen und wer glaubt, dass man neue Versionen kostenlos bekommt, der irrt. Für etwas mehr als € 50,00 und diversen Upgrades im 1er-Bereich ist die Preispolitik von Serif mehr als fair. Nun muss sich die Firma für eine 2er-Version aber auch etwas einfallen lassen. Einige bisher schmerzhaft vermisste Funktionen, wie z. B. die Verarbeitung von Fußnoten, sollten es schon sein. Im Affinity-Forum habe ich gelesen, dass man daran arbeitet. Über neue Funktionen muss sich Serif messen

lassen und wenn Anwender für eine 2er-Version wieder Geld auf den Tisch legen sollen, dann muss sich die Funktionalität stark steigern. Ich glaube auch, dass uns da noch einige Überraschungen erwarten. Zu welchem Preis die Firma die neuen Programm-Versionen anbieten wird, weiß ich natürlich nicht. Wenn ich von der derzeitigen Vermarktungsstrategie ausgehe, dann wird eine 2er-Version wieder um € 50,00 kosten, inklusive aller folgenden Upgrades bis zur 3er-Version. In den letzten Monaten, seit der Corona-Krise, wurden immer wieder Aktionen mit Sonder-Rabatte gefahren, auf Dauer ist das sicherlich nicht wirtschaftlich. Aber, so generiert man neue Kunden.

Einige Firmen, wie **Wondershare** oder **emClient**, bieten für ihre Software mittlerweile auch lebenslange Lizenzen an. Man bezahlt nur einmal einen höheren Betrag und alle zukünftigen Versionen sind dann inbegriffen. Mal schauen, ob sich Serif dazu entschließt.

Affinity-Publisher

Fotos über Masterseiten ausgeben

Im Internet findet man jede Menge Anbieter, die Fotoabzüge von digitalen Bildern anbieten. Man wählt in einem Menü die Größe der Fotos aus und lädt dann alle gewünschten Bilder in einem Schritt über einen Dialog beim Anbieter hoch. Das ist eine feine Sache. Für diesen Zweck kann man den Affinity-Publisher nutzen, wenn man seine Fotos nicht in einem Grafikprogramm zuschneiden möchte. Erstellen Sie im Publisher eine neue Datei mit den genauen Abmessungen der Fotos, also z. B. 150x100mm oder 180x130mm.

Wenn die meisten Bilder im Querformat vorliegen, sollte man die Publisher-Datei auch in diesem Format anlegen. Hochformatige Bilder werden im Publisher dann angepasst. Einen Anschnittbereich benötigt man nicht.

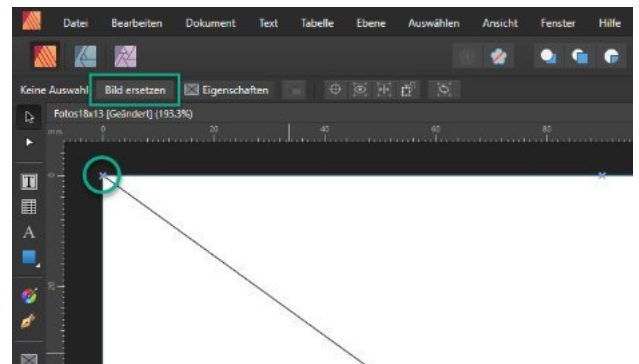


Abbildung: Foto auf Dokumenten-Seite ersetzen

Wechseln Sie auf die Master-Seite A und fügen Sie dort einen "Rechteckigen Bilderrahmen" ein. Schalten Sie den Vorschau-Modus so ein, dass man das Kreuz in der Mitte des Rahmens sieht. Jetzt fügt man neue Dokumenten-Seiten mit der Anzahl benötigter Fotos hinzu. Weisen Sie diesen Seiten die Master-Seite A zu. Jetzt erscheint auf jeder Dokumenten-Seite der Rahmen von der Master-Seite. Bevor Sie nun auf jeder Seite ein Foto einfügen, sollten Sie sich vorab ein Verzeichnis mit allen Bildern anlegen, dazu ein weiteres Verzeichnis, hier kommen dann die generierten Bild-Dateien rein.

Gehen Sie auf die 1.Dokumenten-Seite und markieren Sie den Rahmen. An den Ecken sehen Sie kleine blaue Kreuze. Im Kontext-Menü, unterhalb der Menüleiste, kann man jetzt über den Button "Bild ersetzen" ein Foto in den Rahmen laden. Liegt es im Querformat vor, passt es sich automatisch an die Rahmengröße an. Liegt es im Hochformat vor, muss es über die Anfasser gedreht werden.

Zusätzlich passt man das Foto über den Button "Eigenschaften" an. Hier wählt man den oberen Eintrag "Maximal passend skalieren". Das Foto wird in den Rahmen "eingepasst", eventuell muss man den Bild-Ausschnitt noch verschieben. Dies wiederholt man nun für alle Dokumenten-Seiten und Fotos.

Jetzt kann man alle Fotos exportieren. Gehen Sie dazu in das Menü DATEI und wählen dort EXPORTIEREN aus. Je nach Vorgaben des Online-Anbieters wählt man das passende Bild-Format aus und setzt den Bereich auf "Alle Seiten". Beim Export-Vorgang wählt man am besten einen leeren Ordner aus, wie oben schon erwähnt.

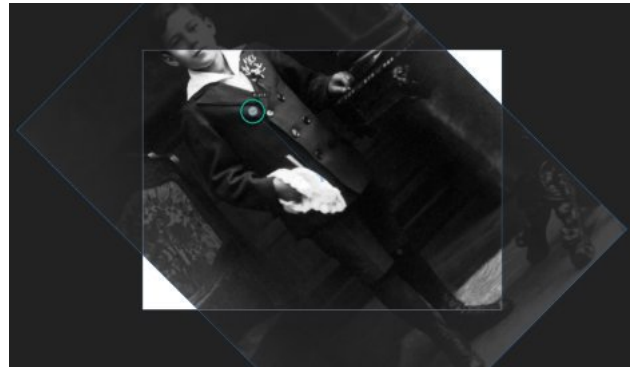


Abbildung: Foto passend drehen

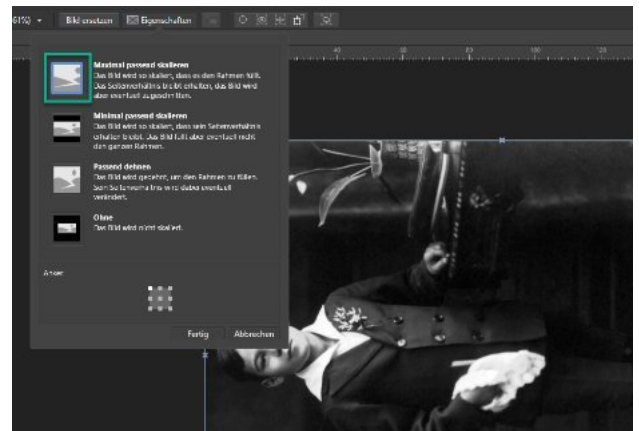


Abbildung: Foto „Maximal passend skalieren“

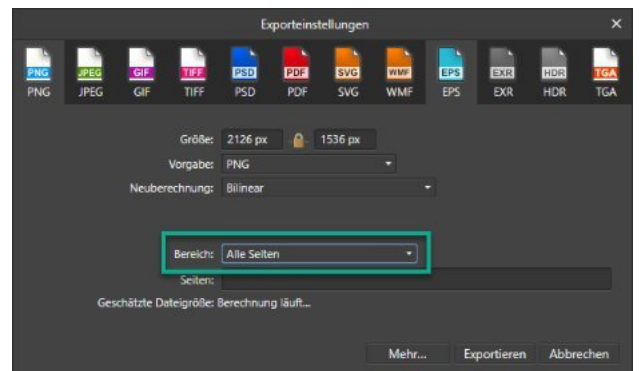


Abbildung: Export-Format wählen und den Bereich einstellen



Affinity-Publisher

Wie gestaltet man ein Buch?

In der Literatur findet man nicht viele Publikationen, die sich ausschließlich mit der Gestaltung von Büchern beschäftigen. Man muss sich, gerade als Neuling, viele Informationen aus unterschiedlichen Quellen zusammensuchen. Wenn man dies beruflich macht, so wie ich, hat man es natürlich einfacher. Aber auch hier stand am Anfang das Lernen und Ausprobieren im Vordergrund! Möchte man privat ein Buch veröffentlichen, meist geht es hier um Kleinstauflagen, sollte man sich eine Druckerei suchen und bei Unklarheiten deren Support bemühen.

Ich habe die Erfahrung gemacht, dass einem Google bei der Suche nach relevanten Informationen nur bedingt weiterhelfen kann - denn oft findet man über das Gestalten von Büchern unterschiedliche Meinungen und Ansätze, teilweise auch völlig falsche Angaben. Viele Druckereien machen sich die Mühe, ihre Produkte und die damit verbundenen Möglichkeiten zu erklären. Hier sollte man sich fehlende Informationen einholen.

Stellen Sie sich vor, Sie haben in Word ein Buch geschrieben und Sie möchten nun 10 oder 20 Exemplare für die Familie oder Freunde drucken lassen. Machen Sie sich vorab einmal Gedanken darüber, in welchem Format das Buch gedruckt werden soll. Je nach Thema kommen vielleicht einige Formate nicht in Frage, weil man z. B. viele Fotos im Buch platzieren möchte, oder man möchte ein kleineres Buchformat, weil man einen Roman geschrieben hat.

Voraussetzung für das gewünschte Format ist, dass die ausgewählte Druckerei dieses auch anbietet. Schauen Sie sich auch die Verarbeitungsmöglichkeiten beim Anbieter an. Nehmen Sie zu Hause oder im Buchladen einmal ein Buch in die Hand und schauen Sie sich an, wie es „in der Hand liegt“, wie es innen aufgebaut ist, wie es außen verarbeitet ist.

Softcover oder Hardcover

Leichte Taschenbücher, Romane, Kataloge oder Fotobücher kann man als Softcover-Buch verarbeiten lassen, auch dann, wenn man auf den Preis schauen muss. Das Hardcover-Format empfehle ich für langlebige

Buch-Projekte, die hochwertiger und robuster sein sollen.

Klebebindung oder Fadenheftung

Bücher werden meist mit einer Klebebindung verarbeitet. Dabei wird der Buchblock (Buchinhalt) und der Umschlag mit einer PUR-Klebung (Leim) zusammengebracht. Das garantiert eine Langlebigkeit und die Buchseiten fallen nicht so schnell auseinander. Die Fadenheftung bietet den entscheidenden Vorteil, dass man ein Buch aufschlägt und es bleibt aufgeschlagen; sie ist preislich aber auch teurer.

Schwarz/Weiß oder Farbig

Gerade bei Kleinauflagen, die im Digitaldruck gedruckt werden, sind die Preisunterschiede zwischen schwarz/weißem und farbigem Druck nicht mehr sehr groß. Es kommt natürlich auf den Inhalt des Buches an. Bei reinem Text braucht man keine Farbe. Was viele nicht wissen: Wird ein Buchinhalt nur schwarz/weiß gedruckt, bietet die Druckerei immer einen farbigen Umschlag an.

Formate

Bei Büchern, ob Soft- oder Hardcover, muss man der Druckerei 2 Dateien liefern. Am besten eine PDF-Datei mit dem Buchinhalt und eine PDF-Datei mit dem Buchumschlag. Klassische Formate sind das Din A4- und Din A5-Format.

Schutzumschlag

Hochwertige Bücher haben oft einen Schutzumschlag in den das eigentliche Buch „eingewickelt“ ist. Hier sei nur kurz angemerkt, dass die meisten Online-Druckereien KEINEN Schutzumschlag für Bücher anbieten. Ich habe da bisher keinen Anbieter gefunden. Wer so etwas für sein Buch in Erwägung zieht, kann sich so einen Umschlag selbst gestalten, sollte aber auf jeden Fall genau ausmessen, welche Abmessungen man dafür benötigt.

Eine Lösung wäre, diesen Schutzumschlag als Poster drucken zu lassen. Im Affinity-Publisher exportiert man dieses „Poster“ dann mit Schnittmarken um es später zuschneiden zu können.



Unterschiede Hard- und Softcover

Merkmale Hardcover

Lange Haltbarkeit
 Professioneller und qualitativ hochwertiger
 Schwerer und teurer als Softcover

Merkmale Softcover

Günstiger Preis
 Leicht, etwas unstabiler als Hardcover
 Es treten schneller Gebrauchsspuren auf



Angaben zur Farbigkeit

- 1/0:** Hier wird nur die Vorderseite mit 1 Farbe, meist Schwarz, gedruckt
- 1/1:** Hier wird die Vorder- und Rückseite mit 1 Farbe gedruckt
- 4/0:** Hier wird nur die Vorderseite mit 4 Farben, Cyan, Magenta, Yellow und Black (Key-Color) gedruckt
- 4/4:** Hier wird die Vorder- und Rückseite mit 4 Farben gedruckt

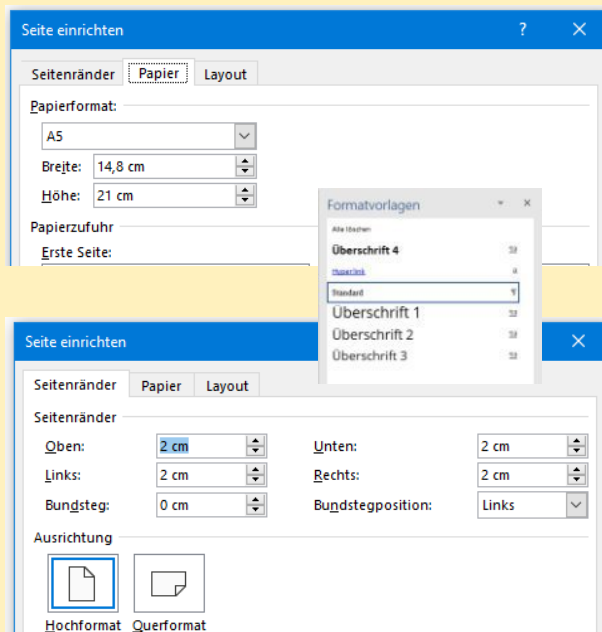
Buchinhalt schreiben

Vielleicht überlegen Sie sich im Vorfeld, in welchem Format Sie Ihr Buch herausbringen möchten. Mein Tipp: Entscheiden Sie sich für das Din A5-Format, dann schreiben Sie Ihr Buch auch in diesem Format. Sie werden später im Affinity-Publisher viel weniger Arbeit mit der Neuformatierung haben. Legen Sie, wenn Sie mit Word arbeiten, die passenden Seiten-Abmessungen schon im Vorfeld korrekt an. Idealerweise können Sie noch einen Schritt weiter gehen. Erstellen Sie im Publisher eine Vorlagen-Datei mit nur 1 Dokumenten-Seite und legen Sie die Ränder fest, so wie sie später auch genutzt werden sollen.

Ein Beispiel

Das Buch soll im Format Din A5 gedruckt werden. Die Abmessungen des Formats sind 148 x 210 mm. Sie entscheiden sich für einen Rand links und rechts von 20 mm, oben und unten von 30 mm. In Word stellen Sie genau die gleichen Werte ein. Somit wird der Satzspiegel, also der Bereich, in dem der Buchinhalt platziert wird, festgelegt auf 108 mm x 150 mm. Und wenn Sie möchten, sich vorab schon Überlegungen bezüglich der Schriftart- und Größe gemacht haben, dann schreiben Sie Ihr Buch genau mit diesen Einstellungen. Der Affinity-Publisher übernimmt übrigens beim Importieren einer Word-Datei auch die angelegten Absatz-Vorgaben wie Überschrift 1, Überschrift 2 und Normal für den Fließtext. Sie sehen, man kann schon, bevor man den Publisher das erste Mal gestartet hat, viele Voreinstellungen mit seinem Textverarbeitungsprogramm tätigen.

Einstellungen im Textprogramm



Beim Schreiben eines Buches kann man im Textprogramm schon alle Parameter einstellen, die später auch im Publisher-Dokument verwendet werden sollen. Dazu gehört das Papierformat, die Seitenränder und die einzelnen Absatz-Formate wie Überschrift 1, 2 und 3 sowie der Standard-Text. Die Absatz-Formate werden im Publisher beim Importieren übernommen.

Anmerkungen

Wer sich als Schriftsteller versuchen möchte, der sollte sich einmal das Programm „Papyrus-Autor“ ansehen. Hier gibt es viele Features, die eine normale Textverarbeitung nicht hat. Das Programm bietet eine ausgefeilte Rechtschreibprüfung, Stilanalyse und Lesbarkeitseinschätzung. Man bekommt weitere Hilfsmittel an die Hand um zum Beispiel Akteure, Szenen und zeitliche Abläufe in einer Geschichte zu kontrollieren. Papyrus Autor unterstützt den Schreiber

bei der Veröffentlichung eines e-Books, bietet eine Stoffsammlung und man kann sogar eigene Buchlayouts entwerfen. Beworben wird die APP auch damit, dass man sein eigener Lektor sein kann. Die Software ist die ideale Ergänzung zum Affinity-Publisher, wenn es darum geht, Texte fachgerecht zu schreiben, in Form zu bringen und mit einer anständigen Rechtschreibprüfung zu arbeiten.

Der Preis ist meines erachtens völlig in Ordnung. Nähere Informationen findet man unter: www.papyrus.de

Text-Dateien importieren

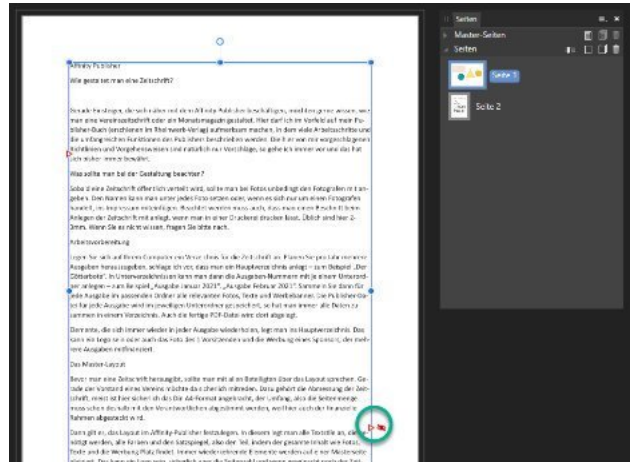
Den Affinity Facebook-Gruppen entnehme ich, dass sich einige Anwender etwas schwer tun, mit dem Importieren von Text-Dateien. Eine PDF-Datei oder InDesign-Datei importiert man direkt mit dem Befehl DATEI - PLATZIEREN. Möchte man dagegen eine Text-Datei im Publisher importieren, legt man vorher einen Textrahmen auf und hält sie ihn markiert. Über den Befehl DATEI-PLATZIEREN wählt man nun die gewünschte Text-Datei aus. Der Rahmentext wird gefüllt. Besteht die Text-Datei aus mehreren Seiten, klicken Sie nun bei gedrückter SHIFT (Umschalt) - Taste auf das kleine Dreieck rechts unten am Textrahmen. Der Publisher generiert jetzt automatisch über mehrere Dokumenten-Seiten hinweg fortlaufende Textrahmen, damit der gesamte Text auf die Seiten verteilt wird. Hat man im Text vorab schon Absatzvorlagen angelegt, zum Beispiel für die Überschriften, werden diese im Publisher übernommen. Man sieht sie im Panel TEXTSTILE.

Das Text-Format

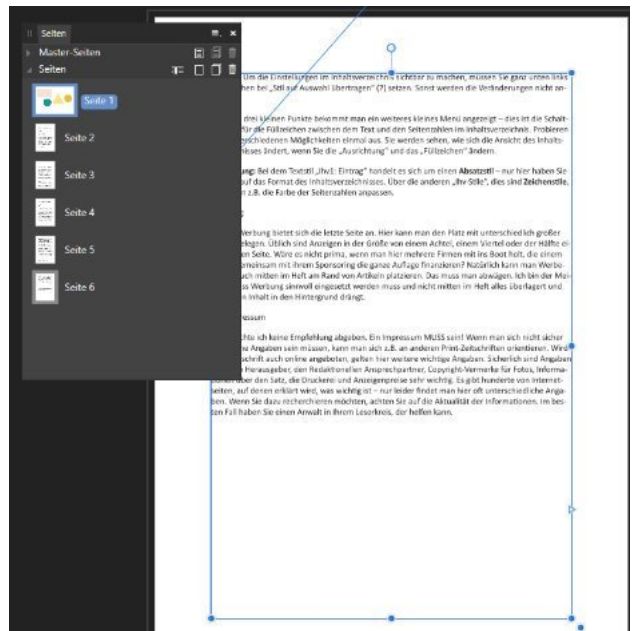
Um beim Importieren von Text unliebsame Effekte (unsichtbare Format-Zeichen) zu vermeiden, sollte man kein reines Word-Format nehmen (der Publisher akzeptiert hier nur das DOCX-Format). Sie können Ihr gesamtes Buch gerne im Word-Format speichern, um den Text in den Publisher zu importieren, speichern Sie den gesamten Text nochmals im RTF-Format. Dies ist ein Plattform - unabhängiges Format und kann von allen Textprogrammen gelesen werden.

Text importieren

Erstellen Sie im Publisher ein neues Dokument mit einer Din A4 Seite. Ziehen Sie auf dieser Seite einen Rahmentext auf und halten Sie ihn markiert. Über den Befehl DATEI-PLATZIEREN wählt man nun die gewünschte Text-Datei aus. Der Rahmentext wird gefüllt. Besteht die Text-Datei aus mehreren Seiten, klicken Sie nun bei gedrückter SHIFT (Umschalt) - Taste auf das kleine Dreieck rechts unten am Textrahmen. Der Publisher generiert jetzt automatisch über mehrere Dokumenten-Seiten hinweg fortlaufende Textrahmen, damit der gesamte Text auf die Seiten verteilt wird. Hat man im Text vorab schon Absatzvorlagen angelegt, zum Beispiel für die Überschriften, werden diese im Publisher übernommen. Man sieht sie im Panel TEXTSTILE.



Mit der Tastenkombination SHIFT und dem Mouse-Klick auf das Rahmendreieck generiert man mehrere Rahmentexte, verteilt auf mehrere Seiten.



Der Text wird auf mehrere Dokumenten-Seiten verteilt, der Publisher fügt diese Seiten automatisch ein.

Anmerkungen: Um bei großen Textmengen mit vielleicht 200 Buchseiten nicht die Übersicht zu verlieren, würde ich vorschlagen, dass man die Texte kapitelweise importiert. Teilen Sie im Textprogramm die Seiten auf und speichern Sie sie kapitelweise in Unterordnern ab. Das ist besonders dann hilfreich, wenn man in den Kapitel noch Fotos platzieren möchte.



Self-Publishing

Das eigene Buch vermarkten

Sie möchten Ihr eigenes Buch vermarkten, haben aber keinen Verlag gefunden. Sie können sich eine Druckerei suchen, die Ihnen diese Möglichkeit anbietet oder Ihr Werk als E-Book verkaufen. Man sollte dieses Unterfangen aber genau abwägen, denn auf diesem Gebiet wird einem ziemlich viel versprochen und auch die Kosten sollte man stets im Blick behalten. Es gibt auch Druckereien, die bieten eine ISBN-Nummer gleich mit an.

Sie können z.B. Lesungen in einer Buchhandlung oder Bücherei abhalten, somit einen direkten Kontakt zu potentiellen Lesern aufbauen. Oder Sie verlagern diese Aktivität ins Internet auf Sozial-Media Plattformen. Laden Sie ein zu einer Online-Lesung, hier kann man ein Video produzieren, entweder mit Ihnen als sichtbare Person oder mit Ihrer lesenden Stimme im Hintergrund.

Fragen Sie in Ihrer Buchhandlung nach, ob Sie dort einige Bücher in Kommission auslegen dürfen. Vielleicht möchte der Händler eine Provision haben. Machen Sie aber sicherheitshalber einen Vertrag mit ihm, in dem der Mindestpreis, die Dauer und die Kündigung festgelegt werden. Vielleicht erlaubt der Händler auch ein Hinweis-Poster oder einen Werbe-Aufsteller, den Sie selbst gestalten können.

Niemand kennt Sie? Nutzen Sie alle Möglichkeiten, um sich bekannt zu machen. Vielleicht helfen auch kostenlose Leseproben. Überlegen Sie sich, wo Ihre Zielgruppe „unterwegs ist“ und eventuell entscheiden Sie sich dann für eine reine Online-Vermarktung. Hier helfen Autoren-Gruppen, der eigene Blog, Facebook, Instagram, Twitter und Co. Vorteil, Sie stehen in ständigem und direkten Kontakt zu Ihren Lesern und bei Gefallen verbreiten Ihre Leser Ihr Buch weiter.

Unterschätzen Sie den Erfolg eines E-Books nicht. Hier konnte ich z.B. vor einigen Jahren mit einem Fachbuch über Amazon sehr gutes Geld verdienen. Sehr gute Chancen haben hier Fachbücher, die mit ihrem Inhalt eine Marktlücke füllen. Seien Sie sich aber auch im Klaren darüber, dass die Anbieter eine Provision verlangen und Ihnen meist nur 2/3 des Kaufpreises bleibt. Aber das ist meist immer noch besser, als eine Print-Veröffentlichung über einen Verlag, da hier mehr Zusatzkosten anfallen. Auch hier ist wichtig, dass man das eigene Werk bewerben muss - Sozial-Media macht es möglich. Überlassen Sie Ihr Werk einem Anbieter (Distributor), kann dieser alle seine Vertriebskanäle ausschöpfen um mehr Leser anzusprechen.

Am Markt tummeln sich einige E-Book-Anbieter wie Amazon, ebook.de, buecher.de, libri.de, Thalia.de, Weltbild.de oder Hugendubel.de.



Airbrush Step by Step ist das Magazin für alle Airbrush-Künstler: vom Einsteiger bis zum Fortgeschrittenen, vom klassischen „Airbruser“ über den Modellbauer, Body- und Custompainter bis hin zum professionellen Illustrator. Airbrush Step by Step richtet sich an alle, die sich für praktische Airbrush-Themen interessieren und ihre Airbrush-Fähigkeiten durch kreative Anwendertipps und Grundlageninformationen verbessern möchten.

Airbrush Step by Step bietet Schritt-für-Schritt-Anleitungen für Airbrush- Illustrationen in verschiedenen Schwierigkeitsgraden. Es liefert Basiswissen und Profi-Tipps, stellt aktuelle Produkte und neueste Techniken vor und präsentiert News und Berichte rund um das Thema Airbrush und Illustration. Airbrush Step by Step umfasst ein breites, praktisches und kreatives Inhaltsspektrum: Informative Grundlagenserien, Making-of-Reportagen, Künstlerinterviews und -Portfolios, Produktvorstellungen und -tests sowie aktuelle Event- und Praxisberichte laden zum Lesen, Stöbern, Nachschlagen und Sammeln des Heftes ein.

Weitere Infos: www.airbrush-magazin.de

Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von Georg Walter • Steinackerstraße 12 53797
Lohmar/Rheinland • E-Mail: gewa62@web.de • Website: magazin62.de
Zu den Drittanbietern in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

Serif™ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.
Einige Buch-Fotos mit freundlicher Genehmigung des Rheinwerk-Verlages.
Sämtliche Grafiken im Artikel über „Digitales Malen“ unterliegen dem Copyright
und dürfen ohne Einwilligung von Roger Hassler nicht verwendet werden.

M62 MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

5



THEMA DIESER AUSGABE
EDITORIAL DESIGN
+
2 VORLAGEN
FÜR MAGAZINE
+
1 VORLAGE
FÜR EINE
VEREINSZEITSCHRIFT



Willkommen

In meiner Facebook-Gruppe wurde immer wieder gefragt, ob ich einmal in einem Heft näher auf das Gestalten von Magazinen und Bücher eingehen kann. Dazu muss ich vorab anmerken, dass dieses Thema, man nennt es EDITORIAL DESIGN, für mein kleines Magazin zu umfangreich ist. Darüber wurden ganze Bücher geschrieben. Im vorliegenden Heft werde ich hauptsächlich etwas über die typischen Grundregeln und das Layouten von Magazinen schreiben.

Bitte bedenken Sie auch, dass sich jeder Profi diesem Thema anders nähert und widmet. Für diese Art des Gestaltens brauchen Sie Zeit, schnell, schnell geht hier leider nicht. Wer sich näher damit beschäftigen möchte, findet auf der letzten Seite des Heftes einige Buchvorschläge. Es liegt auch in der Natur der Sache, dass ich hier keine umfangreichen und ausgefeilten Layout-Beispiele präsentieren kann. Dazu ist im professionellen Bereich ein ganzes Team und Zeit nötig. Ich werde diesem Heft aber 3 Layout-Vorschläge in Form von Affinity-Publisher-Dateien beilegen. So können Sie sich nach herzenslust „austoben“.

Der Vollständigkeit halber werde ich hier im Heft nochmals auf die *Dynamischen Masterseiten* und die Gestaltung von Vereinszeitschriften eingehen. Mit *Dynamischen Masterseiten* lassen sich auf einfache Art und Weise Layouts mit einem Mouse-Klick umbauen.

Ich wünsche Ihnen wieder viel Freude beim Lesen und Ausprobieren.

Ihr
Georg Walter

Für Einsteiger/Umsteiger



Im Rheinwerk-Verlag ist mein Affinity-Publisher Buch im September 2020 erschienen. Lernen Sie die Funktionen und Möglichkeiten des Publishers von Grund auf kennen.

Beilagen in diesem Heft



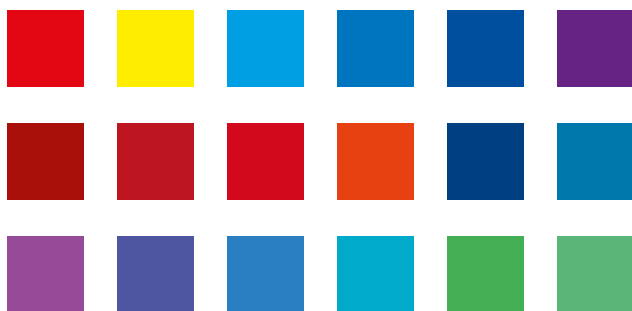
Als Beilagen zu diesem Heft finden Sie 2 Magazin-Vorlagen und 1 Vorlage für eine Vereinszeitschrift.

Über den Tellerrand geschaut

Das Angebot von Cleverprinting

Diesmal möchte ich hier keine Software vorstellen, sondern auf ein Internetangebot von [Cleverprinting](#) aufmerksam machen. Man findet dort jede Menge Informationen über den Umgang mit Druckprodukten und Software. Im Bereich DOWNLOADS kann man sich verschiedene Publikationen kostenlos herunterladen. Ein Eldorado für Anfänger und Neueinsteiger. Interessant wird es im Bereich FARBWELTEN. Dort findet man jede Menge Farbzusammenstellungen für die unterschiedlichsten Gebiete und Anwendungen. Diese liegen alle im Photoshop *.ase - Format vor und können in den Affinity-Programmen über das Panel FARBFELDER importiert werden.

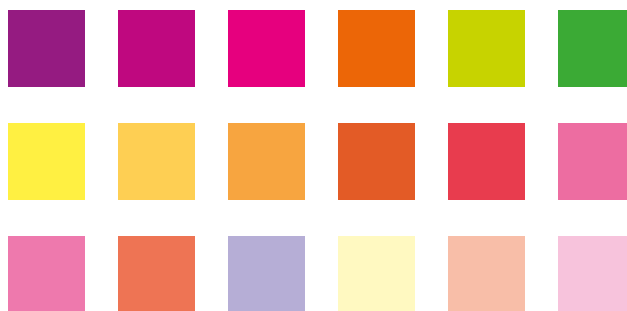
So wurden dort spezielle Farben für unterschiedliche Stimmungen und Projekte wie das Editorial Design, Farben für Künstler und Designer zusammengestellt. Wer Farbzusammenstellungen für Jahreszeiten, Epochen, Lifestyle oder die Werbung sucht, wird hier fündig. Dabei sind auch viele Farbpaletten für seltenere Genres wie Techno, Gothic, Fernost oder Heavy Metal. Im Shop kann man u.a. Testformen für den Druck, einen gedruckten Farbindex-Farbfächer, Bücher oder Schulungsmaterial beziehen. Wenn man sich die Farb-Sets auf den eigenen Rechner herunterladen möchte, reicht ein Mouse-Klick und man bekommt alle zusammen in einer ZIP-Datei frei Haus.



Farben für das Editorial Design

Farbwelt für das Editorial Design: Hier wird im erklärenden Infotext angemerkt, dass man für das Editorial Design Farben benötigt, die Aufmerksamkeit schaffen müssen. Dies erreicht man mit Primärfarben wie Weiß, Schwarz, Gelb, Cyan und viel Rot. Für die Gestaltung von Titeln kommen genau diese Farben zum Einsatz.

Farbwelt für das Lifestyle Design: Hier findet man mehrere Farbpaletten für spezielle Druckprodukte wie Mode-, Wellness-, Esoterik- oder Fantasy-Themen. Dabei sollte man immer berücksichtigen, dass sich Trends ändern können und somit Farben auch. Aber die Informationen auf der Website geben einen guten Grundstock an Wissen über die Farben wieder.



Affinity-Publisher

Editorial Design

In der Fachwelt bezeichnet man das Gestalten von Zeitschriften, Zeitungen, Broschüren und Magazinen als „Editorial Design“. Diese Art der Publikationen werden meist in einem redaktionellen Team realisiert. Dabei steht das englische Wort „edit“ für „redigieren – bearbeiten/ausarbeiten“.

Die Zielgruppe immer im Blick: Professionelle Publikationen richten sich stark nach der Zielgruppe, die man erreichen möchte. In einem stark umkämpften Markt wird ein großer Fokus auf die Verkaufszahlen gelegt. Dabei spielt das Aussehen (Visueller Eindruck) eine wichtige Rolle und die Kunst, so zu gestalten, dass man die Lesegewohnheiten der Zielgruppe trifft. Die Lesegewohnheiten von älteren Lesern sind anders als von jungen Lesern. Es gilt, Leser zum Lesen zu animieren, ihn für das Magazin und die Inhalte zu begeistern – es muss unterhaltsam und interessant sein.

Spürsinn und Wissen: Jemand, der sich mit Editorial Design beschäftigt muss wissen, wie man Fotos und Texte anordnet, wie man Weißraum optimal einsetzt, Überschriften optimal formuliert, wie ein verkaufsförderndes Magazin-Cover aussehen muss und welche Farben dem Trend einer Publikation folgen sollten. Dabei muss er Kompromisse im Team berücksichtigen, denn es gibt bei der Gestaltung nicht selten unterschiedliche Meinungen in den verschiedenen Bereichen wie Redaktion, Fotograf oder Autor.

Teamwork: Um ein in sich stimmiges Gesamtwerk zu produzieren ist Teamwork unerlässlich. Im Team mit allen Verantwortlichen wie Autoren, Fotografen und Lektorat müssen alle relevanten Inhalte besprochen werden. Wo kommen Überschriften hin, wie müssen diese aussehen, sollen Zusatzinformationen in einem Textkasten platziert werden, wie soll dieser aussehen, muss Text gekürzt oder



Teamwork ist alles

verlängert werden, wo werden Fotos verwendet, welche Bilder sollen genommen werden u.v.m.

Wiedererkennungswert mit Stil-Büchern: Werden in regelmäßigen Abständen Magazine und Zeitschriften auf den Markt gebracht, gilt es einen vorhandenen Stil einzuhalten. Das gilt zum Beispiel für das Layoutraster und alle Elemente, die einen Wiedererkennungswert darstellen. Eine gleichbleibende Typografie, Satz, Bildsprache, Cover-Optik, Aufmacher und Farbgebung sind dabei zu beachten. Alle gestalterischen Elemente kann man in einem Stilbuch festhalten. So gewährleistet man für Folgeausgaben einen gleichbleibenden Stil und Wiedererkennungswert.

Der Einzelkämpfer: Es gibt sie. Leidenschaftliche Publisher, die alles alleine machen, um mit ihren Arbeiten einen Nischenmarkt zu bedienen, private Arbeiten präsentieren wollen oder eine Zeitung für ihren Verein gestalten. Einige dieser Arbeiten werden in einer Druckerei gedruckt, andere nur auf dem digitalen Weg angeboten.

Erkenntnisse und Erfahrungen: Es gibt Studien, sogenannte „Eye-Tracking Messungen“, die aufzeigen, wie ein Leser eine gedruckte- oder digitale Publikation wahrnimmt. Hier versuchte man, die Lesegewohnheiten herauszufinden. Eine Verlagsgruppe in Schweden passte das Layout, das Design und den Inhalt einer Zeitung nach dieser Studie an und konnte so mehr Exemplare verkaufen.

Seitenaufteilung und harmonische Proportionen: Alle in einer Publikation eingesetzten Elemente müssen ansprechend auf einer Seite platziert werden. Texte müssen mit Überschriften und Zwischenüberschriften richtig „gesetzt“ werden. Für eine große Gestaltungsfreiheit wird oft im Layout ein 9er- oder 12er Raster verwendet. Ziel ist es, mit optimal angeordneten Elementen am verwendeten Raster und korrekten Spalten- und Zeilenabständen für den Fließtext ein harmonisches Gesamtbild zu erzeugen.

Spannung mit Größen und Kontrasten: Mit den richtigen Maßnahmen wird in einer Publikation eine gewisse Spannung erzeugt, um den Blick des Lesers auf bestimmte Inhalte zu lenken. Dies erreicht man u. a. mit unterschiedlich großen Fotos, mit Farben und hellen/dunklen Kontrasten. Das bedeutet, auch mal von der eigentlichen Linie abzuweichen.

Visuelle Einheit und Lesefreude: Bei allen Änderungen, Tipps, Kniffen und Ideen muss eines gewährleistet sein, die ausgewogene Gewichtung der Seiten. Während die Leser von Wirtschaftsmagazinen Illustrationen und Grafiken sehen möchten, erwartet man in einem Reisemagazin Bilder, die das Fernweh auslösen. Ein ganzseitiges Urlaubsbild ohne viel Text auf einer Seite lässt den Leser verweilen und er kommt beim Betrachten ins Schwärmen.

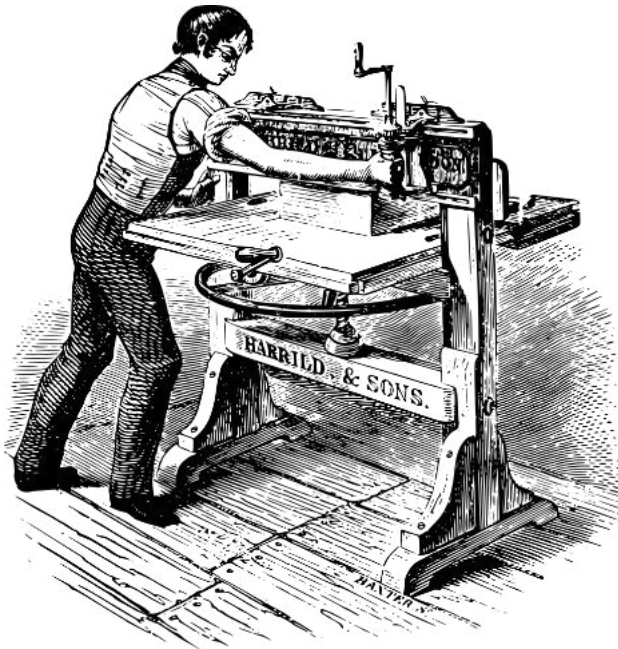
Trends erkennen: Es gibt viele Faktoren, an denen ein Leser modernes und attraktives Design festmacht. Diese Trends findet man beim Vergleich von Printmedien, Internetseiten, der Werbebranche und den digitalen Medien. Man muss nur richtig hinschauen. So könnte man z.B. mehrere Cover und Inhalte von Magazinen über einen Zeitraum hinweg analysieren und schauen, wie sie sich verändert haben.

Etwas zur Geschichte Zeitungen und Zeitschriften



In der heutigen Zeit sind Zeitschriften aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Haben wir uns früher, als es das Internet noch nicht gab, gedruckte Zeitschriften am Kiosk gekauft oder im ABO nach Hause schicken lassen, können wir heute diese Publikationen auch digital am heimischen Computer lesen. Dank des Internets und den immer vielfältigeren Ausgabe- und Lesegeräten werden die Inhalte im Wohnzimmer, in der S-Bahn oder am Arbeitsplatz konsumiert. Dabei gilt die Zeitung, die Zeitschrift oder das Magazin durch ihre hohen Auflagen als Massenmedium. Zur Begriffserklärung sei angemerkt, dass eine Zeitschrift auch als Journal oder Magazin bezeichnet werden kann.

Sicherlich hat alles angefangen, als in den Höhlen auf dem afrikanischen Kontinent vor über vierzigtausend



Jahren unsere Vorfahren ihre Jagderlebnisse mit Tierblut an die Höhlenwände gemalt haben. Im Römischen Reich wurden Nachrichten mit Hilfe von Münzen weitergegeben, wenn z.B. ein neuer Kaiser gekrönt wurde, wurde sein Konterfei auf die Münzen geprägt. Im 8. Jahrhundert kamen in Asien, besonders China, die ersten gedruckten Werke auf. Die ersten tatsächlichen Zeitungen entstanden ab dem späten Mittelalter. Im 14. Jahrhundert übermittelten Kaufleute ihre geschäftlichen Nachrichten meist an Gleichgestellte, denn in dieser Zeit konnten viele Menschen noch gar nicht Lesen und Schreiben.

In Europa war das Lesen und Vervielfältigen von Büchern bis dahin dem Klerus sowie den Mönchen vorbehalten. In dieser Zeit entstand dann auch das Wort "Zeitung", vermutet wird, dass dies in Köln mit dem Wort "zidunge" - "Neuigkeit" einher ging. Mit der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern, durch Johannes Gutenberg um das Jahr 1450, war der Siegeszug des gedruckten Wortes und damit auch der Zeitung nicht mehr aufzuhalten.

Im Jahr 1502 erschien in Deutschland die erste, richtige Zeitung, allerdings noch unregelmäßig, regelmäßig dann im Jahr 1597 die "Rorschacher Monatsschrift". Im Jahr 1650 folgte in Leipzig dann mit der "Einkommenden Zeitungen" die erste Tageszeitung. Durch die Renaissance wuchs der Bildungsstand in der Bevölkerung und das Interesse an Zeitungen und Zeitschriften wuchs. Im 18. Jahrhundert wurden in den Publikationen nicht nur neue Nachrichten verbreitet, vielmehr wuchs hier der Anspruch, die Leserschaft auch moralisch anzusprechen. Im Jahr 1725 erschien dann die erste reine Zeitschrift für Frauen mit dem Titel "Die vernünftigen Tadelrinnen".

Die Leserinnen wurden über Haushalts- und Handarbeitsthemen informiert sowie das sittsame Benehmen in der Öffentlichkeit. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts wurde die Massenpresse erfunden. Mittlerweile konnten fast 90% der Bevölkerung lesen und schreiben, das Interesse an Zeitschriften stieg enorm an. Auch das bis dato geltende Anzeigenmonopol des Staates viel weg und die Herausgeber konnten durch Anzeigenschaltung sehr viel mehr Geld verdienen. Das war auch der Grund, warum die Zeitschriften günstiger wurden.

Im Jahr 1874 wurde die Pressefreiheit beschlossen, es folgten vermehrt Gesinnungs- und Parteizeitungen, in denen öffentlich die Meinungen der Redakteure geäußert wurden. Allerdings wurden im 1. Weltkrieg viele Publikationen durch das Militär zensiert, im 2. Weltkrieg viele Zeitschriften verboten. In der Weimarer Republik konnte man zwar seine Meinung sagen, Pressefreiheit, wie wir sie heute kennen, gab es aber nicht. Mit der Gründung der Bundesrepublik Deutschland wurde die "Deutsche Presseagentur" und etwas später der "Deutsche Presserat" gegründet. In der DDR durften allerdings einige Themen in Zeitungen nicht behandelt werden. In den 1990er Jahren wurden die ersten Zeitungen und Zeitschriften im Internet verbreitet, die erste reine Internetzeitung erblickte im Jahr 2000 das Licht der Welt.



Typische Zeitungsauslage in einem Kiosk

Was ist eine Zeitschrift? Zeitschriften gehören zur Gruppe der Zeitungen, grenzen sich aber durch einige Gegebenheiten von einer Tageszeitung ab. So können hier auch länger zurückliegende Themen behandelt werden, sie sind nicht relevant für die Tagesaktualität. Zeitschriften werden meist gebunden oder geheftet, Zeitungen dagegen nur zusammengelegt. Zeitschriften erscheinen oft ein- bis zweiwöchentlich oder einmal im Monat oder quartalsweise, seltener nur halbjährlich oder ein Mal im Jahr. Man unterscheidet Fach- oder Publikumszeitschriften sowie Zeitschriften für nur einen Leserkreis, wie Mitarbeiter- oder Kundenzeitschriften. Als Publikumszeitschriften gelten "General-Interest-Zeitschriften" und "Special-Interest-Zeitschriften". Zu erst genannten gehören Männer- und Frauenmagazine, Wirtschaftsmagazine oder Illustrierte. Zu den zweitgenannten Zeitschriften gehören u.a. Reise-, Sport-, Stadt- oder Filmzeitschriften.

Was ist eine Zeitung? Erst im 18. Jahrhundert wurden Zeitungen im heute bekannten Stil entwickelt. Hier werden gesammelte Nachrichten auf meist lose Blätter gedruckt, zusammengelegt und täglich neu herausgegeben. Eine Zeitung ist aktuell, erscheint regelmäßig, ist jedem zugänglich und bietet eine Vielfalt an Informationen. Diese Informationen werden in Ressorts unterteilt wie Sport, Politik, Kultur, Lokales oder Anzeigen. Dabei müssen klare Fakten von einer Meinung des Autors



Typische Zeitschriftenauslage in einem Kiosk

getrennt und gekennzeichnet werden. Zeitungen finanzieren sich durch Werbung und Anzeigen. Tageszeitungen können landesweit oder regional erscheinen. Auch die Form und Größe einer Zeitung unterscheidet sich von einer Zeitschrift oder einem Magazin. Zudem werden Zeitungen meist auf wesentlich dünnerem, Zeitschriften eher auf dickerem und besserem Papier gedruckt.

Beobachten und verstehen: Sicherlich hat jeder schon einmal eine Zeitschrift oder einen Gemeindebrief in der Hand gehalten. Im eigenen Briefkasten finden sich hierzu so einige Druckprodukte, ob gewollt oder nicht. Schauen Sie sich diese Publikationen einmal näher an. Wie sind sie gemacht? Werden Sie von der Aufmachung und vom Inhalt angesprochen? Schauen Sie sich die Abmessungen an, liegt das Produkt gut in der Hand, ist es groß genug, ist es farbig oder eher spartanisch gehalten?

Schauen Sie sich auch den Inhalt näher an. Gibt es eine klare Aufteilung z.B. durch unterschiedliche Rubriken? Wie sieht das Impressum aus, welche Angaben werden hier gemacht? Für das eigene Vorhaben kann man sich ruhig einige Details zu Eigen machen und diese im Publisher nachbauen und verwenden.

Desktop-Publishing

Wie alles begann



DTP ist die Abkürzung für „Desktop-Publishing“ und beschreibt das „Publizieren vom Schreibtisch aus“, so die Definition bei Wikipedia. Seit etwa 1992 hat diese Form von visuellem „Erstellen von Druckerzeugnissen am Bildschirm“ die klassischen Methoden abgelöst. Hier arbeitet der Anwender gleichrangig mit Elementen wie Fotos, Texten, Zeichen und Illustrationen, die er in einem Dokument beliebig anordnen kann. Mitte der 1980er Jahre wurde das heute bekannte Desktop-Publishing eingeführt. Firmen wie Apple, Adobe, Aldus und Linotype haben sich hier einen Namen gemacht. Programme wie Ventura Publisher der Firma Ventura Software oder PageMaker der Firma Aldus Corporation sind vielen Anwendern noch ein Begriff. 1987 betrat dann die Firma Quark die DTP-Bühne, mit ihrer Software QuarkXPress. Adobe brachte zu dieser Zeit die Seitenbeschreibungssprache PostScript auf den Markt und Apple einen grafikorientierten Computer, den Macintosh. Apple zeichnet sich auch für den ersten PostScript-fähigen Laserdrucker verantwortlich, den LaserWriter. In dieser Zeit ließ die Qualität der Druckerzeugnisse mangels Auflösung noch zu wünschen

übrig. Erst 1999 kam dann Adobe InDesign auf den Markt, nachdem die Firma Aldus von Adobe übernommen wurde. InDesign gilt als Nachfolger von PageMaker, wobei Aldus bei der Entwicklung den Projektnamen „K2“ verwendete. Im Juni 2019 wurde dann der Affinity-Publisher Version 1.7 von der Firma Serif für Windows und MAC OS vorgestellt, nachdem man im August 2018 die erste BETA-Version veröffentlichte. Die Version 1.8 erschien dann am 26. Februar 2020. In dieser ganzen Zeit gab es viele andere DTP-Programme wie den VivaDesigner, PagePlus X9, RagTime, iCalamus, FrameMaker, den MarkStein Publisher oder den Microsoft-Publisher. Sie alle konnten und können sich gegen die Marktführer nicht behaupten, decken aber einen Nischenmarkt ab. Kostenlos kann man heute das Open-Source Projekt Scribus nutzen. Heute werden DTP-Programme nicht nur für die klassischen Printmedien genutzt, im Zuge des Cross-Media-Publishings werden vermehrt auch Online-Print-Produkte produziert. Dabei bedienen sich gerade Verlage vermehrt sogenannter Redaktionssysteme mit erweiterten Ausgabe-Kanälen. Hier werden mehr und mehr DTP-Arbeiten automatisiert.

Regeln des Editorial Designs

Auch für das Editorial Design gibt es einige Grundregeln, die beachtet werden sollten. Sollten, denn manchmal muss man von der Norm abweichen, um Aufmerksamkeit zu erregen. Hat man für die Gestaltung einer Publikation ein Feingefühl entwickelt, kann man auch mal andere Wege gehen. Das gilt ganz besonders für "flippige" Magazine, hier ist die junge Zielgruppe meist allem aufgeschlossen. Bei den meisten "seriös anmutenden" Zeitschriften wohl eher nicht. Hier liste ich einmal die wichtigsten Regeln zusammenfassend auf.

- 01 Zielgruppe:** Man sollte wissen, für wen man eine Publikation gestaltet. Das Design, die Inhalte und Texte müssen passen.
- 02 Passende Inhalte:** Wenn man ein Magazin für eine bestimmte Zielgruppe "setzt", sollte man die inhaltlichen und gestalterischen Zusammenhänge kennen um eine Gesamtkomposition zu gestalten.
- 03 Zusammenarbeit:** Ohne Teamwork geht es nicht. Jeder im Team hat eine Aufgabe. Das wichtigste ist eine einwandfreie Zusammenarbeit.
- 04 Das wichtige Cover:** Ein Cover muss auffallen, ansprechend und informativ gestaltet sein.
- 05 Das Raster:** Mit Hilfe eines Rasters kann man eine gewisse Ordnung in das Design bringen und es steigert den Wiedererkennungswert einer Publikation. Man kann auch mehrere Raster nutzen.
- 06 Doppelseiten:** Legen Sie eine Publikation mit Doppelseiten an und "denken" Sie auch so. Es müssen nicht nur einzelne Seiten gefüllt werden, auch Doppelseiten müssen ansprechend gestaltet werden.
- 07 Typografie:** Der Lesefluss ist enorm wichtig. Setzen Sie nicht zu viele Schriften und Größen ein und vermeiden Sie bunte Textwüsten.
- 08 Weißraum:** Mit gezielt eingesetztem Weißraum kann man die Aufmerksamkeit der Leser auf wichtige Inhalte lenken.
- 09 Fotos/Illustrationen:** Die richtige Bild-Auswahl entscheidet darüber, wie informativ und professionell Inhalte wahrgenommen werden und sich Publikationen von der Masse der Konkurrenz abheben.
- 10 Für ein Projekt brennen:** Ohne Lust und Laune wird man keine Freude an einem Projekt haben. Man kann sich ruhig einmal mit der Thematik des Projekts auseinandersetzen.
- 11 Lernen, Lernen, Lernen:** Wenn man die Funktionen einer Software nicht beherrscht und ständig nach Lösungen für ein gestalterisches Problem sucht, oder sich immer von anderen helfen lässt, dann wird man keine Freude bei der Arbeit haben.
- 12 Das Inhaltsverzeichnis:** Es muss nicht immer der Standard sein. Grafische Elemente lockern eine Inhaltsübersicht auf. Einfach mal etwas experimentieren.
- 13 Das Stilbuch:** Legen Sie ein Stilbuch an und sammeln Sie hier alle grafischen Elemente und optischen Formate, die in einem Projekt eingesetzt werden. Das hilft, eine gleichbleibende Optik und Qualität für das nächste Projekt zu garantieren.

Affinity-Publisher

Stilelemente gestalten

Schauen Sie sich einmal verschiedene Zeitschriften an. Einige Elemente kommen in fast jeder Publikation immer wieder vor. Dazu gehören das Inhaltsverzeichnis, Info- oder Hinweiskästen, Hinweispfeile, das Impressum, Bildunterschriften oder Bildtexte, die in einem Foto platziert werden, der Zeitschriften-Titel, Seitenzahlen, Kurz-Infos des Autors eines Artikels oder Werbekästen, aber auch Symbole für Horoskope oder Datums-Angaben für besondere Ereignisse. Die Art und Weise, wie diese verschiedenen Elemente optisch dargestellt werden, bezeichnet man als Stilelemente. In der Fachliteratur begegnet uns der Begriff "Stilmittel" sehr oft. Dieser Begriff

beschreibt die Art und Weise, wie man Informationen in einer Publikation dem Leser "näherbringt". Dabei sollte man z. B. in einem Buch oder Magazin immer wieder die selben Stilmittel verwenden, damit aber nicht übertreiben. Stilmittel sollen einen Wiedererkennungswert schaffen und machen somit am Schluss die Optik einer Publikation aus. Es lassen sich so ziemlich alle Elemente im Publisher als Stilmittel verwenden. Das kann eine besondere Schrift, eine spezielle Farbe, eine Linie zur Abgrenzung spezieller Inhalte oder ein immer wiederkehrendes grafisches Element sein. Kombinationen dieser Elemente sind natürlich immer möglich.



Links: Verschiedene Stilmittel wie Seitenzahlen, Kapitelüberschriften oder Textblöcke.

Rechts: Eine Anzeige als ASSET gespeichert.

Ideenfindung für Stilmittel

Fast jeder Mensch bewegt sich mittlerweile im Internet. Wer an einer Publikation arbeitet, kommt schnell einmal an den Punkt, wo einem "nichts mehr einfällt". Eine kleine "Denkblockade". Wie wäre es, wenn Sie jetzt auf eine Ideensammlung zurückgreifen könnten, die den Arbeitsprozess wieder in Gang bringt. Ich habe mir angewöhnt, wenn ich im Internet unterwegs bin, mit Hilfe eines Screenshot-Programms alle grafischen Elemente, Ansichten von Vorlagen, schöne Grafiken, Illustrationen und Fotos mit ansprechenden Farben als Screenshot abzuspeichern. Ganz besondere Webseiten speichere ich in meinem Internet-Browser auch als Lesezeichen ab. So kann man sich Ideen von anderen holen und bei Bedarf anpassen und verwenden.



REINER WAHNSINN - IHR GARTENPROFI

Gartenumgestaltung • Gartenneugestaltung
 Zaunbau • Gabionen • Baumfällungen
 Formschnitt • Pflegearbeiten • Rückschnitt
 Neupflanzungen • Teichanlagen • Pflasterarbeiten
 Holzdecks • Holzterrassen • Winterdienst

www.reinerwahnsinn-gartenbau.de
rw-gartenbau@gartenbau.de
 Telefon: 01379-334455

Stilelemente für ein Horoskop

In vielen Zeitschriften findet man sie und es soll ja Leser geben, die sich Zeitschriften nur wegen "Ihrem" Horoskop kaufen. Das Gestalten eines Stilelements für eine Horoskop-Seite in Ihrem Dokument ist eine optimale Möglichkeit, sich damit vertraut zu machen. Passende Grafiken findet man im Internet (z.B. bei Pixabay), auch die Zeiträume, in denen sich ein Tierkreiszeichen bewegt. Ich finde es heutzutage immer wichtiger, dass man als Grafiken verständliche Bilder wählt, damit ein Leser sich auch sofort zurechtfindet. Angepasst an das Layout, muss man die passende jeweilige Größe des Tierkreiszeichens ausmessen. Ziehen Sie einen passenden RECHTECKIGEN BILDERRAHMEN auf und kopieren Sie diesen 11 Mal.

Platzieren Sie den ersten Rahmen ganz oben, den letzten ganz unten im gewünschten Layout. Über das AUSRICHTEN-SYMBOL werden die 12 Rahmen vertikal so ausgerichtet, dass sie den gleichen Abstand zueinander haben. Das Gleiche macht man mit den 12 Textrahmen. Das Beispiel rechts verdeutlicht die Formatierung. Für den Text wählt man eine kleine Schrift, vielleicht 9pt. Es muss ja auch noch lesbar sein. Steht alles an seinem Platz, wählt man das gesamte Horoskop aus, gruppiert es und legt es als ASSET ab.



Widder 21.3-20.04: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Stier 21.04-20.05: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Zwillinge 21.05-21.06: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Krebs 22.06-22.07: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Löwe 23.07-23.08: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Jungfrau 24.08-23.09: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Waage 24.09-23.10: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Skorpion 24.10-22.11: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Schütze 23.11-21.12: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Steinbock 22.12-20.01: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



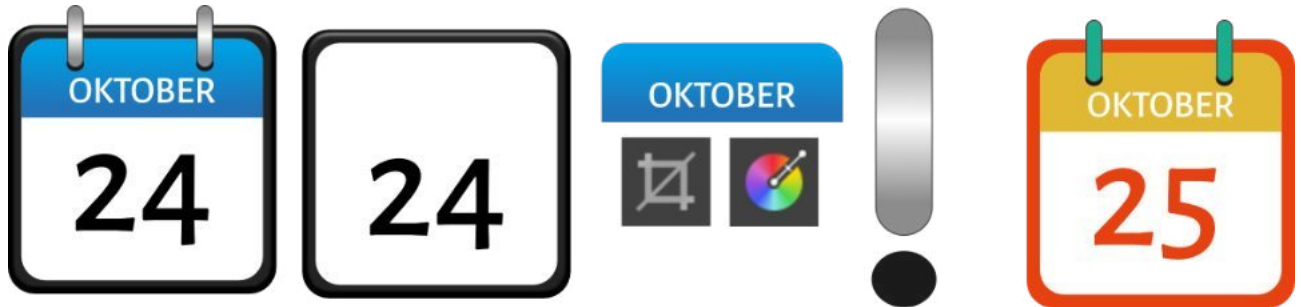
Wassermann 21.01-19.02: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit



Fische 20.02-20.03: Nullam lorem sapien, tempus ac, fringilla at, elementum sed, purus. Duis molestie pede. Vivamus quis odio sit amet libero sodales tincidunt. Nam sit

Kalenderblätter

Eine grafische Herausforderung



Glauben Sie mir, wenn Sie erst mal den „Dreh“ raushaben, macht das Gestalten von kleinen und stilistisch passenden Grafiken richtig Spaß. Das alles müssen Sie aber nicht zwangsläufig im Affinity-Publisher machen. Dafür ist der Designer ideal. Später, wenn alles fertig ist, speichern Sie die Elemente in einem einzigen ASSET ab und importieren es in den Publisher. Sie müssen nur eines beachten. Wenn Sie in einem Publisher-Dokument mit 300dpi später das ASSET importieren, dann legen Sie dieses im Designer auch mit 300dpi an. So vermeiden Sie spätere Anpassungsprobleme wegen unterschiedlicher Größen. Benutzen Sie in beiden Programmen auch die gleiche Farbpalette. Dann können Sie Ihre Arbeit ohne zusätzlichen Zeitaufwand im Publisher starten.

Anhand eines Kalender-Blattes, das man vielleicht in einer Vereinszeitschrift oder in einem Mitteilungsblatt der eigenen Stadt einfügen möchte, möchte ich das Gestalten eines grafischen Elementes verdeutlichen. Dabei muss es, wie hier im Beispiel erklärt, nicht zwangsläufig dreidimensional sein. Sie können die Verläufe in der Grafik auch weglassen und andere Farben vergeben. Das hat gleichwohl seinen eigenen Charme.

Die Vorgehensweise

Der Schwarzer Hintergrund: Zeichnen Sie ein abgerundetes Rechteck mit einer Abrundung von 10% und weisen Sie ihm den Effekt 3D zu. Über die Effekt-Einstellung können Sie dem Objekt weitere Einstellungen zuordnen. Dazu klicken Sie mit der Mouse rechts neben dem Effekt auf das kleine Zahnrad.

Das Weißes Blatt: Zeichnen Sie für das weiße Blatt ein weiteres abgerundetes Rechteck mit der gleichen Abrundung, wie zuvor, 10% und legen Sie es mittig auf das schwarze Hintergrund-Element.

Der Blauer Hintergrund für den Monatsnamen: Für dieses Element machen Sie sich eine Kopie des weißen Blattes, weisen diesem mit dem FÜLLUNGSWERKZEUG einen blauen Verlauf zu und beschneiden dieses Element anschließend mit dem Werkzeug VEKTORZUSCHNITT.

Die Schrift: Suchen Sie sich eine passende Schriftart und Größe aus und schreiben Sie einen Monatsnamen sowie die Zahl eines Tages auf. Diese Wörter platzieren Sie dann an der richtigen Stelle.

Der Aufhänger: Für die Aufhänger nutzen Sie das "abgerundete Rechteck" mit voller Rundung von 50%, weisen diesem mit dem FÜLLUNGSWERKZEUG einen Verlauf von Grau nach Grau und in der Mitte Weiß zu. Dazu müssen Sie in der Mitte einen weiteren Verlaufspunkt setzen und diesem die Farbe Weiß zuordnen. Eine leichte Kontur von 0,5pt hebt die Aufhänger vom Hintergrund ab. Damit es so aussieht, dass die Aufhängung im Kalenderblatt steckt, zeichnen Sie eine dunkelgraue Ellipse und legen sie etwas nach unten versetzt hinter den Aufhänger. Duplizieren Sie ihn und platzieren Sie ihn am richtigen Platz.

Das Monats-Blatt: Das Thema kann man auch erweitern, indem man in einem grafischen Element einen kompletten Monat abbildet. Die Kästchen zur Aufnahme der einzelnen Zahlen sind nicht mit einer Tabelle gemacht, das wäre viel zu aufwändig. Hier wurde ein Rechteck mit einer leichten Kontur gezeichnet, mit der STRG-Taste vervielfältigt und der Breite des Kalenderblattes angepasst. In jedes Kästchen wird dann mit dem Grafiktext-Tool die richtige Zahl hineingeschrieben. Auch hier sind jederzeit Variationen in Form und Farbe möglich.



Mit Hilfe einzelner Kästchen wurde das Raster zur Aufnahme der Zahlen gestaltet.



Die Jahresübersicht: Mit einer Fleißarbeit kann man sich seinen kompletten und eigenen Jahreskalender gestalten. Dabei muss man natürlich genau darauf achten, dass die Tage auch korrekt eingetragen werden. Die Quartale können farblich unterschieden werden, man könnte Feiertage noch farblich anders formatieren. Mit ein wenig Fantasie ist vieles möglich. **Anmerkung:** Die Tage in den Monatsblättern sind alle gleich und wurden nicht geändert. Das Schaubild dient nur zur Veranschaulichung eines Jahreskalenders.

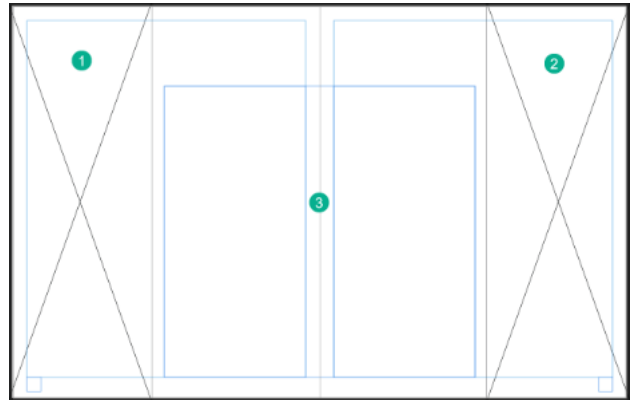
Affinity-Publisher

Eine Vorlage erstellen

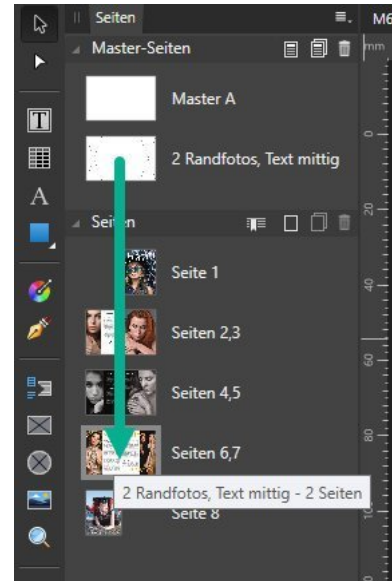
Was ist eine Vorlage? Jede Seite einer Publikation ist anders aufgebaut. Textspalten und Fotos werden unterschiedlich angeordnet, haben unterschiedliche Abmessungen. Eine Vorlage wird erstellt, um sich die Arbeit für zukünftige Arbeiten zu erleichtern, auch im Hinblick auf einen Wiedererkennungswert für Folge-Publikationen. Wie wird eine Vorlage erstellt? Für eine Vorlage nutzen wir die MASTERSEITEN. Auf ihnen werden alle wiederkehrenden Elemente wie Seitenzahlen, Überschriften und Logos angeordnet. Zusätzlich legt man Textrahmen und Bilderrahmen in gewünschten Abmessungen an. Für Vereinszeitschriften oder Firmenbroschüren mit kleiner Seitenzahl kann man auf der MASTERSEITE A alle wiederkehrenden Elemente anordnen, der Inhaltsbereich der Seite bleibt leer. Für eine Vorlage kopiert (dupliziert) man sich nun die MASTERSEITE A und vergibt ihr einen neuen Namen. Wenn man mit der Mouse etwas länger auf den MASTERSEITEN-NAMEN klickt, kann man den Namen ändern. Vergeben sie hier einen kurzen und prägnanten Namen um die Vorlage später leichter auf eine Doppelseite anzuwenden. Hier ist wichtig zu wissen, dass Sie jederzeit einer Doppelseite im Dokument unterschiedliche Masterseiten zuordnen können.



Auf der Doppelseite im Dokument kann man nun jeden Bilderrahmen und Textrahmen von der Masterseite anwählen und mit Inhalt füllen. Zusätzliche Inhalte können zusätzlich eingefügt werden.



Masterseiten-Vorlage mit 2 Randfotos (1+2) und einem Textrahmen (3) mit 2 Spalten. Dieser Vorlage wurde der Name „2 Randfotos, Text mittig“ gegeben und dann auf die gewünschte Doppelseite angewendet.



Mit der Mouse zieht man die MASTERSEITEN-VORLAGE auf die gewünschte Doppelseite im Dokument.



Etiā luctus odio. Aliquam adipiscing urna a felis. Quisque sed elit in eros aliquet ultrices. Donec at sem. Vestibulum cursus. Integer dolor. Vestibulum sit amet sem nec augue fermentum consectetur. Integer justo. Vivamus vel sapien. Praesent nisl tortor, laoreet eu, dapibus quis, egestas non, mauris. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nullam eleifend pharetra felis. Mauris nibh velit, tristique ac, lacinia in, scelerisque et, ante. 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.



Bildtext



Bildtext

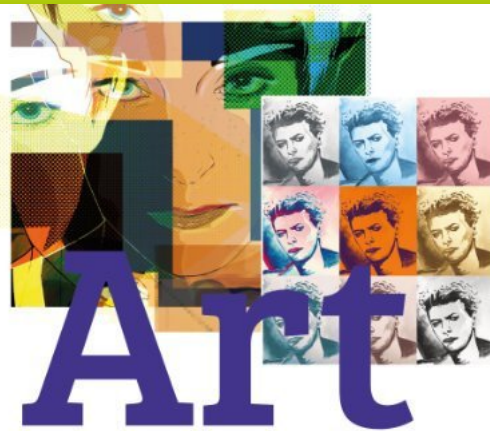


Bildtext

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 sit, erat. Donec sit amet neque. Donec posuere tempus massa. Duis vulputate mauris sit amet purus. Duis vestibulum. Fusce ac erat. Curabitur sagittis. Pellentesque ultrices, 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. Donec sit amet justo. In velit. Vivamus turpis pede, dignissim sed, scelerisque nec, pretium sit amet, dui. 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. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque in augue. Donec aliquam magna nonummy enim. Proin blandit imperdiet sem. 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. 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.

Layoutbeispiel einer Doppelseite mit einem Foto-Dreierblock auf der rechten Seite oben, einem einleitenden Foto auf der linken Seite sowie einem kurzen durchgehenden Textblock links und einem 2-Spaltentext rechts. Mit großzügigem Weißraum.



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 sit, erat. Donec sit amet neque. Donec posuere tempus massa. Duis vulputate mauris sit amet purus. Duis vestibulum. Fusce ac erat. Curabitur sagittis. Pellentesque ultrices, 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. Donec sit amet justo. In velit. Vivamus turpis pede, dignissim sed,

scelerisque nec, pretium sit amet, dui. 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. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque in augue. Donec aliquam magna nonummy enim. Proin blandit imperdiet sem. Donec malesuada, urna sit amet varius aliquam, nibh tortor laoreet turpis, eget sodales felis nibh ac sapien. Fusce eget augue. Integer vel 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.

Layoutbeispiel einer Doppelseite mit einem Seitenfüllenden Foto links, einer Foto-Collage rechts mit einem 2-spaltigen Textblock. Über die gesamte Doppelseite wurde eine Headline (Überschrift) gelegt.

Affinity-Publisher

Eine Vorlage mit einer Skizze (Scribble) entwerfen

Ein "Scribble" ist eine grobe Zeichnung zur Ideenfindung, eine Vorabzeichnung um schnell eine Layout-Idee zu visualisieren - eine schlichte Bleistift-Skizze. Viele Nutzer verwenden diese Zeichnungen, um eine Vorlage zu zeichnen, damit man sich ein Bild über das Aussehen und die Struktur machen kann. Diese Skizzen sind ideal dazu geeignet, sich mit anderen in einem Team auszutauschen, erheben aber keinerlei Anspruch, perfekt zu sein. Früher wurden solche Skizzen auf dem Papier, vielleicht in einem Skizzenbuch gezeichnet, heute kann man das sicherlich auch direkt im Publisher machen.

Im Affinity-Publisher selbst kann man diese Art von Skizzen leicht mit dem Werkzeug "Zeichenstift" oder der "Rechteckform" realisieren. Dabei signalisiert ein Kasten mit einem Kreuz in der Mitte das Werkzeug "Rechteckiger Bilderrahmen". Die Skizze kann auch farbig sein. Alle "Rechteckigen Bilderrahmen" haben die gleiche Farbe, ebenso die "Textrahmen" und Elemente, die auf einer Master-Seite Platz finden.

Man sollte hier, wenn möglich, keine Elemente vergessen, auch wenn sie noch so unbedeutend sind. Wenn man eine Vorlage für einen Kunden entwirft, ihm diese später präsentiert, wäre es sehr ärgerlich, wenn man dann feststellt, dass eine Vorlage nicht eingesetzt werden kann.

Später gruppiert man die Zeichnung und blendet sie bei Bedarf im Panel EBENEN aus. Die Skizzen kann man im Übrigen auch in ein angelegtes Stil-Buch übernehmen oder als ASSET für spätere Arbeiten sichern.

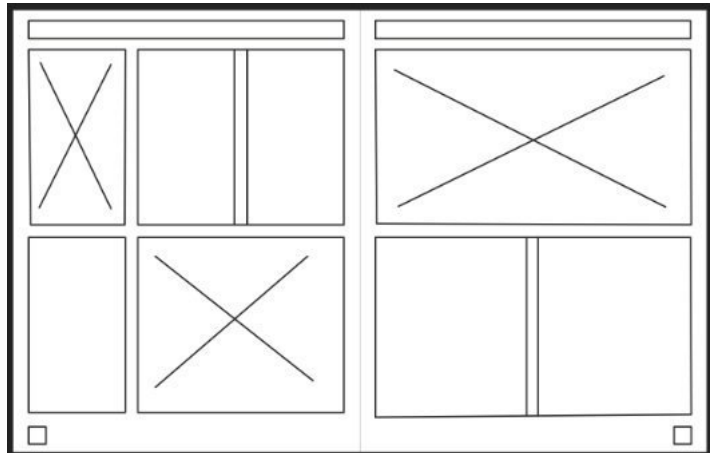


Abbildung: Eine s/w Scribble-Zeichnung im Publisher entworfen

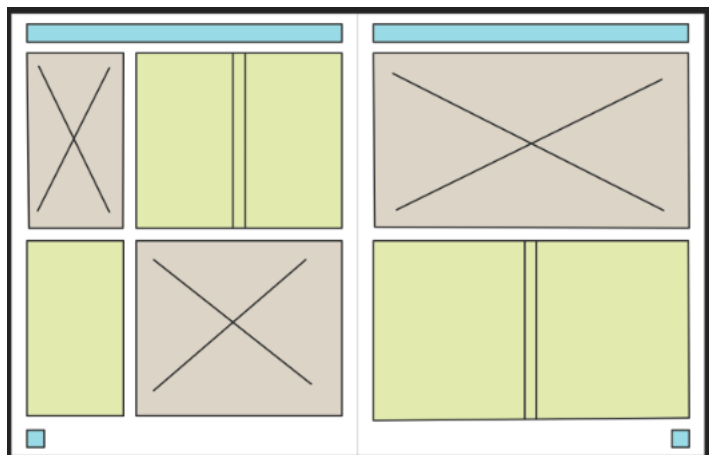


Abbildung: Eine farbige Scribble-Zeichnung im Publisher entworfen.

10 Tipps für das gestalten eines Magazins

Richtlinien für bessere Publikationen

- 01 Was soll produziert werden?** Vorab muss man sich im Klaren darüber sein, was man genau produzieren möchte. Ohne diese Eckdaten kann man im Publisher nicht gestalten. Legen Sie die Größe der Publikation, den Seitenumfang, die Farbigkeit, die Bindung und die Auflagenmenge fest.
- 02 Der Wiedererkennungswert:** Legen Sie von Anfang an genau fest, wie Ihr Magazin aussehen soll. Dazu gehört eine immer gleichbleibende Schriftart, ein passendes Logo, vielleicht auch immer gleichbleibende Farben. Geben Sie Ihrer Publikation einen Stil, den man wiedererkennt.
- 03 Klares Gestalten:** Immer gleichbleibende Inhalte sollten auch so umgesetzt und bei fortlaufenden Magazinen nicht geändert werden. Infotexte, Randspalten, Formen und Farben sollten immer wieder verwendet werden.
- 04 Doppelseiten:** Doppelseiten werden vom Leser als Einheit wahrgenommen und sollten auch so gestaltet werden. Trauen Sie sich auch einmal, grafische Elemente auf beiden Seiten einer Doppelseite zu platzieren. Zwischen linker und rechter Seite muss eine Harmonie entstehen.
- 05 Fotos:** Nutzen Sie professionelle Fotos, wenn nötig, bereiten Sie diese in einem Bitmap-Grafikprogramm auf. Erst durch Bilder wird einem Magazin „Leben eingehaucht“.
- 06 Ordnung bei Bildern:** Fotos und erklärender Text gehören zusammen, bilden eine Einheit. Der Leser muss eine Seite zusammenhängend wahrnehmen. Mehrere kleinere Fotos sollten als Block zusammengekommen werden. Das Leserauge darf nicht „springen“. Auch hier gilt, dass man eine Harmonie zwischen Text, Foto und der ganzen Seite herstellt.
- 07 Anordnen von Elementen:** Auf einer Doppelseite sollte man Inhalte so anordnen, dass sie auf einer Achse, auf gleicher Höhe stehen. Fotos, die wie auf einer Treppe angeordnet liegen, zerstören das Gesamtbild einer Doppelseite. Das gilt auch für Textblöcke, hier muss man mit einem Grundlinienraster formatieren.
- 08 Schriftwüsten unterlassen:** Man kann es nicht oft genug sagen. Weniger ist mehr! Verwenden Sie maximal 2-3 Schriftarten, je nach Publikation sogar nur zwei. Man kann mit der Größe einer Schrift spielen, für eine Bildunterschrift nutzt man die selbe Schrift wie für den Fließtext, nur eben kleiner.
- 09 An ältere Menschen denken:** Gehören ältere Menschen zur Zielgruppe einer Publikation, müssen Schriftgrößen überdacht werden und somit auch das Layout.
- 10 Das Magazin-Cover:** Das Auge kauft mit. Bei der Gestaltung eines Magazin-Covers muss Neugierde und Interesse geweckt werden. Bei vielen Magazinen kann man dies mit emotionalen Fotos erreichen.



POETRY CONTEST

All participants are required to submit their manuscripts until the 25th of October

Poems of the week

Have a passion for your favourite author? Do you have a talent for writing poetry? Do you want to share your work with others? Then enter our poetry contest and win a prize worth £1000. The contest is open to all ages and all levels of experience. The closing date is the 25th of October. For more information visit our website or contact us on 020 7123 4567.

Zeitschriften, Broschüren, Magazine, Flyer, Speisekarten, Berichte, Newsletter

Anbieter für teilweise kostenlose Vorlagen



Flipsnack

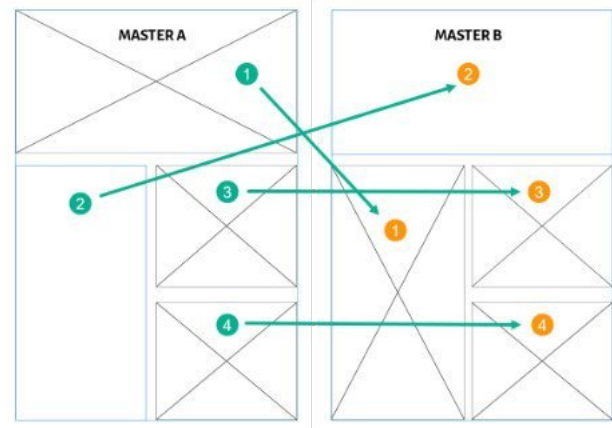
Dynamische Masterseiten

Layouts automatisch anpassen

Eine Stärke des Publishers sind „Dynamische Master-Seiten“. Mit ihnen kann man das gesamte Layout einer Dokumentenseite mit einem Klick ändern. Legen Sie ein neues Dokument mit einer Seite an und gehen Sie anschließend auf die Master-Seite A. Dort legen Sie nun Textrahmen (Rahmentext) und Rechteckige Bilderrahmen nach Ihren Layout-Wünschen an. Sie können sogar auf der Master-Seite einen Textrahmen vorab formatieren oder ihm einen Textstil zuordnen, obwohl sich kein Text im Rahmen befindet.

Die Master-Seite A auf Seite 1 anwenden: Gehen Sie auf die Dokumentenseite und weisen Sie ihr den Master A zu. Auf der Seite erscheinen die vorher angelegten Rahmen. Diese können Sie nun anwählen und mit dem passenden Inhalt füllen. Einen MASTER weisen Sie einer Seite zu, indem Sie das Master-Symbol aus dem Panel SEITEN mit der Mouse auf die gewünschte Seite ziehen.

Das Layout ändern: Nun kommt etwas ganz wichtiges: Sie müssen die Master-Seite A „duplizieren“. Wenn Sie eine neue Master-Seite anlegen, wird es nicht funktionieren - durch das „Duplizieren“ werden auch alle Text- und Bilderrahmen mit übernommen. Es wird nun



eine Master-Seite B mit allen Inhalten aus der Master-Seite A generiert. Gehen Sie nun zur Master-Seite B und ordnen Sie alle Rahmen neu an. Sie müssen mit den Inhalten arbeiten, die schon vorhanden sind. Sie können die Anordnung und auch die Größe der Rahmen ändern.

Die Master-Seite B auf Seite 1 anwenden: Nun können Sie den Master B auf die Seite anwenden. Ziehen Sie dazu wieder mit der Mouse das Master B - Symbol im Panel SEITEN auf die Dokumentenseite. Wenn Sie alles richtig gemacht haben, wird sich die Anordnung der Rahmen mit den Inhalten auf der Seite neu anordnen. Es kann allerdings sein, dass sich Bilder in den Rahmen „verzerren“. Um dies zu ändern, wählt man den Rahmen aus und passt die Eigenschaften an.

Zusatzoptionen: Auf der Master-Seite B habe ich den großen Bilderrahmen gedreht und einem kleinen Bilderrahmen eine Anpassungsebene s/w verpasst. Solange man die gleichen Elemente der Master-Seite A auf der Master-Seite B verwendet, kann man diese beliebig formatieren. So könnte man den Rahmen auch einen Schatten zuordnen oder eine Kontur.



Vereinszeitschriften

Grundlagen zur Gestaltung

Gerade Einsteiger, die sich näher mit dem Affinity Publisher beschäftigen, möchten gerne wissen, wie man eine Vereinszeitschrift oder ein Monatsmagazin gestaltet. Hier darf ich im Vorfeld auf mein Publisher-Buch (erschienen im Rheinwerk-Verlag) aufmerksam machen, in dem viele Arbeitsschritte und die umfangreichen Funktionen des Publishers beschrieben werden. Die hier von mir vorgeschlagenen Richtlinien und Vorgehensweisen sind natürlich nur Vorschläge, so gehe ich immer vor und das hat sich bisher immer bewährt.

Was sollte man bei der Gestaltung beachten? Sobald eine Zeitschrift öffentlich verteilt wird, sollte man bei Fotos unbedingt den Fotografen mit angeben. Den Namen kann man unter jedes Foto setzen oder, wenn es sich nur um einen Fotografen handelt, ins Impressum miteinfügen. Beachtet werden muss auch, dass man einen Beschnitt beim Anlegen der Zeitschrift mit anlegt, wenn man in einer Druckerei drucken lässt. Üblich sind hier 2-3mm. Wenn Sie es nicht wissen, fragen Sie bitte nach.

Arbeitsvorbereitung: Legen Sie sich auf Ihrem Computer ein Verzeichnis für die Zeitschrift an. Planen Sie pro Jahr mehrere Ausgaben herauszugeben, schlage ich vor, dass man ein Hauptverzeichnis anlegt – zum Beispiel „Der Götterbote“. In Unterverzeichnissen kann man dann die Ausgaben-Nummern mit je einem Unterordner anlegen – zum Beispiel „Ausgabe Januar 2021“, „Ausgabe Februar 2021“. Sammeln Sie dann für jede Ausgabe im passenden Ordner alle relevanten Fotos, Texte und Werbebanner. Die Publisher-Datei für jede Ausgabe wird im jeweiligen Unterordner gespeichert, so hat man immer alle Daten zusammen in einem Verzeichnis. Auch die fertige PDF-Datei wird dort abgelegt.



Auf dem Cover findet man in den passenden Farben die Themen der Ausgabe wieder, die aktuelle Ausgabe ist vermerkt und rechts unten kann ein Slogan oder Infotext in einem Dreieck platziert werden. Dieses Dreieck finden Sie auch in der Asset-Datei zur Vorlage wieder.

Elemente, die sich immer wieder in jeder Ausgabe wiederholen, legt man ins Hauptverzeichnis. Das kann ein Logo sein oder auch das Foto des 1.Vorsitzenden und die Werbung eines Sponsors, der mehrere Ausgaben mitfinanziert.

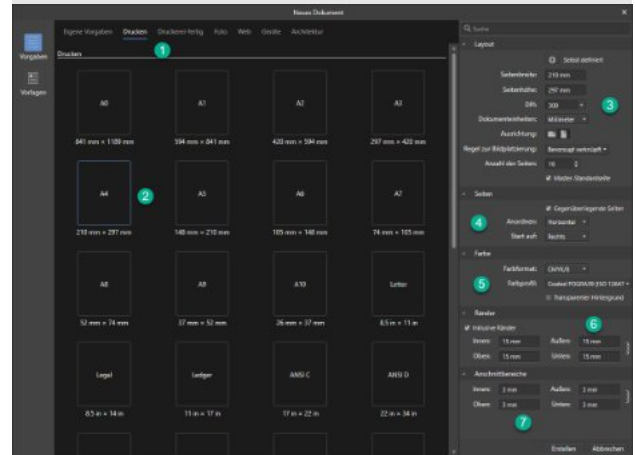
Das Master-Layout: Bevor man eine Zeitschrift herausgibt, sollte man mit allen Beteiligten über das Layout sprechen. Gerade der Vorstand eines Vereins möchte da sicherlich mitreden. Dazu gehört die Abmessung der Zeitschrift, meist ist hier sicherlich das Din A4-Format angebracht, der Umfang, also die Seitenmenge muss schon deshalb mit den Verantwortlichen abgestimmt werden, weil hier auch der finanzielle Rahmen abgesteckt wird.

Dann gilt es, das Layout im Affinity-Publisher festzulegen. In diesem legt man alle Textstile an, die benötigt werden, alle Farben und den Satzspiegel, also den Teil, indem der gesamte Inhalt wie Fotos, Texte und die Werbung Platz findet. Immer wiederkehrende Elemente werden auf einer Masterseite platziert. Das kann ein Logo sein, sicherlich aber die Seitenzahl und wenn gewünscht noch der Zeitschriften-Titel und die aktuelle Ausgabe. Überlegen Sie sich, ob Sie diese Elemente eher oben oder unten auf einer Seite platzieren möchten.

Das Cover: Gerade bei Vereinszeitschriften fällt das Cover eher bescheiden aus. Viele kommen ohne Foto aus. Es gibt aber z.B. Druckereien, die machen beim Preis keinen Unterschied mehr zwischen einem farbigen oder s/w – Druck. Also, warum sollte man dann nicht das Cover farbig drucken. Hier könnte man ein Vereinsfoto oder das Bild des Vorstands einfügen. Oder man nimmt ein Foto, dass man auch in einem Artikel innerhalb der Zeitschrift benutzt.

Fotos: Nehmen Sie bitte kein Foto aus dem Internet, da klopft dann schnell einmal ein Anwalt an und fordert Tantiemen, weil die Rechte ein anderer besitzt. Machen Sie selbst Fotos, ich bezweifle aber, dass Fotos mit einem Handy reichen. Nehmen Sie sich eine Digitalkamera und stellen Sie eine hohe Bildqualität ein. Werden Bilder von

Eine neue Datei anlegen



Legen Sie im Publisher eine neue Datei an. Wählen Sie im folgenden Dialog-Feld DRUCKEN oder DRUCKEREI FERTIG (1) und dann das A4-Format. Rechts im Dialog-Feld sehen Sie, welche Einstellungen zu machen sind. Die DPI-Zahl muss auf 300 stehen (2), für die Bildplatzierung wählen Sie „Bevorzugt verknüpft“, damit das Publisher-Dokument nicht zu groß wird.

Setzen Sie die Anzahl der Seiten auf Ihre gewünschte Seitenzahl, das Häkchen bei „Master-Standardseite“ sollte gesetzt sein. Setzen Sie ein Häkchen bei „Gegenüberliegende Seiten“ (4) und stellen Sie das Farbformat auf CMYK/8 ein (5). Meine Empfehlung für das Farbprofil ist „Coated FOGRA39“, wobei Coated – „gestrichenes Papier“ bedeutet.

Setzen Sie die Ränder des Dokuments auf 15mm (6). Somit bleibt genügend Weißraum im Dokument, bevor der Inhalt beginnt. Bei einem Rand von nur 10mm wirkt Text in einer Zeitschrift sehr „erdrückend“ und das sollte man vermeiden. Der Beschnitt wird auf den Wert eingestellt, den die Druckerei vorgibt (7).

einem Fotografen geliefert, brauchen Sie sich nur darum zu kümmern, dass diese rechtzeitig bei Ihnen sind. Zu klären gilt es hier nur, wer die Rechte an den Fotos des Fotografen hat.

Für Fotos, Texte und Werbung gilt: Legen Sie eine Deadline fest zu der alles bei Ihnen sein MUSS. Das sollte mindestens 1 Woche vor Druck geschehen. Wenn der Vorstand eines Vereins vorab noch die fertige Zeitschrift sehen will, sollte man mehr Zeit vor dem Druck einplanen.

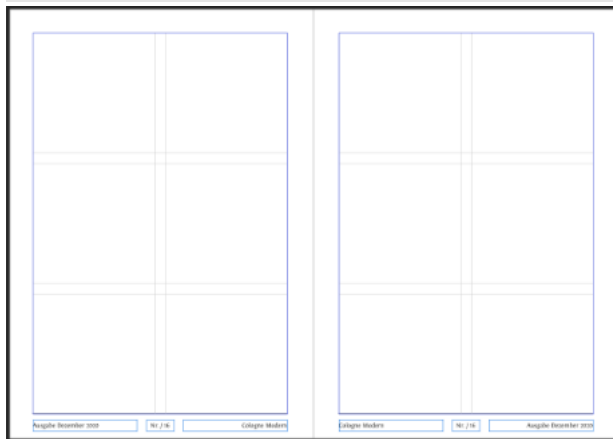
Online-Zeitschrift: Sicherlich möchte man eine digitale Ausgabe auch über die eigene Website anbieten. Hier hilft einem der Affinity-Publisher weiter. Bei der PDF-Ausgabe sollte man eine niedrige Auflösung wählen, hier empfehle ich 144dpi. Das verhindert meist eine schlechte Bildqualität, wenn man eine Zeitschrift online liest.

Texte: Wenn Ihnen die Texte für eine Ausgabe von mehreren Autoren geliefert werden, einigen Sie sich vorher auf ein Format. Das *.rtf – Format ist Standard und hat den Vorteil, dass keine unschönen und unsichtbaren Formatierungen enthalten sind, wie z.B. bei MS Word. Sie sollten sich auch überlegen, im Publisher-Layout mit sogenanntem DUMMY-TEXT zu arbeiten. Da sicherlich die Texte verschiedener Autoren zu unterschiedlichen Zeiten bei Ihnen eintreffen, können Dummy-Texte helfen. Zur Einschätzung, ob der Text eines Artikels noch mit auf eine Folgeseite fließen muss, sind diese Platzhalter-Texte hilfreich. Im Publisher nennt man dies „Fülltext“ und Sie können diesen über das Menü TEXT – FÜLLTEXT EINFÜGEN in einen Textrahmen einfügen.

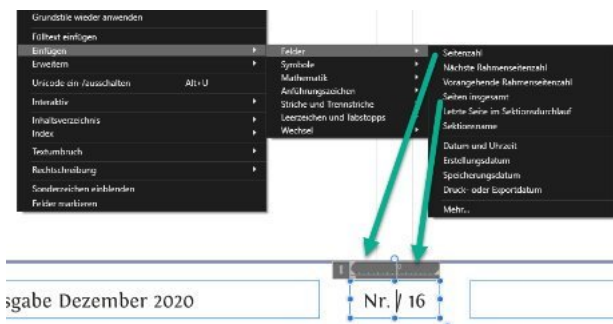
Für Artikel-Texte gilt: Lassen Sie diese gegengesetzt, wenn Sie sie in der Zeitschrift platziert haben!

Masterseiten: Für immer wiederkehrende Elemente legen Sie nun eine Masterseite (A) an. Da Sie beim Einrichten des Dokuments „Gegenüberliegende Seiten“ gewählt haben, wird diese Masterseite automatisch als Doppelseite angelegt. In einer Zeitschrift hat normalerweise die erste Seite (das Cover) und die letzte Seite keine Seitennummerierung. Aus diesem Grund muss man sich

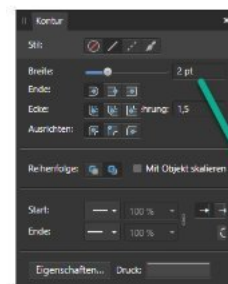
Elemente der Masterseite A



Auf der Masterseite A werden am unteren Dokumenten-Rand mehrere Angaben gemacht. Schauen Sie sich die Platzierung der Elemente genau an. Die Angaben zur Ausgabe liegen außen, die zum Namen des Dokuments innen. Dazwischen findet man die Seitenzahl und die Gesamtseitenzahl wieder. Beide Angaben können über das Menü TEXT - EINFÜGEN - FELDER platziert werden.



Das Einfügen einer Linie: Zeichnen Sie mit dem Werkzeug „Zeichenstift“ eine Linie und geben Sie ihr eine Konturbreite von 2pt und die Farbe Grau.



eine 2.Masterseite (B) anlegen, ohne jegliche Texte oder Grafiken.

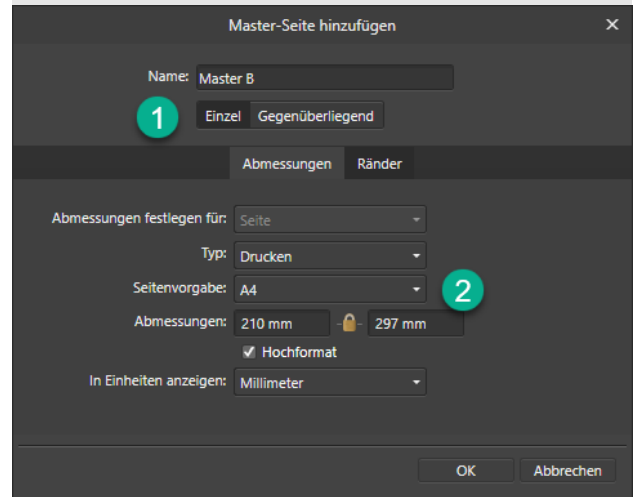
Spaltensatz: Vereinzelt sieht man in Din A4 Zeitschriften einen 3-Spaltensatz. Tun Sie das Ihren Lesern bitte nicht an. Das Auge des Lesers muss ständig in die nächste Spalte wandern und das ermüdet die Augen beim Lesen. Mit 2 Spalten kommt man wunderbar aus. In meiner Vorlage habe ich 2 Spalten gewählt, der Abstand zwischen beiden beträgt 7,5mm. Wer die Leser beim Erfassen der Spaltentexte führen möchte, kann eine Spaltentrennlinie einfügen. Wird in einer Vereinszeitschrift generell viel Text verwendet, kann man den Spaltenabstand auch verringern. Man sollte diesen aber nicht unter 6mm wählen, da sonst die Texte zu nah aneinander stehen.

Textstile: Rufen Sie im Publisher über das Menü ANSICHT-STUDIO das Panel „Textstile“ auf und legen Sie für folgende Texte einen Stil an. Die „Artikel Stammschrift“, das ist der Text, mit dem ein Artikel formatiert wird, die „Artikel-Überschrift“, den „Hinweis für den Fotografen“ und wenn gewünscht, noch einen Stil für die Bildunterschrift, wenn Sie Fotos mit Informationen unterlegen möchten.

Tipp: Wenn Sie ein Foto gemeinsam mit einer Bildunterschrift in einer Spalte anordnen möchten, dann gruppieren Sie vorher das Foto mit dem Text. Wenn man nun das Textumbruch-Tool aufruft, kann man die Einstellungen der Abstände zum Text für diese Gruppe vornehmen. Die Bildunterschrift läuft nicht Gefahr, im Artikeltext unterzugehen.

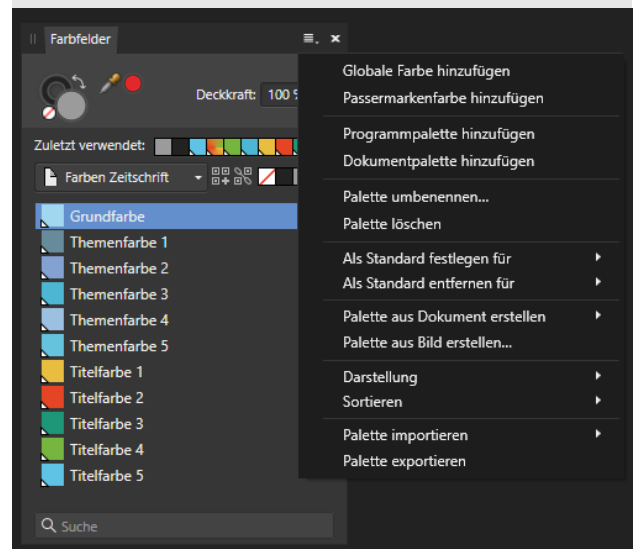
Schriften: Benutzen Sie für eine Zeitschrift bitte nur 2-3 Schriften. Man sieht es überall – kleine, dicke, dünne, große und bunte Schriften, man weiß gar nicht, wo man hinschauen soll. In meiner Vorlage kommen nur 2 Schriften zum Einsatz. Für die Überschriften die Schrift „Fontin“ und für den Text die „Open Sans“. Achten Sie auch darauf, dass Überschriften nicht zu groß sind und dass der normale Text nicht zu klein ist. Wenn Ihre Zeitschrift im Umlauf ist, werden Ihnen ältere Leser

Die Masterseite B



Da man für das Cover und die letzte Seite eine weitere Masterseite ohne Inhalt benötigt, wird diese als Din A4-Einzelseite (1+2) angelegt. Mit der MOUSE zieht man diese Masterseite einfach auf das Cover-Icon und die letzte Seite in der Übersicht des Seiten-Panels.

Globale Farben



Zur besseren Kontrolle und Übersicht werden Globale Farben für die Themen und das Cover angelegt.

dankbar sein.

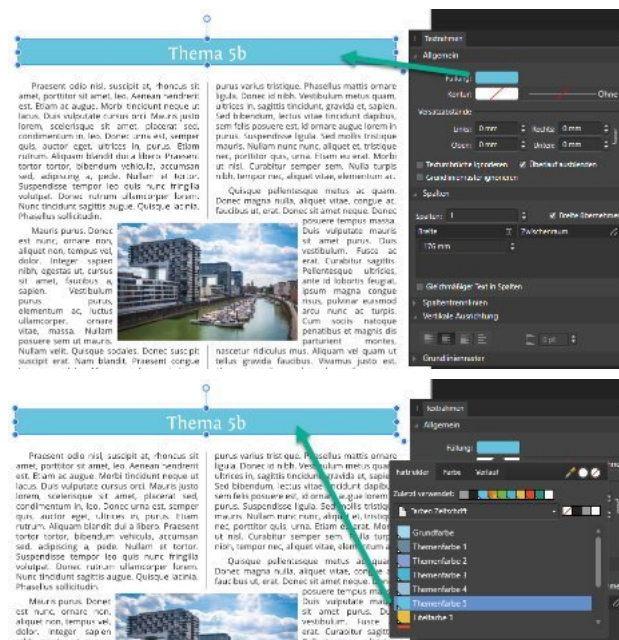
Farben: Für das Anlegen von Farben kann man sich eine eigene Farb-Palette anlegen. Für meine Vorlage habe ich mich entschlossen, GLOBALE FARBEN zu benutzen. Bei diesen Farben, ersichtlich durch das kleine Eselsohr links unten im Farb-Icon, besteht die Möglichkeit, alle Elemente mit einer Farbe zu belegen – und wenn man die globale Farbe ändert – werden alle damit formatierten Elemente die neue Farbe erhalten. Man braucht also nicht mehr jedes einzelne, mit der gleichen Farbe belegte Element, einzeln anzupassen. Ich benötige globale Farben für die einzelnen Themen-Überschriften der Zeitschrift sowie globale Farben für das Cover. Eine dieser Farben wird als „Grundfarbe“ für die Zeitschrift festgelegt. Diese Farbe kann u.a. für die Überschriften des Inhaltsverzeichnis, des Impressums und andere, immer wiederkehrende Informationen angelegt werden.

Eine Globale Farbpalette wird automatisch über den Eintrag „Globale Farbe hinzufügen“ generiert und gilt nur für das gerade geöffnete Dokument. Diese Palette kann man für andere Publikationen abspeichern – dann sind aber die „Globalen Merkmale der Farbe“ nicht mehr nutzbar.

Überlegung: Aus diesem Grund sollte man sich genauestens überlegen, wie man neue Ausgaben der Zeitschrift anlegt. Entweder hat man sich eine Zeitschriften-Datei als Vorlage angelegt oder man nutzt für eine neue Ausgabe die Vorgänger-Datei. Dann sollte man aber peinlichst genau darauf achten, dass keine „alten Inhalte“ übrigbleiben.

Das Platzieren von Fotos: In den meisten Fällen sind Fotos zu groß (Dateigröße) für den Platz, den sie in einer Zeitschrift einnehmen. Wenn die Spaltenbreite im Dokument bekannt ist, kann man Fotos vorab passend zuschneiden. Aber immer darauf achten, dass das Bild in 300dpi für den Druck vorliegt. Und hier stellt sich dann auch die Frage, wie man Bilder im Dokument anordnen soll. Ein homogenes Gesamtbild eines Artikels erreicht man, indem ein Foto passend in einer Spalte gesetzt wird.

Die Überschriften

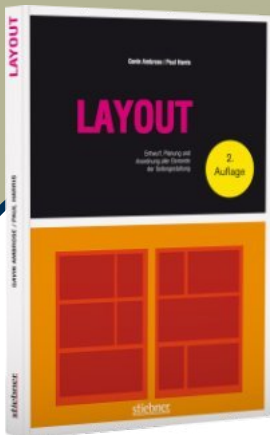


Die Farben der Rahmen für die Überschriften werden über den Panel TEXTRAHMEN gesteuert.

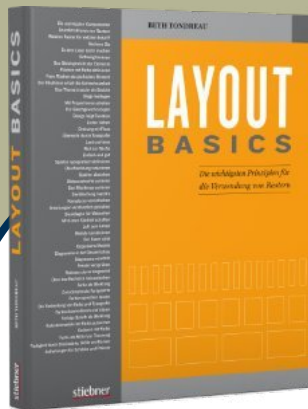
Dazu kann man mit „Rechteckigen Bilderrahmen“ arbeiten, die man über die Werkzeugleiste im Dokument anlegt.

Möchte man in einem Artikel auf einer Seite 1 Foto je Spalte verwenden, sollte man die Bilder versetzt platzieren. Wichtig ist, dass im Artikel nicht zu große Lücken entstehen. In meiner Vorlage habe ich einmal ein Foto mittig über 2 Spalten gesetzt. Es ist genauso groß, wie alle anderen, aber man sieht schnell, dass sich der Text um das Foto nicht optimal „brechen“ lässt. Für diesen Zweck nutzt man das Tool „Textumbruch“. Darüber lassen sich einige Einstellungen für ein Foto tätigen.

Gestaltungsbücher



ISBN: 978-3-8307-1425-5



ISBN: 978-3-8307-1450-7



ISBN: 978-3-8307-1432-3



ISBN: 978-3-8307-1417-0



ISBN: 978-3-8307-1429-3

Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von Georg Walter • Steinackerstraße 12
53797 Lohmar/Rheinland • E-Mail: gewa62@web.de • Website: magazin62.de
Zu den Dritten in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

Serif™ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.
Einige Buch-Fotos mit freundlicher Genehmigung des Rheinwerk-Verlages.
Sämtliche Grafiken im Artikel über „Digitales Malen“ unterliegen dem Copyright
und dürfen ohne Einwilligung von Roger Hassler nicht verwendet werden.

M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

6
PLUS
BEILAGE

MIT STARKEM THEMENMIX

**RICHTIG SCANNEN
ASSETS EFFEKTIV NUTZEN
PLAKATGESTALTUNG
TEXT AN PFAD
DER PUBLISHER 1.10
ABZEICHEN MIT DEM DESIGNER
DER PUBLISHER & WORD
FOTOS SAMMELN & ARCHIVIEREN**



Willkommen

Nun habe ich es doch geschafft. Das Heft Nr. 6 ist fertig, obwohl ich gerade an zwei größeren Projekten arbeite. Daran können Sie sehen, dass mir das M62-Projekt sehr wichtig ist. Auch deshalb, weil es doch immer wieder Nachfragen zu den Affinity Programmen gibt. Vielleicht wundern Sie sich über das Heft-Cover. Es sind chemische Gläser aus einem Labor und hier kann ich mit Leichtigkeit eine Brücke zu dieser Metapher bauen – ich habe in diesem Heft, so glaube ich, einen sehr guten Themencocktail gemixt. Sie erfahren einiges über die Scansoftware VueScan, dazu einige Hintergrundinfos zum Thema Scannen. Eine Beilage ist auch wieder dabei, diesmal speziell für den Designer. Was bringt der Publisher 1.10, wie nutzt man Assets effektiv, Word und der Publisher, optimierter Text an Pfad, alles Themen, bei denen viele Fragen offen waren. Aber sehen und lesen Sie selbst.

Hier noch einige Anregungen für die Hilfsgruppen bei Facebook. Wenn Sie dort ein Problem mit den Affinity Programmen schildern, dann schreiben Sie auch immer Angaben zu ihrem Betriebssystem mit hinein. Auch Fehlermeldungen sollte man immer direkt mit einem Screenshot belegen, das spart unnötige Zeit wegen Nachfragen. Manchmal kann man ein Problem nicht richtig beschreiben. Machen Sie sich ein paar Notizen und formulieren Sie das Problem mit wenigen Worten. Manchmal hilft es auch, aufzuschreiben, was man nach dem Fehler versucht hat, um selbst eine Lösung zu finden.

Ihr Georg Walter



DER PRAKTISCHE EINSTIEG

Wie immer darf ich hier auf mein Buch aufmerksam machen. Ideal für Neulinge und Einsteiger, die den Publisher näher kennenlernen möchten.



HEFT-ZUSATZ

Mit dem Heft liefere ich Ihnen eine Designer-Datei mit 4 Badgets. Sie können diese Grafiken nach Belieben analysieren, dürfen diese Original-Grafiken aber nicht für eigene Designs verwenden. Erlaubt ist aber, die Abzeichen zu verändern. Dann dürfen Sie sie verwenden.

Über den Tellerrand geschaut

VueScan von Hamrick

Wenn man sich einen Flachbettscanner, Dia-Scanner oder ein Multifunktionsgerät mit Scan-Einheit zulegt, wird meist eine Software zur Steuerung des Geräts mitgeliefert. Nach der Installation wird der Scanner unter Windows mit einem sogenannten Twain-Treiber angesprochen. Wenn man halbwegs professionell scannen möchte, wird man mit der Scanner-Software nicht sehr weit kommen. Für meine Ansprüche habe ich VueScan von der [Firma Hamrick](#) entdeckt. Eine wirklich tolle Software, die dem Anwender viele Einstellungen zur Steuerung des Scanvorgangs bietet. Das Programm gibt es für MAC OS, Linux und Windows. Positiv fällt auch auf, dass die Firma eine deutsche Internetseite bietet und die Software in 28 Sprachen läuft.

Man wirbt damit, dass man über 6500 Scanner ansprechen kann, auch ältere Modelle sowie Modelle, die nicht mehr am Markt sind. Gescannt wird nach JPG, TIFF, RAW und PDF. Bei mehreren Scans wird der Dateiname automatisch durch eine fortlaufende Zahl erhöht. Im Internet findet man eine Liste der Scanner, die unterstützt werden. Die Standard-Version kostet gerade einmal € 20.00, besser ist aber die Pro-Version für € 70.00. Hier ist dann OCR, Dia-Scannen und das Scannen über den Einzugschacht integriert. In regelmäßigen Abständen werden Updates der Software angeboten. Die Hilfe zum Programm verzweigt ins Internet, dort wird eine deutsche Übersetzung des Handbuchs präsentiert, die gut zu lesen ist.

Jederzeit kann man mehrseitige Dokumente scannen und in einer PDF-Datei sammeln. Auch Fotos lassen sich in einem Batch-Prozess massenweise scannen. In der Software selbst können viele Einstellungen vom Anwender selbst vorgenommen werden, die Software kann man sogar als Kopierer benutzen. Entscheiden Sie in den Einstellungen über das Ausgabeformat, die zu scannende

Farbtiefe, je nach Scanner-Spezifikation über Bits pro Pixel, meist reicht hier 24 Bit aus. Sie können sich eine Vorschau des Scans anzeigen lassen, diese Vorschau auch abspeichern, Bereiche zuschneiden sowie Einstellungen während des Scan-Vorgangs steuern. Sollen Scans entrastert, geschärft oder geglättet werden. Hier sollten Sie nur das Entrastern zulassen, alle anderen Arbeitsschritte steuern Sie besser über Ihre Foto-Software.

Über die Einstellungen kann jeder entscheiden, wie viele Optionen am Bildschirm sichtbar sind, nur grundlegende, Standard- oder professionelle Optionen.

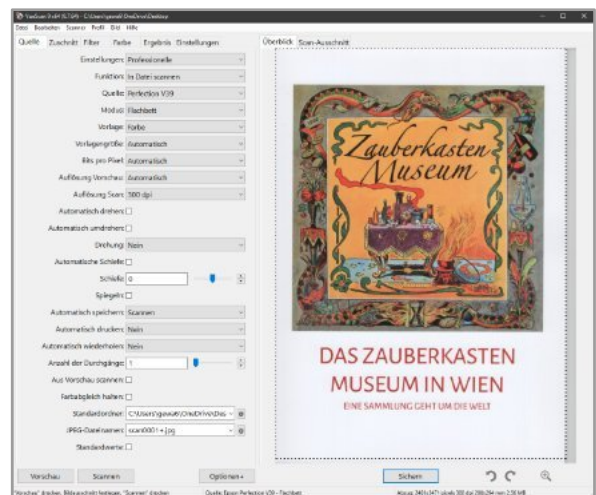
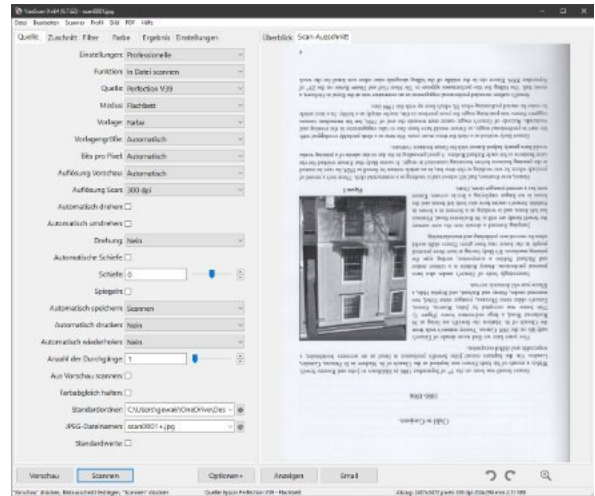
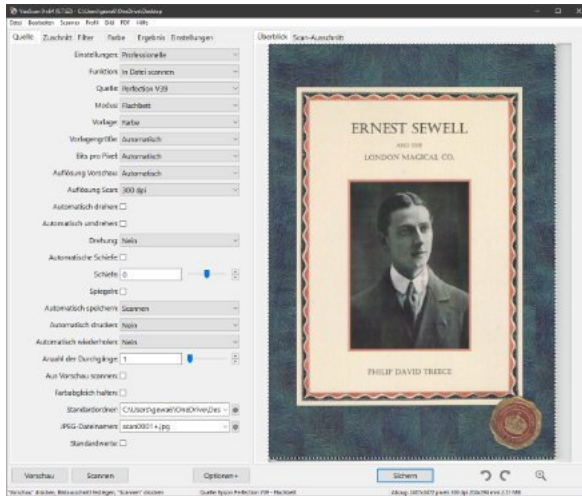


Abbildung: Die Oberfläche von VueScan mit den Einstellungen auf der linken Seite und dem Scan-Fenster auf der rechten Seite.

Scannen

Dokumente scannen und optimieren



Abbildungen: Die Vorschau eines Buch-Covers und einer Dokumentenseite in der Software VueScan.

Vorlagen scannen und weiter verarbeiten

Für Publikationen, die man mit dem Affinity Publisher gestaltet, benötigt man ab und an gescannte Dokumente. Meist wird zu einem gekauften Scanner die Software gleich mitgeliefert. In den seltensten Fällen reicht diese Software aber aus. Wer aus seinen Scanner mehr herausholen möchte, kann auf Programme zweier Hersteller zurückgreifen. Zum einen ist dies die Firma Silverfast – hier muss man allerdings genau hinsehen, ob für den eigenen Scanner auch ein Treiber verfügbar ist. Die bessere Wahl fällt meiner Meinung nach auf die Software VueScan von Hamrick.

Der richtige Scanner

Ein halbwegs erschwinglicher Scanner kommt von Epson. Der Epson Perfection V39. Mit diesem arbeite ich schon seit Jahren und er ist fast unverwundlich. Natürlich gibt es auch andere, so von der Firma Canon, zum Beispiel der „Lide 300“ oder „Lide 400“, von Brother oder der Firma Plustek. Einige Hersteller locken mit hohen Scan-Raten

wie 1200 oder 2400 dpi. Hier muss man allerdings erneut genau hinschauen, denn einige dieser Zahlen lassen sich nur durch eine sogenannte „Interpolation“ erreichen. Einfach erklärt werden bei dieser zwei Pixel beim Scannen gemessen und ein Pixel mit einem Mittelwert (oft ein Grauwert) hinzugefügt. Das Scan-Dokument wird unnötig „aufgeblasen“. Also bitte davon die Finger lassen. Wer zu Hause einen Multifunktionsdrucker stehen hat, kann über die Scan-Einheit seine Dokumente genauso einlesen. Bei meist ausreichenden 300- oder 600 dpi wird man kaum einen Qualitätsverlust haben.

VueScan für MAC OS, LINUX und WINDOWS

Eine richtig starke Software der Firma Hamrick ist „VueScan“. Die Standardversion gibt es schon für 20,00 Euro – ich rate aber zur Professional Version für 70,00 Euro, da hier OCR möglich ist und die erweiterte Version unterstützt das Scannen von mehreren Dokumenten über den Dokumenteneinzug. OCR heißt: „Optical Character Recognition“ und meint die automatische

Texterkennung. Da gescannter Text ja ein Bild ist, kann man mittels OCR den Text so umwandeln, dass man ihn bearbeiten kann.

Die richtige Scanner-Einstellung

Heutige Scanner werden über eine Software gesteuert, meist über einen Twain-Treiber. Dieser Treiber garantiert die Kommunikation zwischen Scanner und Anwendungsprogramm. Möchte man nun ein Dokument 1 zu 1 in einer Publikation einsetzen, reicht eine Auflösung von 300 dpi. Soll zum Beispiel eine Postkarte oder ein Foto in einem späteren Druckprodukt in der tatsächlichen Größe abgebildet werden, wählt man in der Scanner-Software die Option Farbe mit 300 dpi.

Möchte man ein Dokument nur mit Schrift, ohne Foto, abbilden, reicht die Einstellung Graustufen bei 300 dpi. Wenn man aus einem Dokument nur einen Ausschnitt verwenden möchte, scannt man die Vorlage mit 600 dpi und schneidet den gewünschten Bereich zu. Das gilt zum Beispiel auch für ein Plakat, auf dem ein Motiv größer dargestellt werden soll. Hier muss man die dpi-Zahl erhöhen, auf 600- oder 1200 dpi.

Was bedeutet DPI

Mit diesem Kürzel beschreibt man „Dots per Inch“, eine Maßeinheit für die Bildauflösung eines Dokuments. Es handelt sich um Druckpunkte pro Zoll. Bei 300 dpi hat man 300 Bildpunkte pro Zoll (2,54cm), bei 600 dpi dann 600 Bildpunkte pro Zoll.

Das Bearbeiten von gescannten Dokumenten.

Glauben Sie bitte nicht, dass ein gescanntes Dokument makellos ist. Kaum sichtbar können sich Verunreinigungen auf der Glasplatte des Scanners befinden, die im gescannten Dokument sichtbar werden. Staub reinigt man am besten mit einem weichen und trockenen Tuch, hier bewirkt ein Microfasertuch wahre Wunder. Die Glasplatte sollte man generell nicht mit den Fingern berühren, da sich schnell Fettabdrücke bilden können. Fett und Schmutz bekommt man am besten mit einem sauberen Tuch und ein wenig Glasreiniger in den Griff.

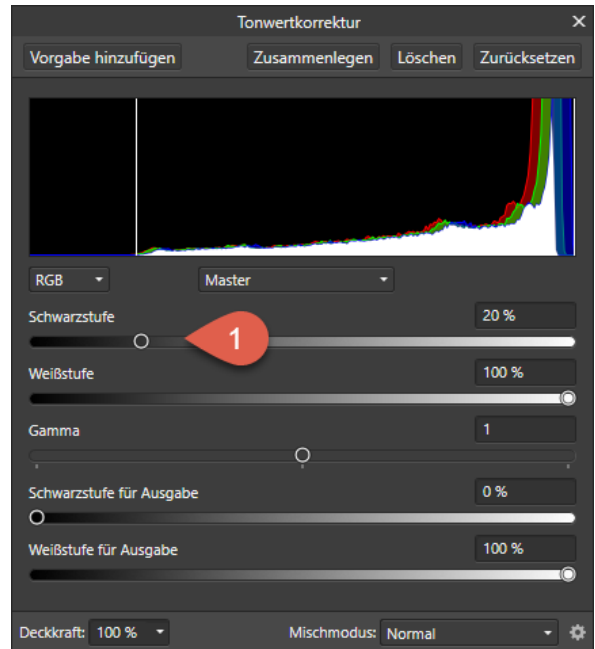


Abbildung: Tonwerte im Schwarzbereich anpassen.

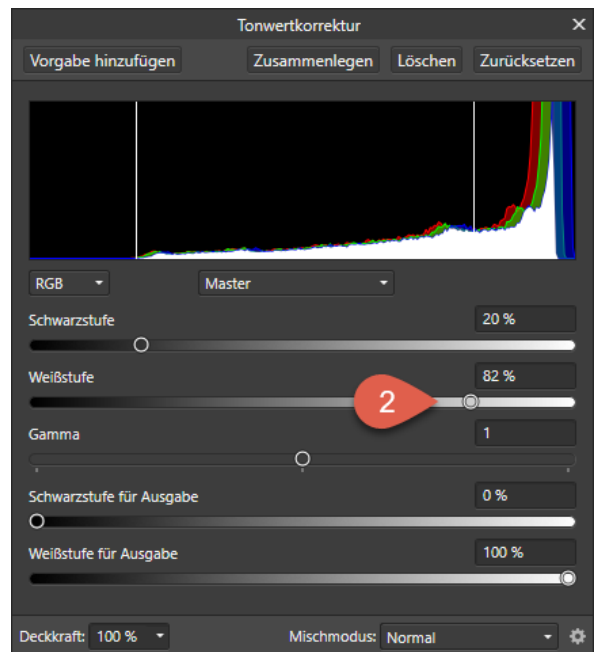


Abbildung: Tonwerte im Weißbereich anpassen.

Das Aufbereiten und Korrigieren von Dokumenten kann man am besten mit Photoshop oder Affinity Photo bewerkstelligen. Zuerst gilt es, ein Dokument in die richtige Position zu drehen, wenn es verkehrt herum eingescannt wurde. Sichtbare Partikel entfernt man in Photoshop mit dem Stempel-Werkzeug, in Affinity Photo nimmt man dazu das Klonen-Werkzeug. In beiden Fällen wählt man mit der ALT-Taste den zu kopierenden / zu klonenden Bereich aus und übermalt damit die unsaubere Stelle.

Nun kommt es manchmal vor, dass beim Scannen einer Buchseite etwas Licht in den Scanner fällt, da sich der Scanner-Deckel nicht komplett schließen lässt, Bücher sind oft zu dick. Es entstehen zwei Effekte. Zum einen ist die Schrift etwas zu hell und zum anderen bilden sich am Rand eines Dokuments dunkle Schatten. Das passiert auch dann, wenn man die Doppelseite eines Dokuments einscannet. Der Schatten befindet sich dann in der Mitte der Doppel-seite. Hier hilft die „Tonwertkorrektur“. Bitte nutzen Sie nicht die „Auto-Tonwertkorrektur“, sie ist zu ungenau und lässt keine Feinjustierung zu.

Im oberen Fenster des Dialogfeldes „Tonwert-Korrektur“ sieht man eine Art Diagramm. Auf der linken Seite dieses Diagramms sind die Schwarz-Werte des Dokuments dargestellt, auf der rechten Seite die Weiß-Werte. Manchmal fängt dieses Diagramm nicht ganz links an, sondern erst einige Schritte später. Wenn man nun den Regler für die „Schwarzstufe“ (1) nach rechts zieht, wird im Diagramm oben eine weiße Linie sichtbar. Ziehen Sie den Regler so weit nach rechts, bis die weiße Linie an den Anfang des Diagramms stößt. Mit Hilfe der „Schwarzstufe“ kann Text in einem gescannten Dokument dunkler gemacht werden.

Mit Hilfe der „Weißstufe“ (2) können Schatten in einem Dokument entfernt werden. Dazu bewegt man den Schieberegler nach links. Hier muss man allerdings ein wenig acht geben, das bezieht sich immer auf das ganze Dokument. Eventuell muss man über die „Schwarzstufe“ eine erneute Korrektur vornehmen. Sollten Sie gescannte Dokumente zuschneiden wollen, müssen Sie VORHER

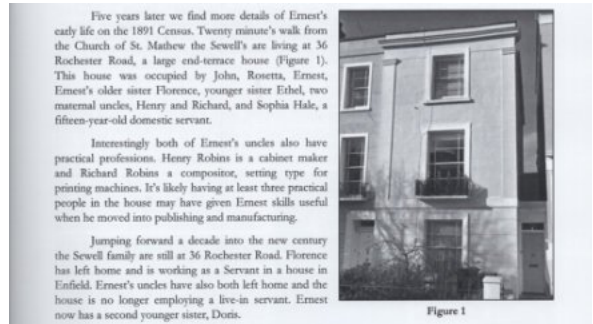


Abbildung: Ausschnitt eines Scans mit Schattenbildung links

alle oben beschriebenen Schritte zur Optimierung vornehmen. Sonst gehen Ihnen zu viele Bildinformationen verloren und eine spätere Anpassung ist dann unmöglich.

Gescannte Dokumente für ein Projekt verwenden

Sollten Sie für ein Projekt viele gescannte Fotos und/oder Dokumente benötigen, dann machen Sie sich einen Plan. Schreiben Sie sich auf einen Zettel die Menge auf, die Sie brauchen. Scannen Sie alles und legen die Dateien in einen separaten Ordner. Ich verwende für den Ordner meist den Namen „Gescannte Originale“. Nach den Anpassungen speichert man die Scans zum Beispiel in einem Ordner mit dem Namen „Bereinigte Scans“ ab.

So hat man das Original und die verbesserte Version in separaten Ordnern, kann somit bei Unklarheiten immer wieder darauf zurückgreifen. Das artet manchmal in richtig viel Arbeit aus, aber gerade bei Kundenaufträgen verliert man hier schnell den Überblick. Kunden sind komische Menschen, sie kommen manchmal auf die Idee, ein Dokument in veränderter Form nachzureichen oder möchten, dass man in einem Dokument etwas retuschiert.

Hier gilt es dann auch dafür zu sorgen, dass man das Dokument schnell wiederfindet. Vergeben Sie also bitte eindeutige Namen und sprechen Sie das mit dem Kunden vorher ab. Es ist wesentlich entspannender, wenn man ein Dokument mit dem Namen „Präsentation Haus Nr.1 – Kellerräume“ sucht, anstatt ein Dokument mit dem Namen „123A-K-700“.

Assets

Effektives Arbeiten mit Assets

<p>GEBRÜDER GRIMM</p>	<p>Aliquam turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Aenean ut nibh. Nullam</p>
	
<p>RUMPELSTILZCHEN</p>	
<p>hendrerit viverra dolor. Vestibulum fringilla, lectus id viverra malesuada, enim mi adipiscing ligula, et bibendum lacus.</p>	

<p>HANS CHRISTIAN ANDERSEN</p>	<p>In facilis sodales arcu. Mauris tincidunt. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos. liquam dapibus</p>
	
<p>DES KAISERS NEUE KLEIDER</p>	
<p>ipsum vitae sem. Ut eget mauris ac nunc luctus ornare. Phasellus enim augue, rutrum tempus, blandit in, vehicula eu, neque. Sed consequat nunc. Proin metus.</p>	

Abbildungen: 2 Beispiele für eine Text/Foto-Kombination

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.

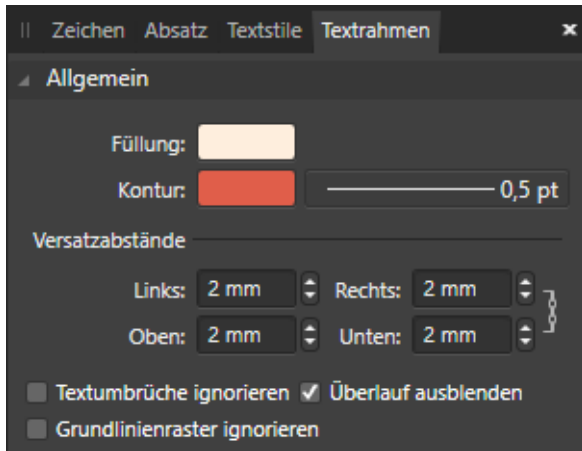


Abbildung: Einen Textrahmen formatieren

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. Dazu zieht man sie einfach mit der Mouse an die gewünschte Stelle.

Assets sortieren

Assets können nach Namen und ab der Version 1.10 auch nach Datum sortiert werden.

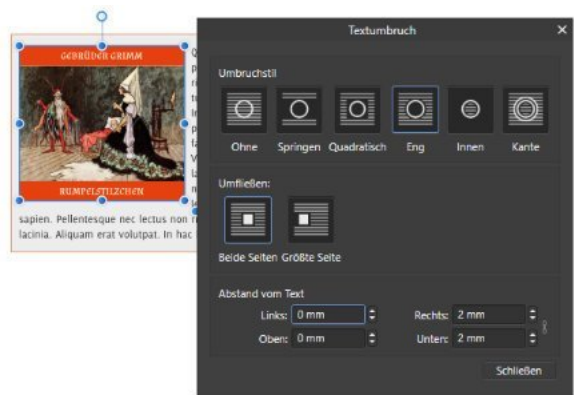


Abbildung: Den Textumbruch für ein Foto festlegen

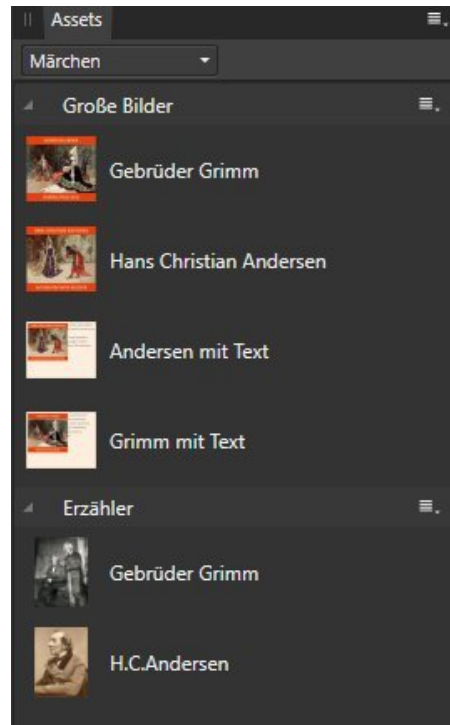


Abbildung: Das Asset für das Märchen-Projekt, unterteilt in die Foto/Text - Einheiten und die Fotos der Erzähler.

Affinity Publisher

Neues in Version 1.10

Mit dem Update der Publisher Version 1.10 sind einige Neuerungen hinzugekommen. Nichts Weltbewegendes, aber immer gut zu wissen, was die Firma Serif für die Anwender tut. Mir erschließt sich allerdings die Unterstützung für Emojis nicht, es gibt sicherlich Wichtigeres und nirgends steht geschrieben, wie man vorgehen muss.

Performance – Leistungsverbesserung

01. Dokumente mit vielen Ebenen werden schneller gerendert, der Textfluss passt sich schneller an
02. Schnelleres Arbeiten mit platzierten Bildern
03. Schnelleres Arbeiten mit eingebetteten Dokumenten
04. Bessere Performance bei wenig Speicher
05. Bessere Performance bei Änderungen in langen Textpassagen

Schriftenunterstützung

06. Erweiterte IME-Textbearbeitung für Japanisch und chinesische Sprache
07. Unterstützung für Emojis
08. Beispiele für OpenType Zeichenvarianten sind implementiert

Ressourcenverwaltung

09. Eine Spalte „Dateityp“ ist hinzugekommen
10. EPS-Dateien lassen sich verknüpfen
11. Spalten lassen sich ein/ausblenden – Mit der rechten Mouse in die Spaltenbezeichnungen klicken.
12. Fehlende Bilder in einem Arbeitsgang verknüpfen

PDF Handling

13. Beim PDF-Export werden kleinere Dateigrößen generiert, wenn mehrere Kopien von Transfer-PDF-Dateien vorhanden sind.
14. Bessere Ausgabe platzierter PDF-Dateien mit der Option „Transfer“

Affinity Publisher

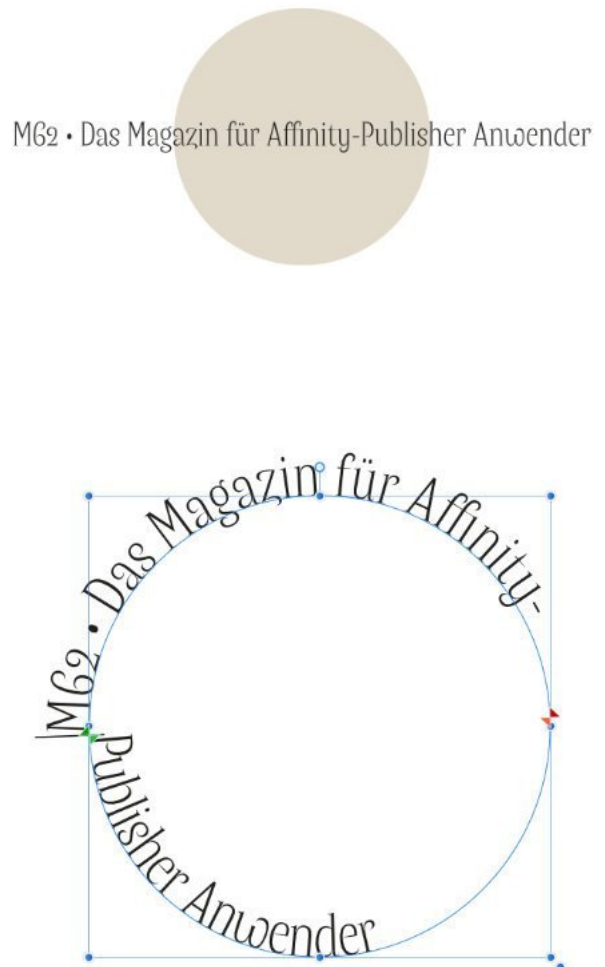
Text an einem Pfad ausrichten

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.

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.

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.

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



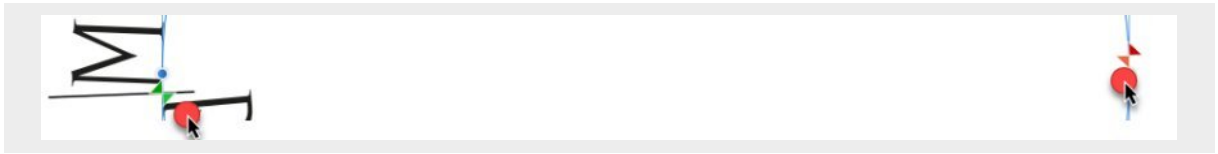
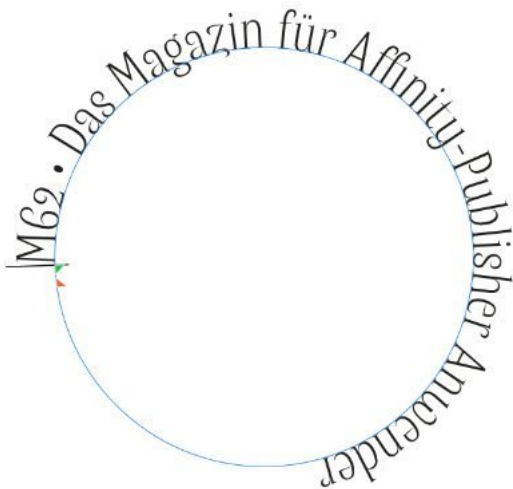


Abbildung: Nahaufnahme der Pfad-Dreiecke

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 zum Beispiel den Text markieren und die Textgröße erhöhen.

Abbildung links: 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.



Abbildung rechts: Feintuning mit dem Panel ZEICHEN

Typografie

Traumhafte Schriftensammlungen

Als Medienschaffender ist man immer auf der Suche nach neuen Schriften und Ideen. Auf meiner Suche im Internet bin ich wieder fündig geworden. Dabei findet man schon seit geraumer Zeit Fonts kleiner Manufakturen im Netz, die den Großen in der Branche, was Ideenreichtum und Qualität betrifft, in nichts nachstehen. Einige Schriften kosten auch Geld, aber ich gönne es den fleißigen Typografen.

EDUARDO RECIFE (DISPRINTED TYPE)

EDUARDO RECIFE FONTS

Schnörkelschrift: Verspielte Fonts von Type-Designern

Durch OpenType-Features eröffnen sich kreative Möglichkeiten, um »verschnörkelte« Schriften zu gestalten. Hier kommen auffällig verspielte Fonts zum Downloaden.

Kostenloser Newsletter

Design-Themen

VERSCHNÖRTELTE SCHRIFTEN

www.graphicdelivery.com PRESENTS

Smarta

A FREE HANDWRITTEN FONT
MULTILINGUAL SUPPORT / LIGATURES

SMARTA FONT

I LOVE TYPOGRAPHY Search fonts

New font foundry: Martin Major

Comma Base
A new typeface

Featured sans serif fonts

Museo Sans Handgloves

I LOVE TYPOGRAPHY

Affinity Designer

Badges & Abzeichen

In meinem ersten M62-Heft habe ich unter dem Titel „Einen Vintage-Aufkleber gestalten“ schon einmal die grafischen Vorzüge des Affinity Designers gepriesen. Heute möchte ich etwas tiefer in die Materie einsteigen und aufzeigen, wie man sehr schöne Badges – Abzeichen gestalten kann. Da ich den Vintage-Stil mag, bleibt es nicht aus, dass die Grafiken so aussehen, wie sie aussehen. Der Designer ist dabei so flexibel, dass man mit verschiedenen Werkzeugen zum gleichen Ziel kommen kann.

Schriftzüge über Textpfade

Auf den vorherigen Seiten habe ich beschrieben, wie man Texte an einem Pfad ausrichten kann. Dazu zeichnet man einen Kreis, der genau so groß ist, wie der äußere Kreis des Abzeichens, nur ohne Kontur und ohne Füllung. Mit dem Werkzeug „Grafiktext“ klickt man nun in den markierten Kreis und tippt den gewünschten Text ein. Hier bin ich einen anderen Weg gegangen. Der Text oben und der Text unten wurde auf getrennten Kreisen angelegt. Ein Kreis mit Schrift oben, ein Kreis mit Schrift unten. So erspart man sich die „Fummelei“ mit 2 Texten auf einem Pfad.

Die Sterne in der Fahne

Auch hier kommt man auf verschiedenen Wegen zum Ziel. Wer es sich einfach machen möchte, wählt das Werkzeug „Stern“, zeichnet einen in der passenden Größe und kopiert ihn dann. Die Sterne werden links und rechts in die Fahne gesetzt.

Ein anderer Weg führt über den „Glyphen-Browser“. Dort sucht man sich eine passende Schrift aus, die solche Symbole beinhaltet. Unter Windows wäre dies zum Beispiel die Schrift „Wingdings“. Mit Hilfe des Werkzeugs „Grafiktext“ kann man nun einen Stern einfügen.



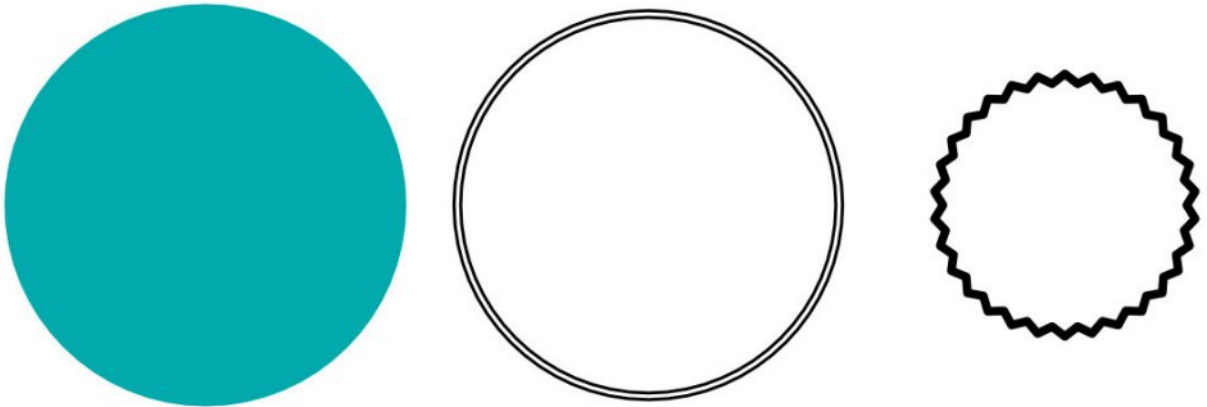
Die Mittel-Fahne gestalten.



Entweder erstellt man mit dem Werkzeug „Zeichenstift“ die Fahne, indem man jeden einzelnen Eckpunkt setzt. Um hier genauer arbeiten zu können, schaltet man das Raster ein (Menü Ansicht-Raster einblenden).

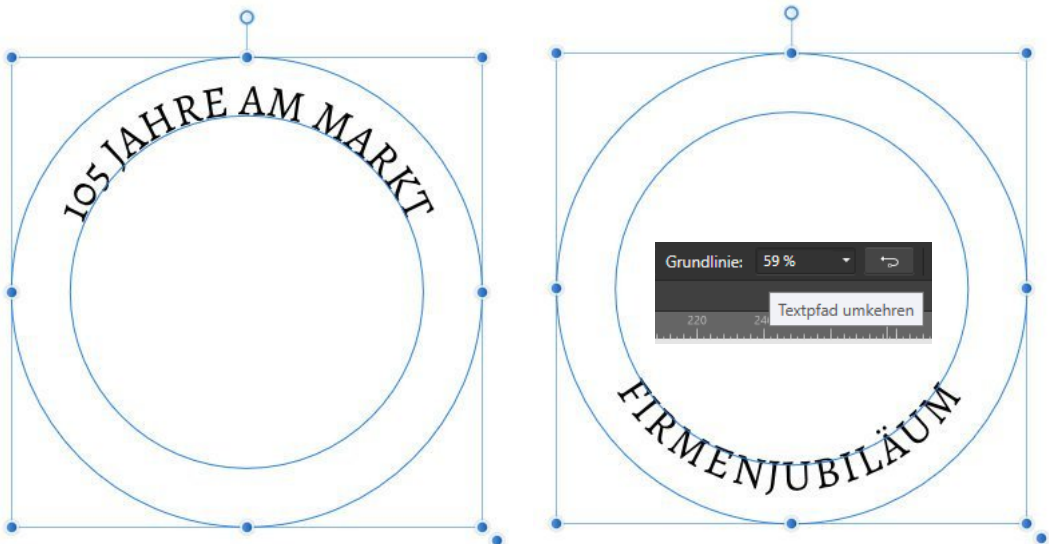


Ein anderer Weg führt uns zum Werkzeug „Rechteck“. Man zeichnet die Fahne, wandelt sie in Kurven um und setzt dann 2 zusätzliche Punkte, jeweils in der Mitte der schmalen Seiten mit dem „Knotenwerkzeug“. Dann zieht man diese Punkte nach innen.



Kreise und Sterne

Das Grundgerüst des Abzeichens bildet ein gefüllter Kreis und zwei Kreisringe ohne Füllung, aber mit einer farbigen Kontur. Ein „Kreisring“ ist etwas größer als der andere, beide sind kleiner als der gefüllte Kreis. Diese drei Objekte können mit dem Werkzeug „Ellipse“ gezeichnet werden. Der Stern wird mit dem Werkzeug „Doppelstern“ gezeichnet. Ist dieser markiert, kann man oben im Kontextmenü, die Menge der Spitzen (hier 15) und den Innenradius (hier 93%) einstellen. Auch hier wird eine Kontur verwendet, die Füllfarbe ist Transparent. (Zur besseren Präsentation sind alle Linien in Schwarz gezeichnet)



Text an Pfad

Wie schon beschrieben wurden beide Textpassagen getrennt behandelt, also nicht auf nur einem Pfad. Das hat den Vorteil, dass man sich voll und ganz auf die Arbeit „am Pfad“ konzentrieren kann. Über die Kontextleiste steuert man die Position des Textes. Dies wird dann nochmal wichtig, wenn die ganze Grafik zusammengesetzt wurde und der Text noch nicht genau in der Höhe passt.

Abzeichen mit Banner

Bei dem Abzeichen mit dem Banner im unteren Bereich muss man etwas mehr Zeit investieren. Die Elemente mit dem mehrfach gezackten Stern wiederholen sich. Die beiden verschnörkelten Linien über dem Wort DESIGN stammen aus dem Panel „Glyphen-Browser“. Hier sucht man sich eine Schrift aus, die dieses Zeichen enthält, man kopiert es – eventuell muss man es noch drehen. Mehr ist das nicht, aber innovativ, weil man sich sonst stundenlang auf die Suche nach einer passenden Grafik macht.

Linie in dem Abzeichen

Es dürfte bekannt sein, dass sich bei einer gestrichelten Kontur die Linie nicht korrekt schließt. Rechts, in der 2. Grafik, habe ich das mal markiert. Hier kann man auch stundenlang experimentieren, meist ohne Erfolg. Ich würde einfach den Kreis mit der gestrichelten Linie drehen, bis die unschöne Stelle hinter dem Banner verschwindet.

Das Banner

Das komplette Banner besteht aus nur 1 Farbe (#12BECF) und zwar die beiden kleinen Dreiecke mit der Vollfarbe, bei allen anderen Teilen wurde über das Panel FARBE die S=Saturation/Farbsättigung heruntersgesetzt. So entsteht der 3-dimensionale Eindruck im Banner.

Die beiden kleinen Dreiecke werden bündig unterhalb des oberen Banners auf der rechten und linken Seite gesetzt, die beiden kleinen Fahnen etwas versetzt bündig an die kleinen Dreiecke. Die gepunkteten Linien zeichnet man mit dem „Zeichenwerkzeug“, die Konturbreite wurde auf 2 Punkt (pt) gesetzt. Und natürlich kann man jederzeit die Farben des Abzeichens ändern. Wichtig ist, dass man sich erst einmal einige Abzeichen erstellt.

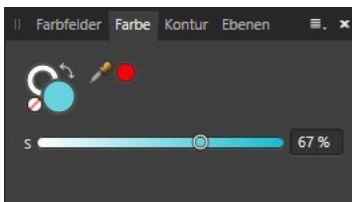


Abbildung links: Die Farb-Einstellung für die helleren Banner-Teile über die Farbsättigung (Saturation)



Abbildung: Ein weiteres Abzeichen mit etwas anspruchsvolleren Arbeitsschritten.



Abbildung: Konturlinie gestrichelt mit unsauberer Punktführung. Abhilfe: Einfach die Linie drehen.



Abbildung: Die einzelnen Teile des Banners.

Affinity Publisher

Word-Texte platzieren und mit Textstilen verfeinern

Ich greife dieses Thema nochmal auf, da ich darüber in einem kleinen Sonderheft berichtet hatte, das ich aber online nicht mehr anbiete. Wenn man einen mehrseitigen Text in Word schreibt und möchte diesen später im Publisher setzen, sollte man einiges beachten. Zum einen akzeptiert der Publisher nur *.docx – Dateien.

Word-Text im Publisher platzieren

Erstellen Sie zuerst eine neue Datei im Publisher mit 1 Seite. Ziehen Sie dann auf dieser Seite einen Rahmentext auf. Der Rahmentext muss markiert sein. Importieren Sie über das Menü DATEI – PLATZIEREN den Text aus Word in den Rahmentext.

Word-Text automatisch verteilen

Wenn Sie, wie oben beschrieben, einen Word-Text in einem Textrahmen platziert haben, kann Ihnen der Publisher das automatische Verteilen des Textes und das automatische Generieren weiterer Seiten abnehmen. Oft passt der Text nicht in einen Rahmen. Bevor man nun anfängt, mühsam Seite für Seite Textrahmen anzulegen, überlassen wir diese Arbeit dem Publisher. Dazu klicken Sie bei gedrückter SHIFT (Umschalt) – Taste auf das kleine rote Dreieck rechts am Textrahmen. Nun werden automatisch alle Seiten generiert, die es braucht, um den Gesamttext auf die Seiten zu verteilen.

Word-Kapitel auf der nächsten Seite beginnen

Wenn Sie einen Wordtext im Publisher platzieren, werden die Word-Überschriften 1,2 und 3 als Formatierung automatisch mitgenommen. Im Publisher heißen Sie dann „Heading 1“, „heading 2“ und „heading 3“. Wenn Sie in Word jede neue Kapitel-Überschrift mit dem Format Überschrift 1 formatiert haben, können Sie im Publisher mit einem Textstil dafür sorgen, dass ein neues

Kapitel immer auf der nächsten Seite beginnen wird. Dazu wählen Sie im Panel „Textstile“ den Eintrag „Heading 1“ zur Bearbeitung aus. Gehen Sie in der folgenden Maske auf den Punkt „Fluss“. Dort stellen Sie die Optionen ein auf „Auf nächster Seite“. In der Ansicht sehen Sie weitere Einstellungsmöglichkeiten.

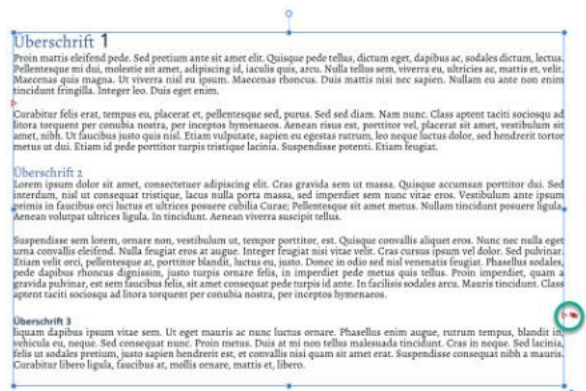


Abbildung: Mit der SHIFT-Taste auf das rote Dreieck klicken und der Text verteilt sich automatisch auf neu generierte Seiten.

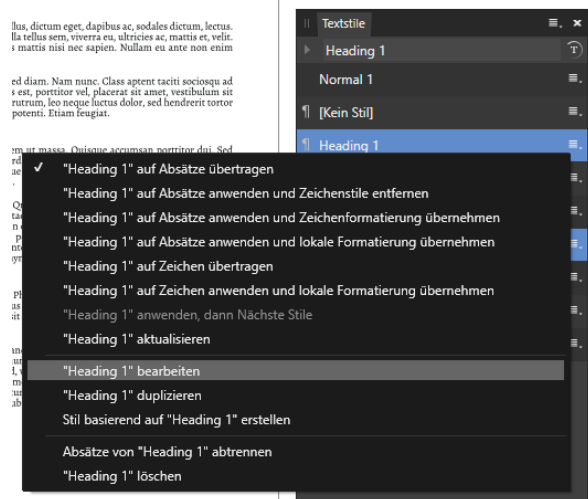


Abbildung: Über das Panel „Textstile“ das Format „Heading 1“ bearbeiten.

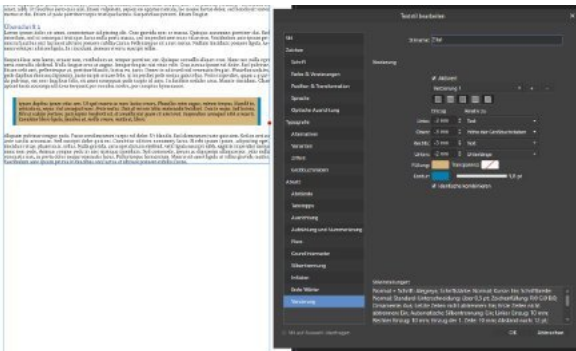


Abbildung: Die Einstellungen für Verzierungen

Textstil für Zitate

Mit Hilfe eines Textstils kann man über den Punkt „Verzierung“ Zitaten aus einem Wordtext ein neues Aussehen geben. Zuerst wird über „Absatz – Abstände“ der Text so formatiert, dass er links und rechts eingerückt wird. Im Bereich „Verzierung“ kann man eine Hintergrundfarbe wählen, mit den „Minus-Werten“ sorgt man dafür, dass sich der Hintergrund nach Außen bewegt. So hat der Text „Luft zum Atmen“.

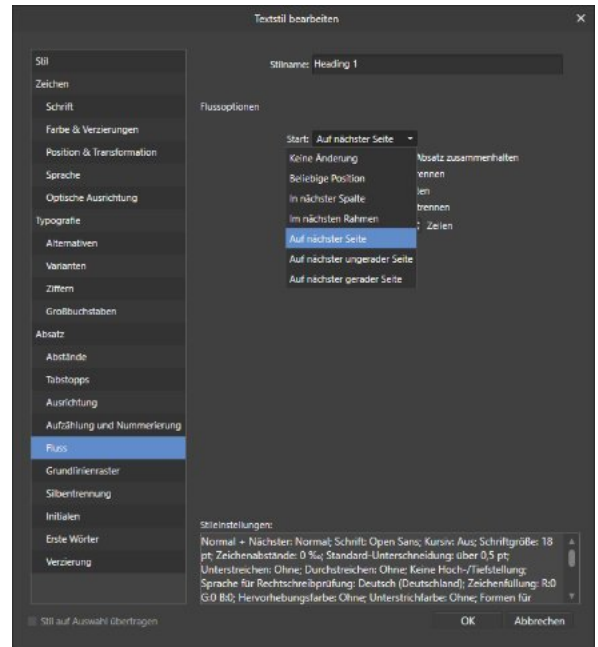


Abbildung: Den Fluss der Überschriften mittels Textstil steuern.



Affinity Publisher

Ein Plakat - Eine Herausforderung

Ein befreundeter Künstler meldete sich bei mir und fragte, ob ich ihm für sein Museum ein Plakat anfertigen könne. Da sagt man doch nicht nein. Das Plakat sollte in einem Kaufhaus mit einem großen Aufsteller präsentiert werden. Die Größe des freien Bildmaßes (der sichtbare Teil im Aufsteller), die Texte, die Grafiken sowie wichtige Angaben waren schnell geklärt. Auch ein QR-Code sollte nicht fehlen. Der Aufsteller war unterteilt in einen oberen Bereich mit den Abmessungen 640 x 240 mm und in den größeren unteren Bereich mit den Maßen 650 x 850 mm. Also bestand das Plakat aus zwei Teilen.

Wenn man so etwas grafisch umsetzen möchte, muss einem bewusst sein, dass alles größer sein muss, als für normale Werbemittel üblich. Bedenken Sie auch, dass Fotos auf einem Plakat groß genug angeordnet werden sollten, damit man sie auch gut sehen kann. Aus diesem Grund müssen die Bilder von einem Kunden in ausreichender Größe und Qualität geliefert werden. Um die Platzierung von grafischen Vektor-Elementen und Text braucht man sich keine Gedanken zu machen, was die Größe angeht – sie sind jederzeit frei skalierbar.

Die Qual der Wahl

Ich habe mir angewöhnt, bei solchen Aufträgen maximal 3 Vorschläge zu präsentieren. Alle drei sollten sich in markanten Punkten unterscheiden. Aus Erfahrung kann ich sagen, dass ein Kunde sich meist auf einen Entwurf festlegt, an dem man dann gewünschte Änderungen vornimmt. In den seltensten Fällen wird der Wunsch geäußert, ein Plakat aus allen Vorschlägen „zusammenzubauen“.

Eine Anmerkung

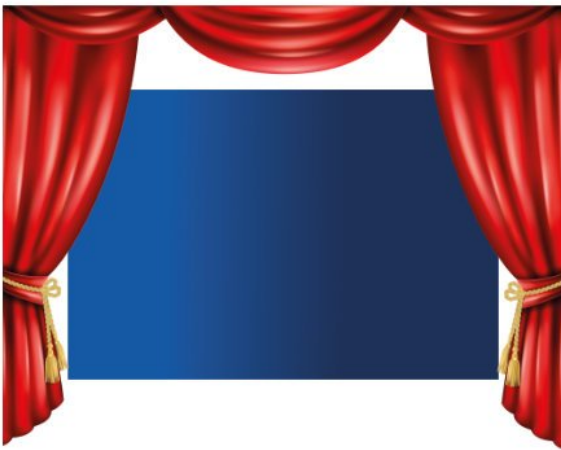
Wenn Sie noch nie für einen Kunden ein Plakat gemacht haben, das gilt auch für andere Werbemittel, lernen Sie vorab die Grundlagen kennen. Es gibt nichts Schlim-



meres, als später zu scheitern, weil man etwas vergessen hat, wie die Angabe einer Telefonnummer oder Mail-Adresse. In den meisten Fällen geht es bei einem Poster oder Plakat nur um eine einzige Seite. Nutzen Sie den Affinity Publisher und legen Sie sich eine weitere, leere Seite an. Auf dieser können Sie wunderbar alle nötigen grafischen Elemente erstellen, verschiedene Varianten testen ohne im Plakat selbst alles zu verschieben.

Das Unterteilen von Bereichen

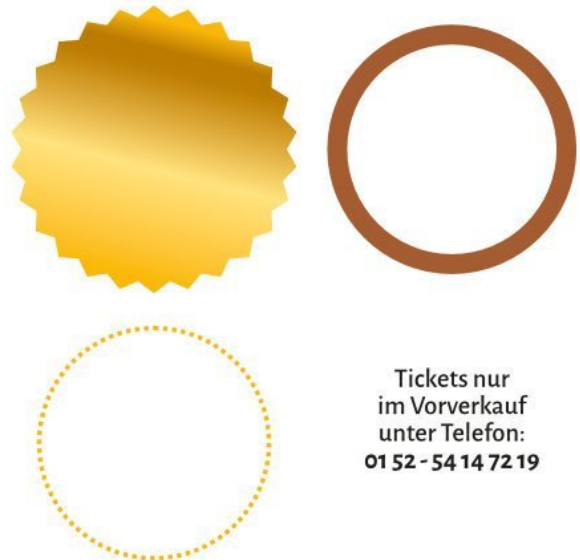
Machen Sie sich zuerst mit der Größe eines Plakats vertraut. Man benötigt das Druckformat, wie oben erwähnt, gibt es das sichtbare Bildmaß, das Plakat wird im Aufsteller ja eingelegt, muss also größer angelegt werden. Dann gilt es zu beachten, ob das Plakat für den Außen- oder Innenbereich gedacht ist. Dementsprechend muss man beim Druck in einer Druckerei das richtige Papier auswählen. Für den Außenbereich käme vielleicht Affichenpapier in Frage, es ist lichtdurchlässig



Abbildungen: Der Vorhang und der Hintergrund mit einem Verlauf von Blau nach Dunkelblau. Den Vorhang findet man in einschlägigen Bild-Portalen.



und nassfest. Ein Plakat wächst mit den Wünschen des Kunden. Texte könnten nachgereicht, Elemente auf Wunsch an einem anderen Ort platziert werden. Beim Gestalten selbst kann man sich die Bereiche festlegen, mit denen man zuerst und dann am Schluss arbeiten möchte. Hier bei diesem Beispiel ist es der Hintergrund und der Vorhang, gefolgt von den Fotos und Buttons bis man am Ende mit dem Setzen der Texte beginnt. Bei diesem Plakat wird nur eine Schriftart verwendet.



Tickets nur
im Vorverkauf
unter Telefon:
01 52 - 54 14 72 19

Abbildungen: Die einzelnen Teile des Stern-Buttons im oberen Plakat-Bereich.

Das Bildmaterial

Die Fotos sind vom Künstler. Hier wurde einem „Rechteckigen Bilderrahmen“ eine Kontur vergeben und darauf viele kleine weiße Kreise symmetrisch angeordnet. Mit dem Effekt „Schein nach Außen“ sollen damit leuchtende Lampen simuliert werden, ähnlich einem Schminkspiegel in einer Künstler-Garderobe.

BEITRAG MIT FREUNDLICHER GENEHMIGUNG DES KÜNSTLERS

Fotos

Sammeln, verwalten & archivieren



Ob im privaten Bereich oder in Agenturen, immer wieder ist man auf der Suche nach passenden Fotomotiven für einen Kundenauftrag, eine Website oder eine Video-Animation. Heute kann jeder auf passende Bildsammlungen online zugreifen, mit kostenlosen- oder kostenpflichtigen Angeboten.

Der Privatanwender wird sich meist auf kostenfreie Angebote konzentrieren, da er die Kosten scheut und an niemanden weitergeben kann. Er muss aber dann in Kauf nehmen, dass er vielleicht das passende Motiv nie finden wird, da die Auswahl dann doch begrenzt sein wird. Anders sieht es bei Auftragsarbeiten aus. Hier sind zum einen die Foto- und Motivmengen fast unbegrenzt, zum anderen wird der Kunde die Kosten tragen müssen, was völlig normal ist.

Auch im Bereich „Foto- und Bildverwaltung“ werden sich die beiden Gruppen unterschiedlich entscheiden. Für wenig Geld, oder sogar kostenlos, finden Privatanwender leicht ihren Favoriten, was die Verwaltung der eigenen Bildbestände angeht. Dabei handelt es sich meist um Software, die Verzeichnisse auf einer Festplatte durchsuchen und von jedem Foto ein Ansichtsbild (Thumbnail) abbilden. Bei professionellen Bilddatenbanken steckt ein komplettes Verwaltungssystem unter der Haube.

Diese Lösungen bieten weitaus mehr Möglichkeiten, als herkömmliche „Bild-Viewer“. Dann gibt es noch die sogenannten Cloud-Lösungen, hier findet die Verwaltung online statt. Wer von unterwegs auf Bildbestände Zugriff benötigt, wird diese Lösung in die engere Wahl nehmen. Privatanwender sollten auf Online-Dienste lieber ver-

zichten. Hier spielt sicherlich eine gewisse Skepsis eine wesentliche Rolle.

Wie auch immer man sich entscheidet, bei der Auswahl eines Verwaltungssystems müssen in jedem Fall einige Fragen vorab geklärt werden. Welchen Umfang soll die Software / Online-Lösung bieten? Möchte man nur Verwalten oder auch Foto-Daten erfassen. Welche Kriterien müssen z.B. bei der Suchfunktion erfüllt werden, nach was sollen Bilder katalogisiert werden?

Hier stellen sich viele Fragen, die es zu klären gilt. Eine Berufsgruppe, die sehr viel mit Bildern zu tun hat, sind die Fotografen. Sie benötigen auf jeden Fall eine zuverlässige Lösung, die auch noch Jahre später am Markt vertreten ist und die Anwender mit Updates versorgt. Alleine dieser Aspekt trennt schnell die Spreu vom Weizen, was die Suche nach der passenden Software-Lösung angeht. Nicht zu unterschätzen ist auch die Zuverlässigkeit, externe Medien, wie auf DVDs oder Festplatten wiederzufinden.

Datenerfassung – der Arbeitsablauf

Eins kann man vorab schon sagen, das Erfassen von Fotos und deren Schlagwörtern erfordert eines ganz besonders, Disziplin. Das gilt für die Vergabe von Dateinamen für Fotos genauso wie für die Schlagwortvergabe bei jedem Bild. Zu aller erst müssen Fotos in die Verwaltungssoftware importiert werden. Dann sollte man alle Bilder so umbenennen, dass man nur unterschiedliche Namen erhält, kein Name darf doppelt sein. Zu den Arbeiten gehört auch, die Fotos zu bewerten und ja, auch das Löschen von Aufnahmen muss dann manch-mal sein. Gelöschte Bilder können in einem separaten Ordner für 2-3 Wochen gesichert, danach dann ganz gelöscht werden.

Anschließend müssen die Bilder mit Schlagworten versehen werden, und nicht vergessen – Speichern Sie des Öfteren den Katalog ab. Es gibt nichts Schlimmeres, als bei einem Ausfall des Rechners mit der Arbeit von neuem zu beginnen. Machen Sie auch immer Sicherheitskopien des Katalogs, dies ist nach jeder Erweiterung des Katalogs ohnehin nötig. Noch ein Tipp: Schauen Sie sich im

Professionelle Bilddatenbanken



Kostenlose Bilddatenbank

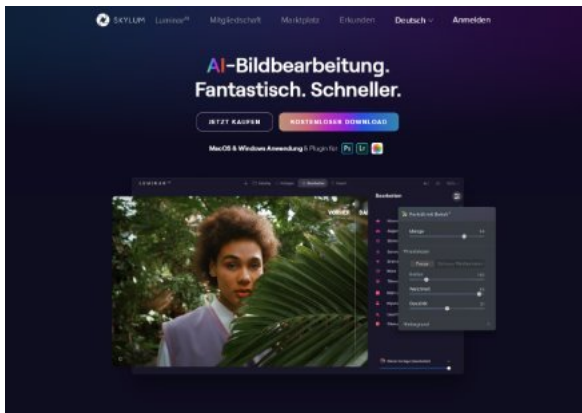


Internet nach einschlägigen Seiten für Fotografen um, auch Fachzeitschriften können weiterhelfen. Hier bekommt man viele Tipps vom Profi.

Welche Software für welchen Zweck?

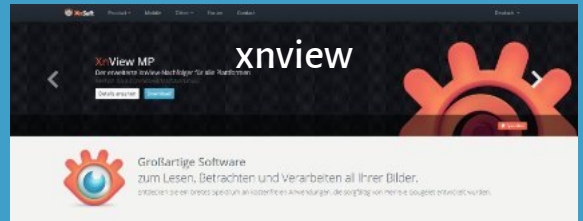
Man weiß es nie, aber wenn man nach einer langlebigen Software-Lösung sucht, ist Adobes LIGHTROOM in die engere Wahl mit einzubeziehen. Leider spricht das ABO-Modell von Adobe für viele Anwender dagegen. Eine mir bekannte Lösung aus der Vergangenheit ist FOTO-STATION, eine richtige Fotoverwaltung, leider nicht günstig zu haben. Bei der Suche gilt es auch abzuklären, ob man Fotos nur verwalten möchte oder ob eine Bildretusche mit integriert sein muss. Hier wäre Adobe Photoshop Elements für private Belange optimal, allerdings mit einer kleinen, vielleicht wichtigen Einschränkung – CMYK wird hier nicht unterstützt.

Im privaten und semiprofessionellen Bereich werden immer wieder die Programme XnView (Mac und Windows), der Fotomanager von MAGIX, ACDSee, ONOne Raw (Mac und Windows) oder Capture One genannt. Auch die Software SKYLUM LUMINAR (Mac und Windows) sollte man in die engere Wahl ziehen. Sie als Anwender müssen sich die vielen verschiedenen Angebote genau anschauen. Vielleicht brauchen Sie ja eine Lösung, die mit künstlicher Intelligenz Bildinhalte findet; hier könnte „Excire Foto“ (Mac und Windows) helfen.



Mein Tipp: Skylum Luminar AI mit KI-Bildretusche.

Software - Bildverwaltung



Der QR-Code

Medienübergreifende Verbindung

Der QR-Code ist eine feine Sache, wenn man Lesern einer gedruckten Werbung eine Verlinkung zur eigenen Website oder einem Video, zum Beispiel bei Youtube, ermöglicht. Damit bieten sich werbetechnisch viele weitere Möglichkeiten zur Kundenbindung an. All das gab es früher einfach nicht. Voraussetzung ist natürlich, dass der Anwender ein passendes Mobil-Telefon besitzt. So könnte man jemandem auf der Straße einen Flyer in die Hand drücken und ihm die Möglichkeit geben, an einem Online-Preisausschreiben teilzunehmen. Dieses Verfahren wurde im Jahr 1994 von der japanischen Firma DENSO WAVE entwickelt.

Möchte jemand für seine Belange so einen QR-Code entwickeln, kann ich die Internetseite von [qrcodemonkey](http://qrcodemonkey.com) empfehlen. Dort gibt man seine URL ein und über einen Button generiert man zuerst den Code, um ihn dann als Grafik (SVG, PDF, EPS, PNG) abzuspeichern. Dafür bezahlt man kein Geld. Die Größe des Codes ist ebenso einzustellen, wie die Farben und der Stil des Codes. Auch das Implementieren eines Logos ist möglich. Bei der Größenangabe (nur in Pixeln) muss man allerdings darauf achten, dass der Code für ein Druckmedium nicht zu klein oder zu groß wird. Die kleinste Größe kann man mit 200 x 200 Pixel wählen, die maximalen Angaben sind 2000 x 2000 Pixel.

Bei den Farbeinstellungen besteht die Möglichkeit, nur eine Vorder- und Hintergrundfarbe zu wählen oder Farben eines Verlaufs zu definieren. Möchte man ein eigenes Logo dazu laden, darf dieses maximal 2 MB groß sein. Es wird dann in der Mitte des QR-Codes platziert. In einer weiteren Auswahl stehen auch Logos von Youtube, Facebook und weiteren Diensten zur Verfügung. Die Arbeitsoberfläche kann man auf Deutsch einstellen. Ich finde, dass dies ein toller Service ist, auch deshalb, weil man nicht nur eine Webadresse eingeben kann, sondern

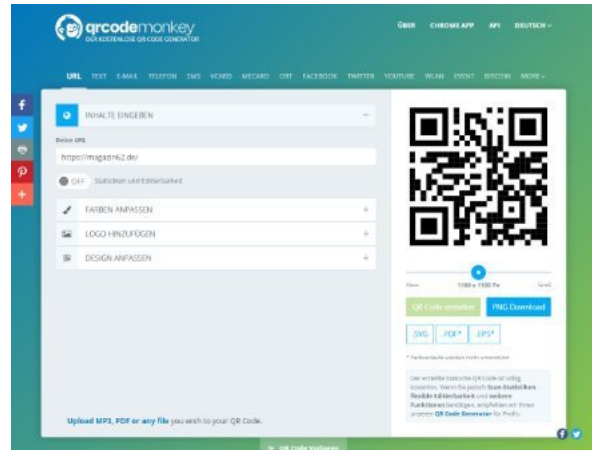


Abbildung: Die Website von [qrcodemonkey](http://qrcodemonkey.com).

den Code auch für E-Mails, Telefon, SMS und einige weitere Anbieter generieren kann. Wer mehr braucht, wie statistische Abfragen, kann sich für einen QR Code Generator anmelden und 14 Tage lang testen.

AIRBRUSH

STEP BY STEP

75

STEVE GIBSON

Bike Illustration in Grisaille-Technik

T-SHIRT SPECIAL

2 Schritt für Schritt Motive
& Business-Tipps von Pat Gaines

Einzigartige Sammlerstücke
Zippo-Art und 3D-Druck-Figuren

LIFESTYLE



TIGER SHIRT

INFORMATION - TIGER SHIRT

Wie oft Sie die Tiger-Striche nachmalen, hängt von der Luftdruckstärke ab. Je höher der Druck, desto mehr Luft strömt durch die Düse und desto mehr Farbe wird aufgetragen. Achten Sie auf eine gleichmäßige Luftzufuhr, um ein gleichmäßiges Ergebnis zu erzielen. Bei niedrigerem Druck wird die Farbe langsamer aufgetragen, was zu einem weichen, verwaschenem Effekt führt.

01 Schwärze Tigrisverflechtung

Die Schwärze ist ein Teil der Tigris-Striche. Sie wird durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Das Sieb filtert die Farbe und lässt nur die feinsten Partikel durch, die sich auf dem T-Shirt absetzen. Die Schwärze ist ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.

02 Struktur der Augen

Die Augen sind ein weiterer wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche. Sie werden durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Die Augen sind ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.



Beach

INFORMATION - BEACH

Die Beach-Striche sind ein weiterer wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche. Sie werden durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Die Beach-Striche sind ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.

01 Vorbereitungen

Die Vorbereitungen sind ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche. Sie werden durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Die Vorbereitungen sind ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.

02 Linien

Die Linien sind ein weiterer wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche. Sie werden durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Die Linien sind ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.

03 Hintergrund

Der Hintergrund ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche. Er wird durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Der Hintergrund ist ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.

04 Detailarbeiten

Die Detailarbeiten sind ein weiterer wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche. Sie werden durch ein feines Sieb in der Düse des Airbrushes erzeugt. Die Detailarbeiten sind ein wichtiger Bestandteil der Tigris-Striche und verleiht ihnen ein realistisches Aussehen.



<http://airbrush-magazin.de/>

Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von Georg Walter • Steinackerstraße 12
53797 Lohmar/Rheinland • E-Mail: gewa62@web.de • Website: magazin62.de
Zu den Drittanbietern in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

Serif™ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.
Sämtliche Grafiken auf der letzten Seite unterliegen dem Copyright
und dürfen ohne Einwilligung von Roger Hassler nicht verwendet werden.

M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

7

AFFINITY DESIGNER
GRUNDLAGEN





Willkommen

Als Anwender kann man mit dem Affinity Designer Grafiken, Logos, Zeichnungen und Internetinhalte gestalten. Dabei lässt das Programm in der derzeitigen Version kaum Wünsche offen. Wer ein Zeichen-Tablett besitzt, kann sich sogar seine eigenen digitalen Comic-Welten schaffen. Ich möchte mit diesem Magazin gerade Neueinsteigern die Grundlagen des Programms etwas näher bringen.

Wer sich intensiv mit den vielfältigen Möglichkeiten des Designers beschäftigt, wird als Anwender mit einer Software belohnt, die einem dabei hilft, die eigenen Ideen umzusetzen. Voraussetzung ist immer, dass man sich die Funktionen der Software erarbeitet, nur so wird man seine Wünsche umsetzen können. Nicht selten wird man dabei feststellen, dass z.B. die Kombination mit mehreren Werkzeugen ganz neue Möglichkeiten bieten. Zeichnen Sie einmal mit dem „Vektorpinsel“ eine beliebige geschlossene Form, lassen Sie diese Form markiert und gehen Sie dann in das Panel „Pinsel“.

Wenn Sie dort einen Pinsel wählen, wird er auf die markierte Form angewendet. Über das Panel „Kontur“ können Sie hier auch die Strichstärke beeinflussen. Sie werden schnell erkennen, welche Werkzeug-Kombinationen zum Ziel führen. Am Anfang sollten Sie aber unbedingt eines mitbringen, Geduld. Wie sagt es der Volksmund: „Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen“.

Inhalt dieser Ausgabe

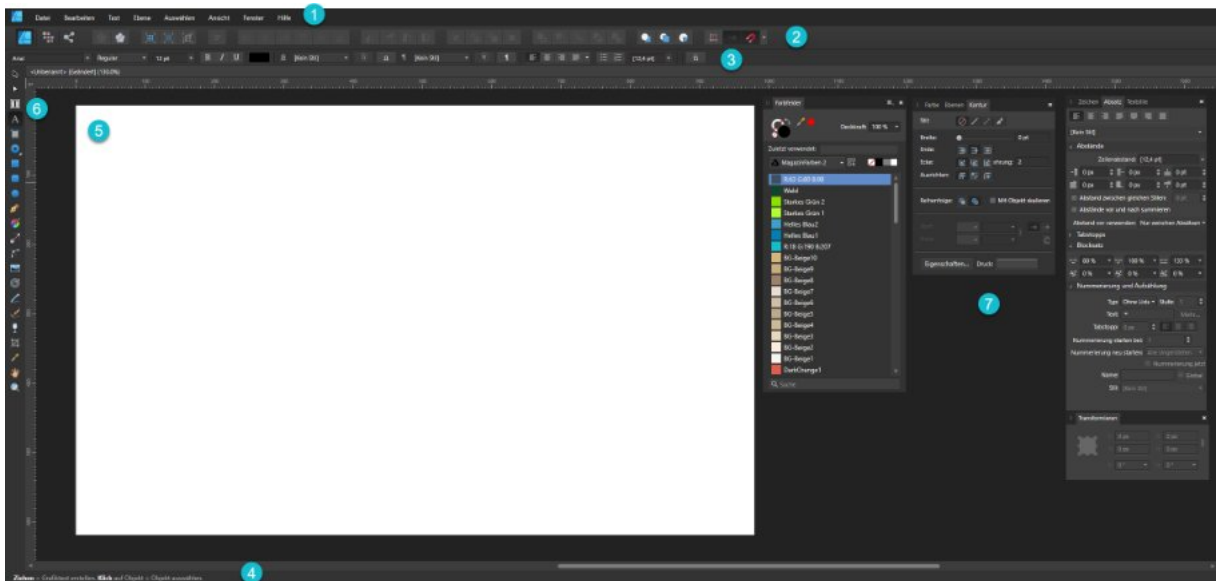
Die Programmoberfläche	Seite 03
Ein neues Dokument erstellen	Seite 05
Das Lineal & Zoomen	Seite 07
Arbeiten mit Paneln	Seite 08
Hilfslinien	Seite 10
Die Werkzeugleiste	Seite 11
Arbeiten mit dem Zeichenstift	Seite 12
Formen, Farben und Konturen	Seite 14
Formen verändern	Seite 16
Farbverläufe	Seite 17
Arbeiten mit Text	Seite 18
Arbeiten mit Ebenen	Seite 20
Verketten von Ringen	Seite 22
Schrift mit Grafik füllen	Seite 23
Die Ausgabe von Grafiken	Seite 24

Impressum

MAGAZIN62: Digitale Ausgabe. Herausgegeben von
Georg Walter · Steinackerstraße 12, 53797 Lohmar
E-Mail: gewa62@web.de · **Website:** magazin62.de

Serif“ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd. Sämtliche Grafiken in diesem Magazin unterliegen dem Copyright und dürfen ohne meine Einwilligung nicht verwendet werden.

DIE PROGRAMMOBERFLÄCHE



Nach dem Start des Designers sieht man die Programm-Oberfläche des Programms. Diese unterteilt sich in folgende Bereiche:

- 1 **Das Hauptmenü** - Hier hat man Zugriff auf die wichtigsten Befehle des Programms
- 2 **Die Menüleiste** - Hier findet man Symbole für wichtige Programm-Funktionen für einen schnelleren Zugriff, als über das Hauptmenü
- 3 **Die Kontextleiste** - Diese Leiste ändert ihr Aussehen je nachdem welches Werkzeug man gewählt hat. Die dann sichtbaren Symbole geben die Funktionsmöglichkeiten des gewählten Werkzeugs wieder.
- 4 **Die Infoliste** - Hier werden je nach gewähltem Werkzeug weitere Informationen angezeigt.
- 5 **Das Dokumentfenster** - Hier wird die Arbeitsfläche des Dokuments angezeigt.
- 6 **Die Werkzeugleiste** - Hier stehen viele Werkzeuge für die unterschiedlichsten Aufgaben des Designers zur Verfügung.
- 7 **Die Studio-Panels** - Über diese "Panels" steuert man den Zustand eines Grafikobjekts. Man kann Farben

zuordnen, Text formatieren oder im "Ebenen-Panel" Objekte auf der Arbeitsfläche anordnen.

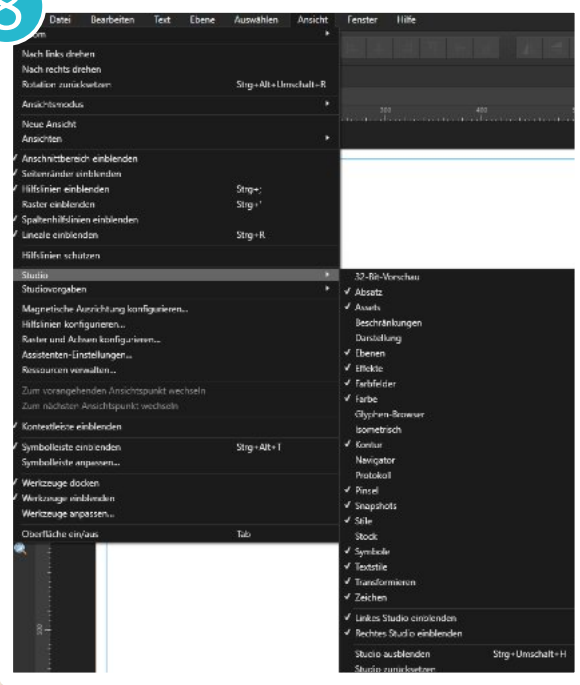
Wo findet man die einzelnen Panels?

Über das Menü "**Ansicht - Studio**" (8) kann man einzelne Panels auf die Arbeitsoberfläche des Designers bringen. Hier sollte man nur die nötigsten aktivieren, sonst wird der Platz auf der Oberfläche zu voll. Man kann sich seine Panels aber auch so organisieren, dass sie am linken und/oder rechten Rand "angedockt" werden. Für das **Andocken** (9) eines Panels klickt man mit der linken Mouse-Taste auf den Namen des Panels und zieht ihn einfach an den gewünschten Rand. Erscheint ein blauer Streifen, kann man die Mouse loslassen.

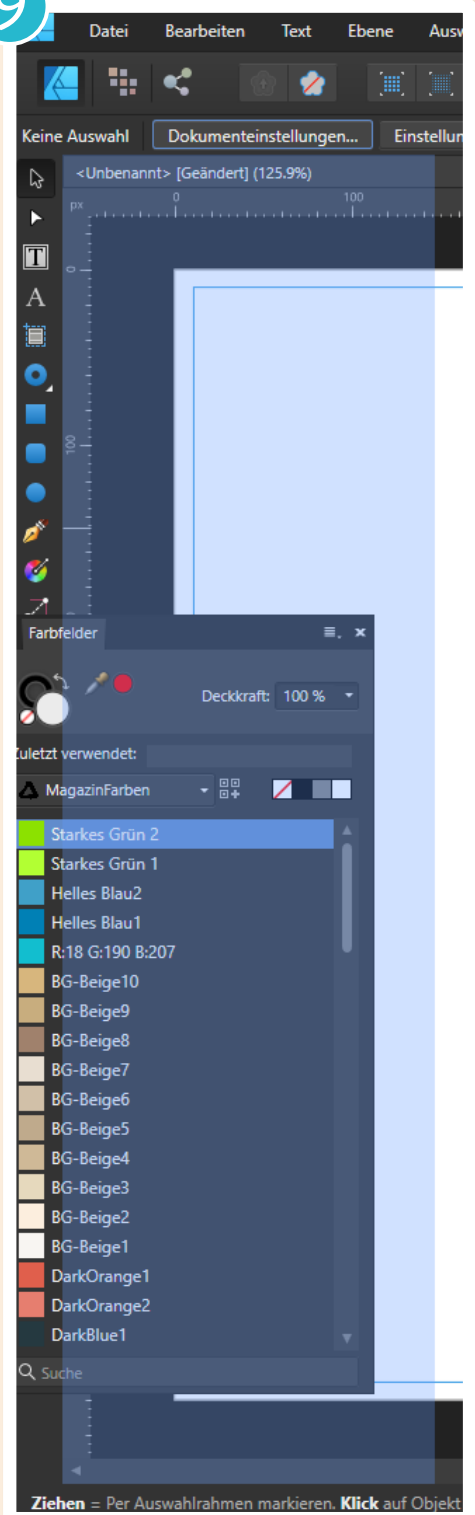
Anordnen und Vorgabe speichern

Damit man beim nächsten Start des Designers wieder die selbe Anordnung der Panels vorfindet, kann man die Anordnung speichern. Dies erreicht man über das Menü "**Ansicht - Studiovorgaben - Vorgabe hinzufügen**" (10). Es öffnet sich ein kleines Menü, hier gibt man einen passenden Namen ein.

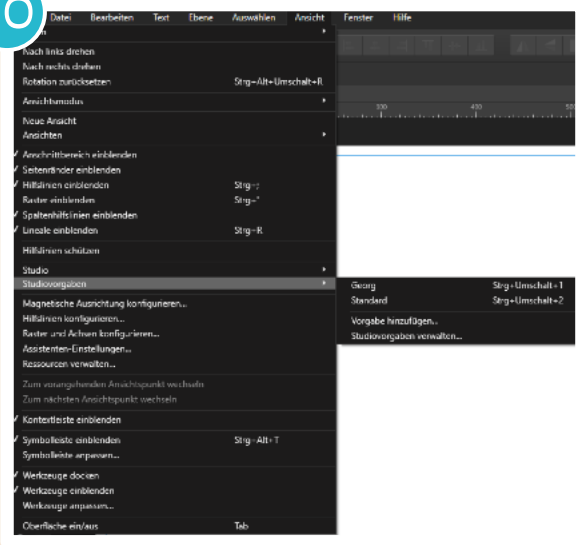
8



9



10



Ziehen = Per Auswahlrahmen markieren. Klick auf Objekt

EIN NEUES DOKUMENT ERSTELLEN

Über den Menüpunkt **DATEI - NEU (1)** kann man im Affinity Designer ein neues Dokument anlegen. Erschrecken Sie nicht, wenn das Dialogfeld für die Einstellungen geöffnet wird. Das **Dialogfeld (2)** zeigt oben links zwei Auswahlmöglichkeiten an. Über das Symbol "Vorgaben" kann man viele unterschiedliche Dokumente wählen, die im Designer schon voreingestellt sind. Über das Symbol "Vorlagen" können eigene, abgespeicherte Vorlagen ausgewählt werden. Unter "Vorgaben" findet man verschiedene Dokumente, in Kategorien unterteilt. Hat man sich für eine Kategorie entschieden, findet man im unteren Bereich bereits angelegte Dokumente. Auf der rechten Seite des Dialogfelds werden sämtliche Einstellungen zu einem gewählten Dokument aufgeführt.

Welches Dokument möchten Sie neu anlegen?

Im Dialogfeld zum Anlegen eines neuen Dokuments hat der Anwender viele verschiedene Möglichkeiten. Bevor man hier die korrekten Einstellungen macht, sollte man wissen, wofür das Dokument benötigt wird. Ich möchte hier auf die beiden meist genutzten Vorgaben eingehen. Bei den Einstellungen der Kategorie "Druckerei-fertig" wird eine Bild-Verknüpfung bevorzugt und das Farbformat steht auf CMYK/8 mit einem anderen Farbprofil. Diese Einstellung ist für Druckerzeugnisse geeignet.

Bei den Einstellungen der Kategorie "Web" werden Bilder bevorzugt in das Dokument eingebettet und das Farbformat steht auf RGB/8 mit dem Farbprofil sRGB IEC61966-2.2. Außerdem ist zu empfehlen, die Einstellungen der Kategorie "Drucken" dann einzusetzen, wenn man z. B. eine PDF-Datei NUR für das Online-Lesen gestalten möchte. Für Dokument, die in einer Druckerei gedruckt werden sollen, empfiehlt sich die Kategorie "Druckerei-fertig", weil hier das CMYK/8 - Farbformat schon voreingestellt ist.

Kategorie - Foto: Hier findet man voreingestellte Dokumente um mit Fotos zu arbeiten. Da es sich bei den Größenangaben der Dokumente um das englische Längenmaß "inch" (inch steht für die Einheit Zoll) handelt, wäre es sinnvoll, eigene Vorlagen zu erstellen.

Kategorie - Geräte: Hier findet man Dokumente zur Ausgabe auf iPad, iPhone, Apple Watch, Nexus.

Kategorie - Architektur: Hier wurden Dokumente angelegt, die sich an Architekturplänen orientieren.

Was bedeutet "eingebettet" und "verknüpft"?

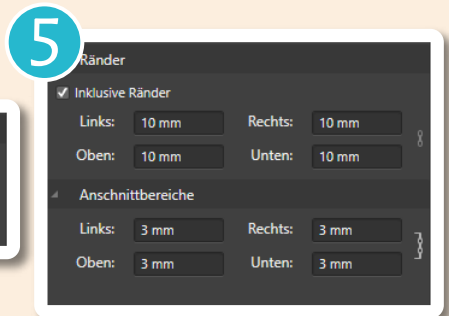
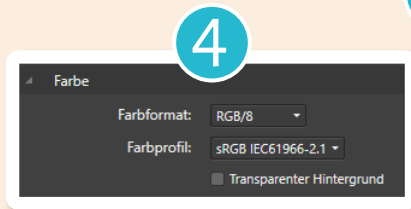
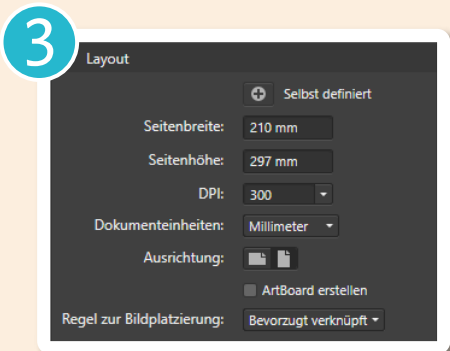
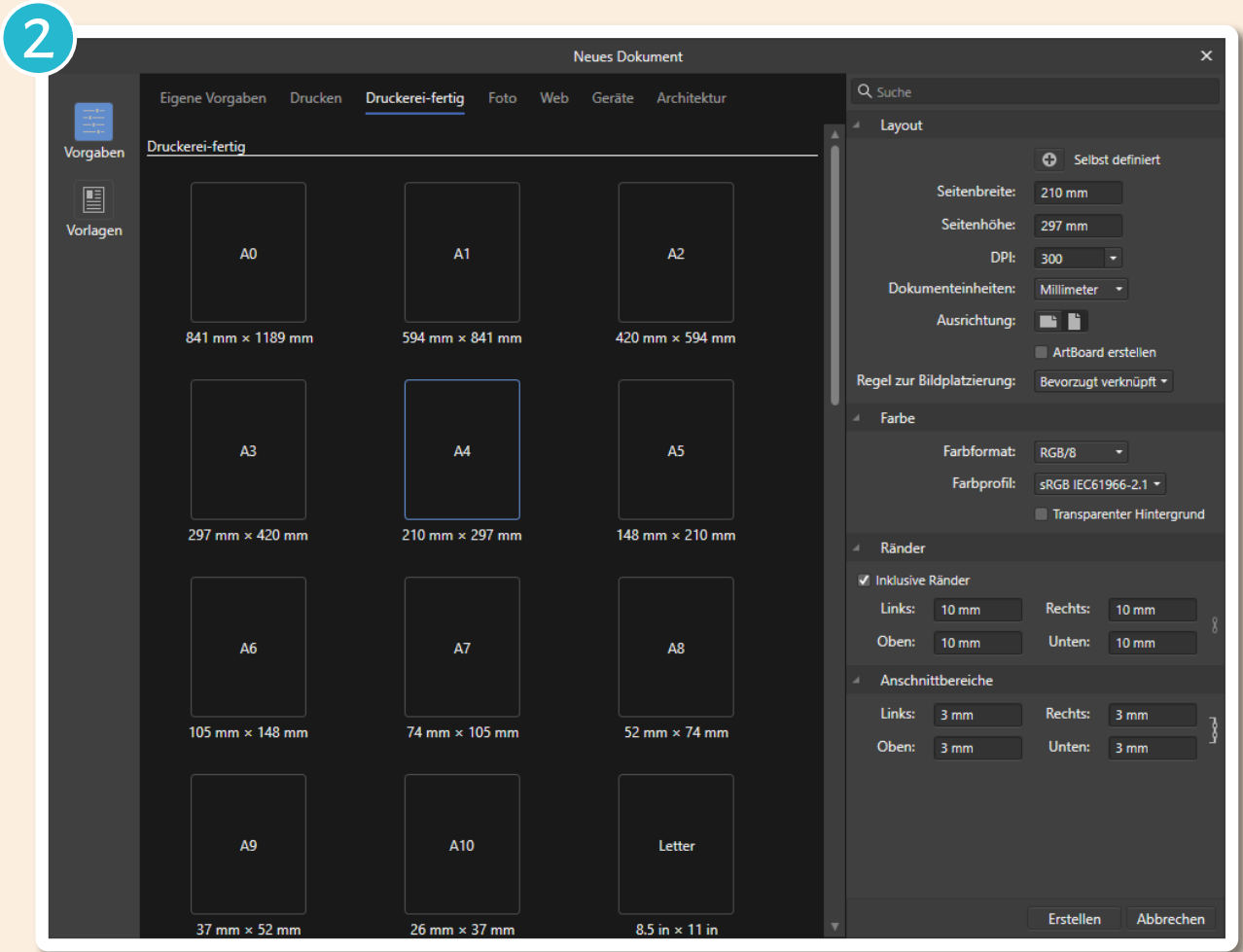
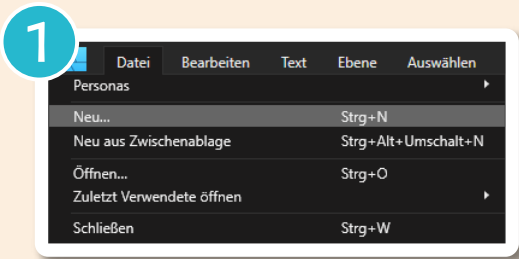
Beim "Einbetten" werden Bilder, die man verwendet, gemeinsam mit dem Dokument abgespeichert. Dadurch kann die Größe der Datei stark anwachsen. Beim "Verknüpfen" werden Bilder zwar im Dokument angezeigt, die Originale werden aber erst beim Exportieren benutzt. Man arbeitet hier also quasi mit einer "Vorabansicht eines Bildes".

Die einzelnen Einstellungen

1. Layout (3) - Hier gibt man die Abmessungen für ein Dokument an, die Auflösung, die Einheit mit der man arbeiten möchte, die Ausrichtung und die Art und Weise, wie Bilder gehandhabt werden sollen.

2. Farbe (4) - Hier stellt man das Farbmodell ein, mit dem das Dokument später ausgegeben werden soll.

3. Ränder und Anschnitt (5) - Hier kann man für ein Dokument die Ränder angeben. Entweder für alle 4 Richtungen gleich oder unterschiedlich. Möchte man gleiche Werte verwenden, kann man auf der rechten Seite das "Kettensymbol" anklicken, gibt man in ein Feld dann eine Zahl ein, wird das auf alle Felder übertragen. Der Anschnittbereich ist für Dokumente wichtig, die in einer Druckerei verarbeitet werden. Meist gibt man hier 2mm oder 3mm an. Der Anschnitt (auch Beschnitt genannt) bezeichnet die Bereiche eines Dokuments, die beim Zuschneiden in der Druckerei abgeschnitten werden.



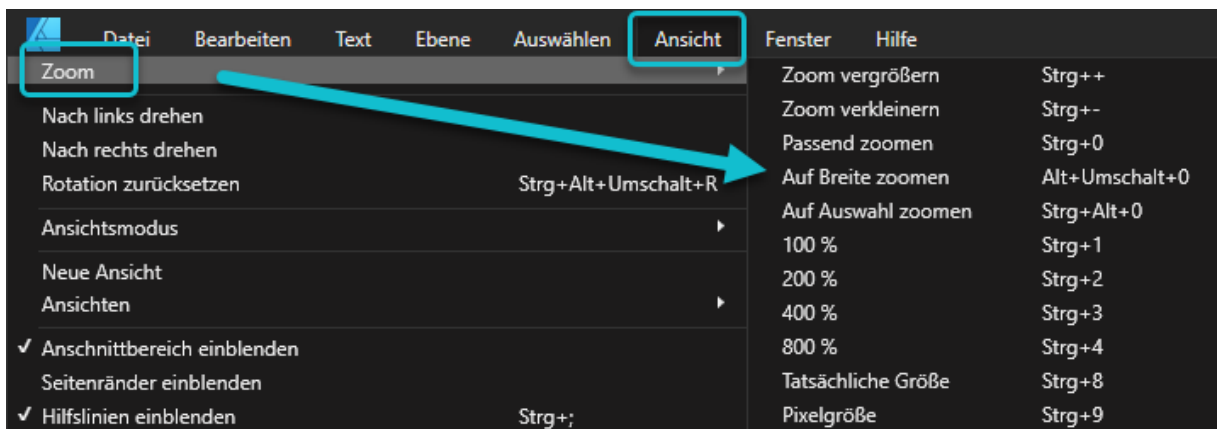
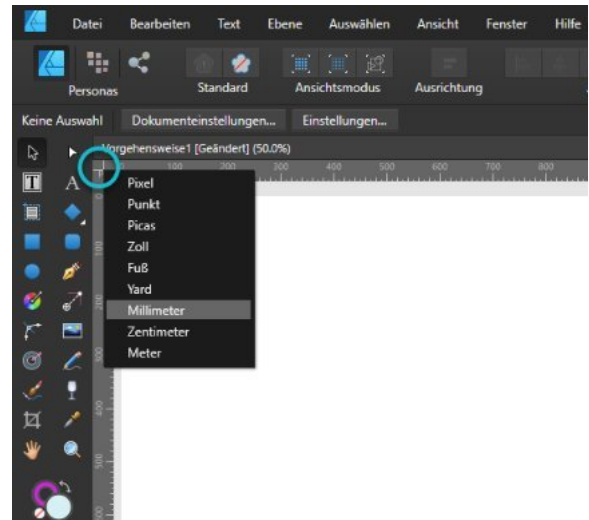
DAS LINEAL, ZOOMEN IM DOKUMENT

Das Lineal

Zur optimalen Anordnung von Objekten ist das LINEAL unbedingt einzuschalten. Dies geschieht über das Menü ANSICHT-LINEALE EINBLENDEN.

Möchte man die Einheit der LINEALE ändern, klickt man mit der RECHTEN MOUSE-Taste oben links, wo sich beide Lineale treffen. Nun kann man die Einheit frei wählen.

Bei Dokumenten, die für das Internet vorgesehen sind sollte man die Einheit PIXEL wählen. Für Dokumente, die man drucken lassen möchte sind MILLIMETER oder ZENTIMETER sinnvoll.



Zoomen im Dokument

In einem Affinity-Designer Dokument kann man Seiteninhalte vergrößern, indem man in das Dokument hinein-zoomt. Die Zoom-Möglichkeiten erreicht man über das Menü ANSICHT-ZOOM. Ich kann nur empfehlen, sich einige der Tastenkombinationen zu merken, denn so bewegt man sich viel schneller durch das Dokument und deren Inhalte.

ARBEITEN MIT PANELN

Die sogenannten „Panels“ sind mit den „Werkzeugen“ das Herzstück des Designers. Man wählt ein Werkzeug aus und kann die Einstellungen des Werkzeugs mit den Panels steuern. Sie wählen z.B. das Werkzeug „Rechteck“ und können diesem über das Panel „Farbfelder“ eine Farbe zuordnen. Für diese Veränderungen muss ein Objekt immer markiert sein.

Welche Panels sollten unbedingt eingeschaltet sein.

Viele Einstellungen im Designer hängen von der Arbeit ab, die man ausführen möchte. Wer zum Beispiel nicht mit Text arbeitet, braucht sich die Panels ZEICHEN, ABSATZ UND TEXTSTILE nicht anzeigen zu lassen. Wer keine Fotos von anderen Anbietern benötigt, kann das Panel STOCK abschalten.

Auf jeden Fall werden die Panels FARBFELDER, FARBE, KONTUR, EBENEN und TRANSFORMIEREN benötigt. Zusätzlich, wenn gewünscht, die oben erwähnten Panels für die Formatierung von Texten.

ABSATZ: Hier werden Textabsätze formatiert, Abstände von Absätzen festgelegt, Texteinzüge bestimmt und der Textfluss formatiert.

EBENEN: Besteht ein Objekt aus mehreren Teilen, wird im Panel jedes einzelne Teil angezeigt.

FARBE: Im Panel können neue Farben erstellt sowie einem Objekt eine Farbe zugeordnet werden. Hier steuert man auch die Deckkraft einer Farbe.

FARBFELDER: Dieses Panel steuert alles, was mit Farben zu tun hat. Es können Farb-Paletten erstellt, verändert, abgespeichert und wieder gelöscht werden.

KONTUR: Hier werden Eigenschaften von Linien, Umrisslinien und Kurven verwaltet.

NAVIGATOR: Mit dem Navigator kann man in das aktuelle Dokument hineinzoomen und Bereiche detaillierter anzeigen.

TEXTSTILE: Hier hat man Zugriff auf alle Formatvorlagen, man kann sie löschen oder neue anlegen.

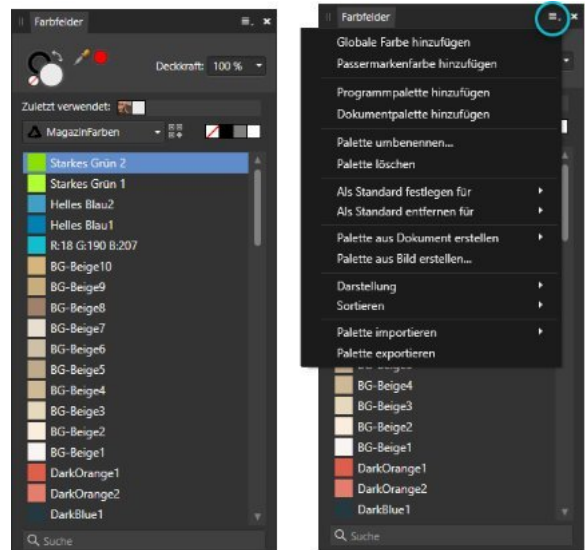
TRANSFORMIEREN: Über dieses Panel steuert man per Zahleneingabe die Größe von Objekten, die Neigung eines Objekts oder die Rotation eines Objekts.

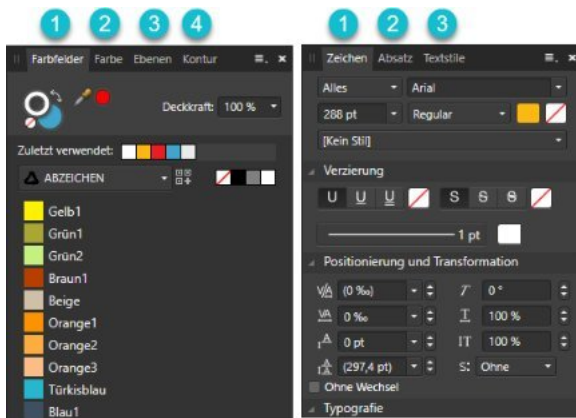
ZEICHEN: Dieses Panel ermöglicht das Formatieren von Zeichen, Wörtern und Sätzen.

Weitere Einstellungen eines Panels

Mit wenigen Ausnahmen kann man in einem Panel weitere Einstellungen vornehmen. Das sieht man anhand eines kleinen Dokumenten-Symbols am rechten oberen Rand des Panels.

Klickt man darauf, wird ein Menü sichtbar. Hier kann man weitere Einstellungen vornehmen. So kann man z.B. im Panel FARBFELDER Farb-Paletten umbenennen, löschen, importieren oder exportieren. Näheres dazu im Bereich "Arbeiten mit Farben".

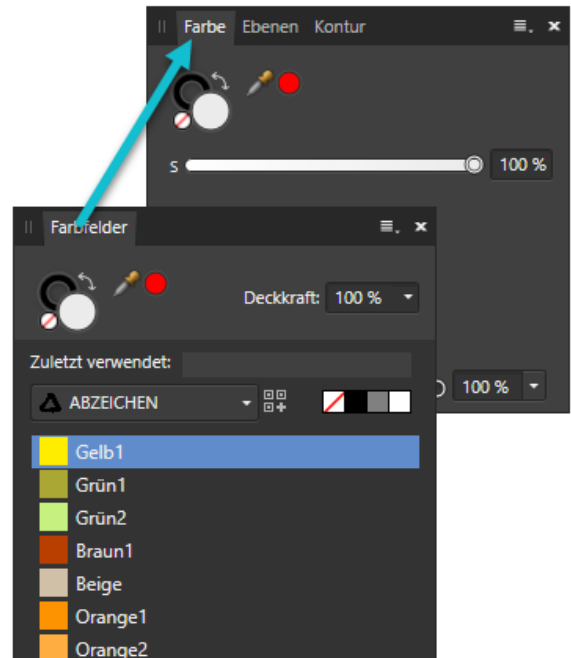




Das Gruppieren und Anordnen mehrerer Panel

Panel kann man auf einfache Weise in Gruppen zusammennehmen. Jeder Reiter kann an einen anderen "angedockt" werden. So spart man auf dem Bildschirm viel Platz.

In der Abbildung ist zu sehen, dass links die Panels FARBFELDER (1), FARBE (2), EBENEN (3) und KONTUR (4) zu einer Panel-Einheit zusammengekommen wurden. Rechts sieht man, dass eine weitere Einheit aus den Panels ZEICHEN (1), ABSATZ (2) und TEXTSTILE (3) besteht.

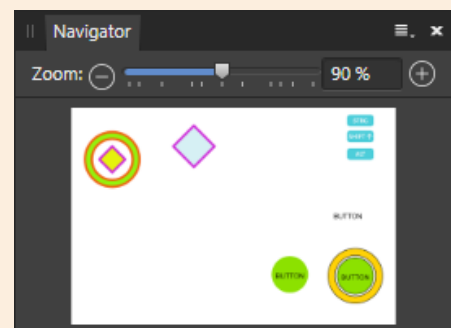


Um einen Panel mit in die Panel-Einheit aufzunehmen, klicken Sie mit der linken Mouse-Taste auf den REITER des PANELS, halten Sie die Mouse gedrückt und schieben sie den Panel neben einen anderen Panel auf die Höhe des Panel-Namens.

TIPPS ZUM NAVIGIEREN IN EINEM DOKUMENT

Nicht selten muss man sich in einem Dokument zu einer anderen Stelle bewegen. Wer sich mit dem Navigator anfreunden kann, wird sicherlich diesen Weg wählen. Wenn keine Form, Grafik oder Text ausgewählt ist, kann man mit dem Buchstaben „Z“ auf der Tastatur eine **Lupe** aktivieren und in einen Bereich hineinzoomen. Dazu zieht man die linke MOUSE-Taste nach unten rechts. Wenn man die linke MOUSE-Taste nicht loslässt, kann man auch wieder zurückzoomen. Ziehen Sie die linke MOUSE-Taste nach oben links.

Sie können aber auch auf die Gesamtansicht des Dokuments zurückgehen. Drücken Sie hier die Tastenkombination **STRG+o (Null)**. Möchten Sie sich im Dokument frei bewegen, dann drücken Sie die **LEERTASTE** und halten Sie sie gedrückt – es erscheint ein **Hand-Symbol** und man kann sich nun mit der MOUSE frei bewegen.



Im Navigator kann man sich durch ein Dokument bewegen. Entweder über den Zoom-Balken oder mit MOUSE-Bewegungen innerhalb des sichtbaren weißen Bereiches.

HILFSLINIEN

Zur optimalen Positionierung von Elementen wie Objekten oder Textrahmen kann man im Hintergrund eines Dokuments HILFSLINIEN anzeigen lassen.

Im Bild (1) sehen Sie, dass im Hintergrund des Dokument 3 Hilfslinien angezeigt werden. Diese Linien kann man vorab in das Dokument "ziehen", in dem man mit der MOUSE auf ein Lineal (oben oder links) geht, die linke MOUSE-Taste gedrückt hält und die MOUSE nach unten oder rechts "zieht". Man kann also über die Lineale Hilfslinien in das Dokument "ziehen".

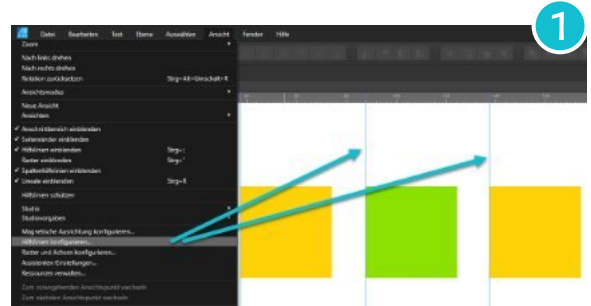


Abbildung: Hilfslinien konfigurieren im Menü ANSICHT

Hilfslinien anpassen

Gehen Sie dazu ins Menü ANSICHT - HILFSLINIEN KONFIGURIEREN. Im Dialogfeld (2) findet man auf der linken Seite die Einstellungen für die Hilfslinien. Mit einem Doppelklick auf einen Eintrag kann man die Position der Linie ändern. Wird eine Linie nicht mehr benötigt, markiert man sie und klickt auf das Papierkorb-Symbol.

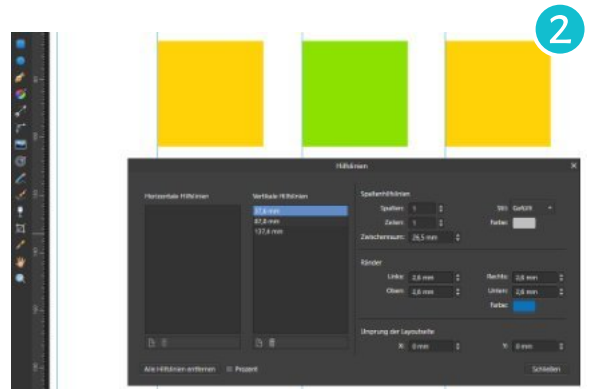


Abbildung: Dialog für das Festlegen von Hilfslinien

Gleichmäßige Spaltenhilfslinien

Möchte man im Dokument gleiche Linienabstände zur Positionierung von Elementen, benutzt man im Dialogfeld die Einstellungen auf der rechten Seite (3). Hier kann man die Menge von Spalten- und Zeilenlinien festlegen. Dies ist z.B. sehr hilfreich, wenn man mehrere Elemente mit gleichen Abständen platzieren möchte. Über den "Stil" kann man festlegen, ob im Dokument Linien (Umriss) oder Flächen (Gefüllt) dargestellt werden sollen.

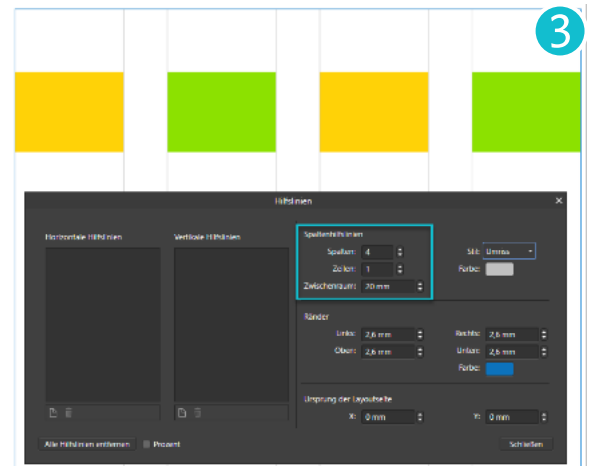
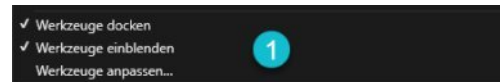


Abbildung: Dialog für das Festlegen von Spaltenhilfslinien

Hier empfehle ich LINIEN, da man im Designer ja oft mit grafischen Elementen arbeitet. Da stören meist gefüllte Spaltenhilfslinien. Die Werte bei den Rändern wurden von den Einstellungen des Dokuments übernommen und sollten nicht geändert werden. Dies gilt auch für die X- und Y-Werte des Ursprungs der Lineale, den das bedeuten die Werte unter "Ursprung der Layoutseite".

DIE WERKZEUGLEISTE



Ein Herzstück im Designer ist die Werkzeugleiste. Sie finden sie am linken Rand der Designer-Oberfläche. In dieser Leiste sind alle relevanten Elemente wie Formen, Text-Tools und Tools zum Verändern einer Grafik zusammengekommen. Wundern Sie sich nicht, wenn diese Werkzeugleiste bei Ihrem Designer vielleicht etwas anders aussieht, man kann sie nämlich anpassen.

Anpassen der Werkzeugleiste

Um die Elemente in der Werkzeugleiste nach eigenen Wünschen zu organisieren, muss man zuerst im Menü ANSICHT die Leiste „freischalten“ – mit Werkzeugleiste docken (1). Dann geht man erneut in das Menü ANSICHT und wählt nun „Werkzeugleiste anpassen“. Es erscheint ein neues Menü mit allen vorhandenen Elementen (2). Ziehen Sie nun aus der Leiste links Elemente, die Sie nicht benötigen, nach rechts in die Sammlung hinein. Umgekehrt zieht man benötigte Elemente aus der Sammlung rechts auf die linke Seite.

Jederzeit kann man die Elemente in der Werkzeugleiste umsortieren – ziehen Sie das gewünschte Element einfach an die gewünschte Stelle. Am unteren Rand kann man sich noch für die Anzahl der Spalten entscheiden. Wenn Sie einen kleinen Monitor besitzen, würde 1 Spalte Sinn machen. Somit verschwendet man keinen unnötigen Platz in der Designer-Oberfläche.

ARBEITEN MIT DEM ZEICHENSTIFT

Mit dem Werkzeug **Zeichenstift** können nicht nur Linien gezeichnet werden, sondern auch komplett neue Formen, indem man mit mehreren Klicks auf der Arbeitsfläche Punkte setzt und den letzten Punkt wieder auf den aller ersten setzt. **Das Knotenwerkzeug:** Mit diesem Werkzeug können einzelne Knoten von Linien



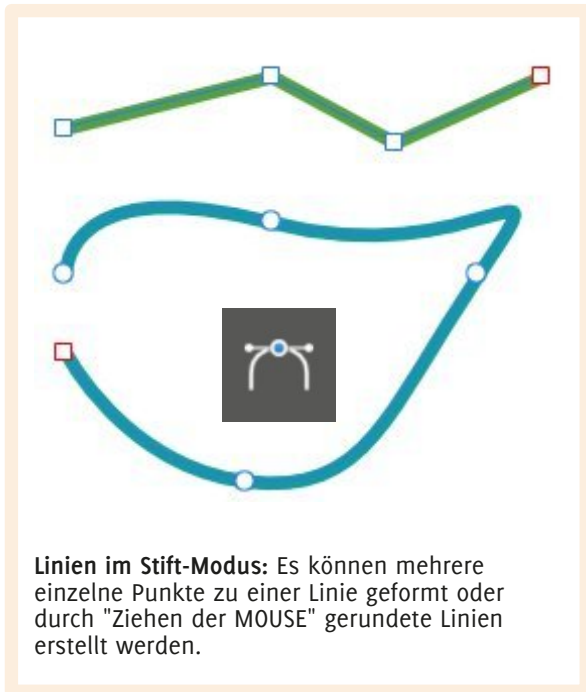
Abbildungen: Links das Symbol für „Zeichenstift“, rechts das „Knotenwerkzeug“

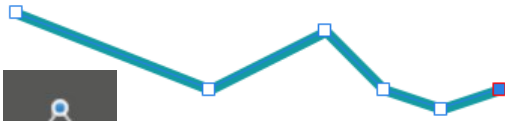
und Formen bearbeitet werden. Die Art der Linien, die man zeichnen möchte, kann mittels vier verschiedener Standardmodi gewählt werden. Wenn man das Werkzeug "Zeichenstift" gewählt hat, kann man diese Modi in der Menüleiste einstellen. Dazu werden mehrere Symbole angezeigt.



Abbildung: Die verschiedenen Modi zum Zeichnen von Linien. Die linke Gruppe sind die Standardmodi, die rechte Gruppe sind die erweiterten Modi.

Die Standard-Modi





Linie im Polygon-Modus: In diesem Modus können gerade Linien durch mehrere Punkte gezeichnet werden.



Linie im Linien-Modus: In diesem Modus wird eine Linie nur durch zwei Punkte gezogen, den Anfangs- und Endpunkt.

Die Erweiterten Modi



Mit Hilfe dreier weiterer Symbole kann man die Arbeit mit den Linien kombinieren.

(1) Auswahl beim Erstellen von Kurven übernehmen: Kurven, die gezeichnet wurden, bleiben ausgewählt und man kann weitere Kurven dazunehmen.

(2) Neue Kurve zu ausgewähltem Kurvenobjekt hinzufügen: Es werden zusätzliche Kurven auf der Ebene der ersten Kurve erstellt. Um mehrere Kurven auf separaten Ebenen zu zeichnen, wählt man im Menü EBENEN - GEOMETRIE - KURVEN SEPARIEREN.

(3) Gummibandmodus: In diesem Modus wird das Linien-Segment, das als nächstes gezeichnet werden soll, als Vorschau eingeblendet.

Zeichnen weiterer Punkte bei einem Linien-Objekt: Möchte man zu einem späteren Zeitpunkt eine Linien-Konstruktion mit weiteren Punkten versehen, wählt man das Objekt aus, wählt dann das KNOTENWERKZEUG und markiert den Punkt, ab dem weiter gezeichnet werden soll. Jetzt kann mit Hilfe des ZEICHENSTIFTS das Linien-Objekt vollendet werden.

Ein Linien-Objekt schließen, um eine Form daraus zu machen: Um ein Linien-Objekt zu schließen, gibt es zwei Möglichkeiten:

1. Bei markiertem Objekt wählt man das Werkzeug ZEICHENSTIFT und klickt vom letzten Knoten aus auf den ersten Knoten des Objekts.

2. Bei markiertem Objekt wählt man das Werkzeug ZEICHENSTIFT und klickt oben in der Menüleiste bei AKTION auf das 2. Symbol von links (Kurve schließen).

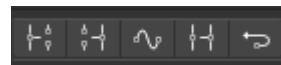


Abbildung: Aktions-Symbole für Linien-Operationen

FORMEN, FARBEN UND KONTUREN

Als kleine Übung möchte ich Ihnen hier zeigen, wie man mehrere Einstellungen auf ein grafisches Vektorobjekt (Form) anwendet. Sie werden einen Ring zeichnen, diesen anpassen und ihm dann eine Farbe und eine Kontur geben.

Einen Ring zeichnen

Gehen Sie mit der MOUSE ganz links auf die Werkzeug-Palette (1). Dort finden Sie mehrere Formen wie Viereck oder Ellipse. Eines der Symbole hat in der rechten unteren Ecke ein kleines weißes Dreieck. Dieses kleine Symbol zeigt Ihnen, dass darunter weitere Werkzeuge versteckt sind. Suchen Sie nun das Werkzeug „Ring“ und markieren Sie es. Klicken Sie nun mit der linken MOUSE-Taste ins Dokument, halten Sie die MOUSE-Taste gedrückt und ziehen Sie sie nach rechts weg. Es wird nun ein Ring gezeichnet. Wenn Ihnen die Größe ausreicht, lassen Sie die MOUSE-Taste los.

Das Loch im Ring vergrößern/verkleinern

Es gibt einige Formen, die haben kleine orangene Punkte in ihrer Form. Mit diesen Punkten kann man die Form verändern. Wenn Sie diese Formen anpassen möchten, muss diese in der Werkzeugleiste markiert (ausgewählt) sein. Nur dann sieht man diese Punkte und kann sie anpassen. Gehen Sie mit der MOUSE nun in den Ring, halten Sie die linke MOUSE-Taste gedrückt und ziehen Sie den unteren Punkt (2) nach links unten. Das Loch des Ringes vergrößert sich.

Die Form des Ringes verändern

In der Ring-Form gibt es einen weiteren orangenen Punkt (3). Mit diesem kann man den Ring „aufbrechen“. Hier können Sie gerne einmal etwas mit dieser Einstellung spielen.

Der Ring bekommt eine andere Farbe

Schauen Sie auf der Oberfläche nach, ob Sie ein Panel FARBFELDER finden. Wenn nicht, können Sie dieses

Panel über das Menü „ANSICHT – STUDIO“ zuschalten. Markieren Sie den Ring mit der linken MOUSE-Taste. Nach der Installation des Designers werden einige Standardfarben mit installiert. Farben sind in Farbpaletten organisiert und diese Paletten findet man im Panel FARBFELDER.

Hier gilt es Folgendes zu beachten. In der Ansicht (4) sehen Sie unter Punkt (1) einen Farbkreis und dahinter einen Ring. Das ist ein „Umschalter“. Wenn Sie mit der MOUSE auf den Ring klicken, kommt dieser nach vorne. Klicken Sie wieder auf den gefüllten Kreis, kommt dieser nach vorne.

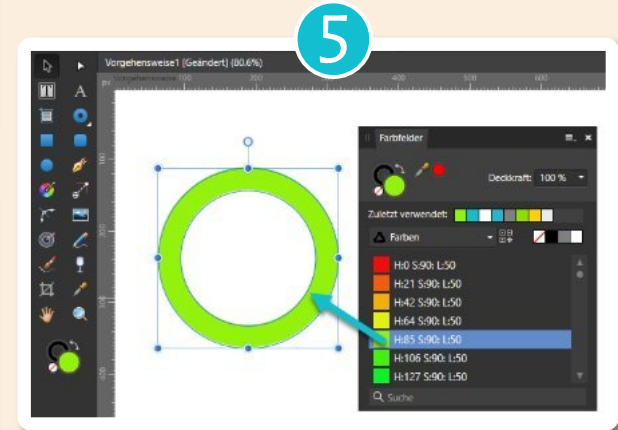
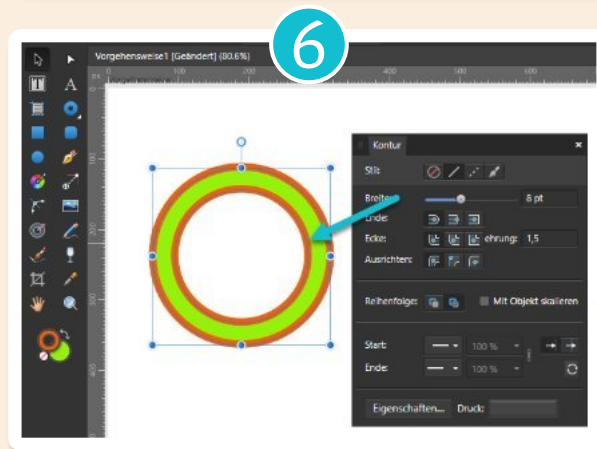
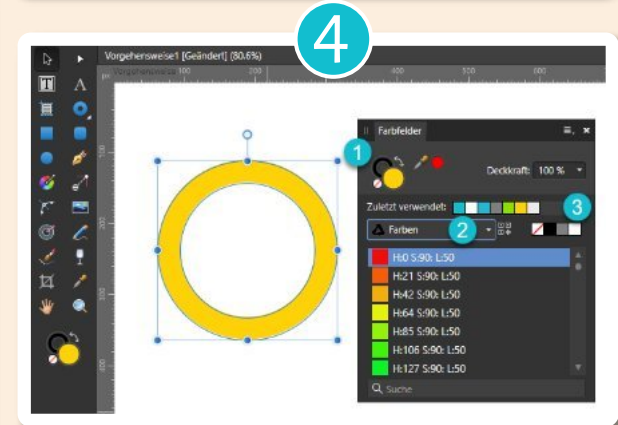
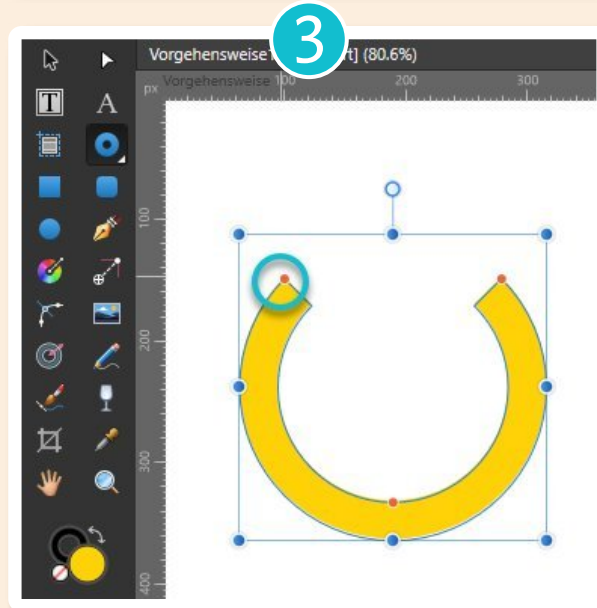
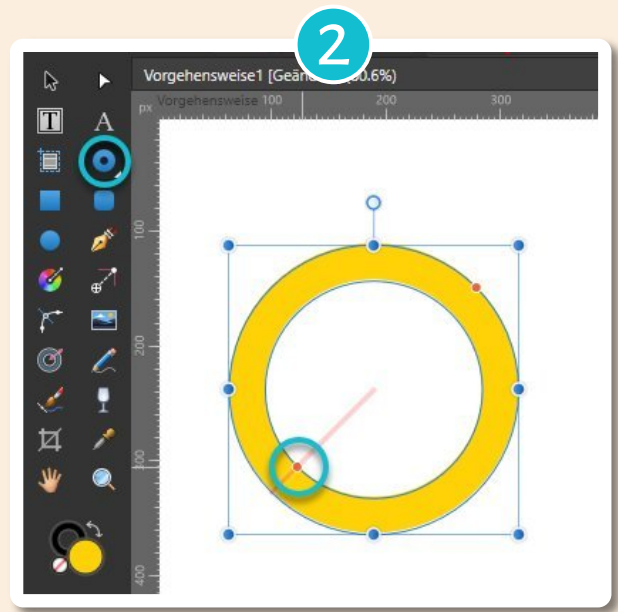
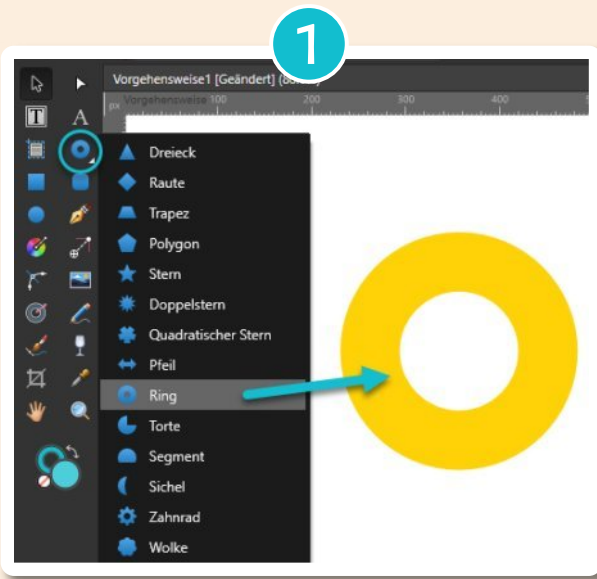
Möchten Sie eine grafische Form mit einer anderen Farbe füllen, muss der Farbkreis vorne stehen. Möchten Sie dagegen einer Form eine Kontur (Farbe für den Rand) geben, muss der Ring vorne stehen. Im Panel sehen Sie unter Punkt (3) einige Farbfelder – das sind die letzten Farben, die benutzt wurden. Unter (2) finden Sie die Farbpaletten. Die Farbe wurde geändert (5).

Der Ring bekommt eine Kontur

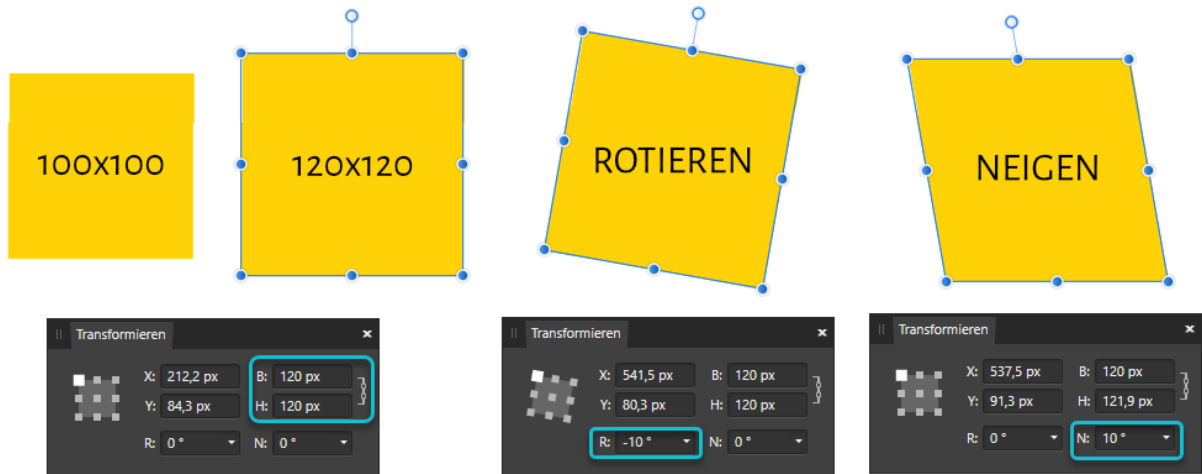
Markieren Sie wieder den Ring mit der MOUSE und wählen Sie oben im Panel FARBFELDER den Ring aus. Dieser muss nun vorne stehen. Wählen Sie nun eine Farbe aus. Da Sie bisher die Kontur-Breite nicht definiert haben, sollten Sie jetzt auch keine am Ring sehen. Um dies zu ändern, benötigen Sie das Panel KONTUR. Hier stellen Sie über „Breite“ (6) die Kontur ein. Sie können dazu den Schieber mit der MOUSE nach rechts bewegen oder im Feld daneben eine Zahl eingeben.

Bitte ausprobieren

Versuchen Sie es nun selbst. Suchen Sie sich in der Werkzeug-Palette eine andere Form aus und zeichnen Sie diese im Dokument. Ändern Sie die Kontur-Breite und vergeben Sie eigene Farben für die Füllfarbe und die Farbe der Kontur.



FORMEN VERÄNDERN



Wenn es einmal schnell gehen soll und man Objekte in ihrer Position oder Form abändern möchte, hilft vielleicht das Panel TRANSFORMIEREN. Er sollte eigentlich immer zugeschaltet sein. Gerade für Größenangaben ist dieses Panel sehr hilfreich. Sie finden ihn im Menü ANSICHT - STUDIO. Die Werte für **X** und **Y** geben die Position des Objekts auf der Seite an. **B** steht für die Breite und **H** für die Höhe eines Objekts. Der Buchstabe **R** steht für "Rotation" - hier können positive und negative Werte eingegeben werden. **N** steht für "Neigung", auch hier sind positive wie negative Werte möglich.

Über das Feld mit den 9 Kästchen kann man steuern, um welchen Punkt sich ein Objekt verändern soll. Man klickt einfach den Punkt mit der MOUSE an, um den sich z.B. ein Objekt drehen (rotieren) soll.

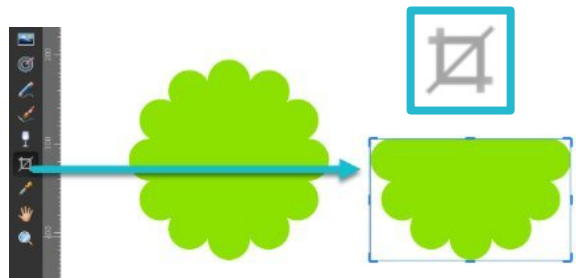
Skizze links: Hier wurde ein 100x100 Pixel großes Objekt über die Eingabe bei **B** vergrößert. In dem Panel TRANSFORMIEREN sieht man ganz rechts eine Art Kette. Man kann diese Kette mit einem linken MOUSE-Klick darauf lösen und in jedem Feld unterschiedliche Zahlen eingeben. Möchte man die Proportionen der Form beibehalten, braucht man nur die Kette zu schließen.

Skizze mittig: Hier rotiert die Form durch die Eingabe im Feld **R**. Hier sind positive/negative Werte erlaubt.

Skizze rechts:

Hier neigt sich die Form durch die Eingabe im Feld **N**. Es können positive und negative Werte eingegeben werden.

Das Hilfsmittel **VEKTORZUSCHNITT** in der Werkzeugpalette unterstützt den Anwender beim Zuschneiden von Vektor-Objekten. Der Name des Werkzeugs ist etwas unglücklich gewählt, da man mit ihm auch Fotos beschneiden kann. Dazu muss das Objekt oder Foto markiert sein. Kleine blaue Anfasser zeigen dem Anwender, wo er das Objekt beschneiden kann.



FARBVERLÄUFE

Die Möglichkeiten, im Affinity Designer mit Farben zu arbeiten, sind beeindruckend. Nimmt man die Farbverläufe noch hinzu, hat man schier unendliche Freiheiten bei der Gestaltung eigener Dokumente. Ich bitte aber zu bedenken, dass das Thema Farbe weitaus komplexer ist als hier darstellbar. Wer sich näher damit beschäftigen möchte, findet im Fachhandel passende Literatur dazu. Man unterscheidet zwei Farb-Typen. **Die Füllfarbe:** Mit ihr wird ein Objekt oder Grafiktext gefüllt. **Die Konturfarbe:** Mit ihr wird der Rand (Kontur) eines Objekts/Grafiktext gefüllt.

Zeichnen Sie einen Kreis und wählen Sie dann das Werkzeug FÜLLUNG. Ziehen Sie im Kreis mit diesem Werkzeug eine Linie von links oben nach rechts unten. Sie sehen die Linie mit einem Kreis am Anfang und einem Kreis am Ende (1). Wenn Sie einen dieser Kreise mit der MOUSE markieren, können Sie ihm eine Farbe aus dem Panel FARBFELDER zuordnen. Weisen Sie dem anderen Kreis eine andere Farbe zu. So erstellt man einen Farbverlauf. Wenn Sie jetzt im Kreis die mittlere Linie anwählen, können Sie den Mittelpunkt des Verlaufs entlang der Linie verschieben.

Klicken Sie mit der MOUSE entlang der Linie und Sie können weitere Verlaufspunkte hinzufügen und diesen wiederum eine andere Farbe geben (2). Sie können jederzeit die beiden äußeren Punkte in eine andere Richtung drehen (3). Klicken Sie mit der linken MOUSE-Taste auf einen Punkt und ziehen Sie ihn an eine andere Stelle.

Sie haben sogar die Möglichkeit, eine Kontur mit einem Verlauf zu füllen. Geben Sie dem Kreis eine Kontur, halten Sie ihn markiert und wählen Sie das Werkzeug FÜLLUNG aus. Oben in der Kontextleiste finden Sie einen „Umschalter“ (4). Wählen Sie hier „Kontur“ und jetzt können Sie der Kontur einen Verlauf geben.

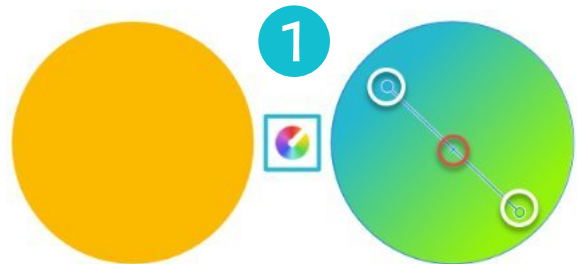


Abbildung: Hier wurde ein Verlauf erstellt.

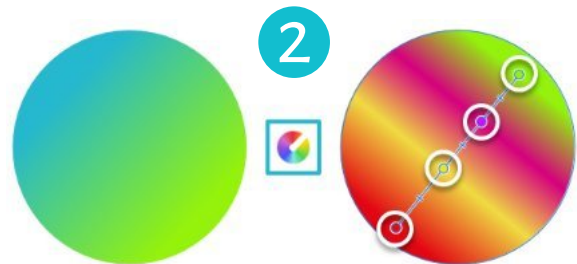


Abbildung: Hier wurden mehrere zusätzliche Verlaufspunkte gesetzt.

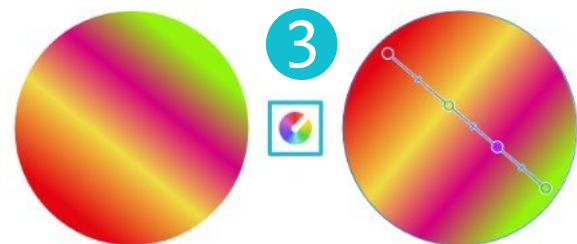
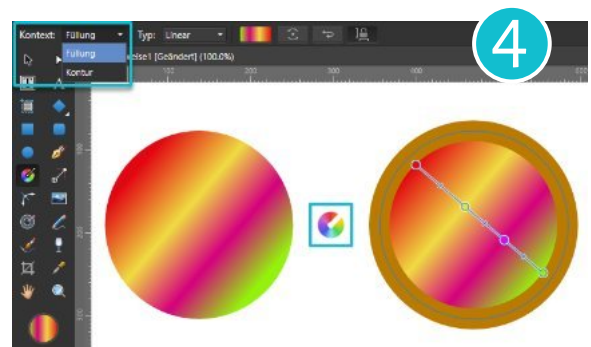


Abbildung: Hier wurde der Verlauf mit Hilfe der beiden äußeren Punkte gedreht.



ARBEITEN MIT RAHMENTEXT

Man unterscheidet in den Affinity-Programmen 2 Arten von Texten. Den Rahmentext, mit ihm kann man große Textmengen verarbeiten und den Grafiktext für gestalterische Text-Effekte. Ein Beispiel für den Einsatz von Grafiktext finden Sie hier im Magazin. Wenn Sie einen Rahmentext verändern möchten, muss der Rahmen immer markiert sein.

Wählen Sie für eine größere Textmenge das Werkzeug RAHMENTEXT und ziehen Sie mit der MOUSE im Dokument einen Rahmen auf. Lassen Sie den Rahmen markiert und gehen Sie nun in das Menü TEXT und wählen dort „Fülltext einfügen“ (1). Fülltext kann man verwenden, um Formatierungen im Text zu prüfen, weil vielleicht der eigene Text noch nicht fertig ist.

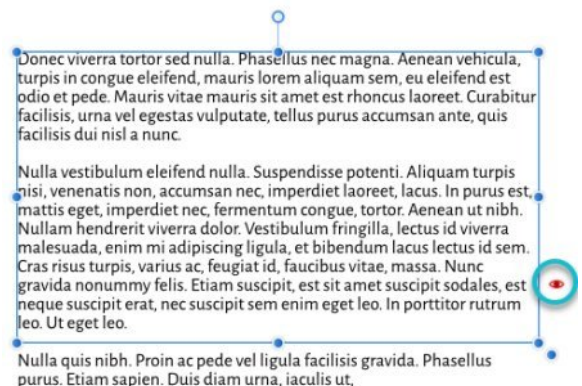
Ist der Rahmentext markiert, kann man über die Kontextleiste oben im Menü weitere Einstellungen vornehmen (2). Sie können ganz links ein Schriftenmenü aufrufen und eine andere Schriftart wählen. Wenn Sie mit der MOUSE nur drübergehen, sehen Sie, wie sich der Text im Rahmen verändert. Ganz rechts hinter jeder Schrift sieht man ein HERZ. Wenn Sie dieses auswählen, wird die Schrift in FAVORITEN gespeichert. Favoriten (3) sind sehr praktisch, wenn es darum geht, immer wieder genutzte Schriften wiederzufinden und auf sie zuzugreifen.

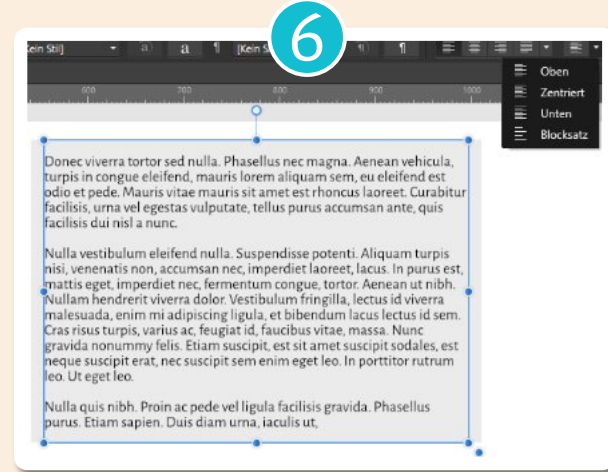
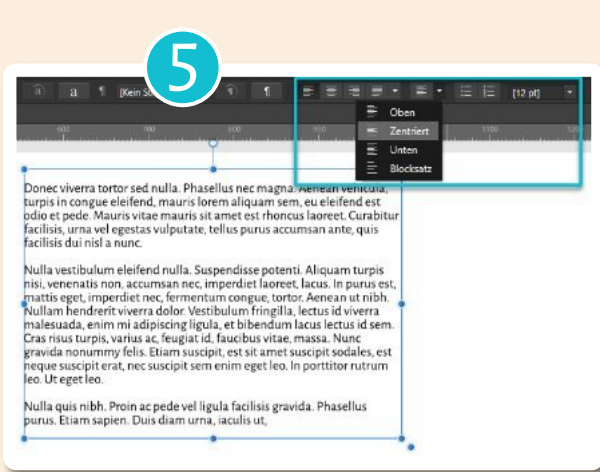
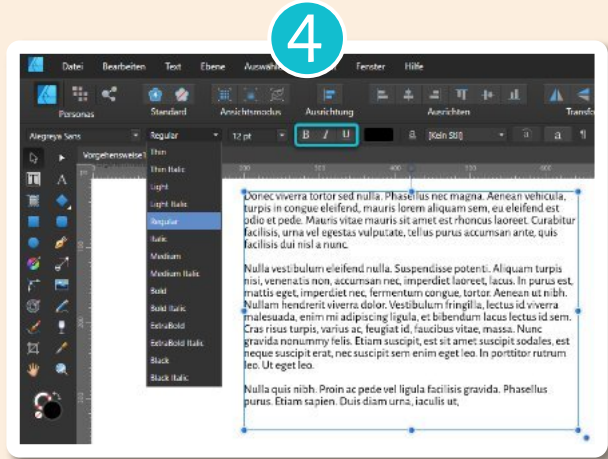
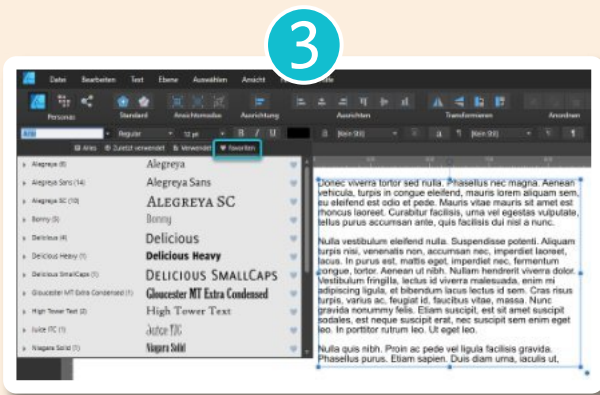
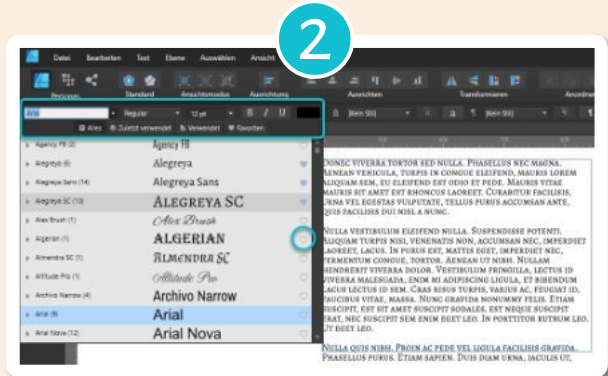
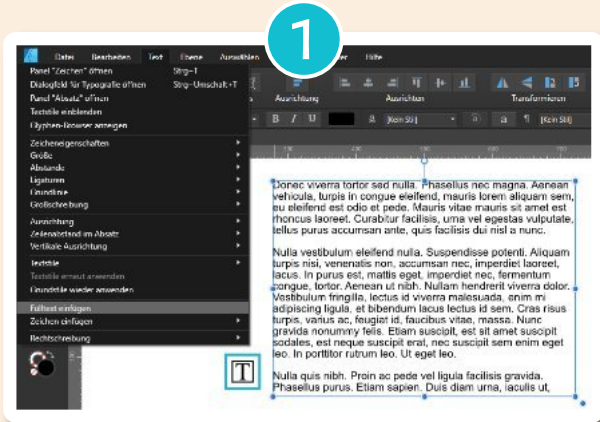
Rechts neben der Schriftenliste findet man ein Menü (4), indem man vorhandene sogenannte Schriftschnitte findet. Fett, kursiv oder unterstrichen sind solche Schnitte. Und hier darf ich direkt einen Tipp vermitteln. In der Abbildung habe ich die 3 Zustände B=Fett, I=Kursiv und U=Unterstrichen mit einem Rahmen markiert. Viele sind es gewohnt, auf einen dieser Buttons zu klicken, um eine Schrift z.B. FETT zu machen. Ist diese Schrift auf Ihrem Computer aber nicht installiert, wird das Programm einen eigenen Wert für FETT nehmen. Das kann beim Drucken später zu Fehlern führen. Nutzen Sie

daher immer nur die Schriftenliste. In dieser Liste sehen Sie, ob die nötige Schrift auch installiert ist.

Geht man oben in der Kontextleiste weiter nach rechts, findet man weitere Formatierungsmöglichkeiten (5) für einen Rahmentext. So kann Text linksbündig, mittig, rechtsbündig oder als Blocksatz ausgerichtet werden. In einem weiteren Menü kann man den gesamten Text in einem Rahmen z.B. mittig in den Rahmen setzen. Das wird vielleicht für Sie interessant, wenn man hinter den Text ein Rechteck mit einer Farbe setzen möchte und der Text nicht zu nah am Rand des Hintergrunds (6) stehen soll. Weitere Formatierungen sind dann noch die Aufzählung, die Nummerierung und der Zeilenabstand in einem Rahmentext. Probieren Sie alles einmal aus!

Wenn Sie rechts unten an einem Textrahmen ein ROTES AUGESCHEN sehen, bedeutet es, dass der Text im Inneren des Rahmens über diesen hinausläuft. Man klickt auf das rote Auge und kann den sogenannten „Überlaufertext“ aus- oder einblenden. Sie müssen allerdings handeln und den Text im Rahmen soweit anpassen, bis das Auge nicht mehr ROT ist. Ziehen Sie den Rahmen größer oder verkleinern Sie die Schriftgröße.





ARBEITEN MIT EBENEN

Stellen Sie sich Ebenen wie Schichten von verschiedenen Elementen (Text, Grafik) vor. Jeder Text und jedes grafische Element wird auf einer eigenen Ebene verwaltet. Diese Ebenen kann man jederzeit untereinander tauschen, so dass ein Element VOR das andere oder HINTER ein anderes gesetzt wird. Steht ein Element im Panel EBENEN vor einem anderen und man schiebt sie zusammen, wird es das andere überlagern. Verschiebt man es nach unten, wird es hinter dem darüber liegenden Element angeordnet. Mit dem Panel EBENEN können Objekte und andere Elemente wie Text strukturiert angeordnet und verwaltet werden. Bei komplexen Aufgaben mit vielen Ebenen ist das Panel sehr hilfreich, um nicht den Überblick zu verlieren. Zur besseren Übersicht können Ebenen auch ausgeschaltet werden. Dazu wählt man die gewünschte Ebene und entfernt das Häkchen auf der rechten Seite des Eintrags.

Die Ansicht (1) zeigt ein Grafik-Objekt (Button), zwei Rahmentexte, ein Zitat und einen Grafiktext (Buchstabe S). Jedes dieser Elemente wird in dem Panel EBENEN angezeigt, wobei es sich bei dem Button um eine Gruppe handelt. Bei Gruppen (gruppierte Objekte) verhält es sich so, dass die Elemente in einer Gruppe im Reiter **eingerrückt** angezeigt werden. Mit den Häkchen auf der rechten Seite kann man steuern, ob Elemente angezeigt werden oder nicht. Die Symbole vor dem Namen sind die selben, wie in der Werkzeugleiste verwendet.

DER VORGANG DES GRUPPIERENS: Markieren Sie mehrere Objekte und drücken Sie die Tastenkombination STRG+G. **Gruppierung einer Gruppe aufheben:** Markieren Sie eine Gruppe und drücken Sie die Tastenkombination STRG+UMSCHALT+G.

In dem Panel EBENEN kann man jeder Ebene eine Farbe (2) zuordnen. Das macht bei vielen Ebenen durchaus Sinn, um die Elemente in einem Dokument besser zu strukturieren. So könnte man allen "Rahmentexten" die

selbe Farbe zuweisen oder Grafiktexte mit der gleichen Farbe markieren. Dazu klickt man mit der rechten MOUSE-TASTE auf die gewünschte Ebene und sucht sich im Kontextmenü ganz unten eine passende Farbe aus.

Jeder Ebene kann ein eigener Name gegeben werden. Dazu klickt man mit der MOUSE einmal in den Beschreibungstext (3) rechts neben dem Symbol. Dann gibt man den gewünschten Namen ein und drückt ENTER.

Jederzeit ist es auch möglich, mit der linken MOUSE eine Ebene zu verschieben. Entweder nach oben oder unten. Hier dargestellt wird die Grafik bei gedrückter linker MOUSE-TASTE nach unten (4) verschoben.

Für die Darstellung im EBENEN-PANEL kann man über das kleine ICON (5) oben rechts einige Einstellungen vornehmen. Bei vielen Ebenen ist das "Automatische scrollen" sehr hilfreich und vielleicht möchte man die Anzeige der Miniaturen (Icons) vergrößern.

Das Markieren (6) verschiedener Ebenen ist vielleicht sinnvoll, wenn man diese gleichzeitig verschieben möchte. Mit der UMSCHALT-TASTE markiert man mehrere Ebenen untereinander, mit der STRG-TASTE wählt man, wie im Bild angezeigt, Ebenen aus, die nicht untereinander liegen.

Ebenen löschen / Neue Ebene anlegen: Möchte man eine Ebene löschen, zieht man diese bei gedrückter linker MOUSE-TASTE auf das Abfalleimer-Symbol unten rechts im Panel EBENEN. Möchte man eine neue leere Ebene erstellen, klickt man mit der MOUSE-TASTE auf das Dokumenten-Symbol unten rechts im Panel EBENEN.

1

IT IS MUSIC IN THE AIR
★ TOP 50 ★
YOUR CHARTSHOW

Wer vorgibt etwas zu sein, hat aufgehört, etwas zu werden.

S

2

Ebenen

Deckkraft: 100 % Normal

Buchstabe (S)

- Ausschneiden Strg+X
- Kopieren Strg+C
- Einfügen Strg+V
- Ausblenden
- Schützen
- Für magnetische Ausrichtung ignorieren
- Löschen
- Duplizieren
- Freigeben
- Abwärts maskieren
- Gruppieren Strg+G
- Gruppe auflösen Strg+Umschalt+G
- Rastern & Trimmen...
- Rastern...
- Als Maske rastern
- Neue Ebene Strg+Alt+N
- Neue Pixelebene Strg+Umschalt+N
- Auswahl erweitern
- Auswahl reduzieren
- Gleiche Markerfarbe auswählen
- Gleichen Namen auswählen

3

Ebenen

Deckkraft: 100 % Normal

Buchstabe (S)

Zitat (Gruppe)

Objektname

(Kurve)

Text in Kurven (Gruppe)

(Abgerundetes Rechteck)

Grafik (Gruppe)

Textblock unten (Sed suscipi...)

Textblock oben (Sed suscipit...)

4

Ebenen

Deckkraft: 100 % Transfer

Buchstabe (S)

Zitat (Gruppe)

Grafik (Gruppe)

Textblock unten (Sed suscipi...)

Textblock oben (Sed suscipit...)

5

Ebenen

- ✓ Automatisch scrollen
- ✓ Schachbrettmuster als Hintergrund
- ✓ Gruppenminiaturen einblenden
- ✓ Kleine Miniaturen
- Mittlere Miniaturen
- Große Miniaturen

Textblock oben (Sed suscipit...)

6

Ebenen

Deckkraft: 100 % Transfer

Buchstabe (S)

Zitat (Gruppe)

Grafik (Gruppe)

Textblock unten (Sed suscipi...)

Textblock oben (Sed suscipit...)

VERKETTEN VON RINGEN

Jeder kennt die olympischen Ringe und wie sie ineinander verkettet sind. Anhand zweier Objekte möchte ich hier zeigen, wie man das macht. Wählen Sie dazu in der Werkzeugleiste das Objekt „Ringe“ (1). Dieses Objekt hat den Vorteil, dass es keine Innenfläche hat, mit 2 Ellipsen-Formen kommen Sie hier also nicht ans Ziel.

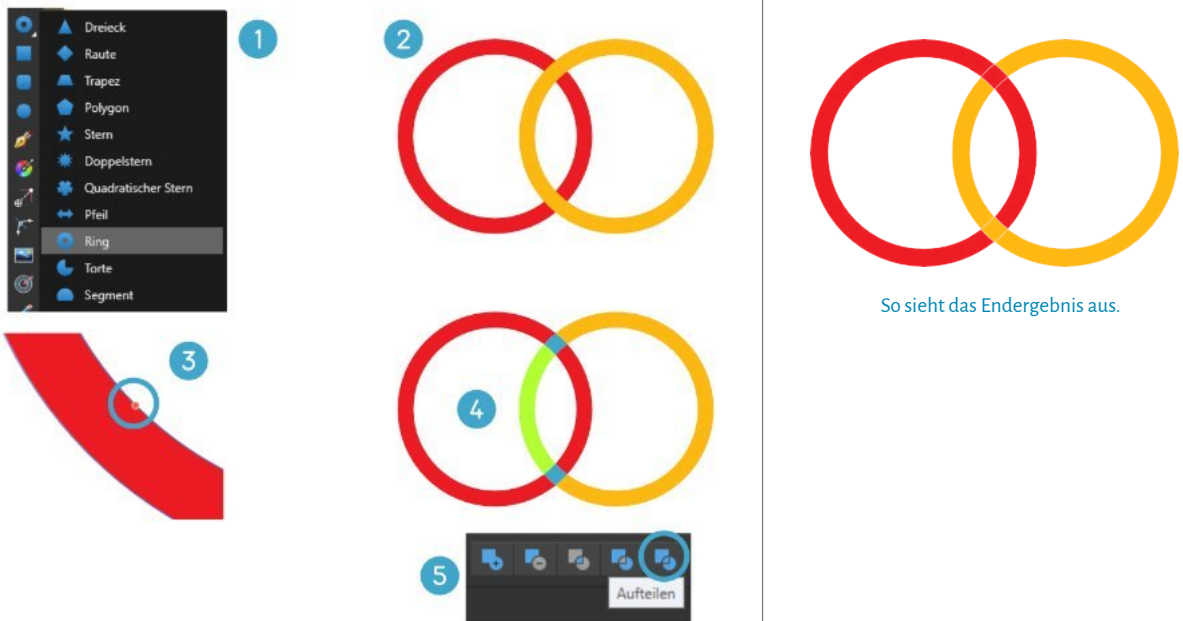
Zeichnen Sie einen „Ring“ (2) und steuern Sie mit dem sichtbaren orangenen Punkt (3) im Innenkreis die Größe des Lochs in der Mitte. Gehen Sie mit der Mouse auf diesen Punkt und ziehen Sie ihn einmal nach innen und Außen. (Achtung: Sie müssen das Werkzeug RING in der Werkzeugpalette ausgewählt haben). Dann kopieren Sie den Ring. Halten Sie dazu die Taste STRG gedrückt und ziehen Sie den Ring nach rechts. Legen Sie die Ringe, wie in der Abbildung zu sehen, übereinander. Dann vergeben Sie dem 2. Ring eine andere Farbe.

Markieren Sie nun beide Ringe und kopieren Sie diese nach unten, hier hilft wieder die STRG-Taste. Die beiden oberen „Ringe“ dienen als Backup, falls was schiefgeht.

Markieren Sie nun beide kopierten Ringe (4) und wenden Sie die Funktion „Geometrie – Aufteilen“ (5) darauf an. Das ist das Symbol ganz rechts. Sie können diese Funktion auch im Menü EBENE – GEOMETRIE aufrufen.

Was ist passiert?

Mit der Funktion „Aufteilen“ wurden beide Ringe in viele Segmente zerlegt. In der Abbildung Nr. 4 habe ich einmal das Segment blau gefärbt, das für das Verketteten benötigt wird. Färben Sie es in der passenden Ringfarbe – nun schaut es so aus, als wären beide Ringe ineinander verschlungen.



SCHRIFT MIT GRAFIK FÜLLEN

Viele fragen sich, wie man einen Schriftzug mit einer Grafik füllen kann. Wählen Sie dazu in der Werkzeug-Palette das Tool GRAFIKTEXT (1). Schreiben Sie damit ein Wort, geben Sie dem Wort eine hohe Schriftgröße und eine gewünschte Schriftart. Die Schriftart sollte nicht zu dünn sein, sonst wirkt die Grafik nachher nicht. Das Wort muss weiterhin markiert sein.

In der Werkzeug-Palette wählen Sie jetzt das Tool FÜLLUNG (2). Schauen Sie oben in der Kontextleiste. Dort wählt man bei Kontext: FÜLLUNG und bei Typ: BITMAP. Nach dieser Auswahl öffnet sich ein Auswahlménü und man kann von der eigenen Festplatte eine Grafik laden. Sie wird in das Wort eingefügt.

Nachdem die Grafik in das Wort geladen wurde, kann man sie an den Anfassern vergrößern oder verkleinern. Oben in der Kontextleiste (3) sollte man bei "Erweitern" - SPIEGELN wählen. Mit dieser Einstellung wird die Grafik in dem Wort gekachelt, wenn sie zu sehr verkleinert. Möchte man eine andere Grafik in das Wort einfügen, muss man erneut mit der MOUSE auf Typ: BITMAP gehen, man kann nun eine andere Grafik wählen.

Holzwurm
PAPIERTIGER
Dokumente

Sehr schöne Texteffekte lassen sich auch mit Texturen erzielen. Dies sind Grafiken, die eine realistische Oberfläche simulieren, wie Holz, Stoff, Papier oder Metall.

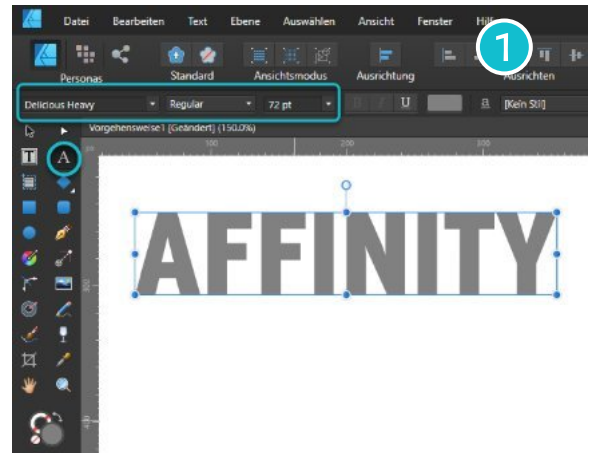


Abbildung: Eingabe eines Textes mit dem Werkzeug GRAFIKTEXT

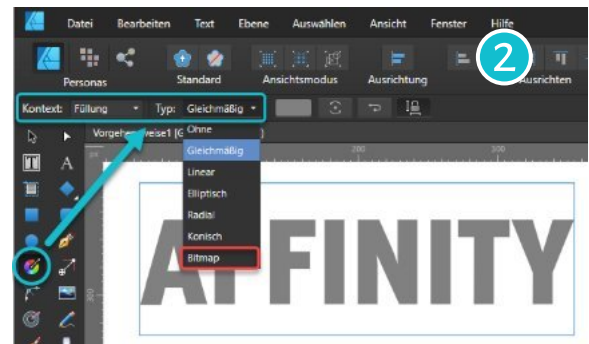


Abbildung: Auswahl des Werkzeugs FÜLLUNG

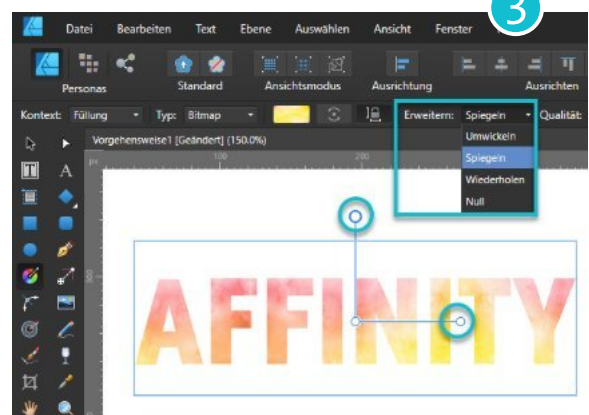


Abbildung: Einstellungen für die importierte Grafik

DIE AUSGABE VON GRAFIKEN

Mit dem Affinity Designer können Dokumente und Grafiken in verschiedenen Formaten ausgegeben und exportiert werden.

Druck auf eigenem Drucker

Rufen Sie dazu den Druck-Dialog über das Menü DATEI - DRUCKEN auf (STRG+P). Im oberen Bereich des Dialogs werden alle Einstellungen für das zu druckende Dokument vorgenommen. Hier entscheiden Sie, auf welchem Drucker ein Dokument ausgegeben werden soll. Dies kann z.B. auch eine PDF-Datei sein.

Profil: Steht am Anfang auf "Selbst definiert". Hat man im Druck-Dialog alle Einstellungen beendet, kann man für den späteren Gebrauch ein Profil speichern.

Drucker: Auswahl des Druckers, dies kann der eigene Drucker sein oder ein Druckertreiber für das Drucken in eine PDF-Datei.

Kopien: Anzahl der gedruckten Kopien.

Bereich: Hier entscheidet man, ob das ganze Dokument, oder nur eine Auswahl gedruckt werden soll.

Anpassungstyp: Hier entscheidet man, wie das Dokument beim Druck skaliert wird.

Inklusive: Sollen alle Bögen oder nur ungerade oder gerade Bögen gedruckt werden.

Ausrichtung: Das Druckformat wird automatisch erkannt, oder man stellt hier auf Hoch- oder Querformat ein.

Im unteren Bereich des Dialogs werden die Druckeinstellungen verfeinert.

Ausgabe – Exportieren

Über das Menü DATEI - EXPORTIEREN können Dokumente oder einzelne Grafiken in unterschiedliche Bild-Formate exportiert werden. Je nach verwendetem Format unterscheiden sich die Einstellungsmöglichkeiten. Exportiert werden kann in die Formate: .png, .jpeg, .gif, .tiff, das Photoshop-Format .psd und die Vektor-Formate .svg, .wmf, .eps sowie die Formate .exr, .hdr und .tga. Je nach Format können folgende Einstellungen gemacht werden:

Format: Hier wird das Grafik-Format ausgewählt.

Vorgabe: Hier können Vorgaben für das jeweilige Grafik-Format festgelegt werden.

Rastern mit DPI: Hier wird für einige Formate die Auflösung (DPI-Zahl) festgelegt, mit der Elemente, die normalerweise nicht unterstützt werden, gerastert werden.

Bereich: Hier wird festgelegt, welche Seiten exportiert werden sollen. Dies können alle Layoutseiten, die aktuelle Layoutseite, alle Seiten oder nur die aktuelle Seite sein.

Inklusive Anschnittbereiche: Der Anschnittbereich des Dokuments wird bei der Ausgabe mit berücksichtigt.

Mehr: Hier können für jedes Format zusätzliche Einstellungen gemacht werden.

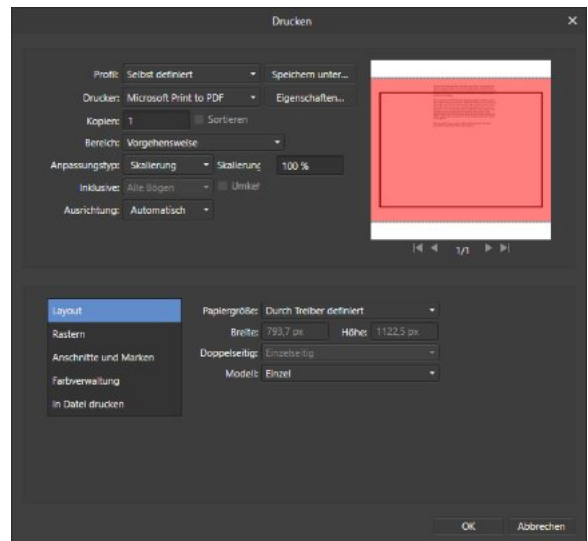


Abbildung: Der Druckdialog

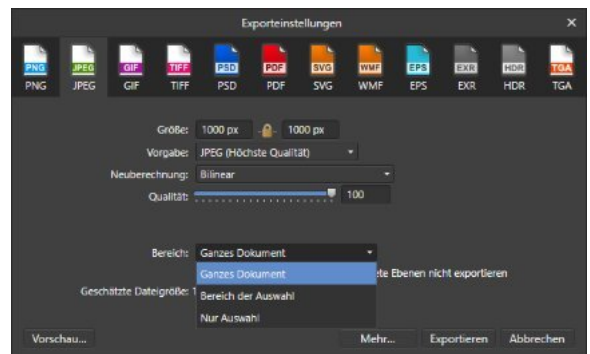


Abbildung: Der Exportdialog

M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

8



Willkommen

Ich freue mich, allen Freunden der Affinity-Suite noch vor Weihnachten ein neues Magazin62 zu präsentieren. Vermehrt wird es in dieser Ausgabe wieder um Themen für den Affinity Publisher gehen und die haben es teilweise in sich.

Zuerst geht es um die erweiterten Möglichkeiten von Konturen im Designer, sowie eine kleine Alternative dazu im Publisher. Wie man ein Foto in eine gezeichnete Form bringt, Informationen zu „Globalen Farben“ und Foto-Stile im Publisher sind weitere Themen. Ein Artikel beschäftigt sich mit Anpassungsebenen, hier lassen sich sehr schöne Foto-Effekte erzielen. Zum Thema PDF-Import kläre ich einmal darüber auf, wie eine PDF-Datei aufgebaut ist. Gerade zu Weihnachten, wenn man auf „Geschenkejagd“ ist, zeige ich, wie man einen schönen Kalender mit dem Publisher gestalten kann. Zum Thema Drucken zeige ich, wie man aus dem Publisher heraus mehrere Nutzen eines Motivs auf einen Din A4-Bogen drucken kann.

Es wird kälter, früher dunkel und da liegt es doch nah, sich einmal in aller Ruhe mit den Themen in diesem Heft zu beschäftigen. Ich darf allen Lesern und Leserinnen herzlichst danken, wünsche Euch ein schönes Weihnachtsfest und die besten Wünsche für das Jahr 2022. Bleibt gesund!

Ihr Georg Walter



DER PRAKTISCHE EINSTIEG

Wie immer darf ich hier auf mein Buch aufmerksam machen. Ideal für Neulinge und Einsteiger, die den Publisher näher kennenlernen möchten.



M62 im Internet

Besuchen Sie mich auch im Internet. Da gibt es Inhaltsangaben zu allen meinen Magazinen, viele Tipps, eine Wissensdatenbank und jede Menge kostenlose Stile, Assets und mehr...

Affinity Publisher

Aufbau und Import 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 Auswahlmü mit dem Namen SEITENBOX. Öffnet man hier die Liste, kann man entscheiden, wie die PDF-Datei angezeigt werden soll. 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.

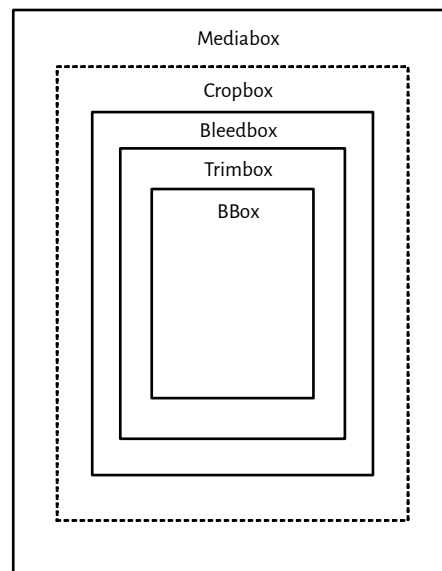
5. Artbox: Diese Box stellt den Objektrahmen dar, sie beschreibt den Seitenausschnitt, der beim Platzieren einer PDF-Datei in einem anderen Programm verwendet werden soll. Dieser Rahmentyp ist veraltet.

6. Bounding-Box (BBox): Dies ist die kleinste Box, die sich um alle Seiten-Elemente 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 Designer

Mit Konturen arbeiten

Einzig und alleine im Designer findet man einen Panel mit dem Namen DARSTELLUNG. Über dieses Panel kann der Anwender für Vektorobjekte den Einsatz von Konturen und Füllungen steuern und verwalten. Dies gilt nicht für Texte, die mit dem Grafiktext-Werkzeug erstellt wurden. Von Konturen spricht man immer dann, wenn man für ein Grafikobjekt einen Rand erzeugen möchte.

Es ist nämlich möglich, für nur ein Grafikobjekt, mehrere Konturen oder Füllungen anzulegen. Wenn man also ein Grafik-Element markiert, werden im Panel DARSTELLUNG alle Einstellung für dieses Objekt angezeigt.

Einer Form die Füll- und Konturfarbe zuweisen

Zeichnen Sie mit dem Werkzeug ELLIPSE einen Kreis. Weisen Sie diesem Element eine Füllfarbe und eine Konturfarbe zu. Gleichzeitig müssen Sie im Panel KONTUR die Breite eingeben, damit die Kontur sichtbar wird. Hier im Beispiel sind es 16pt. (Abb. 1)

Einer Form eine weitere Kontur zuweisen

Im Panel DARSTELLUNG findet man ganz unten zwei Buttons mit einem PLUS-Zeichen. Hier kann man eine weitere Füllung oder Kontur hinzufügen. Der Wert steht erst einmal auf NULL, im Panel KONTUR muss man den Wert bei Breite dann erhöhen. (Abb. 2)

Eine 2. Kontur anlegen und den Stil verändern

Man legt nun eine zweite Kontur an (Abb. 3) und ändert den Stil auf „gestrichelt“ (Abb. 4). Im Beispiel hier läuft die weiße gestrichelte Linie genau durch die zuerst angelegte Kontur. Über den Wert der Breite im Panel KONTUR kann man die Breite dieser Linie anpassen.



Abbildung 1: Ellipse zeichnen und Füllfarbe zuweisen



Abbildung 2: Die Konturgröße ändern, hier auf 16pt

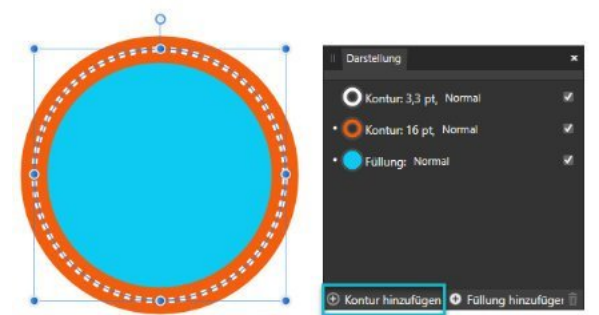


Abbildung 3: Eine Kontur hinzufügen

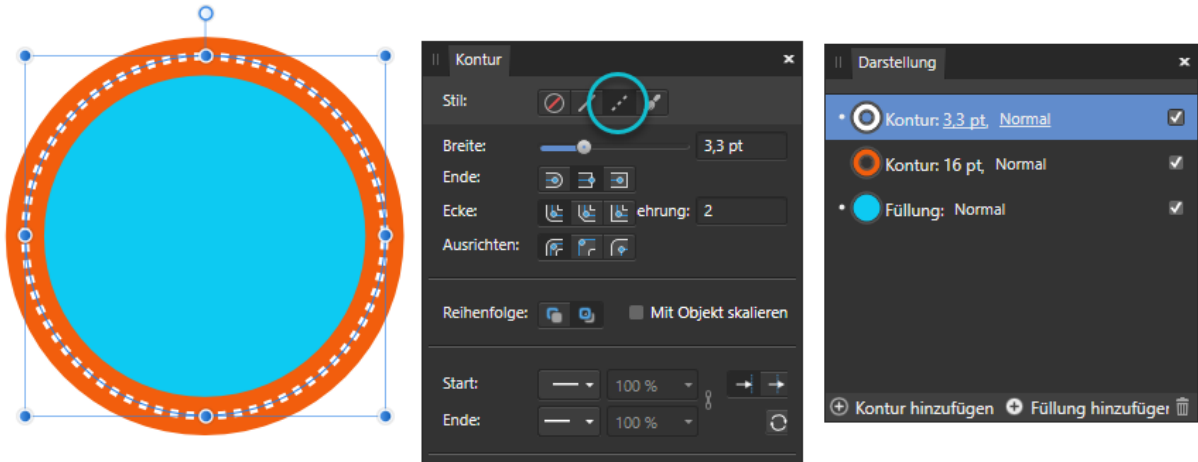


Abbildung 4: Der zweiten Kontur den Stil „gestrichelt“ zuweisen

Achtung:

Wenn man im Panel DARSTELLUNG eine Kontur angelegt hat und diese im Grafik-Objekt nicht sichtbar ist, dann kann es sein, dass diese Kontur von einer anderen verdeckt wird. Deshalb ist es in diesem Panel möglich, mit der MOUSE die Reihenfolge zu verändern. Ziehen Sie einfach einen Eintrag in der Liste ganz nach oben.

Eine 3. Kontur anlegen und auch hier den Stil ändern

Eine weitere Möglichkeit für eine Kontur ist der Stil „Pinsel“. Fügen Sie eine neue Kontur hinzu, ändern Sie im Panel KONTUR den Stil und wechseln Sie in das Panel PINSEL. Hier wählen Sie einen passenden Vektorpinsel

aus. Im Panel KONTUR steuert man die Breite. (Abb. 5)

Ein Tipp

Was einige Anwender vielleicht nicht wissen; man kann die Einstellungen für ein Grafik-Objekt auf ein anderes Objekt übertragen. Markieren Sie einmal ein fertig formatiertes und erstelltes Grafik-Element und drücken Sie die Tastenkombination STRG+C. Damit kopieren Sie den STIL des Grafik-Objekts in die Zwischenablage. Wählen Sie nun ein anderes Grafik-Element aus und drücken die Tastenkombination STRG+UMSCHALT+V. Sie finden die beiden Kopiermöglichkeiten auch im Menü DATEI.

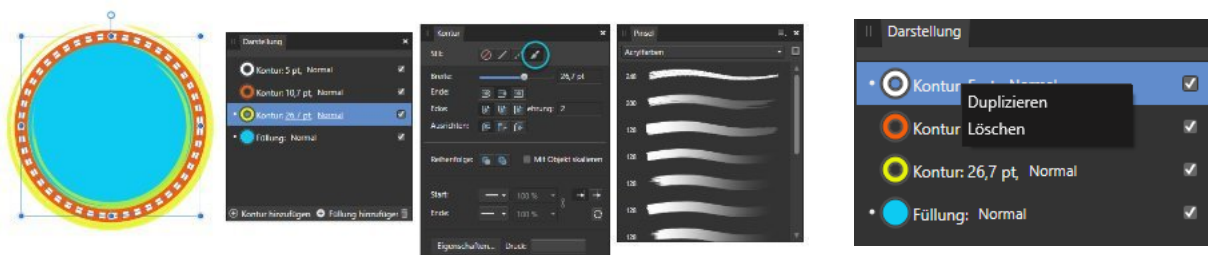
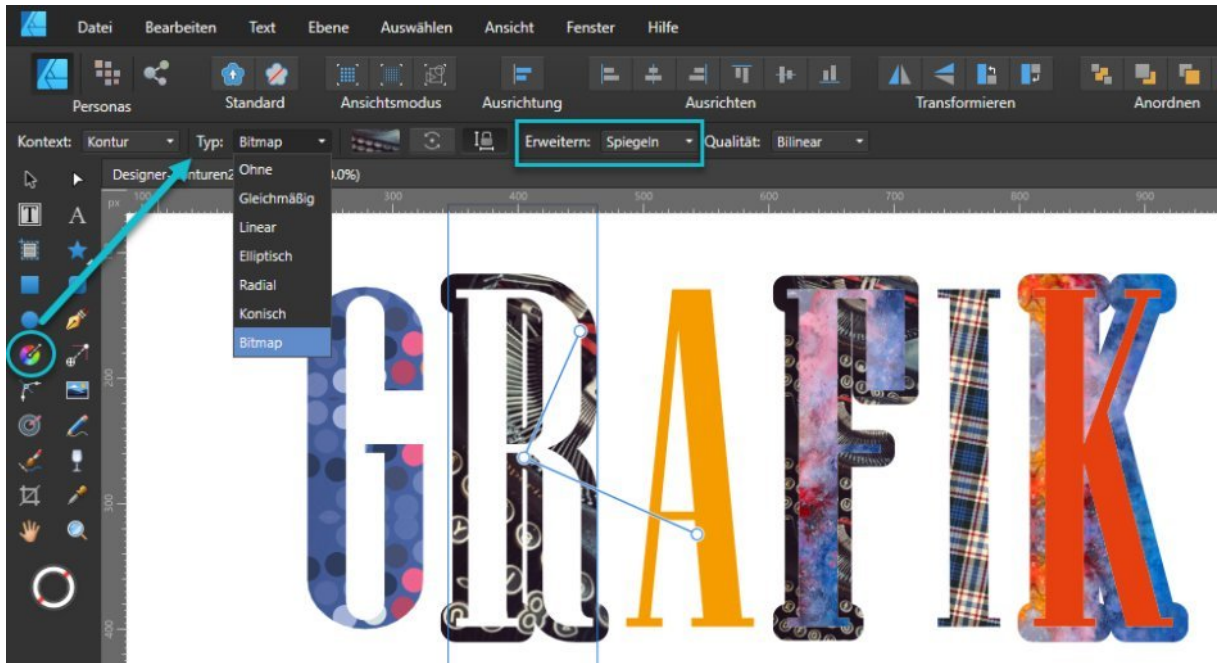


Abbildung 5: Kontur anlegen, auf den Stil „Pinsel“ einstellen und einen Pinsel anwenden

Abbildung 6: Im Panel DARSTELLUNG kann man mit einem rechten MOUSE-Klick eine Kontur löschen oder duplizieren.

Affinity

Grafiktext formatieren



Leider lassen sich die Effekte mit den Konturen aus dem vorherigen Artikel 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 Füllungs-Werkzeug auch für die Kontur. Schreiben Sie mit dem Grafiktext-Werkzeug ein beliebiges Wort oder einen Buchstaben, weisen Sie diesem eine Füllfarbe (Panel FARBELDER) 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.

Affinity

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 vorherigen 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.



Abbildung 1: Eine Grafikform erstellen und ein Foto platzieren

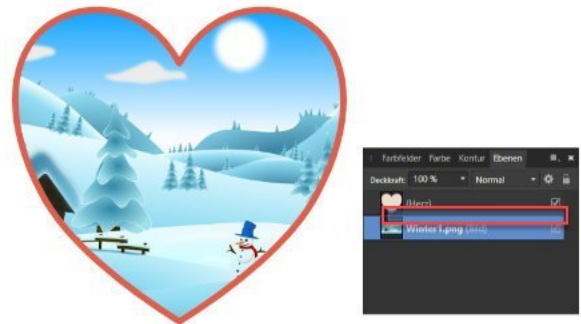


Abbildung 2: Die Fotoebene auf die Grafikobjekt-Ebene ziehen



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**)

Arbeiten mit gl

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 FARBELDER 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 FARBELDER wird eine globale Farbpalette immer ganz oben in der Paletten-Liste angezeigt, man erkennt sie an einem weißen Dokumentensymbol mit einem Eselsohr 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 Farbpalette“ dadurch angelegt, dass man eine neue globale Farbe hinzufügt. Es gibt keinen Eintrag, um eine solche Palette anzulegen, das Programm erkennt von selbst,

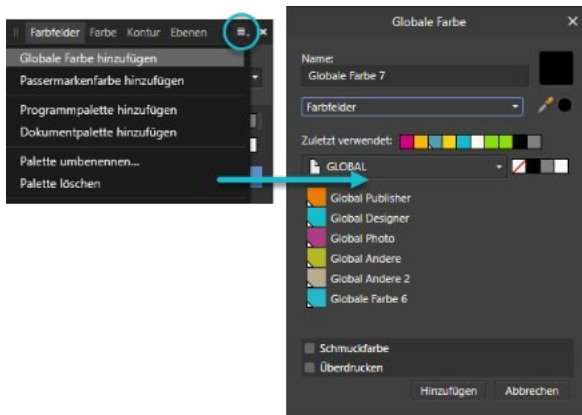


Abbildung 1: Eine Globale Farbe hinzufügen

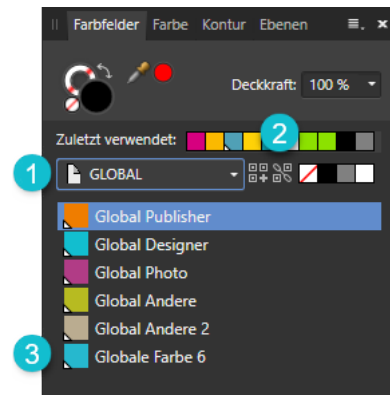


Abbildung 2: Spezifikationen einer Globalen Farbpalette

Globale Farben

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 (Abb. 2)

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 die 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.

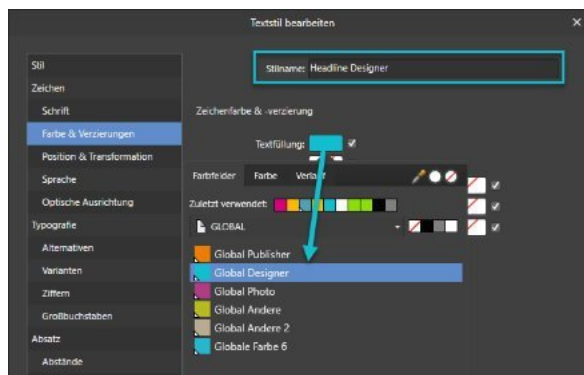


Abbildung 3: Globale Farbe einem Text-Stil zuordnen

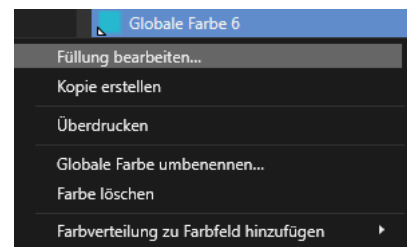


Abbildung 4: Eine Globale Farbe ändern

Affinity Publisher

Stile für Rahmentext und Fotos entwerfen

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 EXTRAHMEN 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 Einstellungsmenü.) 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.

Das Panel STILE

Mit einem MOUSE-Klick auf das kleine Symbol oben rechts im Panel bekommt man ein kleines Menü angezeigt. Hier kann man eine Kategorie erstellen, umbenennen, löschen, exportieren, importieren und einen markierten Stil in die Bibliothek mit aufnehmen.

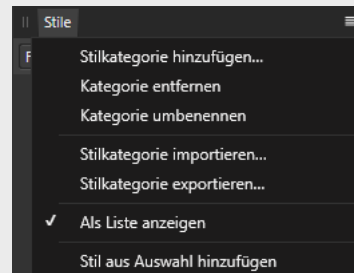




Abbildung 1: Das normale Foto



Abbildung 2: Foto mit Lichtpunkt, 30% Deckkraft, Farbe Orange



Abbildung 3: Foto mit Nachbelichten , 40% Deckkraft, Farbe Grün



Abbildung 4: Negativ multiplizieren , 50% Deckkraft, Farbe Blau

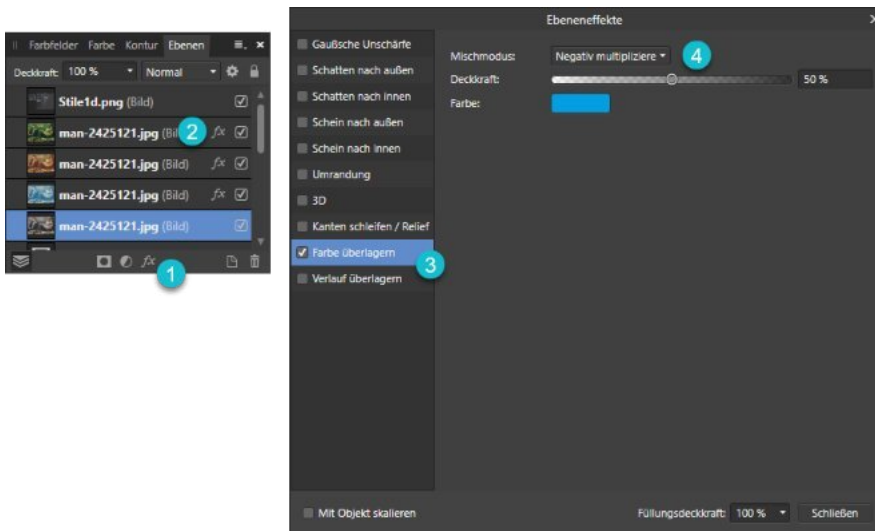


Abbildung 5: Vorgehensweise um ein Foto-Effekt zu erstellen

Affinity Publisher

Fotos mit einer Anpassungsebene verändern

Mit Hilfe von ANPASSUNGEN – auch Anpassungsebenen genannt, kann man im Affinity Publisher für eine oder mehrere Ebenen die Optik von Fotos, Objekten und Rahmentext verändern. Dazu muss man dann auch nicht in eine andere PERSONA wechseln. In manchen Fällen sind diese Anpassungen aber nicht sehr sinnvoll, weil sie ästhetisch nicht passen. Liegt die Anpassungsebene im Panel EBENEN an oberster Stelle, gilt der Effekt für ALLE DARUNTER liegenden Ebenen, auch für Master-Seiten. Möchten Sie eine Anpassung nur für eine Ebene generieren, markieren Sie diese Ebene und klicken im Panel EBENEN unten auf das runde Symbol mit dem Halbkreis. Bei den meisten dieser Anpassungen kann man über ein sich dann öffnendes Menü weitere Einstellungen vornehmen, das „Invertieren“ wird direkt ausgeführt.

Über ANPASSUNGEN hat man Einfluss auf viele Faktoren eines grafischen Objekts. Meist kommen sie bei Fotos zum Einsatz. Zusätzlich kann man einen Mischmodus aktivieren, hier sind dann noch einmal viele weitere Effekt-Varianten möglich.

Vorgehensweise

Sie möchten eine Anpassungsebene auf ein Foto anwenden. Markieren Sie im Panel EBENEN den gewünschten Eintrag mit dem Foto. Klicken Sie nun mit der linken MOUSE unten im Panel auf das Symbol, links von „fx“, den Kreis der halb weiß, halb schwarz dargestellt wird. Nun erscheint eine lange Liste mit den unterschiedlichsten Anpassungen (**Abb. 1**).

Anpassungen werden vorgenommen, indem man den Kreis des Schiebereglers nach links oder rechts bewegt. Tipp: Mit einem Doppelklick auf den Kreis kehrt man zur Anfangseinstellung zurück (**Abb. 2**).

Um Änderungen zu übernehmen, klickt man auf „Schließen“ (X). Um die Änderungen zu übernehmen und

die Anpassung mit der darunter liegenden Ebene zu verbinden, klickt man auf „Zusammenlegen“, möchte man sie wieder entfernen, klickt man auf „Löschen“. Möchte man einen Mischmodus nutzen, hier sollte man einmal experimentieren, kann man dies über die Auswahl bei „Mischmodus“ tun (**Abb. 3**). Möchte man die Einstellung später ändern, reicht im Panel EBENEN ein Doppelklick auf das weiße Feld mit dem kleinen s/w – Kreis.

Verschieben von Anpassungsebenen

Verschiebt man die Anpassungsebene im Panel EBENEN ganz nach oben, werden alle Elemente unterhalb beeinflusst. Möchte man dies nur für einige Elemente, verschiebt man die Anpassungsebene über oder unter Objekte einer Ebene. Soll nur ein einziges Element verändert werden, schiebt man die Anpassungsebene genau auf das Symbol der gewünschten Ebene.

Ein Tipp – Die Anpassung „Softproof“

Mit dieser Anpassung kann man die Ausgabe für ein Gerät oder einen Farbraum simulieren. Bei Export des Dokuments muss man diese Anpassung aber WIEDER ENTFERNEN. Legen Sie in den Einstellungen das Farb-Profil, den visuellen Verwendungszweck („Absolut farbmétrisch“ sollte man nicht verändern) sowie den Gamut fest. Den Eintrag für den Schwarzpunkt sollte man nicht ändern. Mit Hilfe von „Gamut“ werden RGB-Farben GRAU dargestellt, für die keine adäquate CMYK-Farbe vorliegt.

Interessante Anpassungen

Probieren Sie ruhig einmal alle Anpassungen aus. Sie können sie ja jederzeit wieder löschen. Ganz besonders hat es mir der „Objektfilter“ angetan, hier sind tolle Foto-Effekte möglich. Die Anpassungen Gradationskurven, Tonwertkorrektur und Kanalmixer lassen sich in jedem Farbraum erstellen, diese sind nicht abhängig vom eingestellten Dokumentenwert.

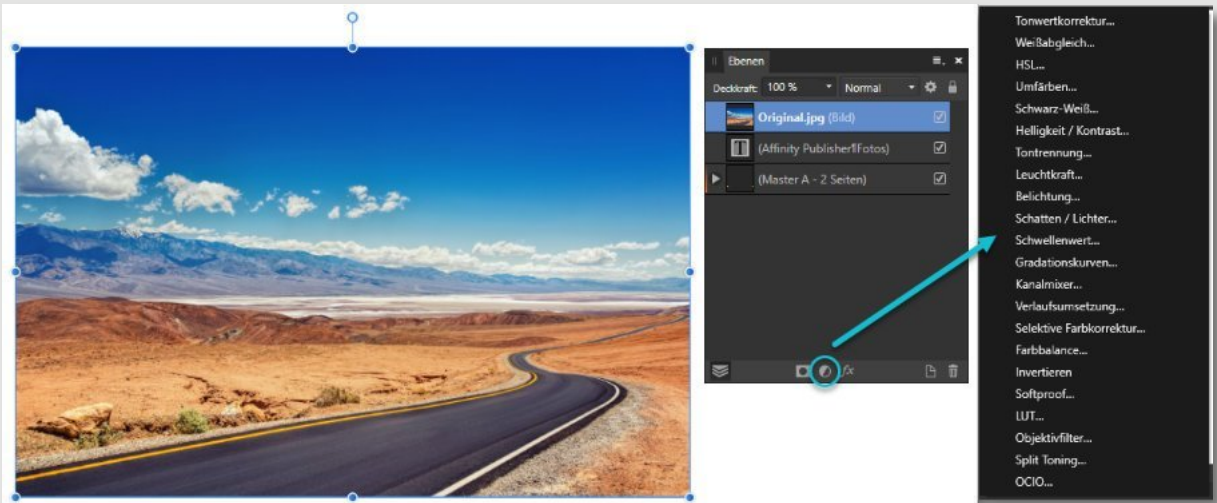


Abbildung 1: Anwenden einer Anpassungsebene auf ein Foto



Abbildung 2: Beispiel Umfärben eines Fotos

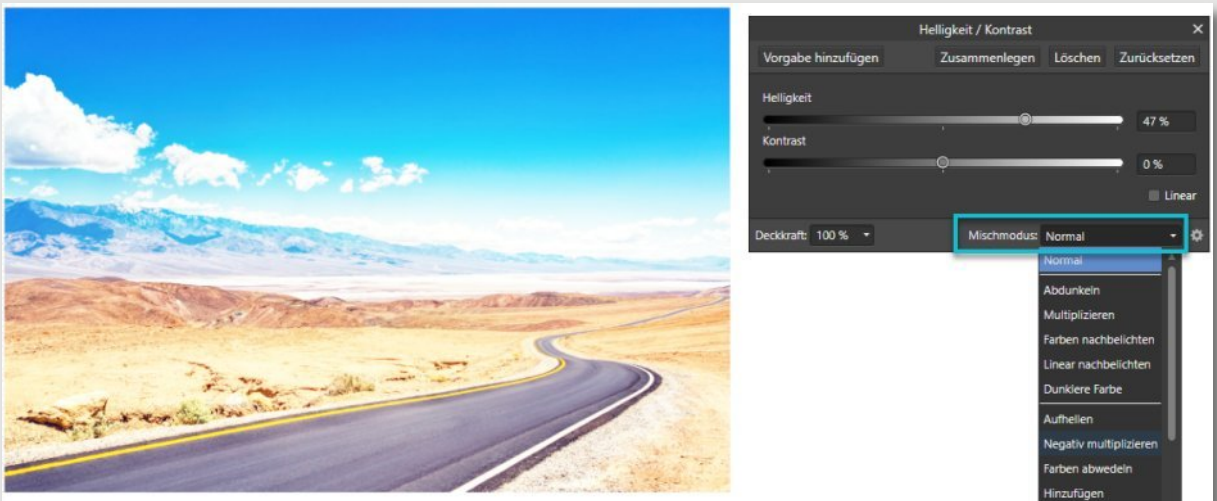


Abbildung 2: Beispiel Helligkeit/Kontrast mit einem Mischmodus

Über den Tellerrand geschaut

Strukturierte Inhalte mit LexiCan 6 verwalten

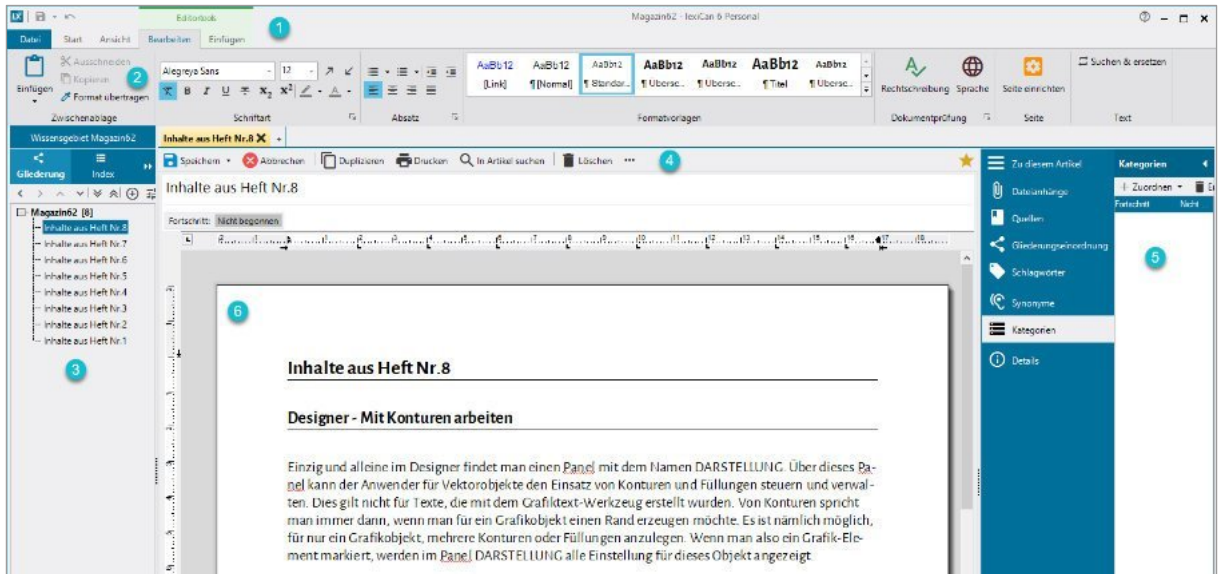


Abbildung 1: Die Arbeitsoberfläche des Programms. Das Hauptmenü (1), die Kontextleiste (2), die Gliederung (3), die Bearbeitungszeile (4), der Kontextbereich (5) und das tatsächliche Dokument (6)

Über das Erstellen und Strukturieren umfangreicher Texte habe ich schon einige Male geschrieben. Diese Texte schreibt man aber nicht im Affinity Publisher, sondern dafür gibt es spezielle Software. Im Heft Nr. 2 hatte ich ein solches Programm für Windows schon einmal vorgestellt, es war allerdings für den semiprofessionellen Einsatz etwas zu teuer.

Preisgünstige Software

Hier in diesem Artikel kann ich Ihnen nun LEXICAN 6 der Firma *vetafab Software GmbH* aus Groß-Bieberau vorstellen, ein gleichwertiges Programm aus deutschen Landen und zu einem supergünstigen Preis, es kostet keine € 60,00. Updates sind für die aktuelle Hauptversion inklusive. Sie können damit eine Wissensdatenbank, Dokumentationen oder Handbücher erstellen.

Die Programm-Versionen

Schaut man sich die verschiedenen Versionen einmal näher an, kommen für die meisten Anwender die Versionen Personal FREE und Personal in Frage. Die FREE-Version ist mit 30 Artikeln pro Wissensgebiet etwas eingeschränkt.

Strukturiertes Arbeiten

Lexican 6 bietet zur Verwaltung von Texten einen Word-ähnlichen Texteditor, das Einfügen von Texten, Tabellen, Grafiken und Hyperlinks geht einfach von der Hand. Texte und Überschriften können in einer Formatvorlage definiert werden, eine strukturierte Gliederung mit Ordern und Unterordnern hilft, die Übersicht zu behalten. Sie können durch einfaches „Ziehen mit der MOUSE“ Themen miteinander Verknüpfen und so inhaltliche Zusammenhänge darstellen. Eine Versio-

nierung steht dem Vielschreiber ebenso zur Verfügung, wie eine Quellenverwaltung, ein Papierkorb mit Wiederherstellungsfunktion, eine Rechtschreibprüfung, eine Silbentrennung und eine Volltextsuche. Mit einigen Tastaturbefehlen kann man sich das Leben leichter machen.

Der Import und Export

Fertige Projekte können in das Format DOCX, DOC, RTF, TXT, HTML und PDF geschrieben werden. In Artikeln können die gleichen Formate importiert werden.

Der Kontextbereich

Am rechten Bildschirmrand findet man zum jeweilig aktiven Artikel einen Kontextbereich. Dieser Bereich ist sehr hilfreich, wenn man Informationen über einen Autor

oder die letzte Änderung benötigt. Über diesen Bereich werden auch Quellen, Schlagwörter, Synonyme und Kategorien abgefragt.

Online-Hilfe

Auf der Internetseite des Herstellers findet man eine ausführliche Hilfe in deutscher Sprache, die kaum Wünsche offenlässt.

Fazit

Die Programmoberfläche ist etwas anders aufgebaut aber leicht zu verstehen, man findet sich schnell darin zurecht. Man sollte sich aber Zeit nehmen, denn LexiCan 6 ist ziemlich mächtig. Wer Artikel schreibt und diese strukturell organisieren möchte, kann mit dem sehr guten Programm nichts verkehrt machen.

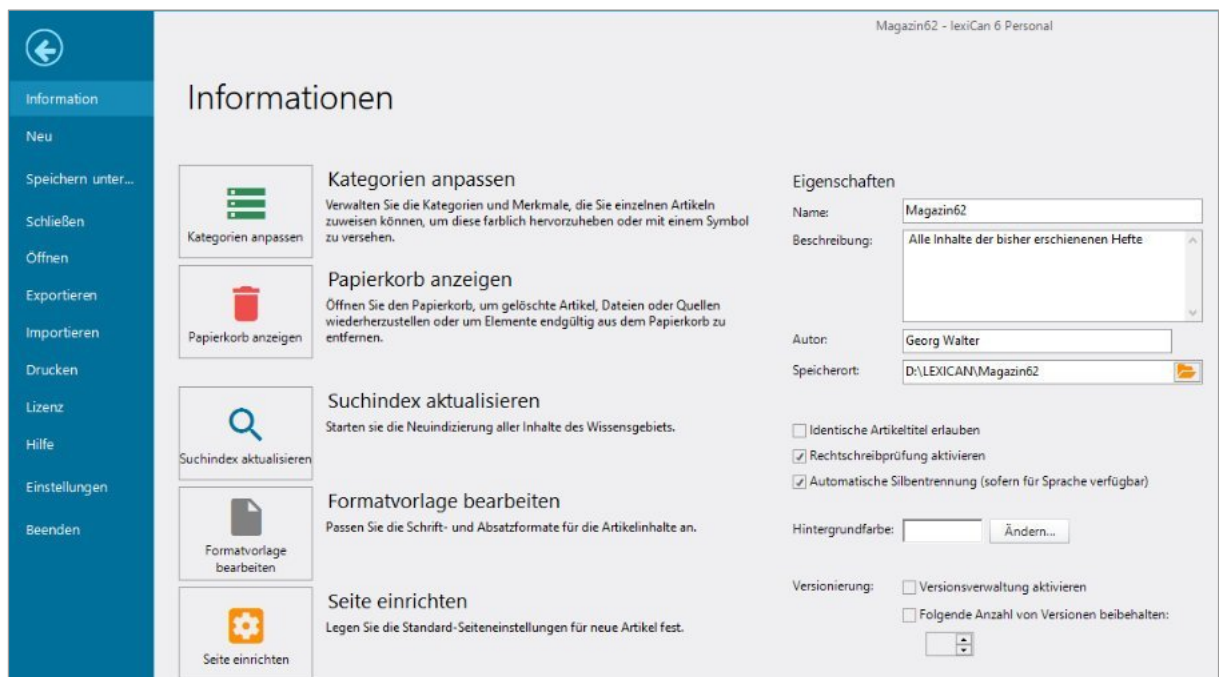
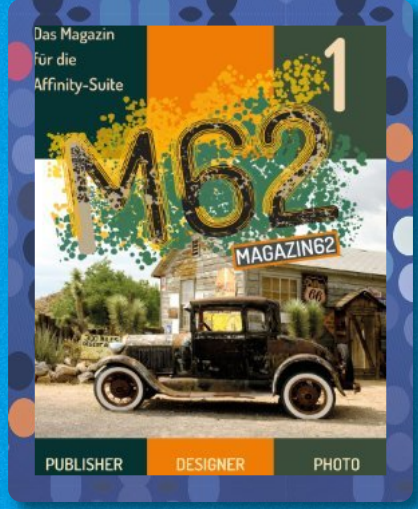


Abbildung z: Über das Datei-Menü bekommt man Zugriff auf Programmeinstellungen, Import- und Export-Funktionen. Hier können Kategorien, die Formatvorlage und die Seite angepasst werden. Über die Eigenschaften hat man jederzeit einen Überblick über das aktuelle Projekt.



Wärmstens zu empfehlen

Heft Nr. 1 - Aus dem Inhalt:

1. Publisher: Dingbats-Schriften & Globale Farben
2. Info: Kreatives Gestalten, Konzept, Projektstart
3. Info: Über den Tellerand: Screenshots mit SnagIt
4. Publisher: Ein Plakat gestalten
5. Designer: Pinsel, Strukturen, Typografie
6. Designer: Texteffekte mit Vektor-Pinseln
7. Designer: Metall-Schriftzug selbst gemacht
8. Designer: Vintage-Aufkleber gestalten
9. Designer: Die Artboard-Funktion
10. Photo: Arbeiten mit Snapshots
11. Photo: Das Akvis-Sketch-PlugIn

Heft Nr. 2 - Aus dem Inhalt:

1. Info: Typografie Grundregeln
2. Info: Logos gestalten Grundlagen
3. Info: Workflow Scrapbooking
4. Publisher: Making Off Magazin62
5. Publisher: Die Anpinnen-Funktion
6. Publisher: Ein Logo gestalten
7. Designer: Gestaltung eines Vintage Ziffernblattes
8. Designer: Mehrfarbenverläufe
9. Designer: Bereiche vergrößert darstellen
10. Designer: Das Artboard Werkzeug
11. Photo: Eine kleine Photomontage

Heft Nr. 3 - Aus dem Inhalt:

1. Info: Aufbau eines Wickelfalzflyers
2. Publisher: Mein Einsteigerbuch, Wie es begann
3. Publisher: Erfahrungen bei einem Buchprojekt
4. Publisher: Textabsätze ansprechende präsentieren
5. Designer: Web- und Screendesign
6. Photo: Photoshop Filter
7. Photo: Malen wie die Profis

Heft Nr. 4 - Aus dem Inhalt:

1. Info: Die Software PDF Elements
2. Info: Das Affinity Lizenz-Modell
3. Info: Selfpublishing, Selbstvermarktung
4. Publisher: Interaktive PDF-Dateien erstellen
5. Publisher: Das PDF-Format
6. Publisher: Neue Funktionen in der 1.9 Version
7. Publisher: Fotos über Masterseiten ausgeben
8. Info: Wie gestaltet man ein Buch

Heft Nr. 5 - Aus dem Inhalt:

1. Info: Über den Tellerand, Cleverprinting
2. Info: DTP – Wie alles begann
3. Info: Regeln des Editorial Designs
4. Info: Vereinszeitschrift gestalten, Grundlagen
5. Publisher: Was ist Editorial Design
6. Publisher: Geschichte zum Thema
7. Publisher: Stilelemente gestalten
8. Publisher: Stilelemente für ein Horoskop
9. Publisher: Kalenderblätter gestalten
10. Publisher: Eine Vorlage erstellen
11. Publisher: Eine Vorlage mit Scribble erstellen
12. Publisher: Tipps zur Gestaltung eines Magazins
13. Publisher: Dynamische Masterseiten

Heft Nr. 6 - Aus dem Inhalt:

1. Info: Dokumente scannen
2. Info: Effektives Arbeiten mit Assets
3. Info: Die neue Publisher-Version 1.10
4. Publisher: Effektives Ausrichten von Texten entlang eines Pfades
5. Designer: Das Gestalten eines Abzeichens/Badgets
6. Publisher: Word-Dokumente einbinden
7. Publisher: Ein Plakat und seine Herausforderungen
8. Info: Fotos sammeln, verwalten und archivieren
9. Info: Der Einsatz eines QR-Codes

Heft Nr. 7 - Aus dem Inhalt:

1. Die Programmoberfläche
2. Ein neues Dokument erstellen
3. Das Lineal & Zoomen
4. Arbeiten mit Paneln
5. Hilfslinien
6. Die Werkzeugleiste
7. Arbeiten mit dem Zeichenstift
8. Formen, Farben und Konturen
9. Formen verändern
10. Farbverläufe
11. Arbeiten mit Text
12. Arbeiten mit Ebenen
13. Verkettung von Ringen
14. Schrift mit Grafik füllen
15. Die Ausgabe von Grafiken

Alle bisher erschienenen Ausgaben

Affinity Publisher

Einen Kalender gestalten

Ich möchte Ihnen hier einmal einen Arbeitsablauf zur Herstellung eines Kalenders beschreiben; diesen kann man mit dem Affinity Publisher sehr gut managen. Dabei soll ein effektives Vorgehen mit wenig Zeitaufwand beschrieben werden.

Zusätzlich werden benötigte Kalender-Elemente in einem ASSET gespeichert, mit „Globalen Farben“ und Textstilen kann man die Elemente des Kalenders zeitsparend anpassen. Schauen Sie sich bitte auch die Abbildungen genau an. Dann versteht man etwas leichter, was im Artikel vielleicht unklar erscheinen kann. Ich versuche, es so einfach wie möglich zu erklären.

Anlegen der Kalender-Datei

Über DATEI – NEU legt man eine Kalender-Datei an, ich nehme das Format Din A5–Quer mit insgesamt 13 Seiten. Eine Seite für das Deckblatt und die 12 anderen für die jeweiligen Monate. Denken Sie auch an 3 mm Beschnitt (Anschnitt).

Anlegen eines Textstils

Über das Panel TEXTSTILE legt man für alle Text-Elemente einen eigenen Stil an, und zwar für den Titel des Kalenders, die Monatsüberschriften auf jedem Kalenderblatt und für die Zahlen sowie Wochentagsabkürzungen. Denken Sie daran, dass die Monatsüberschriften auf jedem Blatt nicht zu hoch am oberen Rand platziert werden, denn an der oberen Kalenderkante soll ja noch die Bindung Platz finden. Mit 30mm vom oberen Rand entfernt, kann man nichts falsch machen. Natürlich können Sie alle Texte nach Ihren Wünschen dorthin setzen, wo Sie möchten.



Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Mo	Di	Mi
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

Abbildung 1: Längliches Kalenderblatt

Anlegen von Master-Seiten

Für den Kalender legt man zwei Master-Seiten an. Auf beiden wird über die gesamte Größe des Blattes ein „Rechteckiger Bilderrahmen“ gesetzt. So braucht man später bei jedem Kalenderblatt nur noch „Bild ersetzen“ zu wählen, um das gewünschte Foto zu importieren. Auf einer Masterseite setzen Sie zusätzlich einen Textrahmen für den Namen des Monats und formatieren ihn nach eigenen Wünschen über einen Textstil. Diese Masterseite übertragen Sie auf ALLE SEITEN AB SEITE 2. Die andere Master-Seite wird dem Deckblatt (1. Seite) zugeordnet. Wenn Sie möchten, können Sie auch dieser Master-Seite einen Kalendertitel zuweisen und über die Textstile formatieren.

Textstile

Hier ist wichtig, dass man für alle Textstile das Grundlinienraster ausschaltet. Sonst kann es passieren, dass beim Platzieren eines Kalendariums die Zahlen und Wochentage nicht angezeigt werden.

Globale Farben verwenden

Wenn man möchte, kann man für alle Elemente des Kalenders eine Globale Farbe anlegen. Das wären zum Beispiel Farben für die Texte, das eigentliche Kalenderblatt mit allen Zahlen und Wochentagen. Wenn man beim Kalendarium mit einem Rand arbeiten möchte, auch dafür.

Ein Kalenderblatt anlegen

Ziehen Sie einen Textrahmen auf und schreiben Sie dort „Mo“ für Montag rein. Ziehen Sie einen weiteren Textrahmen auf, mit der Zahl Eins (1). Beide Textrahmen bekommen die Größe 1 x 1 cm und einen Rand (Kontur) von 1 pt.

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Abbildung 2: Quadratisches Kalenderblatt :

Fertiges Kalenderblatt für den Montag, der mit Tag 1 beginnt.

←	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Mo
	1	2	3	4	5	6	7
	8	9	10	11	12	13	14
	15	16	17	18	19	20	21
	22	23	24	25	26	27	28
	29	30	31				

Abbildung 3: Quadratisches Kalenderblatt :

Für weitere Kalenderblätter verschiebt man oben im Kalender den Montag nach rechts und hängt ihn an den Sonntag an. Dann verschiebt man alle Wochentage nach links. So erhält man insgesamt 7 Kalenderblätter, bei denen jeweils ein Wochentag mit Tag Eins (1) beginnt.

Achtung: Formatieren Sie beide Textrahmen mit Hilfe des Panels ABSATZ = Zentriert und mit Hilfe des Panels TEXTRAHMEN = Vertikale Position „zentriert“. So stehen Zahl und Wochentag mittig im Textrahmen.

Schalten Sie nun das Raster ein. Mit der Einrastfunktion (das Hufeisen, oben im Menü) setzt man nun die Zahl unter den Tag. Mit Copy & Paste vervielfältigt man nun die Felder und schreibt in jedes Feld eine weitere Zahl und einen weiteren Tag hinein. Zum Schluss hat man Zahlen von 1 bis 31 und darüber den sich wiederholenden Wochentag. Später, beim Einfügen, löscht man die Tage, die nicht benötigt werden, da ein Monat nur aus 30 Tagen besteht oder der Februar nur aus 28 Tagen.

Ein ASSET für den Kalender anlegen

Ich habe ein eigenes Asset mit dem Namen „KALENDARIUM“ angelegt. Zusätzlich zwei Unterkategorien, eine für ein viereckiges Kalenderblatt und eine für ein längliches Blatt. Bei der Viereck-Variante stehen oben die Wochentage Mo, Di, Mi, Do, Fr, Sa und So, darunter die jeweiligen Zahlen. Bei der länglichen Variante stehen oben die Wochentage in EINER REIHE, darunter die Zahlen, auch IN EINER REIHE.

Zum Verständnis

Es gibt eine gemeinsame Größe in einem Kalenderblatt. ALLE ZAHLEN GEHEN IMMER BIS 31, nur der Wochentag für Tag 1 eines Monats ändert sich. Insgesamt benötigt man für jede Variante (Viereckig und länglich) sieben (7) verschiedene Assets. Ich habe sie wie folgt benannt. „Montag der Erste“, „Dienstag der Erste“, „Mittwoch der Erste“ u. s. w. Der Januar 2022 beginnt z.B. an einem Samstag – hier wählt man dann das jeweilige Asset aus und zieht es in das Kalender-Dokument, hier also „Samstag der Erste“. Da alle Assets gruppiert sind, kann man sie jederzeit im Dokument vergrößern oder verkleinern. Man ist also nicht auf eine bestimmte Kalendergröße eingeschränkt.

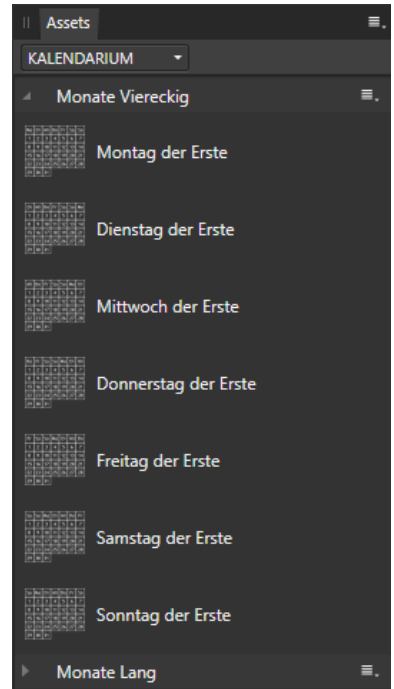


Abbildung 4: Das fertige Asset mit den viereckigen Kalenderblättern.

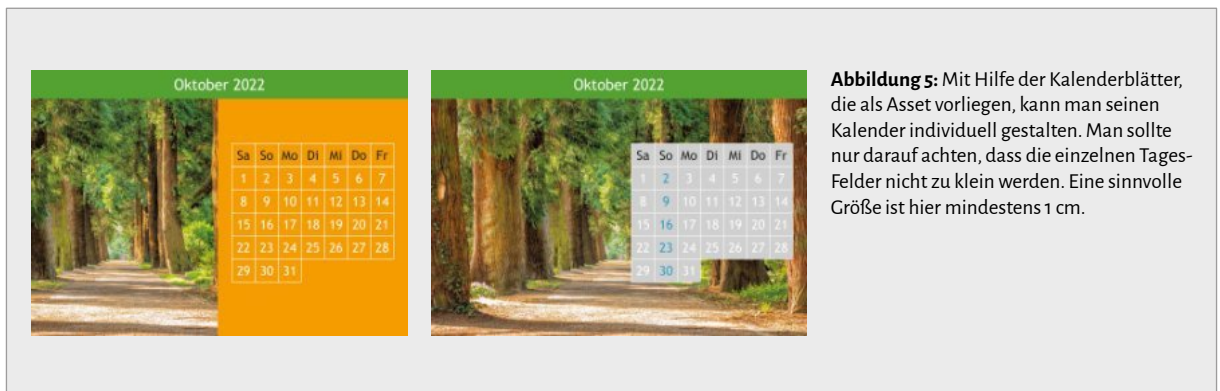


Abbildung 5: Mit Hilfe der Kalenderblätter, die als Asset vorliegen, kann man seinen Kalender individuell gestalten. Man sollte nur darauf achten, dass die einzelnen Tagesfelder nicht zu klein werden. Eine sinnvolle Größe ist hier mindestens 1 cm.

Affinity Publisher

Mehrere Nutzen drucken

Mit Druckern, die heute im Privatbereich genutzt werden, kann man meist auch dickere Papiere bedrucken. Da wäre es doch sinnvoll, wenn man aus dem Affinity Publisher heraus, mehrere Nutzen auf dickem Papier drucken könnte. Von „Nutzen“ spricht man, wenn man 1 Motiv auf einem Druckbogen, meist Din A4, mehrfach ausdrucken kann. Am Beispiel einer Visitenkarte wird das deutlich.

Vorgehensweise

Gestalten Sie eine Visitenkarte und drucken Sie das Motiv über DATEI-DRUCKEN oder die Tastenkombination STRG+P. Es öffnet sich ein Dialogfeld (Abb. 1). Wählen Sie Ihren Drucker (1). Als Nächstes die Skalierung, 100% ist Standard, und die Ausrichtung des Druckbogens. Über das Layout (3) wird jetzt der Nutzendruck aktiviert. Ändern Sie die Einstellungen unter Modell auf N-UP (4). Nun können Sie über die Werte „Horizontal und Vertikal“ die Menge der Nutzen auf dem Druckbogen festlegen und unter „Wiederholen“ die Menge der Visitenkarten. Über „Links und Oben“ kann man einen Wert definieren, mit dem der Druck im Druckbogen verschoben wird. Der Druck fängt dann nicht in der oberen linken Ecke an, sondern etwas versetzt. Die Ansicht (5) zeigt das Ergebnis.

Anschnitt und Marken

Damit man nach dem Druck die Visitenkarten ordentlich schneiden kann, aktiviert man den Anschnittbereich und die Schnittmarken im Dialogfeld unter „Layout“ (6). Setzen Sie die Häkchen bei „Inklusive Anschnittbereich“ und „Inklusive Schnittmarken“ (7).

Bitte beachten Sie

Sie sollten für Drucksachen immer einen Anschnittbereich einplanen, meist reichen hier 3 mm aus. In diesem Bereich sollten sich keine Elemente befinden, da sie später abgeschnitten werden. Der Anschnitt sorgt dafür, dass das Druckprodukt nach dem Schneiden keine weißen „Blitzer“ enthält.

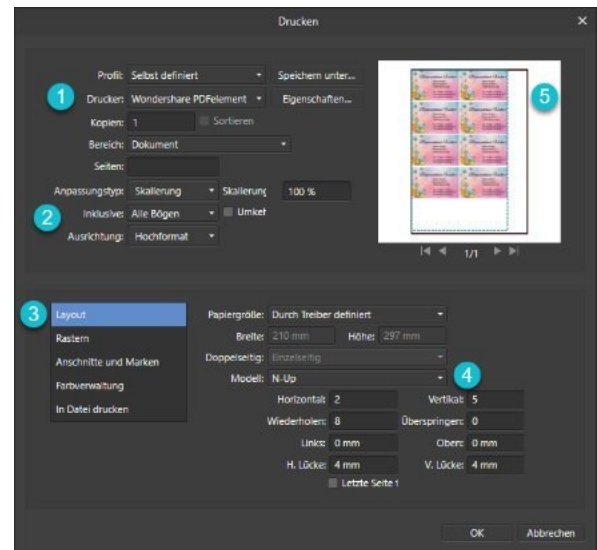


Abbildung 1: Einstellungen für den Nutzendruck

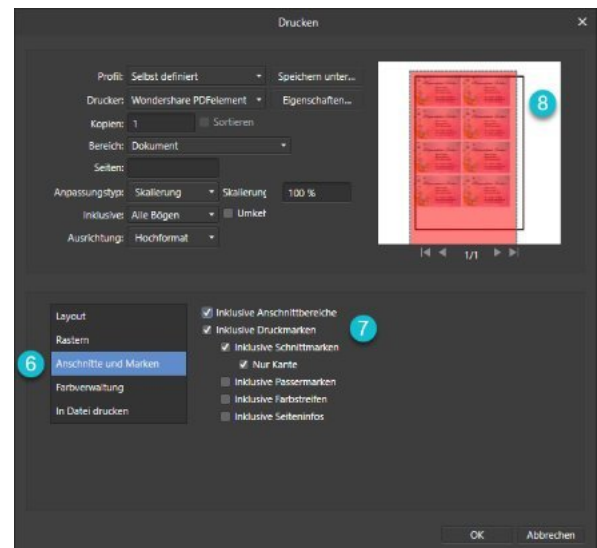


Abbildung 2: Einstellungen für Schnittmarken

Affinity Publisher

Dokumentenvergrößerung & Textrahmen

Kurz vor der Fertigstellung dieses Heftes tauchte bei Facebook in der Affinity-Gruppe noch eine Frage auf, die das Skalieren von Textrahmen betraf, wenn man ein Dokument verkleinern oder vergrößern möchte. Hier darf ich darauf hinweisen, dass man durch eine falsche Einstellung wesentlich mehr nacharbeiten muss, um den Text „wieder hinzubekommen“. In diesem Fall wollte man ein Dokument (mit einem gefüllten Textrahmen) von Din A5 auf Din A4 vergrößern und gleichzeitig den gefüllten Textrahmen „mitskalieren“.

Das funktioniert so nicht, denn wenn man diesen skalierten Text aufteilt und mit einem weiteren Textrahmen verknüpft, ändert sich die Schriftgröße im neu verknüpften Rahmen. Es macht auch keinen Sinn, jemandem dann zu erklären, „wie er da wieder rauskommt“ – besser ist, ihm zu erklären, wie er es von Anfang an richtig macht. Ich persönlich würde diesen falschen Weg niemals gehen. Es ist natürlich klar, dass ein Anwender, der den richtigen Weg nicht kennt, am Problem verzweifelt. Es ist also enorm wichtig, zu verstehen, wie der Publisher arbeitet.

Bild Nr. 1: Erstellt wurde ein Dokument im Format Din A5 und ein Textrahmen mit Inhalt angelegt. Über LAYOUTSEITE EINRICHTEN wurde im Bereich ABMESSUNGEN das Dokument bei SEITENVORGABE auf A4 geändert (Abb 1). Im Bereich SKALIERUNG wurde NEU SKALIEREN gewählt.

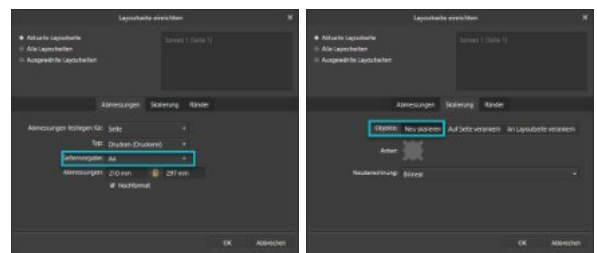


Abbildung 1: Umstellung auf Din A4 und neuer Skalierung

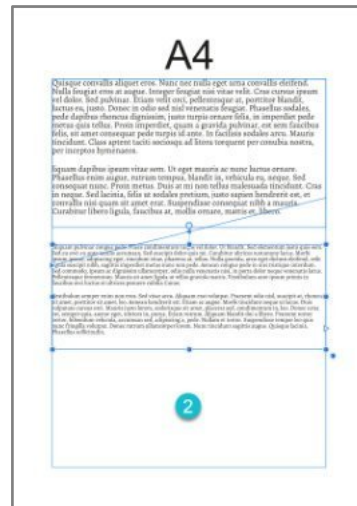


Bild Nr. 2: Hier sieht man zum einen das jetzt vergrößerte Din A4 - Dokument. Der obere Textrahmen wurde verkleinert und ein zweiter, verknüpfter Textrahmen angelegt. Nun sieht man im 2. Rahmen, dass die Schrift viel kleiner ist, also oben im 1. Rahmen. Woran das liegt, kann ich derzeit noch nicht sagen, ist aber sehr seltsam.

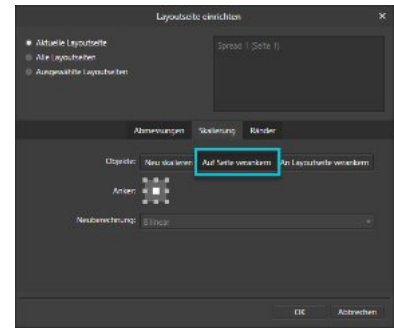
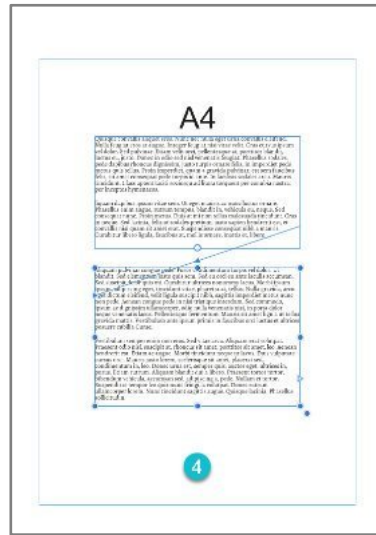


Abbildung 2: Richtig: „Auf Seite verankern“

Bild Nr. 3: Wählt man bei den Einstellungen zu LAYOUTSEITE EINRICHTEN nicht „Neu skalieren“, sondern AUF SEITE VERANKERN (Abb. 2), sieht man, dass der Textrahmen im Din A4 – Dokument weniger Platz benötigt. Und das ist so korrekt!

Bild Nr. 4: Wie in Bild Nr. 2 wurde der obere Textrahmen verkleinert und ein zweiter, verknüpfter Rahmen angelegt. Und nun ist die Formatierung im Textrahmen korrekt, der Text wird in beiden Rahmen mit derselben Textgröße dargestellt.

<p>Master Watercolor Procreate Brushes Trailhead Design Co. \$20</p>	<p>Procreate Print Works - Complete Print Media Pack Design Cuts, Uproot Brushes \$39</p>	<p>Delicious Texture Brushes & Stamps for Procreate Lisa Glanz \$15</p>	<p>Wet & Dry Procreate Brush Set shoutbam \$17 (-\$24)</p>
<p>Everything Watercolour for Procreate Uproot Brushes \$20</p>	<p>Character Drawing Toolkit - People Edition! Lisa Glanz \$19</p>	<p>Bestsellers Collage Creator - Pro Edition SNIFESCIENTIST \$25</p>	<p>The Ultimate Canvas Creator Design Cuts, Nathan Brown \$39</p>

DESIGNCUTS bietet eine riesen Auswahl an Vorlagen, Texturen, Schriften, Backgrounds, Icons und vielem mehr. Die Angebote sind nicht kostenlos, aber erschwinglich. Es gibt auch einen Affinity-Bereich

Besuchen Sie meine Affinity Wissensdatenbank. Sie wird stetig erweitert!

AFFINITY – WISSENSDATENBANK

Ich freue mich, Ihnen hier eine Wissensdatenbank für den Affinity Publisher und Affinity Designer präsentieren zu können. Diese Datenbank befindet sich noch im Aufbau, beinhaltet aber schon jetzt einige grundlegende Themen für die beiden tollen Programme der Firma Serif.

Diese Datenbank ersetzt nicht das Handbuch der Programme. Alle hier aufgeführten Informationen stammen aus meiner eigenen Feder!

Bitte Suchbegriff eingeben

Dokumentation durchsuch

Suche

AFFINITY DESIGNER

- Arbeitsoberfläche Designer
 - Bild in Formen
 - Die Lineale
 - Mehrfarbverläufe
 - Vektorzuschritt
- Zeige alle Artikel (1)

AFFINITY PUBLISHER

- Anpinnen im Publisher
 - Die Lineale
 - Falsche Seitenzahlen
 - Farbauftrag und Farbprofile
 - IDML Import im Publisher
- Zeige alle Artikel (6)

TEXTRAHMEN

- Kapiteltext auf Folgeseite
- Wordtext auf Seite verteilen
- Wordtext importieren

PANELS

- Arbeiten mit Panels
- Panel Einstellungen
- Panel zusammennehmen

FARBEN

- Farbauftrag und Farbprofile
- Mehrfarbverläufe

HILFSMITTEL

- Assets
- Das Raster
- Die Lineale
- Transformieren

Impressum

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

Herausgegeben von Georg Walter · Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar/Rheinland

E-Mail: gewa62@web.de · Website: magazin62.de

Zu den Drittanbietern in diesem Magazin besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.

„Serif“ und „Affinity“ sind eingetragene Warenzeichen von Serif Europe Ltd.



M 62

MAGAZIN 62

Das Magazin für die Affinity-Suite

9



Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Nach längerer Pause möchte ich Ihnen wieder ein neues M62-Heft anbieten. Ich bin hier schon etwas erstaunt, dass es mittlerweile die Ausgabe Nr. 9 ist. Im Sommer hatte ich ja für viele Anwender eine Aktion gestartet, alle bisher acht erschienenen Hefte zu einem Superpreis anzubieten. Hier hat mich besonders gefreut, dass dieses Angebot so gut angenommen wurde. Da es seit April 2022 seitens der Firma Serif nichts Neues mehr gibt, auch keine Updates erschienen sind, möchte ich mit diesem neuen Heft alle Anwender „bei Laune“ halten. Sie finden in dieser aktuellen Ausgabe wieder einige brauchbare Tipps und Hilfen für den Umgang mit dem Affinity-Publisher. Dabei ist es manchmal gar nicht so einfach, zu entscheiden, was den Anwender bewegt, was er an Infos brauchen kann.

Ich bin ein großer Fan von Assets und so habe ich einen Artikel über Bildunterschriften verfasst, viele kennen das vielleicht schon und nutzen diese Möglichkeit auch, aber mir war wichtig, auch denen, die nicht so oft mit dem Publisher arbeiten, aufzuzeigen, wie man sich mit Assets das Leben wesentlich erleichtern kann. Auch für das Webdesign setze ich den Publisher ein, weil er für benötigte Arbeiten einfach das schnellste Tool ist. Jahrelang habe ich Schriften gesammelt, um bloß für jedes Projekt gerüstet zu sein. Mit der Zeit wandelt sich aber diese Einstellung. Und so können Sie nachlesen, warum ich mich mittlerweile auf wenige Schriften konzentriere.

Ich wünsche Ihnen nun wieder viel Freude beim Lesen und Ausprobieren.
Ihr Georg Walter



DER PRAKTISCHE EINSTIEG

Wie immer darf ich hier auf mein Buch aufmerksam machen. Ideal für Neulinge und Einsteiger, die den Publisher näher kennenlernen möchten.



M62 im Internet

Besuchen Sie mich auch im Internet. Da gibt es Inhaltsangaben zu allen meinen Magazinen, viele Tipps, eine Wissensdatenbank und jede Menge kostenlose Stile, Assets und mehr...

Wasserstandsmeldung

Was ist los bei der Firma Serif?

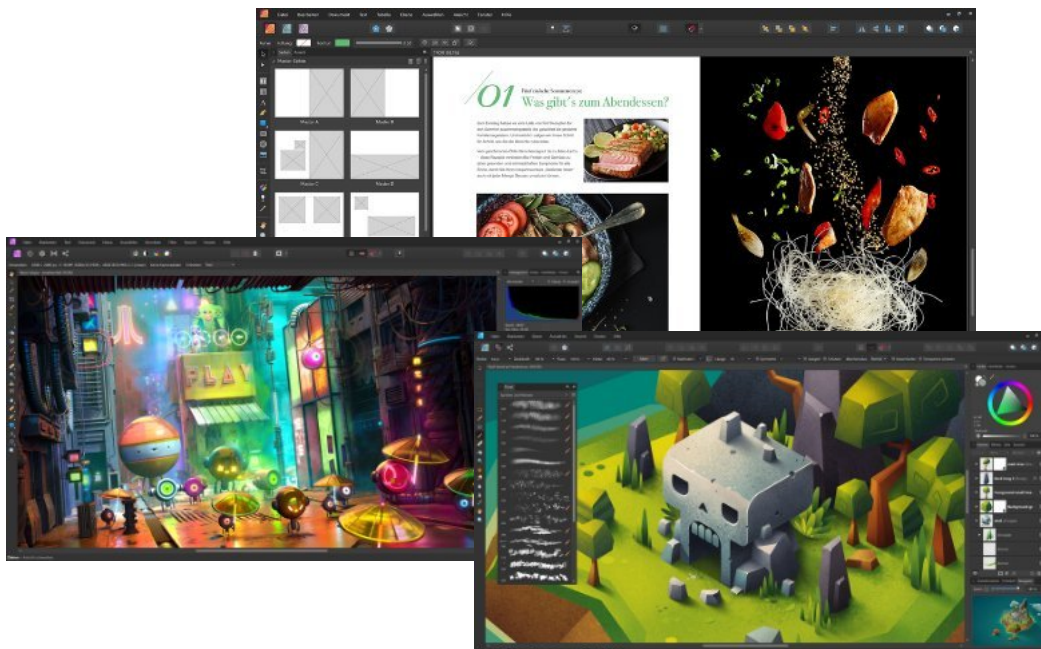
Gleich zu Beginn dieses Artikels möchte ich NICHT den Eindruck vermitteln, dass irgendwas nicht stimmen könnte. Seit einigen Monaten, um genau zu sein, seit Anfang April, wurden keine Updates der drei Programme mehr angeboten. Das letzte Update auf die Versionen 1.10.5 stammt vom 6. April 2022. Jetzt, fast fünf Monate später, hat man ein wenig den Eindruck, dass uns die Firma „vergessen“ hat. Die Updates der früheren Versionen, und hier spreche ich immer vom Publisher, Designer und Photo, kamen in wesentlich kürzeren Abständen. Obwohl das Update der Version 1.9.2 auf die Version 1.10.0 auch knapp fünf Monate gedauert hat.

Serif hat bis heute einige Sonderaktionen gestartet und die Software fast verschenkt. Selbst zum normalen Preis sind die Programme bei dem Leistungsumfang mehr als günstig. Dabei verstehe ich aber nicht, dass der Preis einigen Leuten immer noch zu hoch ist. Vor etwa einem

Monat hatte ich zur Firma Kontakt aufgenommen, um nachzufragen, zu welchem Zeitpunkt man denn die Version 2.0 plant. Dort wurde mir mitgeteilt, dass dies bis Ende des Jahres 2022 nicht geplant sei. Immerhin, ein Lebenszeichen. Es zeigt aber auch, dass wohl viele Anwender ungeduldig auf ein Lebenszeichen warten.

Um die Affinity-Produkte herum tut sich derzeit auch wenig, wie auch. Was soll man berichten? Auch ich habe mir Gedanken darüber gemacht und jetzt liegt mein neues Magazin62, Ausgabe Nr. 9 vor Ihnen. Lange habe ich nach passenden und interessanten Themen gesucht.

Es bleibt zu hoffen, dass wir bald eine neue Version der Programme begrüßen können, am besten die Version 2.0. Vielleicht wird es ja dann einen neuen Script-Editor und die sehnlichst erwartete Fußnoten/Endnoten-Funktion geben. Warten wir ab und üben uns noch in etwas Geduld.



Affinity Publisher

Webdesign mit dem Publisher

Man glaubt es kaum, aber den Affinity-Publisher kann man auch für eine Internetseite nutzen. Das ist dann interessant, wenn man Bilder mit einer immer gleichen Größe anlegen möchte. Der Designer ist hier weniger geeignet, da man mit ihm keinen „Bilderrahmen“ aufziehen kann, in den man Fotos einlädt. Möchte man eine homogene Internetseite gestalten, sollten Fotos immer die gleichen Abmessungen haben.

Die Vorteile des Publisher's kann man so zum Beispiel für Banner-Fotos oder Themen-Bilder nutzen. Gerade im Hinblick auf sogenannte Website-Baukästen ergeben sich hier klare Vorteile. Wer das lieber mit dem Designer umsetzen möchte, sollte alle benötigten Bilder vorher zuschneiden, zum Beispiel mit Affinity-Photo. Dies wäre allerdings ein zusätzlicher Arbeitsschritt, den man mit dem Publisher vermeidet.

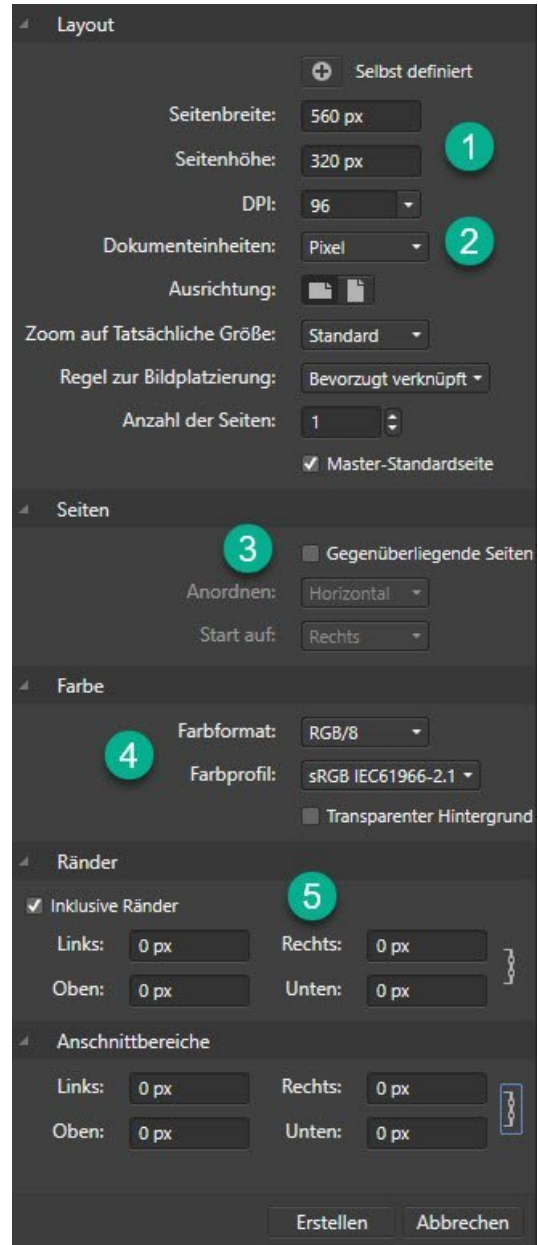
Ein neues Dokument anlegen

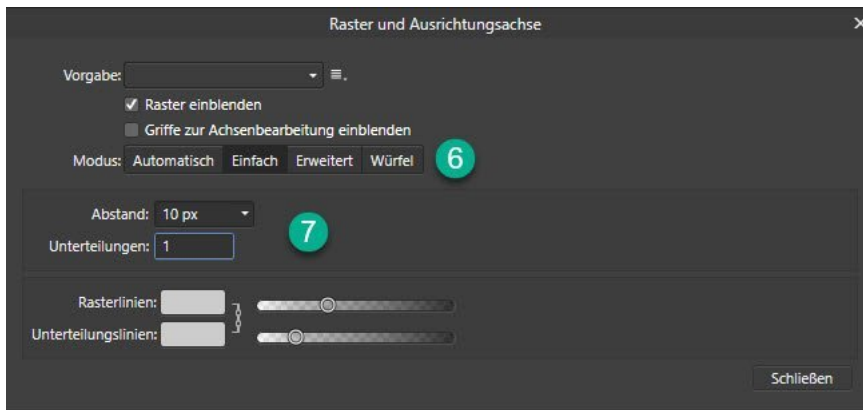
Legen Sie ein neues Dokument an. Ändern Sie im Dialog rechts die Dokumenteneinheit auf „Pixel“ (2). Für dieses Beispiel habe ich die Dokumentenabmessung auf 560 x 320 Pixel (1) gesetzt. Bei „DPI“ stellen Sie den Wert auf 96 ein, das reicht für Internetfotos völlig aus. Wenn Sie hier, wie bei Druckprodukten 300 dpi einstellen, werden die Bilder bei der Ausgabe (Export) viel zu groß.

Nehmen Sie das Häkchen bei „Gegenüberliegende Seiten“ (3) raus. Bei „Farbe“ wählen Sie „RGB“, beim „Farbprofil“ sRGB (4). Ränder und Anschnittbereich (5) werden auch nicht gebraucht, hier sollten Sie alles auf NULL stellen.

Rastereinstellungen

Für ein pixelgenaues Arbeiten können Sie über das Menü





Im Dialog wird das Raster eingestellt. Hier im Modus EINFACH mit einem Abstand von 10 Pixeln

„Ansicht–Raster und Achsen konfigurieren“ dem ganzen Dokument ein passendes Raster zuordnen. Wählen Sie hier den Modus „Einfach“ (6). Bei „Abstand und Unterteilung“ (7) wählen Sie Zahl 10 und die Zahl 1. Mit diesen Einstellungen lassen sich grafische Elemente im Dokument sehr genau platzieren. Wenn Sie möchten, können Sie bei der Unterteilung auch die Zahl 5 eingeben, dann wird das Raster beim „hineinzoomen“ detaillierter angezeigt. Für die meisten Fälle reicht aber ein Raster von 10 Pixeln.

Die Masterseite nutzen

Wenn sich grafische Elemente immer wiederholen sollen, hilft die Masterseite. Im Beispiel zu sehen, wurde eine Hintergrundfarbe „blau“ mit einem „Rechteck“ aufgezogen. Mit dem Werkzeug „Rechteckiger Bilderrahmen“ (8) kann man zusätzlich auf der Masterseite einen Bildrahmen aufziehen, durch das 10er-Raster kann man diesen genau positionieren.

Hat man im Dokument nun mehrere Seiten angelegt, man möchte ja verschiedene Fotos auf seiner Website haben, braucht man nur den Bilderrahmen auf der jeweiligen Seite auswählen und über das Menü oben „Bild ersetzen“ (9) fügt man das gewünschte Foto ein.

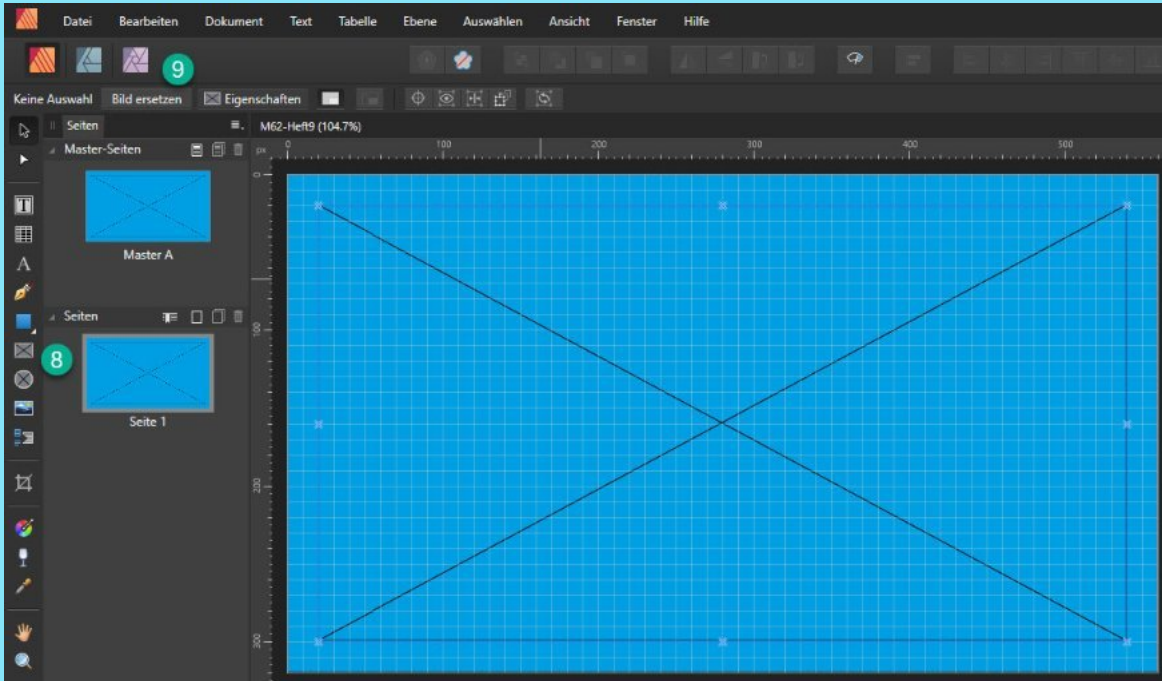
Die Masterseite bietet noch einen Vorteil. Wenn Sie für eine Bildergalerie im Internet auf jedem Foto eine Copyright-Info einfügen müssen, können Sie das mit dem Werkzeug „Rahmentext“ einfügen. Zu beachten ist hier, dass der Text in der Anordnung über dem „Rechteckiger Bilderrahmen“ stehen muss.

Seiten duplizieren

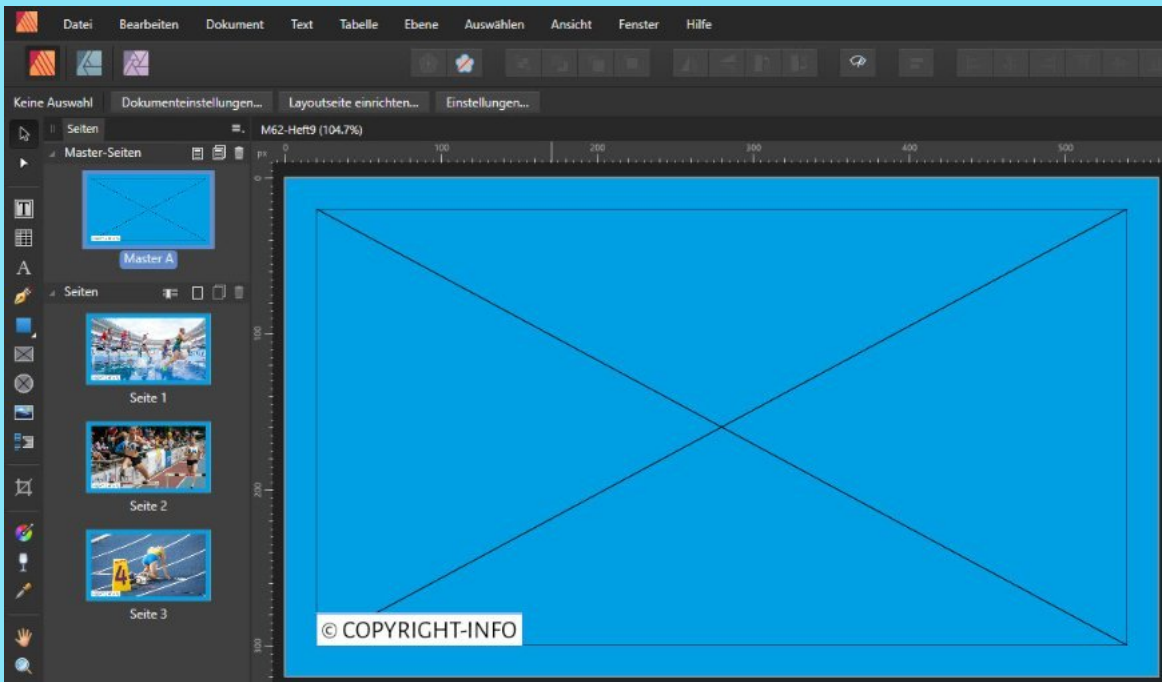
Hat man auf der ersten Seite ein passendes Foto eingesetzt, kann man die Seite im Reiter „Seiten“ mit einem Rechtsklick duplizieren (10). Auf der Nachfolgesseite kann das Foto nun durch eine anderes ersetzt werden. So lassen sich in kürzester Zeit viele Seiten mit den gewünschten Abbildungen erstellen.

Seiten exportieren

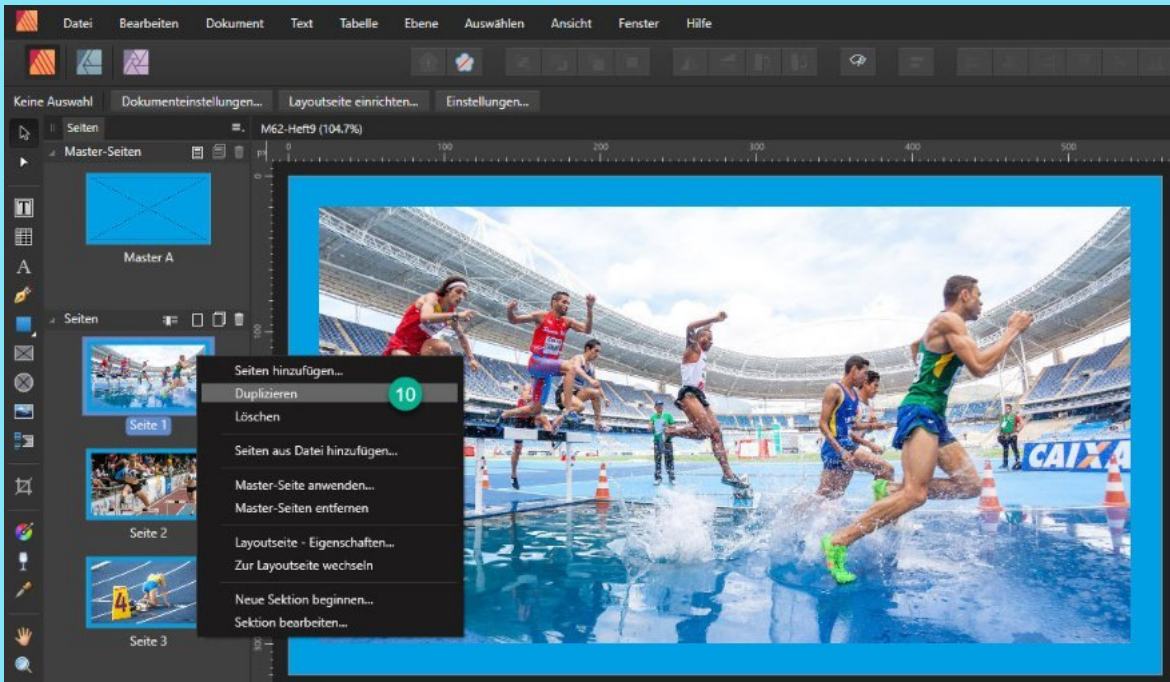
Beim Export für das Internet kann man die Formate JPG und PNG nutzen. Ich bevorzuge Letzteres, da hier die Bilder schärfer wiedergegeben werden. Sie können nun entscheiden, ob Sie jede Seite einzeln speichern möchten oder alle Seiten (11). Bei Einzelseiten kann man einen eigenen Dateinamen vergeben, bei allen Seiten wird der Name des Dokuments mit einer fortlaufenden Nummer verwendet.



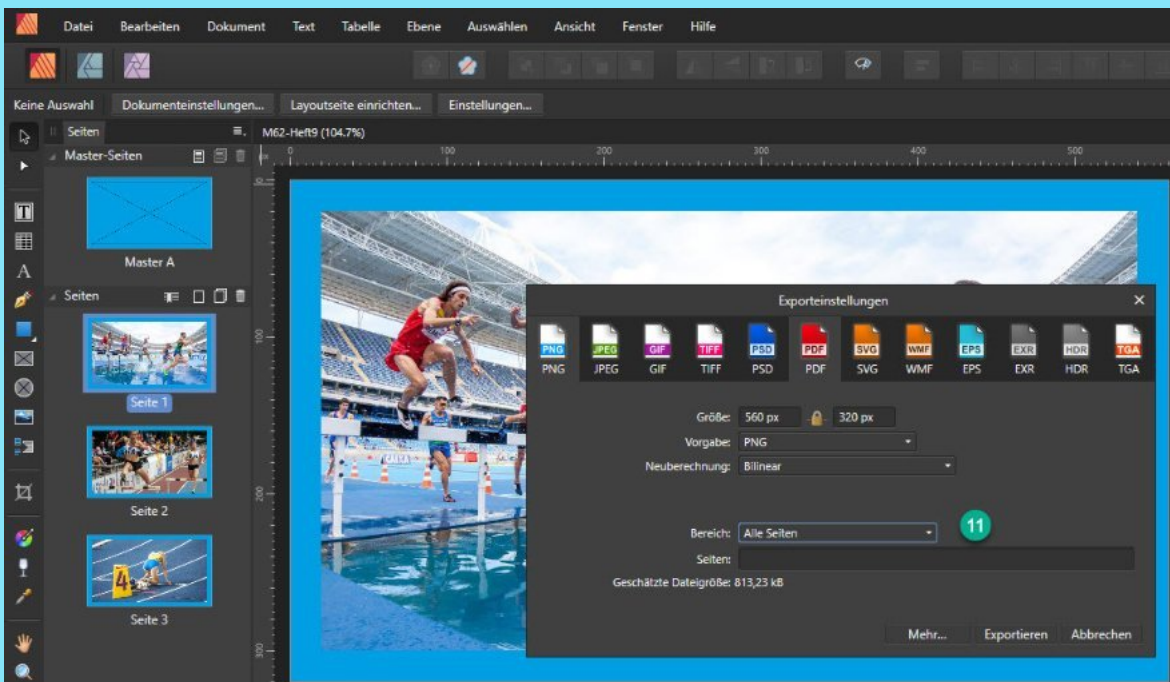
Das Werkzeug „Rechteckiger Bilderrahmen“ auf der Masterseite - Mit eingeschaltetem Raster zur genauen Positionierung des Rahmens



Copyright-Info für eine Bildergalerie einfügen



Seiten mit einem rechten Mouse-Klick duplizieren



Der Export-Dialog - Bevorzugt hier das PNG-Format

Affinity Publisher

Fotos mit Bildunterschriften als Asset anlegen

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 angelegten Textstil „Bildunterschriften“ aus.

Foto und Bildunterschrift

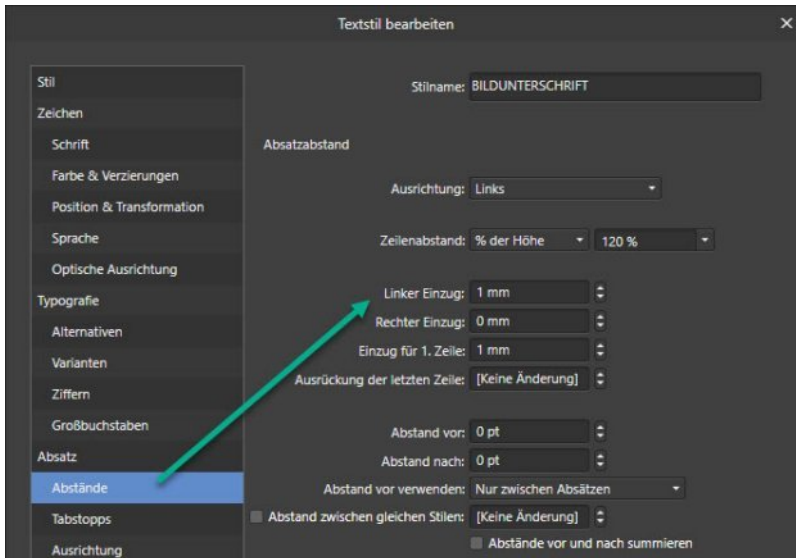
Wenn das Seitenlayout fertig definiert ist, können Sie auch abschätzen, wie groß ein Foto sein darf. Laden Sie sich ein passendes Bild in den Publisher, am besten über das Werkzeug „Rechteckiger Bilderrahmen“. Hier können Sie jederzeit Größenänderungen am Bild vornehmen. Setzen Sie nun den Textrahmen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

Ein Asset erstellen

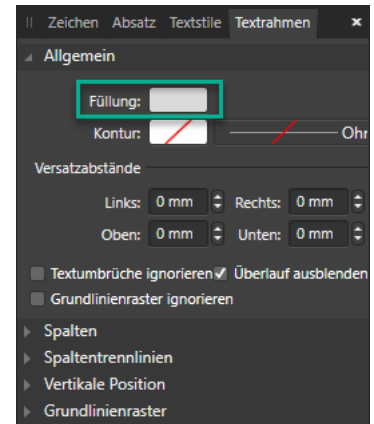
Sie haben nun ein Foto und den Textrahmen mit der Bildunterschrift untereinander gesetzt. Beide Elemente müssen Sie jetzt gruppieren, sonst werden ihnen die Elemente einzeln im Panel Assets abgelegt. Ziehen Sie zur Kontrolle das gespeicherte Asset in ein Dokument, wenn es passt, haben Sie alles richtig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



Im Textstil den Abstand des Textes links um 1 mm einrücken



Dem Bildtext eine Hintergrundfarbe zuordnen



Leichtathletik - 3000 Meter Hindernislauf



Leichtathletik - 100 Meter Sprint



Leichtathletik - 110 Meter Hürdenlauf

OBEN

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

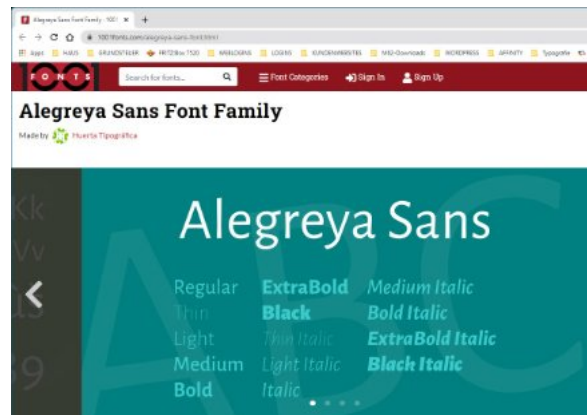
Die eigene „Hausschrift“ Die Suche nach der richtigen Schrift

Auf meiner Festplatte tummeln sich mehrere tausend Schriften, die sich beim Horten über die letzten Jahre dort angesammelt haben. Kostenlose Fonts und gekaufte Schriften. Dazu gab es früher Programme, mit denen man diese Fonts verwalten, ansehen und installieren konnte. Irgendwann wird einem dann die Suche nach der richtigen Schrift für ein Projekt ziemlich lästig. In der Typografie wird eh in Fachbüchern oft darauf hingewiesen, dass man mit Schriften sparsam umgehen sollte. Also machte ich mich auf die Suche nach einer passenden und bezahlbaren Schrift, denn mir war klar, dass ich im Freeware-Bereich nicht fündig werden kann.

Schriftenpakete

Es sollte ein Schriftenpaket sein, in dem zum Einen eine Serifen-Schrift vorhanden sein sollte. Diese Schrift benötige ich für Artikel und Bücher, eine sogenannte „Brottschrift“. Zum Anderen sollte im Paket auch eine Sans-Serif-Schrift für Überschriften, Webtexte und modernere Textauszeichnungen vorhanden sein. Hier kann man sich bei einschlägigen Schriftenanbietern im Internet umsehen.

Meine Wahl fiel auf die Fonts „Alegreya“ mit den Schriftschnitten Regular, Italic, Bold, Bold Italic, Black und Black Italic und die Schrift „Alegreya Sans“. Diese hat einige Schnitte, mit denen man wunderbare Texte „auszeichnen“ kann. Thin, Light, Regular, Medium, Bold, Extra Bold, Black und die jeweils dazugehörenden „Italic-Schnitte“. Für kleines Geld habe ich mir diese Schriften zugelegt und benutze sie z.B. auch für dieses Magazin. Mittlerweile bekommt man beide Fonts kostenlos.



Beide Fonts finden Sie unter: <https://www.1001fonts.com>

Affinity Publisher

Die Datenzusammenführung

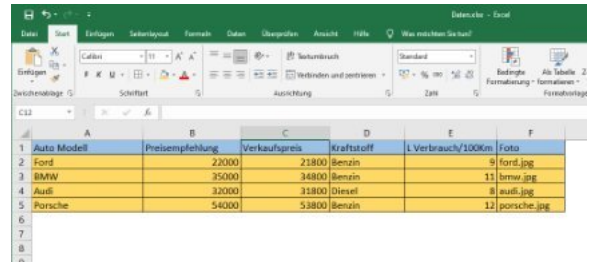
Im Affinity-Publisher ist es ab Version 1.9 möglich, aus einem Datenstamm in einer Tabelle ansprechende Kataloge zu generieren, die auch Fotos enthalten können. Sicherlich fallen dem ein oder anderen Leser weitere Möglichkeiten zur Nutzung der "Datenzusammenführung" ein. Diese "Zusammenführung" ist ein komplexer Vorgang im Affinity-Publisher. Hier muss man einige Dinge berücksichtigen, bevor man das fertige Ergebnis sieht.

Was muss man beachten?

1. Für die Datenzusammenführung gibt es in der Werkzeugleiste ein neues Symbol
2. Im Menü DOKUMENT gibt es einen eigenen neuen Assistenten für die Datenzusammenführung
3. Zusätzlich muss das Panel FELDER geöffnet werden
4. Eine Externe Excel-Tabelle oder CSV-Datei mit allen relevanten Daten muss erstellt werden.
5. Das Dokument, in dem man die Datenzusammenführung gestaltet, ist nicht das End-Dokument. Es wird ein eigenständiges, neues Dokument mit den fertigen Daten generiert.
6. Möchte man in einer Publikation ein mit Datenzusammenführung generiertes Dokument einsetzen, muss man dieses über DOKUMENT-SEITEN AUS DOKUMENT HINZUFÜGEN einfügen.

Zwei wichtige Tipps am Anfang:

- a) Wenn man bei der Datenzusammenführung mit Fotos arbeiten möchte, muss die Excel-Tabelle im selben Verzeichnis wie die Fotos liegen.
- b) Legen Sie für die Datenzusammenführung in ihrem



Auto Modell	Preisempfehlung	Verkaufspreis	Kraftstoff	L Verbrauch/100km	Foto
Ford	22000	23800	Benzin	9	ford.jpg
BMW	35000	34800	Benzin	13	bmw.jpg
Audi	32000	31800	Diesel	8	audi.jpg
Porsche	54000	53800	Benzin	12	porsche.jpg

Abbildung 1: Excel-Tabelle mit den zu verarbeitenden Daten

Projekt-Ordner einen eigenen Unterordner an. In diesen Unterordner speichern Sie die Excel-Tabelle, alle Fotos und die Publisher-Datei, mit der die Datenzusammenführung generiert wird. Vergeben Sie dieser Datei einen eindeutigen Namen, z.B. "Zusammenführung" oder "Merge-Datei".

A. Eine Excel-Tabelle anlegen

Legen Sie in Excel eine Tabelle an und füllen Sie diese mit Ihren Daten. Ganz rechts in der Tabelle sind die Bilddatei-Namen hinterlegt. Liegen die Fotos nicht im selben Verzeichnis, wie vorgeschlagen, muss man in der Tabelle zusätzlich den Pfad zur Bilddatei angeben. Sonst findet später der Publisher die Fotos nicht. Ersparen Sie sich dies und legen Sie alle relevanten Daten, wie oben vorgeschlagen, in einem eigenen Unterordner an.

Tip: Es besteht die Möglichkeit, im Publisher mehrere Excel-Tabellen für eine "Datenzusammenführung" zu nutzen.

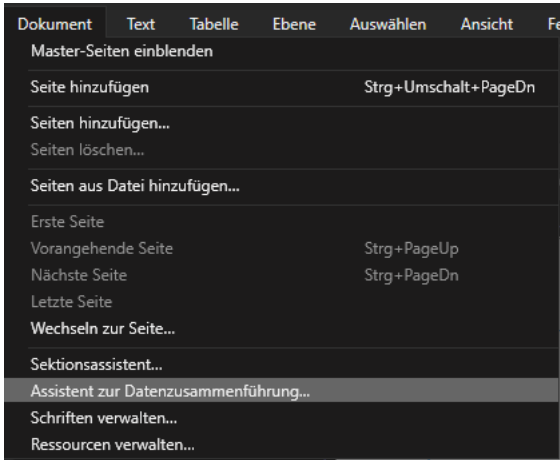


Abbildung 2: Den Assistenten im Menü DOKUMENT aufrufen

B. Rufen Sie den Assistenten im Menü DOKUMENT auf

C. Klicken Sie unten links auf das kleine Dokumenten-Symbol. Damit wählt man die Datenquelle auf der Festplatte aus.

D. Im Assistenten kann man einige Funktionen einschalten, ausschalten oder bestimmte Einstellungen eingrenzen.

1) QUELLE: Hier wird einem die Quell-Datei mit den Daten angezeigt. Diese kann man aktualisieren, wenn man im Nachhinein in der Tabelle etwas geändert hat.

HIER KANN MAN WEITERE QUELLEN, also mehrere Excel-Tabellen, HINZULADEN und die Zusammenführung mit mehreren externen Excel-Tabellen umsetzen. Diese erscheinen dann untereinander auf der linken Seite des Assistenten. Über "Auswählen" kann man eine bestimmte Tabelle wählen. Hat eine Excel-Datei mehrere Tabellenblätter, kann man die passende im Menü "Tabellenblatt" auswählen.

2) FILTER: Hier kann man entscheiden, ob man alle Daten oder nur einen Datenbereich in einer Excel-

Tabelle nutzen möchte. Der Datenbereich lässt sich per Hand definieren.

3) VORSCHAU: Entscheiden Sie hier, ob Sie sich einen fertigen Datensatz anzeigen lassen möchten, oder nur die Platzhalter sehen. Hier kann man zwischen den Datensätzen hin und her springen.

4) SEITEN ZUSAMMENFÜHREN: Ist die Zusammenführung aktiviert, kann man entweder ALLE SEITEN oder nur einen SEITENBEREICH generieren lassen. Für den Seitenbereich lassen sich die Seitenzahlen VON BIS angeben. **Beispiel:** Hat man in der Daten-Tabelle 20 Datensätze erfasst und im Publisher festgelegt, dass pro Seite 4 Daten-Elemente platziert werden sollen, dann generiert die Zusammenführung insgesamt 5 Dokumentenseiten. Möchte man von den 20 Datensätzen nur 15 darstellen (über die Einstellung des Seitenbereichs definiert), dann generiert die Zusammenführung 4 Dokumentenseiten, wobei auf der letzten Seite dann 1 Datensatz leer bleibt.

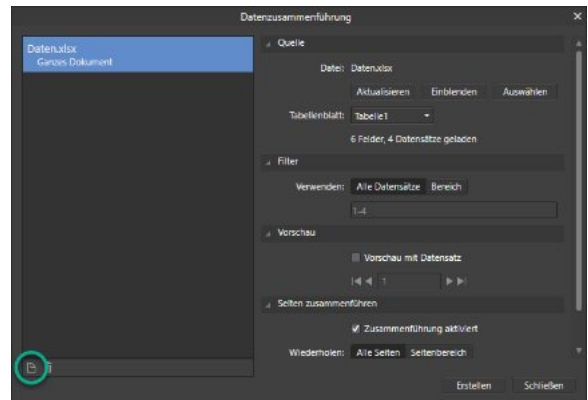


Abbildung 3: Der Assistent zur Datenzusammenführung

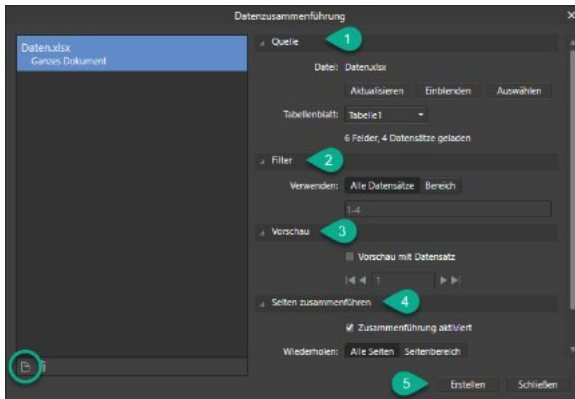


Abbildung 4: Rechts sind einige Funktionen möglich

5) ERSTELLEN: Über den Button ERSTELLEN generiert der Publisher ein neues fertiges Dokument mit allen Seiten, bis die Datensätze aus der Excel-Tabelle abgearbeitet sind.

E. Das Layout-Werkzeug zur Datenzusammenführung

Hat man die unter Punkt A-D beschriebenen Funktionen verstanden und abgearbeitet, kann man mit dem "Layout-Werkzeug zur Datenzusammenführung" (6) im Publisher-Dokument die optische Formatierung der einzelnen Elemente (aus der Excel-Tabelle) vornehmen. Dazu wählt man das Werkzeug aus und zieht auf der Seite einen Rahmen (7) auf.

Im gezeichneten Rahmen wird ein oranger Punkt sichtbar, über den man die Spalten- und Zeilenabstände zueinander steuern kann.

Solange das "Werkzeug zur Datenzusammenführung" ausgewählt ist, kann man über die Kontext-Leiste im Publisher weitere Einstellungen verfeinern. Dazu gehören die Zellenbreite, Zellenhöhe, der Zwischenraum, die Zeilen- und Spaltenanzahl.

Achtung: Bei allen jetzt beschriebenen Aktivitäten muss

der "Zusammenführungs-Rahmen", der ja das Layout bestimmt, markiert sein. Nur dann kann man weitere Elemente in diesen Rahmen einsetzen.

Wichtig: Zum Platzieren von Bilderrahmen oder Textrahmen WIRD NUR DIE LINKE OBERE ZELLE BENUTZT! Wie im Bild oben zu sehen, werden die anderen Zellen automatisch gefüllt. Werden die anderen Zellen nicht automatisch gefüllt, war der "Zusammenführungs-Rahmen" NICHT MARKIERT.

Wenn man ein Foto einfügen möchte, wählt man das Werkzeug "Rechteckiger Bilderrahmen". Ziehen Sie damit OBEN LINKS einen Rahmen auf. Der Rahmen wird in den anderen Zellen automatisch wiederholt.

Hat man den Bilderrahmen im Layout platziert, muss man ihm noch ein Feld zuordnen. Im Panel FELDER werden die Datenfelder aus der Excel-Tabelle angezeigt. Schauen Sie sich das Bild an und folgen Sie dem Pfeil. Markieren Sie den Bilderrahmen und klicken Sie im Panel FELDER unten bei "Datenzusammenführung" auf das Wort "Foto". Dem "Rechteckigen Bilderrahmen" wurde nun das Feld "Foto" aus der Excel-Tabelle zugewiesen. Automatisch werden in den anderen Layout-Zeilen/Spalten die gemachten Einstellungen übernommen.

Unter dem Foto wird nun ein normaler Textrahmen aufgezo-gen. Schreiben Sie in diesen Rahmen untereinander die Spaltenbezeichnungen aus der Excel-Tabelle. Zum besseren Verständnis habe ich diese Worte in Großbuchstaben eingefügt. Jetzt kann man hinter jedem dieser Worte das passende Feld einfügen. Setzen Sie dazu den Text-Cursor rechts neben ein Wort und klicken Sie im Panel FELDER im Bereich "Datenzusammenführung" LINKS auf den Feldnamen. Im Bild sichtbar - das Wort Porsche (blau unterlegt) - dies ist der Feldname "Auto Modell". Wiederholen Sie diesen Schritt mit allen anderen Feldnamen.

Sind alle Eingaben und Feld-Zuordnungen gemacht, sieht man das fertige Ergebnis. Bitte nicht wundern, es wird in allen Layout-Spalten und Layout-Zeilen der selbe Datensatz angezeigt.

Man kann sich jetzt zur Kontrolle jeden Datensatz anzeigen lassen. Im Assistenten unter "Vorschau" springt man mit Hilfe der Pfeile zum nächsten, vorherigen, ersten oder letzten Datensatz.

SPEICHERN SIE ZUM LETZTEN MAL DIE LAYOUT-DATEI AB.

Das Erstellen der fertigen Datei

Klicken Sie mit der Mouse auf "Erstellen". Der Publisher generiert jetzt eine NEUE Datei und fügt alle Informationen aus der Excel-Tabelle in das Layout ein. Dabei werden je nach Menge der Datensätze automatisch mehrere Dokumenten-Seiten generiert.

Speichern Sie die generierte Datei unter einem neuen Namen ab. Möchten Sie diese Datei in eine bestehende Publisher-Datei einfügen, empfehle ich den Weg über DOKUMENT - SEITEN AUS DATEI HINZUFÜGEN.

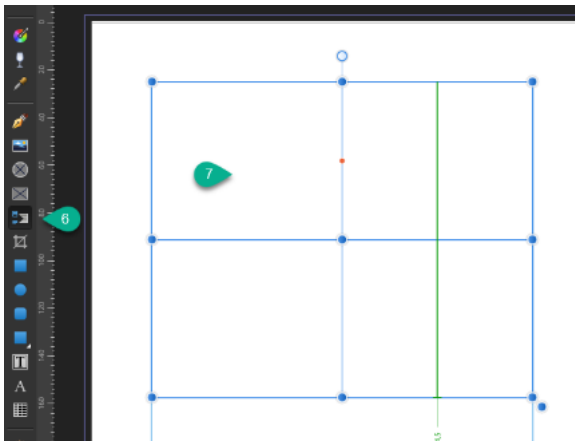


Abbildung 5: Das Werkzeug zur Datenzusammenführung

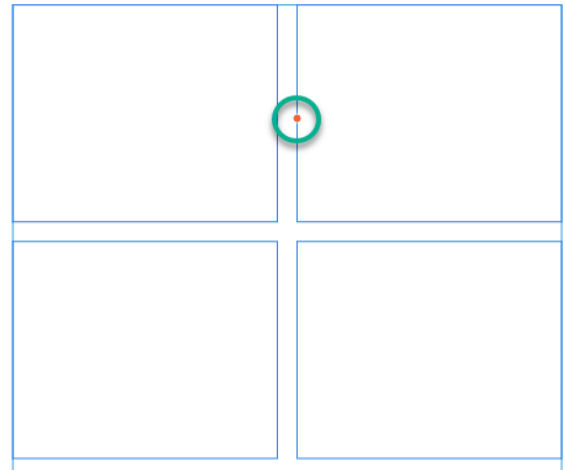


Abbildung 6: Spalten- und Zeilenabstände regeln

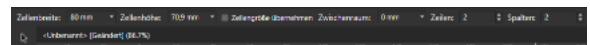


Abbildung 7: Feinheiten, Spalten- und Zeilenanzahl sowie den Zwischenraum steuert man über die Kontext-Leiste

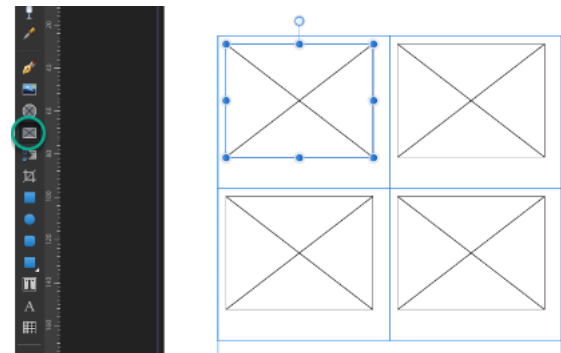


Abbildung 8: Ein Foto in das Layout einfügen



Abbildung 9: Zuordnen eines Feldes

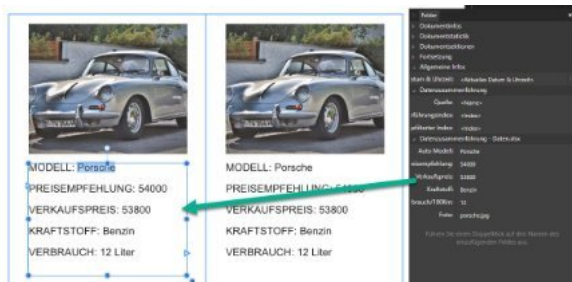


Abbildung 10: Zuordnen der Excel-Tabellen-Felder



MODELL: Ford
 PREISEMPFEHLUNG: 22000
 VERKAUFSPREIS: 21800
 KRAFTSTOFF: Benzin
 VERBRAUCH: 9 Liter



MODELL: BMW
 PREISEMPFEHLUNG: 35000
 VERKAUFSPREIS: 34800
 KRAFTSTOFF: Benzin
 VERBRAUCH: 11 Liter



MODELL: Audi
 PREISEMPFEHLUNG: 32000
 VERKAUFSPREIS: 31800
 KRAFTSTOFF: Diesel
 VERBRAUCH: 8 Liter



MODELL: Porsche
 PREISEMPFEHLUNG: 54000
 VERKAUFSPREIS: 53800
 KRAFTSTOFF: Benzin
 VERBRAUCH: 12 Liter

Abbildung 12: Die fertig generierte Datei mit allen Informationen aus der Excel-Tabelle

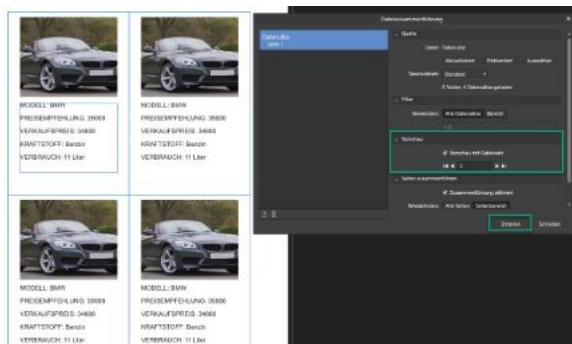


Abbildung 11: Kontrolle der Datensätze

Affinity Publisher

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.

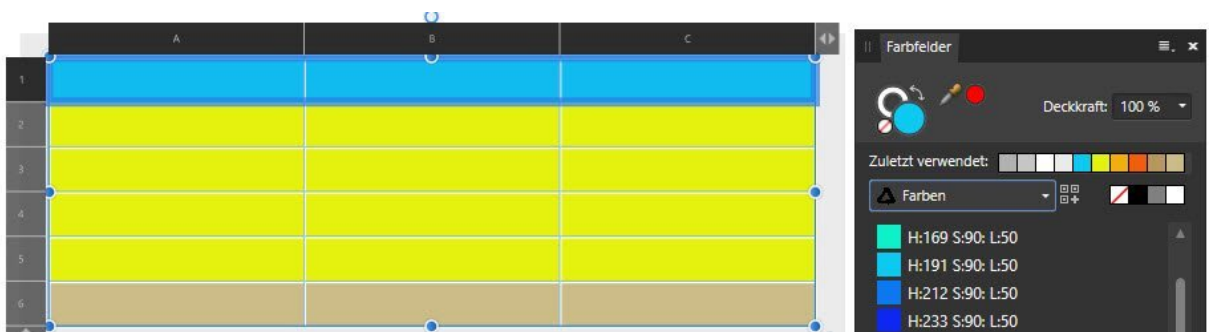


Abbildung 1: Tabellenbereiche schnell einfärben

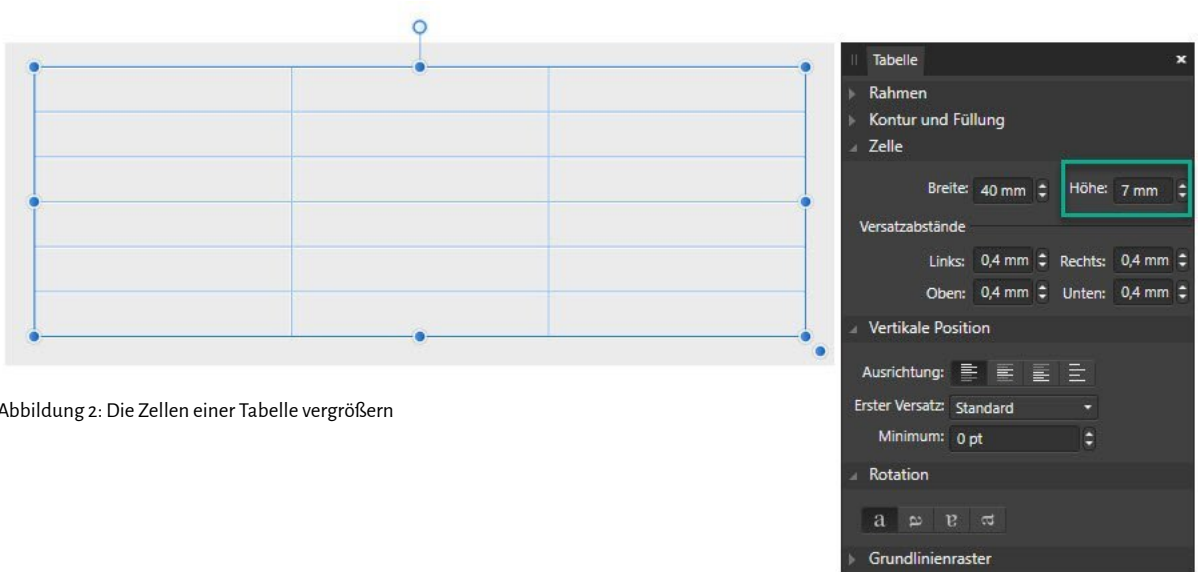


Abbildung 2: Die Zellen einer Tabelle vergrößern

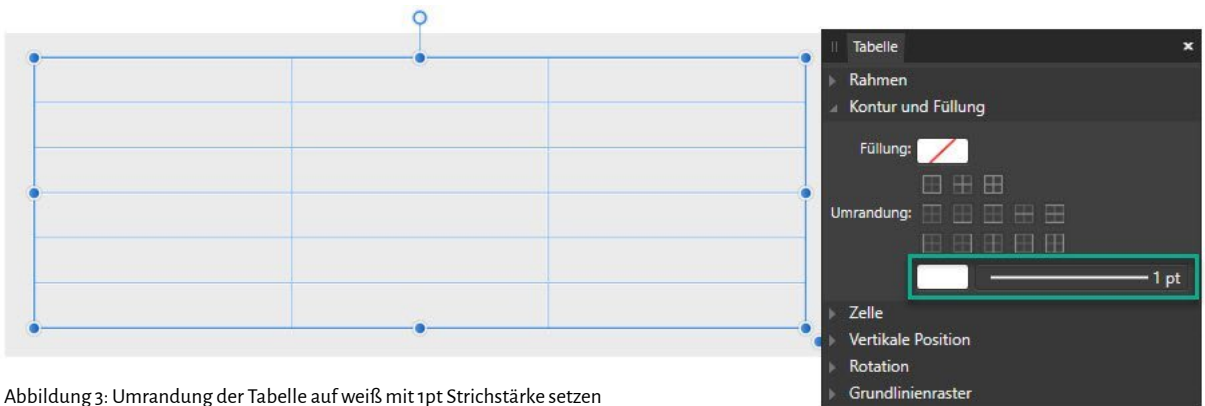


Abbildung 3: Umrandung der Tabelle auf weiß mit 1pt Strichstärke setzen



Abbildung 4: Tabellenzellen verbinden

Affinity Publisher

Farben definieren mit einem Online Color Picker

Auf der Suche nach umfangreichen Informationen zu Farben, Farbwerten und Farbpaletten darf ich Ihnen eine interessante Internetseite ans Herz legen. Hier geht es nicht um graue Farbtheorie, vielmehr können Sie hier nach Farbwerten suchen (Color Picker), sich Farben zusammenmischen (Color Mixer) und Farbkombinationen zusammenstellen (Color Schemes). Die Webseite ist zwar mehr für Webseiten-Gestalter gedacht, aber für gute Farbkombis kann man sich diese Seite ruhig einmal näher ansehen. Bitte achten Sie aber darauf, dass die Farben am Bildschirm nichts mit Druckfarben zu tun haben. Auf der Website finden Sie links ein Menü mit vielen Einträgen, klicken Sie hier einfach mal durch, um zu sehen, wie Ihnen die Inhalte helfen können.

Color Picker

Hier wählen Sie unter „Pick a Color“ eine Farbe aus und rechts werden Ihnen hellere / dunklere Farbwerte für die Farbe angezeigt. Jederzeit können Sie sich hier einen Farbwert notieren und in den Affinity-Programmen verwenden.

Color Mixer

Hier kann man zwei Farben wählen und rechts werden Ihnen die Werte beider Farben in Abstufungen angezeigt.

Color Schemes

Hier wird es spannend, denn man kann sich nicht nur unterschiedliche Farbpaletten ansehen, man kann sich auch fünf neue und zueinander passende Farben mischen lassen. Das hilft bei der Farbfindung für Screendesign, aber auch den Druck. Wie oben schon erwähnt, denken Sie daran, dass die Farben am Bildschirm anders aussehen als bei Druckprodukten. Sehr schöne Kombinationen erhalten Sie über den Menüpunkt „Color Schemes – Colors Triadic“.

Color Gradient

Hier kann man sich Farbverläufe zusammenstellen und die Verlaufsrichtung ändern. Wenn Ihnen ein Verlauf gefällt, können Sie sich die Farbwerte beider Farben notieren und im Publisher oder Designer den Verlauf nachbauen.

Color Brands

Schauen Sie sich hier die Grundfarben bekannter Firmen an.


Internetseite:

https://www.w3schools.com/colors/colors_picker.asp


https://www.w3schools.com/colors/colors_mixer.asp




Try it Yourself
Click on the wheel colors:



Experiment by clicking on the Color Wheel, and/or adjusting the lightness and saturation.




Color Schemes – Colors Compound




#FF7074	#FF2722	#3478B8	#FF9900	#342889
---------	---------	---------	---------	---------


Try it Yourself
Click on the wheel colors:



Experiment by clicking on the Color Wheel, and/or adjusting the lightness and saturation.




Color Schemes – Monochromatic




#E8F7E3	#98D778	#66C032	#375F3B	#1B3409
---------	---------	---------	---------	---------


Try it Yourself
Click on the wheel colors:



Experiment by clicking on the Color Wheel, and/or adjusting the lightness and saturation.




Color Schemes – Colors Triadic



#F7DAE3	#C23469	#FFC81A	#3478B8	#342889
---------	---------	---------	---------	---------

Pick a Color:



Selected Color:

Black Text
Shadow
White Text
Shadow


#CCCC00
rgb(204, 204, 0)
hs(100, 100%, 46%)

Lighter / Darker:

100%	#FFFFFF
95%	#FFF7E6
90%	#FFF0CC
85%	#FFEB93
80%	#FFF796
75%	#FFF766
70%	#FFF766
65%	#FFF766
60%	#FFF766
55%	#FFF766
50%	#FFF766
45%	#FFF766
40%	#FFF766
35%	#FFF766
30%	#FFF766
25%	#FFF766
20%	#FFF766
15%	#FFF766
10%	#FFF766
5%	#FFF766
0%	#000000


Color Picker

Select colors:



#FF6699
#99FF33

Top color: #FF6699

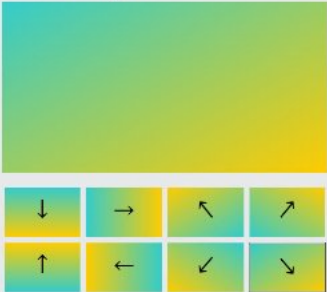


#FF6699
#F86E94
#F5758F
#F07C8A
#EB8585
#E88C80
#E0947A
#DDB975
#D6A370
#D1A66B
#CCB266
#C7B661
#C2C25C
#BDC657
#B8D152
#B2D94C
#ADDB47
#A8E842
#A3F03C
#9E#F738
#99FF33


Bottom color: #99FF33

Color Mixer

Gradient Background:



Select Colors:



#FFCCCC
#FFCC00

Color Gradient (Verlauf)

Affinity Publisher

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

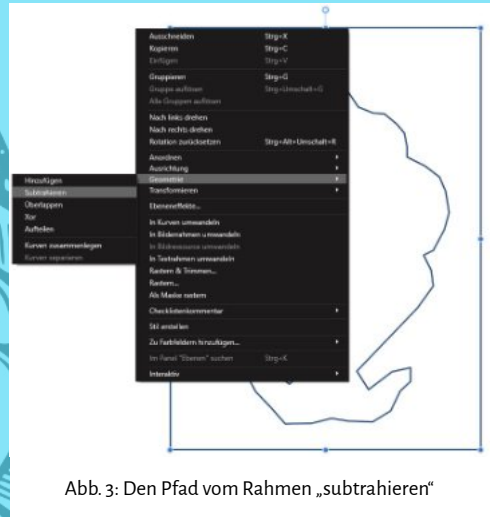
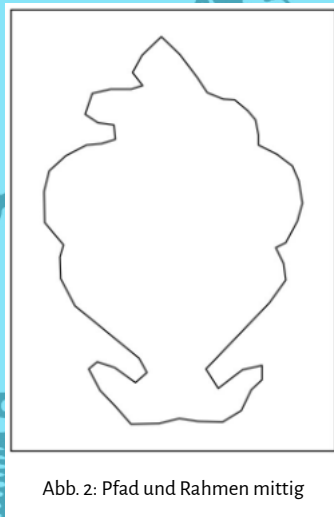
Hier empfehle ich, den Text über die Zwischenablage einzufügen, allerdings bitte vorher einmal mit der Mouse in den Rahmen klicken und die Schriftart- sowie Größe festlegen. Sie können das natürlich später auch mit einem angelegten „Textstil“ steuern. Damit der Text an allen Seiten bündig dargestellt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



Affinity Publisher

Ein Buchcover gestalten

Bei der Gestaltung eines Buches wird das Buchcover oft vernachlässigt und unterschätzt. Es ist aber DAS Verkaufsargument, denn es steht im Buchregal und MUSS Aufmerksamkeit schaffen.

Was gehört auf ein Buchcover?

Hier muss natürlich der Buchtitel als Erstes genannt werden, zusätzlich, wenn benötigt, ein Untertitel. Der Autorenname, eventuell auch das „Genre des Buches“ sowie ein Klappentext. Im Buchtitel sollte sich der Buchinhalt widerspiegeln, wobei es logisch ist, dass dieser nicht den Buchinhalt wiedergeben kann. Mit einem passenden Titel wird eine Stimmung und eine Neugier erzeugt. Zu beachten gilt hier auch, dass bestimmte Titel per Gesetz (Markengesetz §§5, 15) geschützt sind. Arbeitet man mit einem Verlag zusammen, sollte sich dieser darum kümmern.

Der Autorenname

Wenn man den vergisst, hat man etwas Grundlegendes falsch gemacht. Das darf nicht passieren. Er muss mit auf das Cover. Man kann hier auch einen Namen als Pseudonym präsentieren.

Der Untertitel

Gerade bei Sachbüchern und Ratgebern hilft der Untertitel des Buches, um den Inhalt besser herauszustellen. Mit dem Untertitel kann man auch gezielter eine Zielgruppe ansprechen.

Der Klappentext

Dieser befindet sich auf der Rückseite des Buchcovers. Hier gibt man nicht den Inhalt des Buches in komprimierter Form wieder, vielmehr macht es Sinn, spannende Zusammenhänge des Buches kurz zu

erläutern, um beim Leser Spannung und Fantasie zu erzeugen. Bei belletristischen Titeln beschreibt man, vom wem die Geschichte handelt und wo sie stattfindet. Haben Sie einen Ratgeber oder ein Sachbuch geschrieben, muss der Nutzen und ein eventueller Lösungsweg im Klappentext hervorgehoben werden. Beim Umfang gilt, dass man den Klappentext mit maximal 100 bis 200 Wörtern schreiben sollte.

Zusatzangaben auf der Buchcoverrückseite

Platzieren Sie hier weitere Elemente, wie Angaben zu einer Buchreihe, Zitate aus dem Buch, Pressestimmen oder die eigene Webseite.

Aspekte bei der Covergestaltung

Hier gilt es, die oben genannten Elemente gemeinsam und einheitlich zu gestalten. Hier müssen dann auch Schriften, Farben und Motive aufeinander abgestimmt sein.

Das Motiv

Hier gilt das Motto „Weniger ist mehr“. Bildelemente sollte man sparsam einsetzen. Als Motiv könnte ein Symbol oder eine freigestellte Grafik sein, deren Bildsprache zum Inhalt des Buches passt. Bei Personenmotiven sollte man auf Gesichter verzichten, es sei denn, es geht beim Inhalt nur um diese Person. Vielmehr kann man hier nur schemenhafte Motive, wie Silhouetten, abbilden. Denken Sie daran, Sie müssen den Leser neugierig machen. Viele Autoren vermeiden Hintergrundfotos, die über das ganze Cover platziert sind, weil sie oft genug vom Titel ablenken. Fotos wirken auch immer sehr unruhig. Hier darf man auch nicht vergessen, dass man mit einer sehr hohen Bildauflösung arbeiten muss.



Die Schrift

Das ist manchmal nicht so einfach, denn eine Schrift muss zum Inhalt des Buches passen. Standardschriften, die man z.B. in Word wiederfindet, sollte man NICHT einsetzen. Sie wirken bei einem Buch oft unprofessionell. Kaufen Sie eine Schrift mit mehreren Schriftschnitten. (Artikel „Die eigene Hausschrift“ in diesem Heft). Bei kostenlosen Fonts wird oft nur der private Gebrauch erlaubt. Vergewissern Sie sich, dass die kommerzielle Nutzung erlaubt ist. Gewichten Sie die Informationen auf dem Cover und spielen Sie etwas mit den Schriftgrößen. Dabei ist es logisch, dass der Titel größer „ausgezeichnet“ werden muss als der Untertitel oder Autorennamen. Kombinieren Sie maximal 2-3 Schriften miteinander, auch hier gilt „weniger ist mehr“.

Die Farben

Bei der Farbgebung sollte man maximal zwei Farben wählen. Sie müssen mit dem Text auf dem Cover eine homogene Einheit bilden. Platzieren Sie helle auf dunkle oder dunkle auf helle Farben. Über den Kontrast kann man eine Farbe besonders hervorheben. Zu viele Farben lenken den Leser nur ab.

Das Genre des Buches

Im Buchhandel kann man leicht sehen, um welches



Genre es sich bei den unterschiedlichen Cover der Bücher handelt. Thriller kommen meist düster und unheimlich daher, bei den Farben werden oft rot, schwarz oder blau eingesetzt. Auf dem Cover sieht man Blut, Waffen oder die Abbildung eines düsteren Ortes. Als Schrift werden serifenlose Fonts eingesetzt. Bei Liebesromanen ist alles wesentlich freundlicher, es werden hellere Farben, wie Pastelltöne, genutzt und das Buchmotiv kommt meist als Illustration daher. Die eingesetzten Schriften sind meist etwas verspielt.

Bei Fantasie-Büchern werden auf dem Cover fantasievolle Figuren, Gebäude oder wichtige Gegenstände abgebildet. Häufig wird eine Hauptfarbe eingesetzt und bei der Schrift werden serifenlose oder altmodische Schriften verwendet.

Bei Ratgebern und Sachbüchern ist das Cover meist sehr minimalistisch gestaltet. Hier kommt ein Foto, welches das Thema des Buches wiedergibt, am ehesten zum Einsatz. Für das Cover werden bunte Farben verwendet, hier haben sich gelbe, blaue und rote Töne bewährt. Bei der Schrift verwendet man einen fetten serifenlosen Font oder eine Serifenschrift, die eine gewisse Seriosität ausstrahlt.



M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

9

Impressum

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

Herausgegeben von Georg Walter · Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar/Rheinland
E-Mail: gewa62@web.de · Website: magazin62.de

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



M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

10

WORKBOOKS



Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Diesmal möchte ich Ihnen in diesem Heft zu einem einzigen Thema einige Tipps und Anregungen geben. Es geht um das Gestalten eines „Workbooks“. Die Informationen und die Vorgehensweisen können Sie aber auch für andere Buchprojekte nutzen. Bei der Suche nach einem passenden Thema bin ich auf den „Barista“ gestoßen. Er bereitet Ihnen in Ihrem Lieblingscafé leckeren Kaffee zu. Zugegeben, im Thema stecke ich persönlich nicht ganz so drin, aber auf der Suche nach schönem Fotomaterial bin ich auf den „Kaffee“ gestoßen. Es gibt „fast“ nichts Schöneres, als mit dem Affinity Publisher bei einer heißen Tasse Kaffee ein grafisches Projekt zu gestalten. Ich möchte Ihnen in dieser Heft-Ausgabe einmal so ein „Workbook“ näherbringen.

Im Heft-Paket integriert ist nicht nur die eigentliche Workbook-Datei, sondern ich gebe Ihnen noch eine Asset-Datei mit an die Hand, in der einige der Gestaltungselemente gesammelt wurden. So können Sie sich in aller Ruhe alles ansehen und vielleicht kommen Ihnen für Ihre eigenen Projekte weitere Ideen in den Sinn. Für den Einsteiger ist das sicherlich sehr herausfordernd. Wenn Sie sich aber jede Seite im Workbook genauer anschauen und diese analysieren, werden Sie erkennen, wie einfach das alles sein kann. Es ist kein Hexenwerk, man muss sich halt damit beschäftigen.

Ich wünsche Ihnen nun wieder viel Spaß beim Lesen und Ausprobieren.



DER PRAKTISCHE EINSTIEG

Wie immer darf ich hier auf mein Buch aufmerksam machen. Ideal für Neulinge und Einsteiger, die den Publisher näher kennenlernen möchten.



Magazin62 Gästebuch

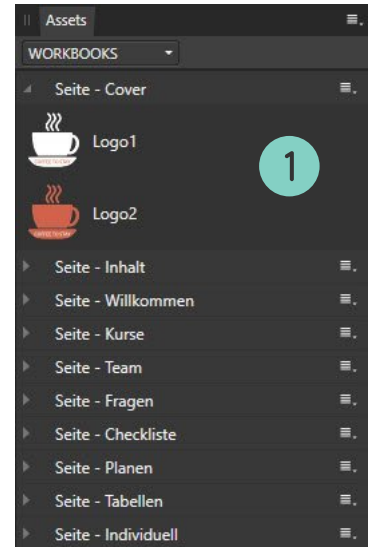
Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie mir einige Zeilen in mein neues Gästebuch im Internet schreiben würden. Lob, Anregungen und konstruktive Kritik sind immer willkommen!

Tipp - Vorbereitungen

Assets, Farben, Textstile und Fotos

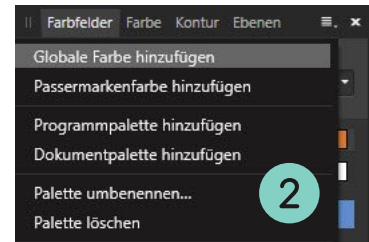
Assets

Legen Sie sich ein neues Asset an und sammeln Sie hier alle Elemente, die Sie für das Workbook benötigen. Unterkategorien strukturieren die Inhalte. Alle Assets **(1)** wird man nicht am Anfang des Projekts zusammentragen können. Oft kommen einem während der Arbeit weitere Ideen. So wächst die Bibliothek stetig an, denn nichts anderes sind Assets. Vergessen Sie auch nicht, die Assets zu exportieren.



Globale Farben

Um später Änderungen an der Farbgebung vornehmen zu können, nutzt man „Globale Farben“. Elemente werden mit diesen Farben formatiert, ändert man die Farbe, ändert sich, hat das Auswirkungen auf alle Elemente. Diese Farbpalette kann man NUR mit dem Dokument speichern, in dem sie angelegt wurde. Im Panel „Farbfelder“ klickt man ganz oben rechts auf das Dokumenten-Symbol und wählt dann „Globale Farbe hinzufügen“ **(2)**. Macht man das zum ersten Mal, wird automatisch eine neue Farbpalette angelegt. Diese wird automatisch mit dem Dokument gespeichert, braucht also nicht extra exportiert zu werden. Denn wenn man eine „Globale Palette“ exportiert, verliert sie ihren „globalen Charakter“. Globale Farben erkennt man an dem kleinen „Eselsohr“ **(3)** links unten in einem Farbfeld.



Textstile

Legen Sie sich Textstile an. Für den normalen Text, für Überschriften und andere Textpassagen, wie Tabellen und Verzeichnisse. Auch hier werden Sie im Laufe der Arbeit weitere Stile definieren.

Fotos

Überlegen Sie sich genau, welche Fotos und Bilder benötigt werden. Schneiden Sie sich alle Bildelemente in einem Grafikprogramm wie Affinity Photo oder Photoshop auf die passende Größe zu. Beim Generieren einer PDF-Datei wird so die Dateigröße auf ein erträgliches Maß reduziert.



Das Gestalten von Workbooks

Grundlegendes

An mich wurde die Frage herangetragen, ob ich nicht einmal etwas über das Gestalten eines „Workbooks – Arbeitsbuches“ schreiben könnte. Kann ich. Da ich aber graue Theorie nicht so gerne mag, möchte ich mich bei der Definition des Wortes auf das Wesentliche beschränken. Vielmehr möchte ich aufzeigen, wie man ein „Workbook“ mit dem Affinity Publisher optisch gestalten kann, im Blick immer einige Gesichtspunkte, bezogen auf die Inhalte und die Leser eines solchen Buches. Wenn Sie möchten, können Sie das Thema auch für andere Buch-Projekte nutzen.

Voraussetzung ist, dass man sich im Vorfeld einige Gedanken machen sollte, um später nicht an Kleinigkeiten zu scheitern; weil einem vielleicht das Design nicht gefällt.

Definition eines Workbooks

In einem Workbook werden zu einem bestimmten Thema Fragen gestellt, Aufgaben definiert und bearbeitet sowie Texte eingefügt. Es begleitet ein Vorhaben, wie einen Online-Kurs, einen Prozess oder ein Produkt, was neu eingeführt werden soll. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig.

Immer aber muss ein Workbook strukturiert gestaltet werden und den Anwender begeistern und motivieren. Vielleicht wird aus Ihrem Workbook einmal ein eigenes Produkt, das auf verschiedenen Kanälen vermarktet werden kann.

Was gilt es zu beachten?

Im Hinblick auf die Gestaltung eines Workbooks möchte ich diese Frage hier vorrangig behandeln. Nicht jeder kann Text treffend formulieren, Sachverhalte klar und strukturiert vermitteln oder „für den Anwender“ gestalten. Fachchinesisch versteht halt nicht jeder. Vorab muss man sich dann so einige Fragen stellen. „Wie sag‘ ich es einfach“ – klar und verständlich formulieren ist Pflicht. Welches Format nehme ich, damit jeder Leser damit umgehen kann und – ganz wichtig – wenn es in Buchform beim Leser gedruckt werden soll, muss die Gestaltung so umgesetzt werden, dass ihm beim Drucken nicht die Druckpatronen ausgehen.

Sparsam, aber ansprechend gestalten ist hier das Zauberwort. Kaum jemand besitzt einen A3-Drucker, also ist das Din-A4-Format maximal einsetzbar. Zu klein sollte es aber auch nicht sein. Das steigert zwar die Seitenzahl, lässt bei „schwachem Inhalt“ den Leser aber schnell verzweifeln und Ihnen ist damit auch nicht geholfen.

Texte schreiben

Wichtig! Schreiben Sie Ihre Texte in Word oder Ihrem Lieblingstextprogramm und nicht im Publisher. Sie werden sich nachher ärgern, wenn Korrekturen anfallen. Wenn Sie mit Kapiteln arbeiten, ist es gut zu wissen, dass der Publisher die Kapitel-Formatierungen übernimmt und einen Textstil dafür anlegt. Schreiben Sie Ihre Texte in

derselben Schriftart, wie später im Publisher verwendet, das spart Zeit bei späteren Formatierungen. Und – nutzen Sie im Publisher für jedes Kapitel einen eigenen Textrahmen. Wenn Sie mehrere Kapiteltexte in nur einen Rahmen setzen, werden Sie Probleme bei nachträglichen Korrekturen bekommen, da sich Text-Passagen verschieben können.

Der Einsatz von Grafiken und Screenshots

Gerade im Bezug auf Screenshots, die mit 96 DPI gemacht werden, ist es schwer, eine ordentliche Qualität im Druck zu erzeugen. Bei Online-Publikationen sind Sie hier besser gestellt. Rechnen Sie Grafiken und Bilder bezüglich der DPI-Zahl vorher auf das gewünschte Ausgabeformat herunter. Riesige Bilder vergrößern die PDF-Datei nur unnötig. Hier ist es generell besser, Bildmaterial VORHER mit einem Grafikprogramm zu optimieren.

Kleine Lösung, große Wirkung

Wenn Sie möchten, dass in Ihrem fertigen Workbook Texte online/digital eingegeben werden sollen, können Sie das Online-Tool PDFescape (<https://www.pdfescape.com/de/>) benutzen. Dazu müssen Sie allerdings das PDF hochladen. Oder Sie versuchen sich an der Desktop-Variante für Windows. Sicherlich gibt es weitere Tools, vielleicht kennen ja auch Sie schon eines.

Wie vorgehen?

Es gibt versierte Anwender, die wissen, wie man es macht. Jemand, der sich an das Thema zum ersten Mal herantrauen möchte, ist schnell mit den richtigen Schritten überfordert. In einem Workbook werden Seiten optisch unterschiedlich gestaltet und grafische Elemente eingesetzt. Zuerst

einmal sollte man sich im Klaren darüber sein, welche einzelnen Seiten benötigt werden und welchen Umfang das Projekt haben soll. Legen Sie im Publisher über **DATEI – NEU** das Workbook an, vielleicht am Anfang im Format Din A5 mit 24 Dokumentenseiten – und 300 DPI. Nicht entscheidend, aber hilfreich ist auch die Überlegung, ob man die Seiten als Doppelseiten anlegt.

Welche Seiten werden benötigt?

Jetzt sollte man grob die Seiteninhalte skizzieren. Das bedeutet zum einen, dass ein Buchcover benötigt wird – dieses Thema kann man ganz zum Schluss angehen, gleiches gilt für die letzte Seite. In einem Workbook gibt es Seiten für den Inhalt, eine Willkommenseite, eine Seite mit dem Kurs-Überblick, vielleicht eine Team-Seite, eine Seite für Fragen, eine Seite mit einer Checkliste, individuell gestaltete Seiten und Seiten für eine eventuelle Kursplanung sowie eine Seite mit Tabellen. Es hängt natürlich am Projekt, was benötigt wird.

Arbeitsweise

Es gibt Anwender, die arbeiten parallel. Sie gestalten und schreiben gleichzeitig an ihren Buch-Kapiteln. Hier sollte man auch Vorgaben und Ziele setzen. Vielleicht der Gestalt, dass der Text eines Kapitels nicht länger als 3-4 Seiten lang sein soll. Zur Not muss man im Text etwas kürzer formulieren.

Masterseiten

Für jede der oben erwähnten Seiten kann man eine eigene Masterseite anlegen und jede so gestalten, wie man sie braucht. Je nach Umfang des Workbooks kann das aber schnell unübersichtlich werden. Ich halte das aber trotzdem für eine

praktikable Lösung. Auch deshalb, weil man im Panel **SEITEN** einer Masterseite einen eigenen Namen geben kann. Auf der 1. Masterseite sollten Sie auch den Workbook-Titel und alle Seitenzahlen positionieren.

Gestaltungsraster

Hier können Sie je nach Umfang der Inhalte ruhig etwas großzügiger sein. Lassen Sie beim Seitenrand genügen Platz – der sogenannte „Weißraum“ ermöglicht es den Lesern, Inhalte leichter mit dem Auge zu erfassen. Gehen Sie auf Ihre erste Masterseite und wählen Sie dann im Menü „Ansicht – Hilfslinien konfigurieren“. Hier können Sie auch die Zwischenabstände etwas weiter setzen.

Textstile

Wenn Sie mit Word arbeiten und im Publisher eine Word-Datei importieren, übernimmt der Publisher automatisch den Stil der Überschrift aus dem Word-Dokument. Wie schon erwähnt ist es hier sehr hilfreich, in Word die Schriften zu nutzen, die man später auch im Workbook verwenden möchte. Legen Sie sich ansonsten weitere Textstile an und vergeben Sie jedem Stil einen passenden Namen. Vorstellbare wäre hier zum Beispiel ein Textstil, der für Tabellen benötigt wird. Nennen Sie ihn „Tabellentext“. So finden Sie sich später leichter in den Stilen zurecht.

Grafische Elemente – Assets

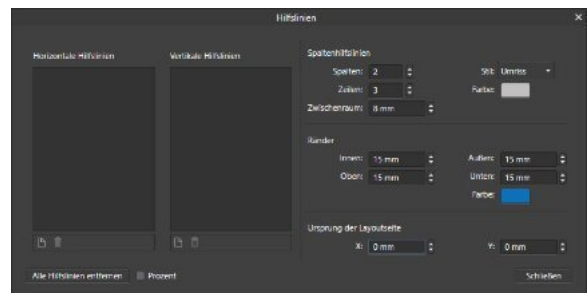
Überlegen Sie sich, mit **GLOBALEN FARBEN** zu arbeiten. Das erlaubt später, ein grafisches Element leichter anzupassen. Arbeiten Sie unbedingt mit Assets. Vielleicht benötigen Sie diese später für weitere Projekte. Achten Sie darauf, dass Sie alle grafischen Elemente in einem 300 dpi – Dokument

anlegen. Wenn Sie das nicht tun, müssen Sie später nachjustieren.

Je nach Arbeitsweise legen Sie JETZT ein neues HAUPT-ASSET an, zum Beispiel mit dem Namen „Workbook“. In Unterkategorien legen Sie weitere Assets für die grafischen Elemente einer jeden Seite an. So behalten Sie später den Überblick.

Wichtig – die Ordnerstruktur auf der Festplatte

Überlegen Sie sich, wie Sie alle relevanten Daten auf Ihrer Festplatte organisieren möchten. Sie können Verzeichnisse anlegen, sortiert nach Kapitel oder Sie gehen den Weg, Verzeichnisse nach Inhalt des Workbooks anzulegen. Dann würden Sie ein Verzeichnis zum Beispiel „Buchcover“ nennen, ein anderes „Fragen“ oder „Kursplanung“. Wenn Sie die Verzeichnisse nur „Kapitel 1“, „Kapitel 2“ oder „Kapitel 10“ nennen, wissen Sie vielleicht später nicht mehr, welches Kapitel für welchen Inhalt steht.



Menü Ansicht - Hilfslinien konfigurieren

Hier kann man über den „Zwischenraum“ großzügig Platz für den Inhalt schaffen.

Das Gestalten des Covers



Abbildung: Beispiele von 2 Cover - Ansichten

Auch wenn ich empfehle, das Cover eines Workbooks am Ende des Projekts anzugehen, gehört dieses Thema, der Reihenfolge geschuldet, an den Anfang in diesem Heft. Die Viertelkreise in den Buchecken wurden mit dem Werkzeug „Torte“ erstellt und angepasst. Möchte man hier Fotos einsetzen, wandelt man die „Torte“ in Kurven um,

dann in einen Bilderrahmen (rechte Mouse-Taste). Das Logo kann man in mehreren Farben anlegen, muss man natürlich nicht. Für das Cover sollte man passende Fotos wählen. Sie machen optisch etwas her, erwecken eine gewisse Aufmerksamkeit und repräsentieren das Thema des Workbooks.

Das Inhaltsverzeichnis



Abbildung: Beispiele von 2 Inhaltsverzeichnissen

Beim Inhaltsverzeichnis sollte man passend zum Gesamtlayout nur wenige Stilelemente einsetzen, die aber gezielt. Im Beispiel hier wurden große Seitenzahlen verwendet, damit klar ersichtlich ist, auf welcher Seite sich die Themen befinden. Wichtig ist eine gewisse Struktur, die beim zweiten Beispiel etwas außer Kraft gesetzt wurde. Aber

auch hier wird sich ein Leser schnell zurechtfinden. Als kleinen Tipp habe ich hier einmal einen QR-Code gesetzt, mit dem man auf weiterführende Informationen im Internet verweisen kann. Das kann eine Webseite sein, oder ein Link zu den sozialen Medien.

Eine Willkommenseite



Abbildung: Beispiele von 2 Willkommen - Seiten

Auf einer Willkommenseite sprechen Sie die Leser/Leserinnen direkt an. Hier stellt man sich vor und erklärt kurz und bündig die Intension des Projekts. Die Seiten wurden so angelegt, dass man jederzeit mehr Raum für den Text schaffen kann. Es ist allerdings schon eine Kunst, mit wenig Text alles Wissenswerte zu vermitteln. Hier sollte man sich

genau überlegen, was wichtig ist. Als kleinen Tipp würde ich hier anmerken, dass man dem Leser Raum lässt, um den Text zu erfassen. Er wird sich beim Lesen wohler fühlen und sich die Inhalte leichter merken.

Kapiteltexte



Abbildung: Seitenaufteilungen bei mehreren Kapiteln oder umfangreichem Text

Die Optik dieser Seiten hängt stark vom Inhalt des Buches und der benötigten Textmenge ab. Möchte man Sachverhalte erklären, helfen vielleicht „Marginalien“ am Rand für weitere Erläuterungen. Reicht der Platz für den Text nicht aus, muss man das Layout anpassen. Hat man das Gefühl, die Seiten nicht füllen zu können, nutzt man „Füller“

wie Fotos oder abgrenzende Grafiken. Ich habe diese Seiten „Kapitelseiten“ genannt. Ich beziehe mich hier mehr auf die Kerninhalte eines Workbooks, die man den Lesern/Leserinnen vermitteln möchte. Hat man seine Texte mit Word in Kapitel aufgeteilt, hilft hier eine solche Aufteilung.

Checkliste - Auflistung



Abbildung: Farb-Beispiele einer Checkliste

Solche Seiten leben von ihrer klaren Struktur, unterstützt von einigen grafischen Hilfsmitteln. Dabei muss es nicht unbedingt eine „Checkliste“ sein, auch „Auflistungen“ kann man so gestalten. Wenn man sich nicht sicher ist, ob ein Element in der Publikation zu groß oder zu klein ist, kann man ein Lineal zur Hand nehmen und schauen, ob die

Größe passt. Es gilt, wie für alle anderen hier aufgeführten Seitenformate, dass man die Zielgruppe im Auge haben muss. Viele verstehen bis heute nicht, dass man für ältere Leser u.a. andere Textgrößen setzen muss. Hier sei einmal das Buch „Lesetypografie“ von Friedrich Forssman und Hans Peter Willberg erwähnt.

Eine Seite für Abfragen

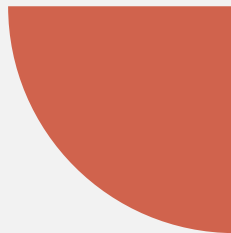


Abbildung: Beispiele einer Seite für Testfragen

Bietet man in seinem Angebot Kurse an, kann man den Wissensstand eines Teilnehmers über Formulare testen und der Teilnehmer selbst weiß immer, wo er steht. Bei der Gestaltung sollte man einen einfachen Weg wählen und das Formular nicht mit unnötigen Infos und Elementen überladen. Es liegt in der Natur der Sache, dass man Fragen und die Antwortmöglichkeiten klar formuliert. Kommt man mit dem Platz nicht

zurecht, bieten sich weitere Seiten an. Möchte man sich hier weniger Mühe machen, kann man die Antwortmöglichkeiten je Frage auch auf drei begrenzen. Bei den Abmessungen der einzelnen Antwortfelder wurde ein Wert von 48 mm für die Länge gewählt, die Höhe der Felder beträgt 8 mm. Wenn genügend Platz vorhanden ist, kann man den Abstand der Felder zueinander noch vergrößern.

Stilelemente



FRAGE 1

Stellen Sie dem Leser hier die erste Frage und formulieren Sie diese eindeutig, damit sie verstanden wird.

- A Wählen Sie A, wenn Sie glauben, dass diese Antwort richtig ist.
- B Wählen Sie B, wenn Sie glauben, dass diese Antwort richtig ist.
- C Wählen Sie C, wenn Sie glauben, dass diese Antwort richtig ist.
- D Wählen Sie D, wenn Sie glauben, dass diese Antwort richtig ist.



Die Affinity Programme bieten dem Anwender so viele Möglichkeiten, um sich eigene Stilelemente zu gestalten. Mit ein wenig Geschick kann man mit einfachen Formen ansprechende Elemente erstellen. Man muss sich nicht unbedingt auf die Suche in Bilddatenbanken machen. Wenn man dabei auch mit Text arbeitet, sollte man beachten, das Grundlinienraster für diese Texte „abzu-

schalten“. Sonst hat man beim Verschieben plötzlich leere Felder vor sich. Ein sehr schönes Mittel ist auch die Reduzierung der „Deckkraft“ eines Elements. So kann man auf einfache Weise den Hintergrund durchscheinen lassen. Damit man Grafiken und Text genau justieren kann, sollte man das Hintergrund-Raster (Menü Ansicht – Raster einblenden) einschalten.

Die Seitenaufteilung



Abbildung: Beispiele unterschiedlicher Layoutansätze für Inhalte

Zur Orientierung beim Platzieren von Inhalten in einem Buch kann man sich ein Raster mit mehreren Spalten und Zeilen erstellen. (Siehe Seite 6, Hilfslinien einrichten). In der Ansicht sehen Sie die Zwischenräume (für die Inhalte) farblich dargestellt. Man sieht, dass es sehr viele Varianten gibt, um Texte und Grafiken einzufügen. Wenn man sich nicht sicher ist, kann man im Dokument selbst durchaus mit diesen Farbkästen arbeiten. Man

sollte sie später natürlich wieder löschen. Man sieht auch, dass durch gleichmäßige Abstände zwischen den Farbkästen eine gewisse Harmonie im Layout entsteht. Wie auf Seite 10 zu sehen, spricht aber nichts dagegen, wenn man 1 Element, hier das Foto der Frau, etwas aus dem Layout Richtung Rand herauszieht. Achten Sie bei einem Foto mit einem Gesicht darauf, dass beide Augen noch im Layout liegen.

Tipp - Der Einsatz von Marginalien

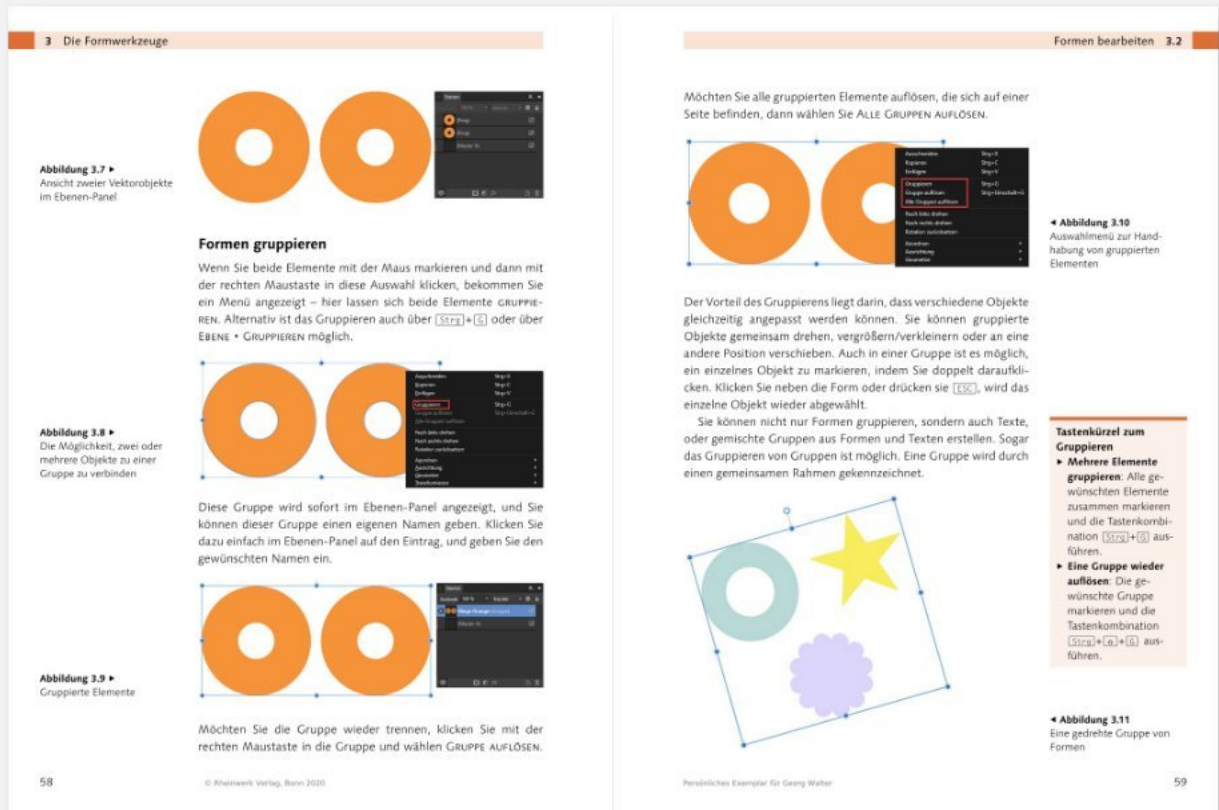


Abbildung: Doppelseite aus meinem Affinity Publisher Einsteiger-Buch mit Marginalien an den Seitenrändern

Man sieht sie oft in Fachbüchern, wenn es darum geht, einen Sachverhalt im Text näher zu beleuchten. Sogenannte „Marginalien“ stehen am äußeren Rand einer Buchseite oder eines Manuskripts, außerhalb des normalen Satzspiegels und können Bemerkungen, Kommentare oder Hinweise enthalten. Man kann in diesem Bereich auch Bilder oder Illustrationen platzieren, die einen Sachverhalt im Text bildlich unterstützen. Es spricht auch nichts dagegen, wenn man Fußnoten

oder eine Zwischenüberschrift in diesen Bereich legt. Auf diese Art kann man Informationen und Hilfstexte strukturiert organisieren. An den Rand kann man z.B. auch Beschreibungstexte für ein Foto im Text setzen. Diese Infos sollten immer auf der Höhe des Fotos stehen, damit sie einen Bezug zum Bild bilden. Der Leser muss erkennen, dass die Information am Rand zum Foto gehört. Mit Hilfe eines sogenannten „Textvorspanns“ kann man am Rand eine Einleitung zum Text im Layout bilden.

Tipp - Stilelemente

Textboxen gestalten

Im Magazin62-Heft Nr. 3 habe ich über die Gestaltung von Textboxen ausführlich berichtet. Mit diesen Boxen präsentiert man kleinere Textmengen in ansprechender Weise. Im Publisher bieten sich hier drei verschiedene Möglichkeiten zur Formatierung an. Eine Kombination aus Textrahmen und importierter Hintergrundgrafik, über das Panel **TEXTRAHMEN** und das Panel **ABSATZ**. Zu diesem Heft liefere ich auch eine Asset-Datei, in dieser sind die Textboxen enthalten.

Das Panel Textrahmen

Hat man einen Rahmentext erstellt, kann man mit Hilfe des Panels **TEXTRAHMEN** die Hintergrundfarbe des Rahmens, sowie für eine Kontur die Strichstärke- und Farbe bestimmen. Wenn man eine Hintergrundfarbe wählt, sollte man die „Versatzabstände“ mit 2-3mm angeben, damit der Text nicht am Rand platziert wird. Das sieht schöner aus. Weitere Einstellungen kann man vornehmen für das Grundlinienraster (würde ich immer ignorieren), für einen Textumbruch und den Überlauf des Textes im Rahmen. Probieren Sie die verschiedenen Einstellungen aus.

Das Panel Absatz

Im Panel **ABSATZ** steuert man die Optik eines Textrahmens über den Punkt **VERZIERUNG**. Im oberen Bereich wählt man aus, an welcher Seite des Rahmens eine Kontur erscheinen soll. Über das letzte Symbol ganz rechts kann man eine Hintergrundfarbe bestimmen. Wichtig sind die Einstellungen bei **EINZUG**. Wenn Sie hier positive

Werte eingeben, wandert der Text aus dem Rahmen heraus. Mit negativen Werten, zum Beispiel -2 oder -4, wird wie beim Panel **TEXTRAHMEN** der Abstand zwischen Rahmen und Text nach innen gesetzt. Die Einstellungen bei **RELATIV ZU** kann man auf „Text“ stellen. Probieren Sie aber gerne auch einmal die weiteren Möglichkeiten aus.

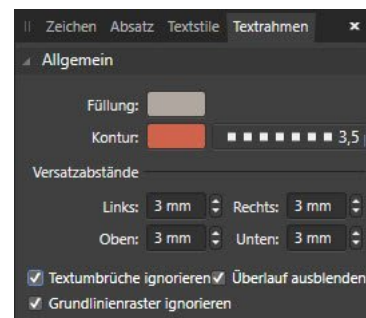


Abbildung: Das Panel Textrahmen

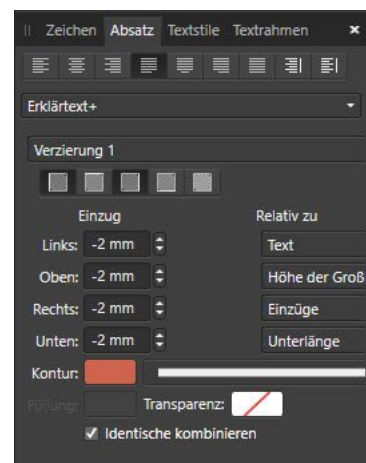


Abbildung: Das Panel Absatz

Tipp - Background-Infos

Infos mit Textboxen präsentieren



Abbildung: Textboxen zur Präsentation kurzer Textinfos

In der Ansicht oben sehen Sie insgesamt 6 Textboxen mit unterschiedlichen Formaten. Die Boxen (unter Nr. 1) sind mit dem Absatz-Panel formatiert worden. Die Box (unter Nr. 2) ist mit dem Panel Textrahmen erstellt worden. Die Box (unter Nr. 3)

besteht aus einem normalen Textrahmen und einem einzelnen Buchstaben, der mit dem Grafiktext-Werkzeug erstellt wurde. Anstelle des Buchstabens könnte man hier auch eine Grafik für den Hintergrund importieren (STRG+SHIFT+M).

Wichtig: Schalten Sie bei diesen Textboxen immer das Grundlinienraster aus.

Planungsseiten



Abbildung: Beispiele für eine Tages- und Monatsplanung

Gerade für Kurse sind solche Formulare interessant. Wenn man einem Kursteilnehmer seine eigene Kursplanung ermöglichen möchte, bieten sich Tages-, Wochen- oder Monatspläne an. Hier gilt es darauf zu achten, dass man die Felder auch ausfüllen kann. Zu kleine Felder motivieren einen Teilnehmer eher nicht. Bei diesem Thema ergeben sich neue Möglichkeiten, die über das Gestalten

eines Formulars hinausgehen. So könnte man im Formular über einen QR-Code auf eine Seite im Internet verzweigen, auf der sich ein Teilnehmer eine Vorlage herunterladen kann. Liegt diese Vorlage zum Beispiel im PDF-Format vor, könnte sich ein Anwender des Affinity Publishers mit Hilfe der „Datenzusammenführung“ und Excel seine eigenen Pläne ordentlich ausdrucken.

Magazin62

Darf es ein bisschen mehr sein? 4 Hefte zu einem super Preis.



Seit Mai 2020 bringe ich das M62 – Magazin mit vielen Tipps und Informationen zu den Affinity-Programmen Publisher und Designer heraus. Mittlerweile sind einige Hefte erschienen. Ich biete Ihnen nun jeweils 4 dieser Hefte in einer PDF-Datei zum Sonderpreis von € 14,80 an. Ein wahres Schnäppchen. Das sind 96 Seiten geballte Affinity-Power.

[Greifen Sie zu. Vielen Dank für Ihre Treue.](#)

Die Arbeit mit Word

Texte in den Publisher importieren

Im Heft Nr. 4 habe ich schon einmal etwas über das Gestalten eines Buches geschrieben. Da ging es mehr um die Äußerlichkeiten wie die Wahl zwischen Hard- oder Softcover sowie das Schreiben von Buchinhalten. Beim Verfassen von Inhalten hat jeder Anwender seine eigene Methode. Wer seine Texte später im Affinity Publisher „setzen“ möchte, sollte sich im Vorfeld darüber im Klaren sein, wie man Texte im Publisher importiert und formatiert. Da viele ihre Texte mit Word schreiben, beziehe ich mich hier auf dieses Programm.

Der Publisher und die Seitenmengen

Online wird oft gefragt, wie viele Seiten der Publisher denn verarbeiten kann. Das hängt natürlich von mehreren Faktoren ab. Man sollte sich schon im Klaren sein, dass eine gute Grafikkarte, eine schnelle Festplatte und genügend Speicher die Arbeit im Umgang mit dem Publisher wesentlich erleichtert. Sie können 200, auch 300 Seiten problemlos verarbeiten, wenn man gerade den Einsatz von Bildern so reduziert, dass die Datenmengen später bei der Generierung einer PDF-Datei nicht die Dateigröße sprengt. Rechnen Sie Fotos auf eine DPI-Zahl von 300 herunter. Das hilft, wenn man mit dem Publisher flüssig arbeiten möchte. In diesem Zusammenhang ist es auch wichtig, dass Fotos von Anfang an mit dem Dokument **VERKNÜPFT** werden, und nicht „eingebettet“. Wenn Sie ein neues Dokument anlegen, können Sie das im Dialog einstellen.

Word und der Textrahmen im Publisher

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**.

Tipp zur Arbeitserleichterung mit Word

Besteht Ihr Word-Text aus vielen Seiten, importieren Sie den Text, wie oben beschrieben, in einen Textrahmen. Sie werden nun sehen, dass der Rahmen mit einem **ROTEN AUGE** versehen wird. Dies zeigt an, dass es einen **TEXTÜBERLAUF** gibt. Halten Sie auf Ihrer Tastatur die SHIFT (Umschalt)-Taste gedrückt und klicken Sie auf das kleine Dreieck am Textrahmen. Der Publisher generiert nun automatisch so viele Seiten, bis der gesamte Text verarbeitet wurde. Gleichzeitig werden Sie sehen, dass im Panel **TEXTSTILE** neue Formate eingefügt wurden. Dies sind die Überschriften-Formate, die in Word definiert wurden. Diese können Sie nun anpassen.

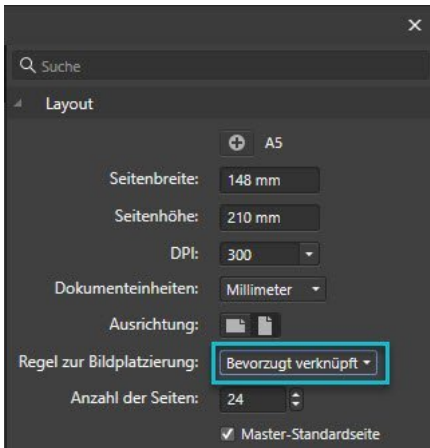


Abbildung: Platzierung auf „verknüpfen“ einstellen



Abbildung: Beim Import einer Word-Datei werden im Panel TEXTSTILE automatisch die Absatzstile für die Überschriften (Heading) und der Zeichenstil für den Normaltext (Normal) angelegt.

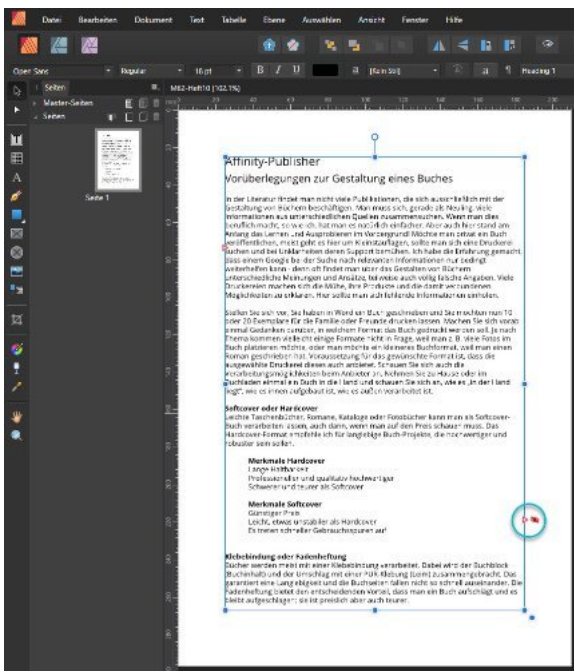


Abbildung: Wenn man im Publisher einen Wordtext importiert, braucht man nur eine einzige Dokumentenseite anzulegen, und nicht 100, wenn Word aus dieser Menge Textseiten besteht. Der Publisher macht das automatisch und fügt die nötigen Seiten ein.

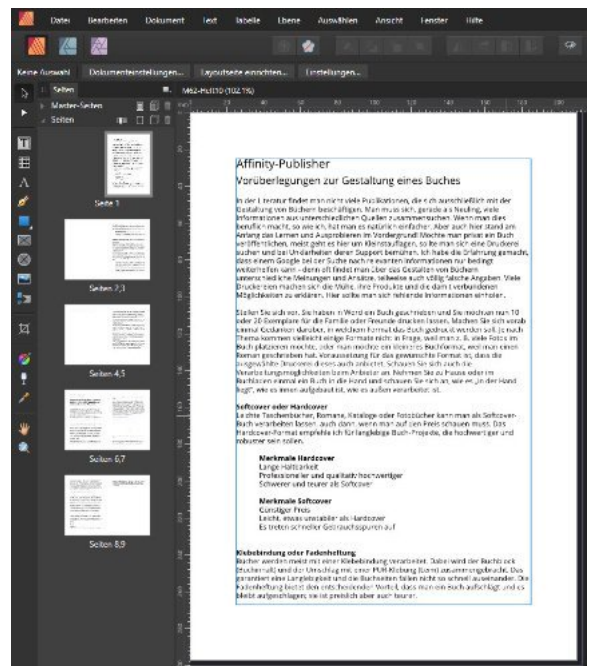


Abbildung: Der Publisher hat automatisch weitere Seiten angelegt und den Text in weitere Textrahmen verteilt. Sollten sich hier Leerseiten zeigen, sollte man das Word-Dokument noch einmal prüfen, denn diese Leerseiten werden aus Word übernommen.

Tipp - Stilelemente

Texte hervorheben

Es gibt Situationen, da möchte man im Text einzelne Wörter oder Textpassagen kennzeichnen. Klassisch wird dann die Formatierung auf FETT, KURSIV oder UNTERSTRICHEN gesetzt. Über einen **ZEICHENSTIL** lässt sich eine weitere Variante definieren – ein Wort oder Textbereiche mit einer Hintergrundfarbe formatieren. Zugegeben, oft sind diese Art von Hervorhebungen recht störend, aber ich möchte diese Art hier im Heft das erste Mal ausprobieren.

Es betrifft großgeschriebene Worte, die auf einen PANEL im Publisher hinweisen. Solche Konventionen sollte man in einer Publikation kommunizieren, sonst weiß ein Leser nicht, was es bedeutet. Da ich in meinen Heften oft Sachverhalte mit Hinweisen auf Programm-Funktionen beschreibe, kam mir dieses Hilfsmittel in den Sinn. Bisher nutze ich nur Nummerierungen in einem Kreis, um dann im Text auf die Nummern hinzuweisen. In diesem Heft fange ich mal mit dieser Zusatzoption an.

Wie legt man eine Hintergrundfarbe für ein Wort fest? Und wie steuert man das mit wenig Aufwand? Wir nutzen einen **ZEICHENSTIL** in Kombination mit einer **TASTENKOMBINATION**. So kann man schnell durch Texte scrollen, gewünschte Worte „neu formatieren“, ohne den Textrahmen zu verlassen. Denn es ist schon etwas mühsam, ein Wort in einem Text zu markieren, um dann mit der Mouse in das Panel **TEXTSTILE** zu gehen. Die Mouse-Arbeit kann man sich sparen.

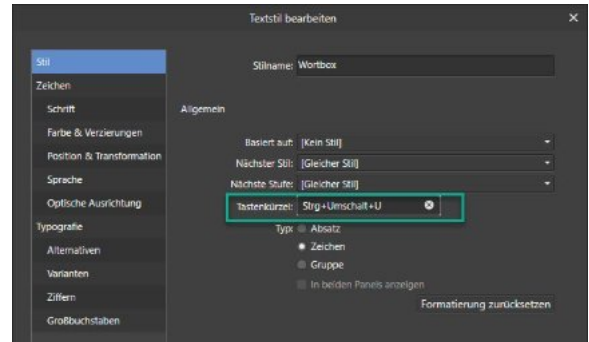


Abbildung: Im Bereich STIL eine Tasten-Kombi festlegen

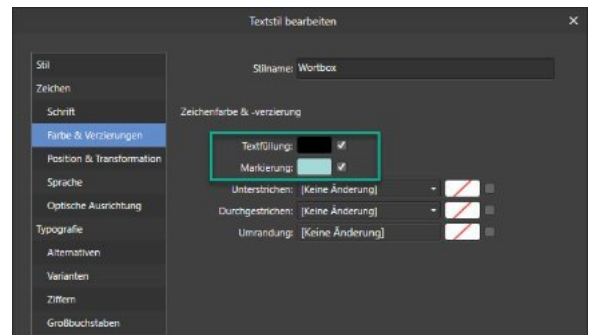


Abbildung: Die Textfarbe und Hintergrundfarbe festlegen

Wie vorgehen?

Gehen Sie in das Panel **TEXTSTILE** und klicken Sie ganz unten links auf den Buchstaben (a) mit dem Pluszeichen. Es öffnet sich eine Eingabemaske, um einen **ZEICHENSTIL** festzulegen.

Hier hat man gegenüber einem **ABSATZSTIL** nur eingeschränkte Möglichkeiten. Aber genau die benötigen wir jetzt. Legen Sie einen Namen für den

Stil fest. Um sich die Arbeit später zu erleichtern, vergeben Sie diesem Stil nun ein **TASTENKÜRZEL**.

Sollte sich hinter Ihrer Eingabe ein gelbes Ausrufezeichen befinden, ist dieses Kürzel im Programm schon vergeben. Ich habe mich für **STRG+SHIFT+U** entschieden. Zum Einen ist dieses Kürzel noch nicht vergeben, zum Anderen kann man es sich leicht merken. Wechseln Sie nun in den Bereich **FARBE & VERZIERUNGEN**.

Unter **TEXTFÜLLUNG** wird die Farbe des Textes vergeben, unter **MARKIERUNG** die Hintergrundfarbe. Wenn die Textfüllung gleich der normalen Textfarbe ist, brauchen Sie hier keine Angabe zu machen. Die Hintergrundfarbe sollte man allerdings etwas dezent wählen, da die Markierung sonst zu sehr vom eigentlichen Textinhalt ablenkt. Ich habe mich für einen Grauton mit 20% Deckung entschieden.

Tipp - Farbkombinationen suchen

Wenn man sich nicht sicher ist, welche Farben in einem Projekt zusammenpassen, kann man sich von Affinity Programmen helfen lassen. Die Funktion ist nur wenigen Anwendern bekannt. Dazu benötigt man das Panel **FARBE**. Legen Sie sich im Panel **FARBFELDER** eine Testpalette an. So können Sie experimentieren und diese Palette später wieder löschen.

Wie vorgehen?

Erstellen Sie eine Test-Palette und zeichnen Sie mit dem **RECHTECK** – Werkzeug eine Form. Vergeben Sie dieser Form eine Vordergrundfarbe, die Sie einsetzen möchten. Markieren Sie das Rechteck. Nun gehen Sie in das Panel **FARBE** und klicken ganz oben rechts auf das kleine Dokumenten-Symbol. Es öffnet sich ein Untermenü. Wählen Sie dort **FARBE – FARBVERTEILUNG ZU FARBFELD HINZUFÜGEN**. Probieren Sie alle Optionen einmal aus und Sie werden feststellen, dass in Ihrer Test-Palette mehr und mehr Farben gesammelt werden, die einen Bezug zur 1. Farbe haben und sehr gut miteinander harmonieren werden.

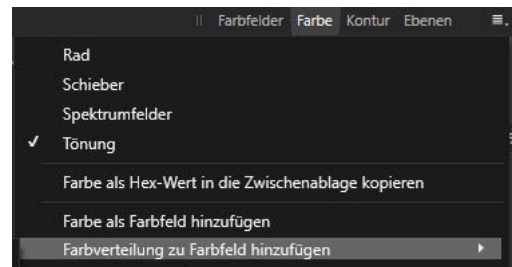


Abbildung: Dialog zur Farbverteilung aufrufen

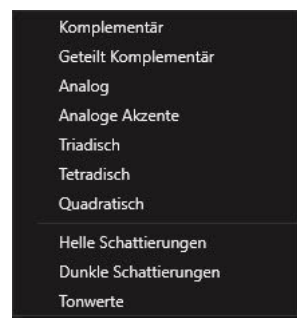


Abbildung: Möglichkeiten der Farbverteilung



Impressum

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

Herausgegeben von Georg Walter · Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar/Rheinland
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.



Willkommen

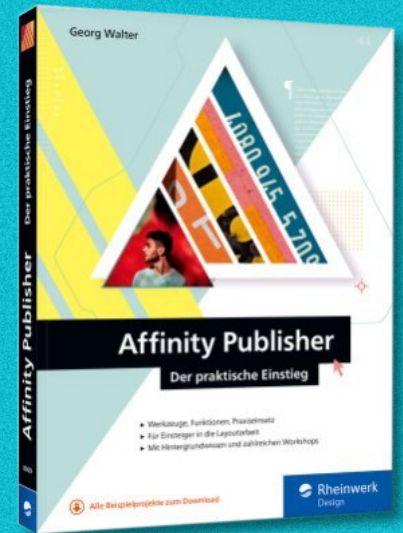
Liebe Leserinnen und Leser.

Noch heute bin ich erstaunt, was Menschen mit Schrift alles machen und machen können. Dieses Heft habe ich dem Thema „Typografie“ gewidmet, wobei es hier bei diesem Begriff im klassischen Sinn um die Gestaltung von Druckwerken mit beweglichen Lettern geht. Bei der Begriffsbestimmung unterscheidet sich diese Art der Typografie von Handschriften und elektronischen Texten (Wikipedia). Allerdings glaube ich, dass sich das Wort Typografie mittlerweile in allen Bereichen etabliert hat. In dieser Ausgabe werden Sie eine Auflistung meiner bisherigen Typo-Themen in den verschiedenen Heften finden, denn zum einen möchte ich nur wenig wiederholen, zum anderen muss ich auf Fachliteratur hinweisen, da man die vielschichtigen Typografie-Themen nicht mal eben so in einem digitalen Heft erläutern kann. Dazu fehlt einfach der Platz. Was ich hier aber im Zusammenhang mit Schrift anbieten kann, sind die Erklärungen zu den Einstellungen, die man im Publisher vornehmen kann.

Grundkenntnisse im Umgang mit Schrift sollten schon vorhanden sein. Wenn Sie hier Neuland betreten, darf ich im Heft auf einige Internetseiten hinweisen, die Ihnen beim „Lernen“ helfen werden. Im Publisher können Sie das Gelernte anhand von eigenen Beispielen durchspielen, allerdings lernt man die Dinge erst dann richtig, wenn man sich die Hilfe des Programms zu Nutze macht.

Ich wünsche Ihnen nun wieder viel Spaß beim Lesen!

Ihr Georg Walter



DER PRAKTISCHE EINSTIEG

Wie immer darf ich hier auf mein Buch aufmerksam machen.

Ideal für Neulinge und Einsteiger, die den Publisher näher kennenlernen möchten.

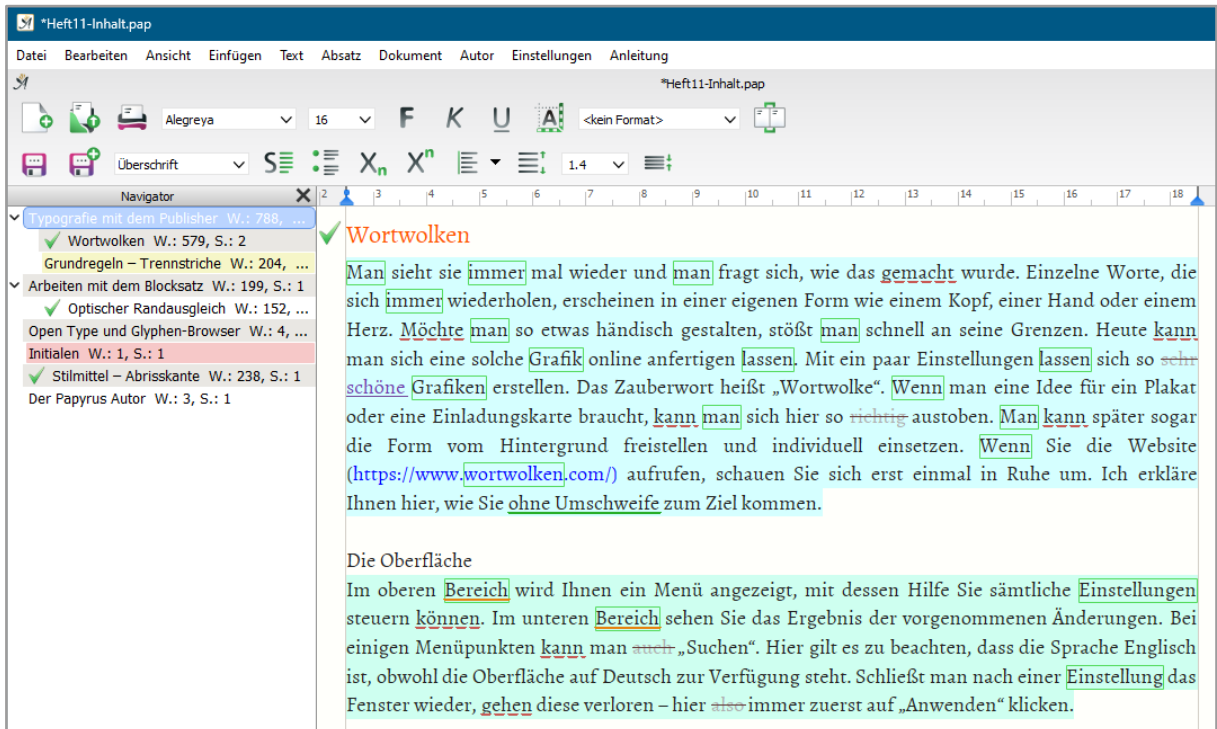


Mein Tipp

Typografie und Layout
von Claudia Korthaus

Über den Tellerrand geschaut

Der Papyrus Autor



Jahrelang habe ich meine Texte mit diversen Programmen geschrieben. Irgendwie fehlten dann immer mal wieder Funktionen, die ich häufig benötigt habe. Wenn man ein Buch oder Magazin schreibt, braucht man gewisse Funktionen, die Word und Co. nicht bieten. Mit „Papyrus“ kann man sich zum Beispiel links im Fenster alle Kapitelüberschriften anzeigen lassen und einzelne Einträge farblich oder mit einem Status-Haken markieren. So lässt sich leicht ersehen, ob man ein Kapitel schon fertiggeschrieben hat, oder noch Hand anlegen muss. Hier kann man frei nach eigenen Regeln agieren. Hochinteressant ist die

„Stil-Analyse“, die einem zeigt, wo sich Worte zu oft wiederholen. Oder mit der „Lesbarkeits-Einschätzung“ kann man schnell feststellen, ob man sich zu umständlich ausdrückt. Dabei werden Absätze im Text farblich markiert, Rot ist dabei schlecht lesbar, Türkis oder Blau dagegen sehr gut. Das sind zwei starke Tools, die ich nicht mehr missen möchte. All jene, die Bücher schreiben, sollten sich das Programm mal genauer ansehen. Wer zum Beispiel in einem Roman viele Personen im Auge haben muss, kann sich diese mit dem Programm organisieren. Das Programm gibt es für € 199,00 bei [R.O.M logicware in Berlin](https://www.romlogicware.com/).



einem kleinen Texteditor eine Wortliste erstellt. Man schreibt einfach alle Wörter untereinander und importiert diese über „Wörter aus Text extrahieren“. Über „Bearbeiten“ kann man einem einzelnen Wort mehr „Gewichtung“ geben, das heißt, es kommt im Text nachher mehrmals vor.

Umriss ³

Das Kernstück der Anwendung. Hier kann man über „Piktogramme“ eine Form wählen, auch farbige Symbole sind möglich, das sieht allerdings nicht gerade professionell aus. Sie können Ihre Wortwolke aber auch in eine Landkarte projizieren oder einen eigenen Text mit Wörtern füllen.

Schriftarten ⁴

In diesem Menü kann man bis zu drei verschiedene Schriftarten auswählen und/oder eine eigene Schrift dazu laden.

Richtung ⁵

Hier entscheidet man, wie die einzelnen Worte verteilt werden und in welche Richtung sie sich bewegen sollen.

Farben ⁶

Hier lassen sich alle Farben für die Worte (6b), für den gesamten Hintergrund und die Maskenfarbe (6c) einstellen. Die Maskenfarbe definiert den Hintergrund der Form. Wer sich hier unsicher ist, kann über „Themen“ (6a) vorgegebene Farbkombinationen festlegen. Zu jeder Zeit kann

man jede einzelne Farbe mit einem Mouse-Klick neu definieren. Dazu wird ein kleines Menü geöffnet, indem man Farben über einen Schieberegler oder Farbwerte (HEX, RGB) definiert.

Maske ⁷

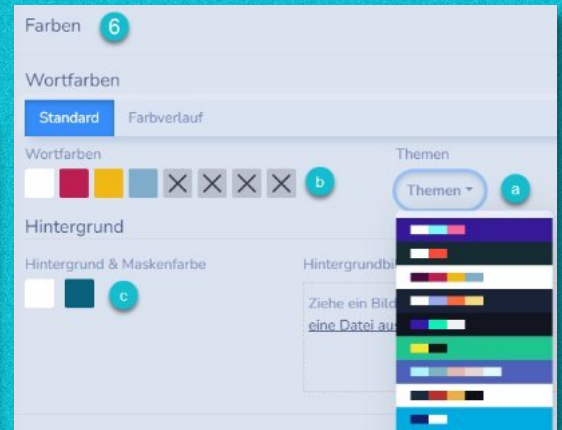
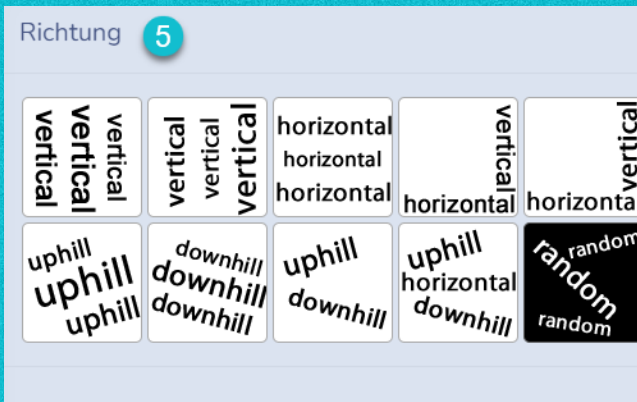
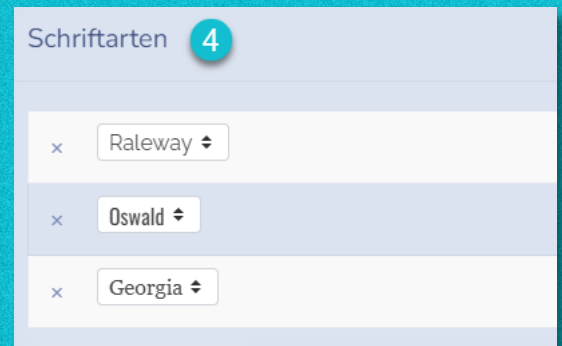
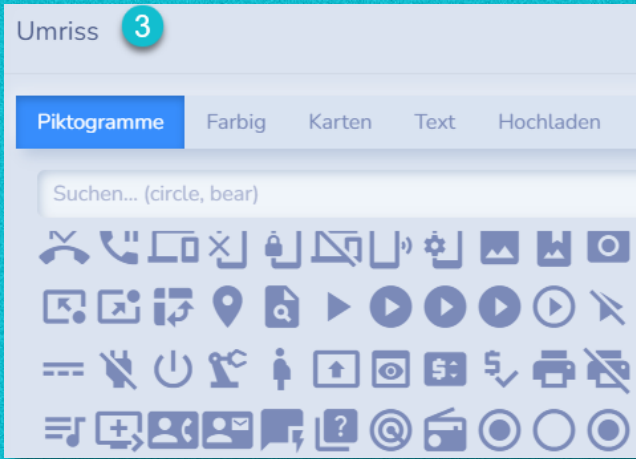
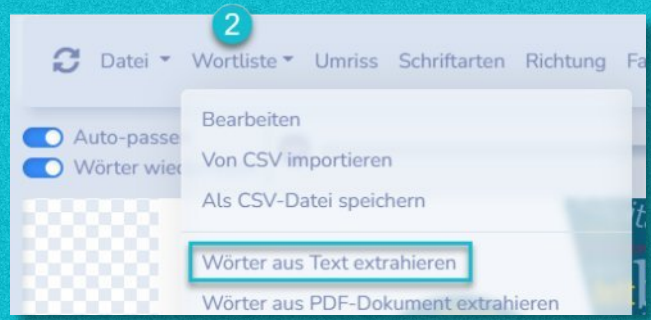
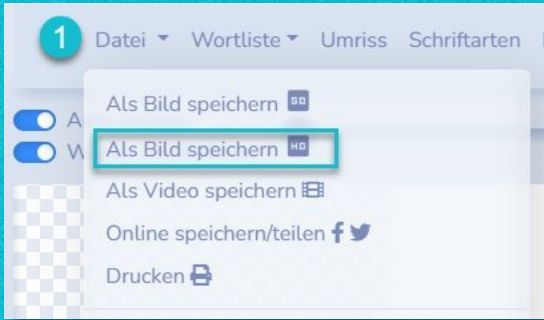
Über diesen Menüpunkt kann man entscheiden, ob die Maske (Form) gezeichnet wird oder nicht. Zusätzlich ist es möglich, über „Opazität“ die Maskenfarbe (also der Form) transparenter zu machen.

Optionen

Hier können weitere Einstellungen vorgenommen werden. Entscheiden Sie, wie groß die minimale Wortgröße aussehen soll, schalten Sie einen Textschatten hinzu und entscheiden Sie, wie der Rand zum Bild oder Wort definiert werden soll. Die Wörter kann man auch mit einem Schatten versehen, das sieht allerdings sehr merkwürdig aus. Ich denke, dass man hier keine Änderungen vornehmen muss, da die normalen Ergebnisse schon sehr gut aussehen.

Assistent

Wenn Sie sich nicht zurechtfinden, können Sie den Assistenten einschalten. Er erklärt Ihnen jeden Eintrag im Menü.



Grundlagen

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.



Von Absatzzeile
zu Absatzzeile } Zeilenabstand



Von Absatzzeile
zu Absatzzeile } Durchschuss

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

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.

Kompres und splendid

Wird Text ohne Durchschuss formatiert, spricht man von „Kompres“. 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.

Textstile

Die Einstellungen erklärt

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 übergeordneten Stils erstmal übernommen, wenn man keine Änderungen eingibt.

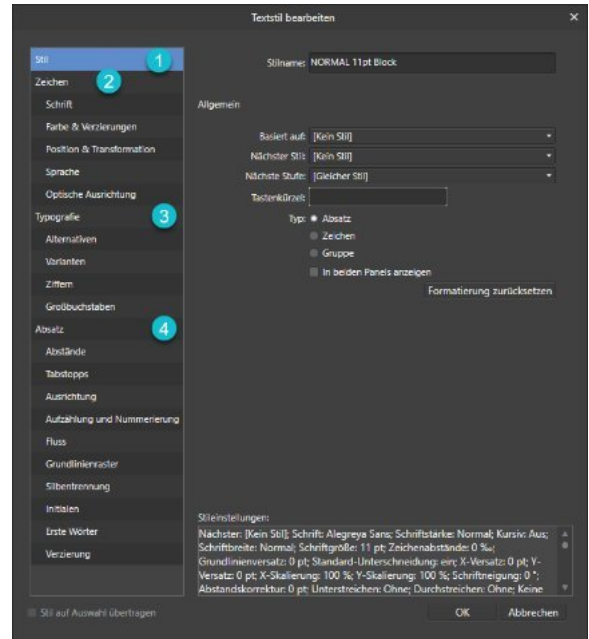
NÄCHSTER STIL: Welcher Stil soll automatisch bei einem Folgeabsatz angewendet werden?

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.

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.



Das Menü Textstile mit den einzelnen Bereichen: Stil ❶, Zeichen ❷, Typografie ❸ und Absatz ❹.

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.

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 herausucht oder nur aus der Liste seiner Favoriten. Die anderen Einstellungen sind für einen normalen Textstil nicht relevant.

Im Bereich **FARBE & VERZIERUNGEN** 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.

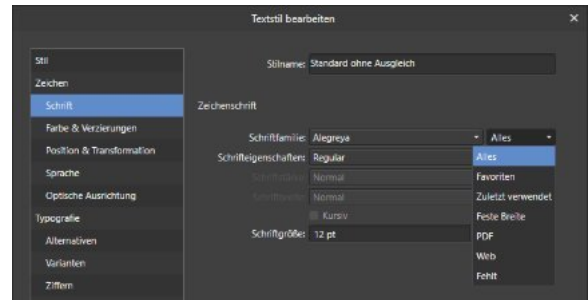
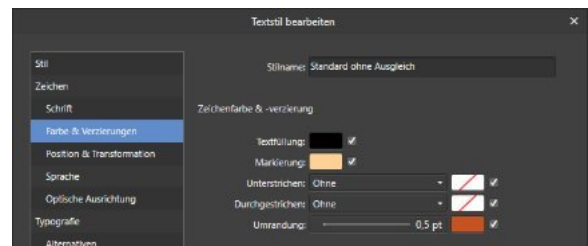


Abbildung: Die Auswahl einer Schrift für den Stil mit allen zusätzlichen Einstellungen, wie Eigenschaften und Schriftgröße.



"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

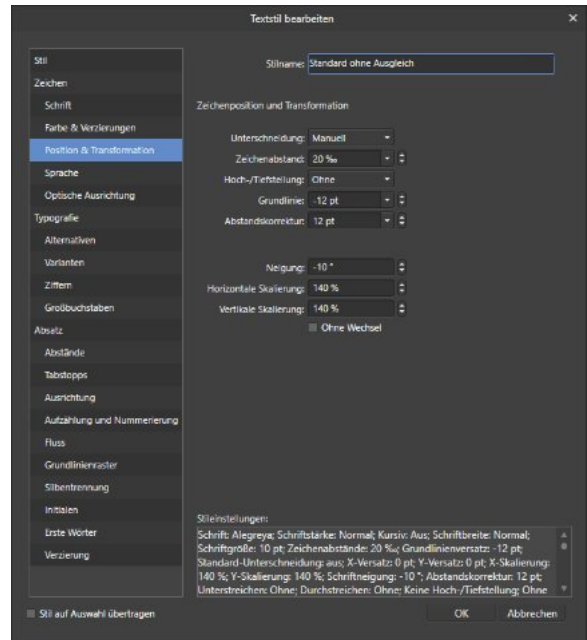
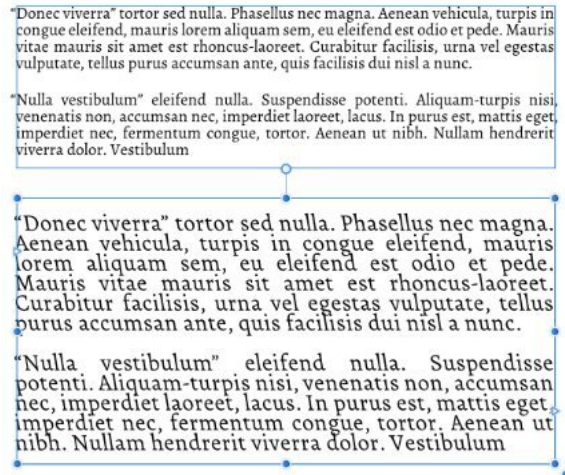
Abbildung: Hier werden zusätzliche Attribute wie Farbe, Unterstreichung und Umrandung festgelegt, wobei man die Umrandung für normale Texte nicht einsetzen sollte. Unter **MARKIERUNG** kann man einem Absatz eine Hintergrundfarbe zuordnen. Allerdings kann man hier keinen Abstand vom Text zur Hintergrundfarbe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

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.

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.



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

Arbeiten mit dem Blocksatz

Der „Optische Randausgleich“

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

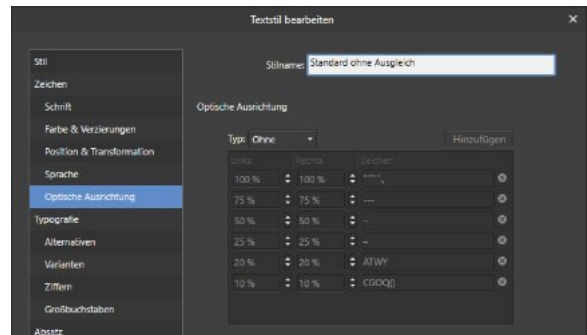
Für ein schöneres und homogeneres Schriftbild im Blocksatz kann man den „**OPTISCHEN RANDAUSGLEICH**“ nutzen und das sollte man auch. Dabei werden Satz- und Trennzeichen am Rand des Textblocks so ausgerichtet, dass sie etwas über den Rand des Textrahmens hinausschauen. Dies gilt für Zeichen links und 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**“ gibt man das gewünschte Zeichen ein.

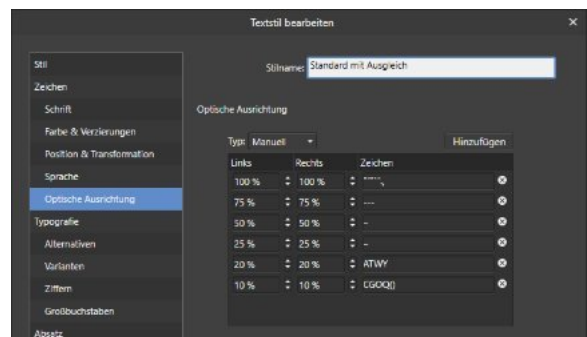
“Donec viverra” tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus-laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui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



PostScript, OpenType und TrueType

Unterschiede zwischen den Formaten

Das PostScript-Format ist veraltet und beinhaltet wesentlich weniger Zeichen als bei den anderen beiden Formaten. Es hat nur eine 8-Bit Kodierung und kann maximal 256 Zeichen aufnehmen. Bei OpenType (OTF) und TrueType (TTF) sind es theoretisch 65.535 Zeichen (Glyphen). Zur Verwaltung solcher Zeichen kommt dann beim Affinity-Publisher der Glyphen-Browser ins Spiel. Darüber später mehr.

OpenType ist eine Erweiterung des TrueType-Formats und beinhaltet eine digitale Signatur sowie automatische Ligaturen. Ligaturen sind bestimmte Buchstaben-Kombinationen um Lücken in einem Textabsatz zu vermeiden. Bei mehrsprachigen Texten, wie z. B. Gebrauchsanweisungen, musste man früher bei PostScript darauf achten, dass mehrere Schriften nötig waren, um alle Zeichen abzudecken. Dies entfällt heute bei vielen OpenType-Schriften.

Der Glyphen-Browser

Sollte dieses Panel im Publisher nicht sichtbar sein, können Sie es über [ANSICHT-STUDIO](#) aktivieren. Ich nutze es, um Sonderzeichen eines anderen Fonts in den Standardtext einzufügen. Im Magazin sehen Sie manchmal bei den Erklärungen Nummern in einem Kreis. Solche Zeichen gibt es z. B. in der Schriftart Wingdings. Dabei setzte ich den Text-Cursor an die Stelle, an die ein Sonderzeichen eingefügt werden soll. Das Schöne ist, dass der Glyphen-Browser sich die letzten 20 Zeichen merkt und ganz unten im Panel jederzeit abrufbar macht.

<i>AE</i> → <i>Æ</i>	<i>ij</i> → <i>ij</i>
<i>ae</i> → <i>æ</i>	<i>st</i> → <i>ſt</i>
<i>OE</i> → <i>Œ</i>	<i>ft</i> → <i>ft</i>
<i>oe</i> → <i>œ</i>	<i>et</i> → <i>&</i>
<i>ff</i> → <i>ff</i>	<i>fs</i> → <i>ß</i>
<i>fi</i> → <i>fi</i>	<i>ffi</i> → <i>ffi</i>

Abbildung: Beispiele einiger Ligaturen



Abbildung: Der Glyphen-Browser mit der Schriftart WINGDINGS und den zugehörigen Zeichen.

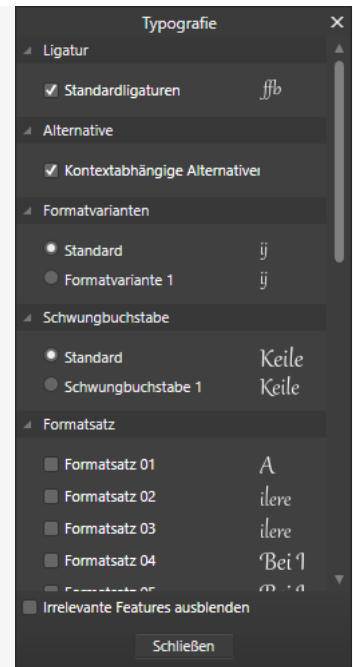
OpenType und Typografie

Das geheime Panel im Publisher

123 Bei Issos Keilerei

123 Bei Issos Keilerei

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



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.

Initialen

Der erste Buchstabe zählt

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.

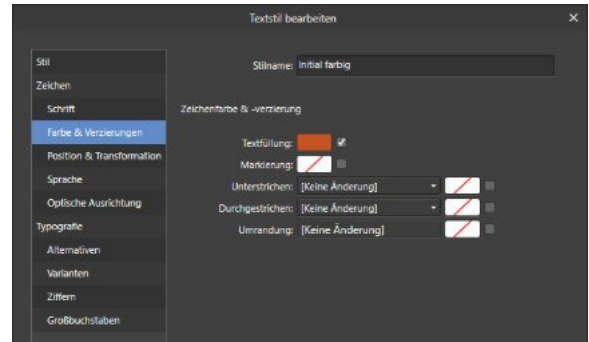
“Nulla vestibulum” eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam-turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum congue, tortor. Nullam hendrerit viverra dolor. Vestibulum

Ab und an sieht man sie noch in Büchern, Initialen. Diese Art der Textgestaltung war früher bei den Mönchen in den Abteien üblich, wenn sie kirchliche Texte vervielfältigten. Mit dem Publisher lässt sich dies leicht umsetzen.

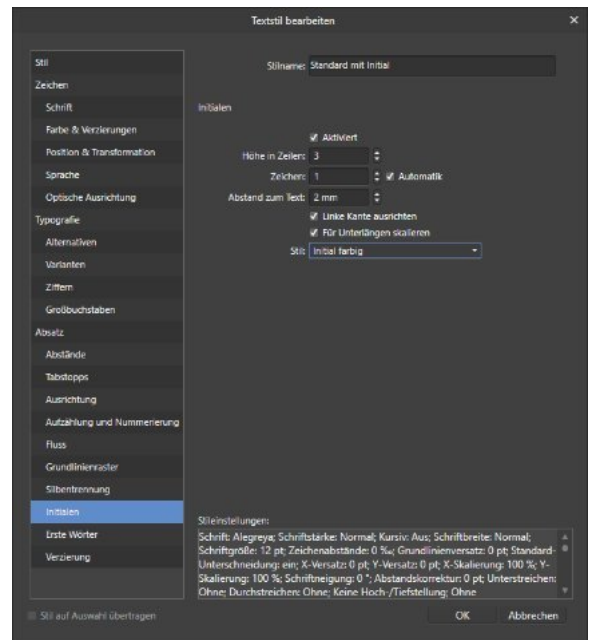
Im 1. Schritt legen Sie zuerst einen Zeichenstil (**NAME: INITIAL FARBIG**) an. Hier wählen Sie eine Farbe für das Initial, wenn Sie möchten, können Sie hier auch eine andere Schriftart bestimmen.

Im 2. Schritt legen Sie einen normalen Stil für einen Textabsatz mit allen Einstellungen an (**NAME: STANDARD**). Kopieren Sie den fertigen Stil, vergeben Sie ihm einen neuen Namen (**NAME: STANDARD MIT INITIAL**) und bearbeiten Sie ihn. Das wird deshalb wichtig, weil man ja nicht möchte, dass jeder Absatz in einem Text ein Initial enthält. Aus diesem Grund wird der 1. Absatz eines Textes mit einem eigenen Stil formatiert.

Im Bereich Initialen legen Sie alle Einstellungen fest – und ganz wichtig – unter Stil wählen Sie den vorher definierten Zeichenstil (**NAME: INITIAL FARBIG**). Erst dann wird der erste Absatz auch mit den gewünschten Einstellungen formatiert.



Schritt 1: Einen Zeichenstil anlegen, mit der Farbe des Initials und wenn gewünscht, mit einer anderen Schriftart.



Schritt 2: Im Absatzstil wird im Bereich Initialen das Häkchen bei „Aktiv“ gesetzt, alle weiteren Werte festgelegt und bei „Stil“ der Zeichenstil zugeordnet.

Schreibregeln

Wie muss es aussehen?

Hier stelle ich Ihnen einige korrekte Schreibweisen vor, die sich in der Typografie bewährt haben. Achten Sie aber darauf, dass Sie in einem Dokument immer das gleiche Format verwenden. Hier macht es auch Sinn, das Sonderzeichen in einem Textabsatz angezeigt werden. Diese Funktion schalten Sie über das Menü **TEXT – SONDERZEICHEN EINBLENDEN** ein. Im Publisher können Sie über das Menü **TEXT – EINFÜGEN** spezielle Zeichen (Striche, Trennstriche oder Leerzeichen) in Ihren Text einfügen.

An- und Abführungszeichen werden in Deutschland oft mit „99“ und „66“ betitelt. Am Anfang eine 99 unten, am Ende eine 66 oben. Man kann auch die französischen spitzen »Anführungszeichen« nutzen, allerdings mit den Spitzen nach innen. (Tastenkombination: **ALT+0187** und **ALT+0171**).

„Deutsch“ / »Französisch«

Beim Datum hält man sich an das Format TAG-MONAT-JAHR. Sind die Tage/Monate einstellig, wird auch nur die einstellige Zahl geschrieben. In Tabellen füllt man hier mit einer NULL (o) auf.

12.3.2022 / 12. Juni 2022
Dienstag, 12. Juni 2022

Geviert	
Halbgeviert	
Geschütztes Leerzeichen	Alt+Space
Schmales geschütztes Leerzeichen	
Nullbreites Leerzeichen	
Haarbreites Leerzeichen	
1/6 Geviert	
Schmales Leerzeichen	
1/4 Geviert	
1/3 Geviert	
Interpunktionsleerzeichen	
Ziffernbreites Leerzeichen (Figure Space)	
Bindehemmer	
Tabstopp	
Tabstopp für rechten Einzug	Umschalt+Tab
Bis hier einrücken	Strg+\

Abbildung: Sonderzeichen kann man auch über das Menü **TEXT – EINFÜGEN – LEERZEICHEN UND TABSTOPPS** im Text einfügen.

Leerzeichen und Tabstopps		
Geviert		U+2023
Halbgeviert		U+2020
Geschütztes Leerzeichen		U+00A0
Schmales geschütztes Leerzeichen		U+202F
Nullbreites Leerzeichen		U+200B
Haarbreites Leerzeichen		U+200A
1/6 Geviert		
Schmales Leerzeichen		U+2009
1/4 Geviert		
1/3 Geviert		
Interpunktionsleerzeichen		U+2008
Ziffernbreites Leerzeichen (Figure Space)		U+2006
Bindehemmer		U+200C
Tabstopp		U+0009
Bis hier einrücken		
Tabstopp für den rechten Einzug		
Wechsel		
Zeilenwechsel		U+2028
Spaltenwechsel		
Rahmenwechsel		
Seitenwechsel		U+000C
Ungerader Seitenwechsel		
Gerader Seitenwechsel		

Abbildung: Hier ist eine Liste aus der Publisher-Hilfe, die zeigt, wie man im Glyphen-Browser ein Sonderzeichen sucht und in einen Text einfügt. Geben Sie dazu die passende Nummer mit dem U vorangestellt ein. Also z.B. U+2009.

Bei der Uhrzeit wird das 24-Stundenformat benutzt. Bei einstelligen Zahlen kann mit einer NULL (0) aufgefüllt werden.

9.30 Uhr / 09.30 Uhr / 09:30 Uhr
Von 07:00 bis 20:00 Uhr / 07:00 – 20:00 Uhr

Bei Preisen werden Euro und Cent mit einem Komma getrennt. Die Angabe mit dem Euro-Zeichen steht vor oder nach der Zahl. Bei großen Beträgen trennt man drei Stellen vor dem Komma mit einem Punkt. Hinter dem Komma folgt kein Leerzeichen.

24,50 Euro / € 24,50 / 24.655,74 Euro

Bei Telefon- und Faxnummern unterteilt man mit Leerzeichen. Eine Durchwahl trennt man mit einem Bindestrich, bei internationalen Telefonnummern wird ein PLUS-Zeichen vor die Nummer gesetzt, die NULL der Vorwahl wird nicht angegeben.

(0221) 182412 / +49 221 182412
+49 221 182412-22 / Fax 0221 182413

Im Bankensektor wird die BIC-Nummer nicht gegliedert. Die IBAN-Nummern wird von Links beginnend in fünf Vierergruppen unterteilt.

BIC ELF26518663
IBAN DE66 2412 4711 0815 0815 09

Etwas unklar dürfte für einige Anwender die Trennung mit Strichen sein, da hier in der Fachsprache oft von Divis (Bindestrich) oder Halbgeviert (Gedankenstrich) gesprochen wird.

Mit Bindestrich:
An- und Verkauf / Meier-Semmeling

Mit Gedankenstrich:
Man denkt – und das sollten wir wissen – an nichts Böses.

Im Publisher bekommt man den Gedankenstrich unter Windows mit der Tastenkombination ALT+(MINUSZEICHEN).



Abbildung: [Typografie lernen können Sie auf dieser Website](#)

Font-Manager

Schriften sinnvoll verwalten

Früher hat man sich gefreut, wenn ein neuer und kostengünstiger Schriftenmanager auf den Markt kam. Anscheinend ist dieses Thema nicht mehr vorrangig im Internet präsent. Dabei kann man sich mit so einem Programm einen guten Überblick darüber verschaffen, welche Schrift auf dem eigenen Rechner installiert ist.

Die meisten bieten die Möglichkeit, sich alle Zeichensätze anzuschauen oder eine Vorabwahl für ein Projekt zu treffen, in dem man sich einen Font mit dem eigenen und passenden Satz oder Wort anzeigen lässt.

Ein wichtiges Kriterium ist die Auswahl von Verzeichnissen, in denen sich Schriften befinden, die man installieren möchte. Die hier vorgestellten Programme erfüllen das. Mit ihnen können Fonts auch deinstalliert werden. Dabei werden die Formate OpenType, TrueType und Type 1 unterstützt wobei „Type 1“ ab 2023 nicht mehr weiterentwickelt wird.

[MainType](#) gibt es nur in englischer Sprache, hat aber in der kostenlosen Version schon ausreichende Funktionen. [Nexus](#) war eine kleine Überraschung. Er kommt schlicht aber mit einem guten Funktionsumfang daher. Der [Typograf](#) der Firma Neuber erfüllt so ziemlich jede Anforderung, ihn gibt es in deutscher Sprache und er ist mein Favorit. Die € 29,00 belasten dabei den eigenen Geldbeutel nur minimal.

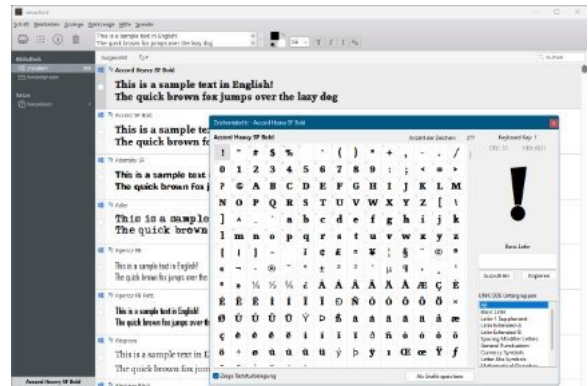


Abbildung: Nexus Fontmanager

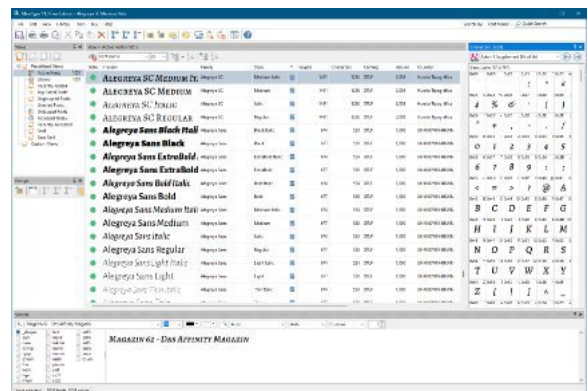


Abbildung: MainType Fontmanager

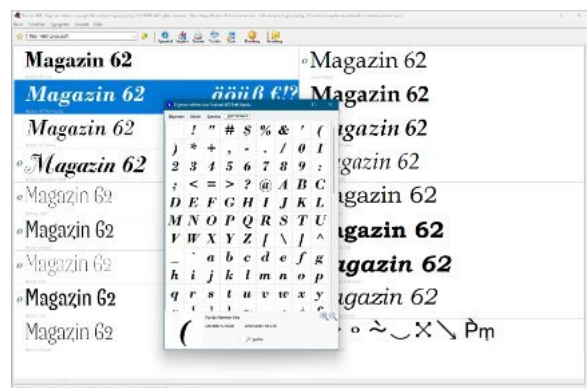


Abbildung: Typograf Fontmanager

Typografische Fachbegriffe

Fachchinesisch einfach erklärt

Bei den nachfolgenden Fachbegriffen geht es nicht darum, alles auswendig zu lernen, sondern vielmehr darum, dass man sich im Internet mit den Begriffen weitere Hilfen suchen kann. Wenn ich einen Begriff nicht kenne, kann man sich darüber auch nicht informieren. Vorab möchte ich hier aber noch auf die Wirkung von Schrift eingehen. Auch das ist ein breitgefächertes Thema. Gerade Neueinsteiger werden sich bei der Auswahl von Schriften etwas schwertun.

Grundlegendes zur Wirkung von Schrift

Beachten Sie beim Einsatz von Schriften, dass diese Emotionen beim Leser ansprechen. Beim Einsatz von nur zwei Schriften in einer Publikation kann man somit weniger falsch machen. Zusätzlich muss eine Schrift auch immer praktisch einsetzbar sein. Dazu gehört die Lesbarkeit in einem Mengentext und, wenn Sie Textpassagen oder einzelne Wörter hervorheben möchten, genügend Schriftschnitte wie kursiv oder fett. Unterstreichen Sie keine Wörter, es sei denn, dahinter steckt ein Hyperlink in einem digitalen Dokument.

Schriften sollte man auch nicht wild durcheinermischen. Nutzen Sie je nach Publikation für die Überschrift eine Sans-Serif-Schrift und für den eigentlichen Text eine Serif-Schrift. Auf einem digitalen weißen Hintergrund (Internseite) kann man Schrift leicht Grau darstellen, das gilt nicht für Druckprodukte; Überschriften vielleicht, aber den Fließtext auf keinen Fall. Hier sind Experimente nicht gefragt.

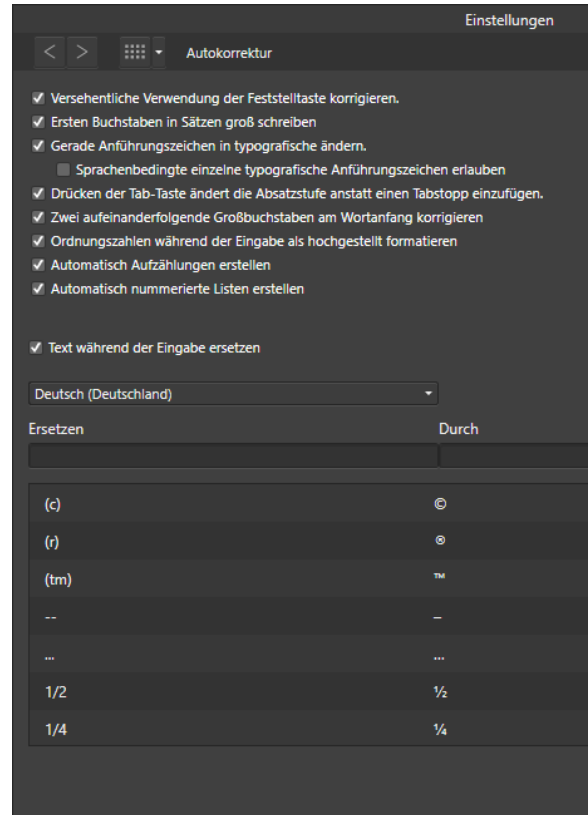


Abbildung: Über **EINSTELLUNGEN-AUTOKORREKTUR** im Publisher können einige grundlegende Einstellungen vorgenommen werden, wie bestimmte Eingaben in Texten gehandhabt werden sollen. Sie können gerne die oben sichtbaren Häkchen so setzen, wie in es gemacht habe. Interessant ist, dass durch die Eingabe einiger Zeichen automatisch die korrekte Schreibweise ersetzt wird. Tippt man mit der Tastatur die Zeichen 1, dann / und dann 2 ein, erzeugt dies automatisch ½. Probieren Sie es aus. Natürlich müssen diese Sonderzeichen im Zeichensatz der verwendeten Schrift vorhanden sein.

FACHBEGRIFFE

Antiqua: Serifenschriften, basierend auf der römischen Capitalis.

Ausrichtung: Links, Rechts, Blocksatz.

Außensteg: Bei Doppelseiten, freier Raum zwischen Satzspiegelaußenkante und Papierkante.

Auszeichnung: Verändern/Hervorheben einzelner Textabschnitte oder Zeichen.

Blocksatz: Alle Zeilen eines Absatzes, bis auf die Letzte sind rechts und links ausgerichtet.

Buchstabenabstand: Abstand zwischen einzelnen Zeichen.

Buchstabenbreite: Breite eines Buchstabens, inklusive Vor- und Nachbreite.

Dicke: Raum vor und nach einem Buchstaben.

Divis: Trennstrich.

Duktus: Neigung und Strichstärke einer Schrift.

Durchschuss: Abstand, der sich zum Zeilenabstand minus Schriftgröße addiert.

Einzug: Text wird an der rechten und/oder linken Textkante eingerückt.

Flattersatz: Text wird an den Rändern nicht bündig ausgerichtet.

Fleisch: Nicht druckbarer Bereich um einen Buchstaben herum.

Fraktur: Schrift mit gebrochenen Rundungen.

Fußsteg: Bereich zwischen unterer Papierkante und Satzspiegel.

Gedankenstrich: Strich für Einschübe, als Bis-Strich, Streckenstrich oder Währungsstrich.

Gemeine: Kleinbuchstabe.

Geviert: Leerraum, dessen Breite und Höhe der Kegel- bzw. Schriftgröße entspricht.

Grotesk: Bezeichnung für eine serifenlose Antiqua

Grundlinie: Wird auch Schriftlinie genannt.

Grundlinienraster: Unsichtbares Raster, um die Registerhaltigkeit eines Textes zu gewährleisten.

Halbgeviert: Siehe bei Geviert – nur halb so breit.

Hängender Einzug: Bis auf Zeile 1 sind alle weiteren in einem Absatz eingerückt.

Initial: Schmückender großer Buchstabe am Absatzanfang.

Innensteg: Bei Doppelseiten, freier Raum zwischen Bund und Satzspiegelinnenkante.

Kapitälchen: Schriftvariante, bei der alle Buchstaben die Form von Großbuchstaben haben.

Kegel: Körper des Bleibuchstabens.

Kompress: Text ohne Durchschuss.

Kursiv: Geneigter Schriftschnitt

Laufweite: Abstand von Zeichen zueinander.

Ligatur: Verbindung zwischen mindestens zwei Buchstaben zu einem Zeichen (ff, fl oder ft).

Majuskel: Großbuchstabe.

Mediävalziffer: Ziffer mit Ober-/Unterlänge und unterschiedlicher Breite.

Minuskel: Kleinbuchstabe.

Mittelachsensatz: Zentrierter Text.

Oberlänge: Obere Teil eines Buchstabens über der x-Linie (b, l oder d).

Pagina: Seitenzahl.

Punze: Innenraum eines Buchstabens (o, d oder e).

Rechtsbündig: Textzeilen sind an der rechten Satzseite ausgerichtet.

Registerhaltig: Siehe Grundlinienraster.

Satzspiegel: Der bedruckte Bereich einer Seite.

Schriftfamilie: Schriften, auf demselben Schnitt basierend, aber in Breite, Stärke oder Neigung variieren.

Schriftgrad: Bezeichnet die Größe einer Schrift.

Serife: An-, Ab und Endstriche der Zeichen einer Schrift.

Spationieren: Ausgleich von Buchstabenabständen.

Splendid: Text mit großem Zeilenabstand; das Gegenteil zu kompress.

Typometer: Lineal mit typografischen Maßsystemen.

Unterslänge: Bereich eines Buchstabens zwischen Grundlinie und unterem Buchstabenende.

Unterschneiden: Verringern von Buchstabenabständen.

Versalien: Großbuchstaben.

x-Höhe: Mittellänge.

Zeilenabstand: Abstand von Grundlinie zu Grundlinie.

Stilmittel

Die perfekte Abrisskante

Manchmal möchte man für einen Flyer oder eine extravagante Publikation etwas Besonderes gestalten. Im Kopfbereich soll eine Grafik oder ein Bild mit einer abgerissenen Kante verwendet werden. Oft findet man im Internet oder seiner eigenen Fotosammlung, aber nicht das Richtige. Also, warum nicht selber machen?

Verwenden Sie die Werkzeuge „**RECHTECK**“, „**ZEICHENSTIFT**“ und das „**KNOTENWERKZEUG**“. Stellen Sie vorher über das Menü „**ANSICHT – RASTER UND AXEN KONFIGURIEREN**“ ein Raster ein, das Sie beim Zeichnen unterstützt. Ein Raster mit 10 mm und einer Unterteilung von 5 Schritten ist hier optimal. Schalten Sie das Raster ein (MENÜ: **ANSICHT – RASTER EINBLENDEN**, STRG+#).

Rechteck zeichnen

Zeichnen Sie ein Rechteck **1**. Hier gehe ich folgendermaßen vor. Ich nehme bei der Breite des Rechtecks $\frac{1}{4}$ der benötigten Breite der Publikation (inkl. Anschnitt). So mache ich mir hier weniger Arbeit. Später, wenn alles fertig ist, wird das „Konstrukt“ vervielfacht und alle Teile nebeneinandergesetzt. Man kann die Teile auch leicht versetzt anordnen. Ich markiere dann alle und verbinde sie zu einer einzigen Grafik (rechte Mouse-Taste, „**GEOMETRIE – HINZUFÜGEN**“ **5**).

Die Kanten zeichnen

Nutzen Sie hier das Werkzeug „**ZEICHENSTIFT**“. Mit Hilfe des Rasters werden hier mehrere Linienpunkte **2** gesetzt, die unterschiedlich lang und

breit sein können. Wie in der Abbildung zu sehen, muss dieser Pfad geschlossen werden. Sie können sich an der Ansicht orientieren. Mit dem „**KNOTENWERKZEUG**“ können Sie jederzeit einzelne Punkte nachjustieren. Damit die Kanten etwas unregelmäßiger werden, können einzelne Punkte in „**GLATTE PUNKTE**“ **3** umgewandelt und weiter angepasst werden. Vergeben Sie der Grafik eine Hintergrundfarbe **4**.

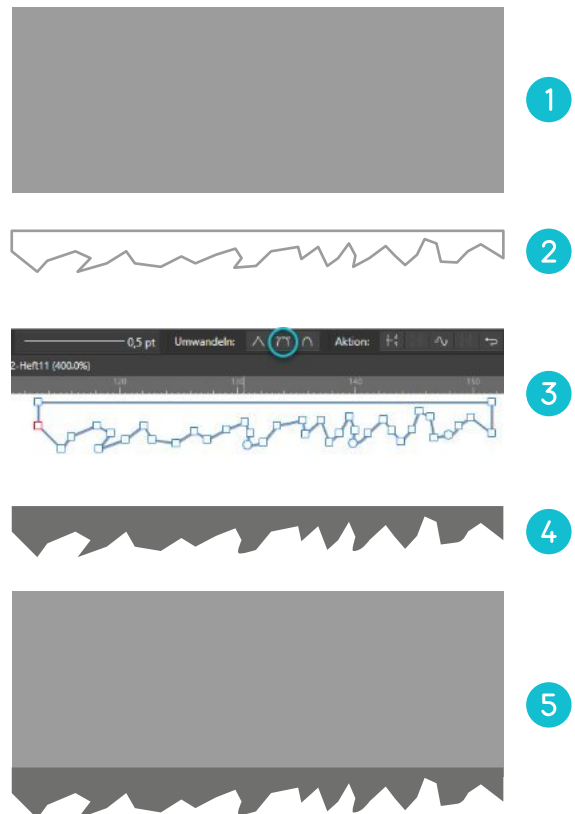
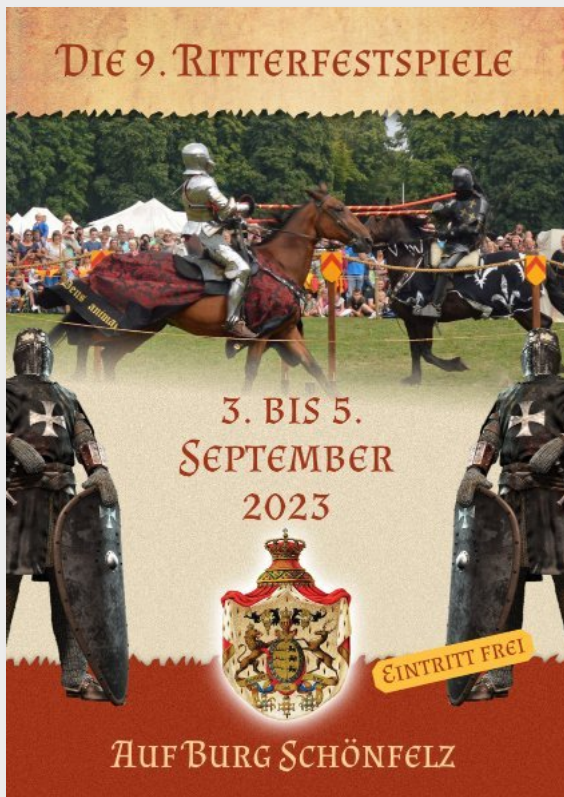




Abbildung: Hier werden mehrere der erstellten Teile zusammengenommen und über „Geometrie – Hinzufügen“ zu einer einzigen Form „verschmolzen“. Mit einem rechten Mouse-Klick kann man daraus auch einen Bilderrahmen machen, um eine schöne Textur einzufügen.



Curabitur hendrerit diam et mauris. Etiam porta nunc euismod dui. Maecenas 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.

Abbildungen:

Links: Plakat - Am oberen Rand mit einem Bilderrahmen als Abrisskante und importierter Textur-Grafik.
Rechts: Die Abrisskante kann man auch an zwei Seiten anbringen und so einen abgerissenen Zettel imitieren.

Typografie-Themen in meinen bisherigen Heften

In Klammern sind die Heft-Nummern aufgeführt

- (1) Dingbats und globale Farben
- (1) Ein Plakat gestalten
- (1) Grafische Buchstaben gestalten
- (1) Texteffekte mit Vektor-Pinseln
- (1) Einen Metall-Schriftzug selber machen
- (2) Mit HelpNDoc ganze Bücher schreiben
- (2) Typografie – alles zu Überschriften
- (3) Erfahrungen mit einem Buchprojekt
- (3) Textabsätze ansprechend präsentieren
- (4) PDF-Vorgaben im Affinity-Publisher
- (4) Wie gestaltet man ein Buch?
- (4) Buch – selbst vermarkten
- (5) Editorial Design
- (5) Regeln des Editorial Designs
- (5) Tipps zur Gestaltung von Magazinen
- (6) Text an einem Pfad ausrichten
- (6) Word-Texte mit Textstilen verfeinern
- (6) Ein weiteres Plakat gestalten
- (8) Grafiktext formatieren
- (8) Stile für Rahmentext & Fotos entwerfen
- (9) Die Suche nach der richtigen Schrift
- (9) Text umfließt eine Grafik
- (9) Ein Buch-Cover gestalten
- (10) Gestaltung eines Workbooks
- (10) Seitenaufteilung eines Buches
- (10) Marginalien – Randbemerkungen
- (10) Textboxen gestalten
- (10) Texte in den Publisher importieren
- (10) Texte hervorheben

Impressum

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe

Herausgegeben von Georg Walter · Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar/Rheinland

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.

M62

MAGAZIN62

Das Magazin für die Affinity-Suite

12

Affinity Publisher

2

Was ist neu?



Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Nun ist sie endlich da! Die neue Affinity-Suite mit der Versionsnummer **2.0**. Einige Tage vor dem 9. November 2022 wurden über die sozialen Medien bahnbrechende Neuerungen verkündet, ohne Details zu verraten. Was haben sich die Anwender bei Facebook nicht alles ausgemalt. Da schossen die wildesten Vermutungen ins Kraut, bis hin zur Übernahme von Adobe. Nach ersten Tests mit dem Publisher und Designer kann ich sagen, dass Affinity erwachsen geworden ist. Man hat wohl auf die Anwender gehört und gleichzeitig hat man die Optik der Programme mit neuen Icons versehen, Einträge in den Menüs neu geordnet und einige sehr pfiffige Gimmicks eingeführt.

Mit meinem Magazin62 Heft Nr. 12, und ich hatte es so auch geplant, kann ich nun endlich über die Neuerungen der Programme berichten. Schwerpunkt wird natürlich der Publisher V2 sein, denn hier werden dem Anwender einige wichtige Neuerungen präsentiert, die man vorher noch schmerzlich vermisst hat. Eine Buchverwaltung ist dazugekommen, endlich kann man Fuß- und Endnoten einfügen. Einige Menüpunkte sind modernisiert und angepasst worden. Alleine der Dialog, um ein neues Dokument anzulegen, ist nun übersichtlicher gestaltet. Man muss sich anfänglich etwas umgewöhnen, aber alles hat hier einen Sinn.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und ausprobieren.
Ihr Georg Walter



DER PRAKTISCHE EINSTIEG

Wie immer darf ich hier auf mein Buch aufmerksam machen.

Ideal für Neulinge und Einsteiger, die den Publisher näher kennenlernen möchten.



Mein Tipp

Typografie und Layout
von Claudia Korthaus

Fehler im System

Abstürze in den V1.10 – Versionen

Wer aus irgendeinem Grund weiter mit der Affinity-Suite V1.10 arbeiten möchte, sollte wissen, dass es in den letzten Wochen vermehrt Fehlermeldungen in den Programmen gegeben hat. Wer einen halbwegs schnellen Computer und Winsows 11 besitzt, sollte wechseln.

Wenn bei einigen Anwendern plötzlich die Affinity-Programme unter Windows nicht mehr ordentlich funktionieren, Funktionen versagen oder ein Programm förmlich „abstürzt“, dann hat das vermutlich mit den Updates von Microsoft zu tun. Derzeit beklagen sich viele im Affinity-Forum darüber, dass sie Probleme mit den Programmen haben.

Hier veröffentliche ich einmal eine kleine Liste mit den Problemen. Wenn Sie eines der unten stehenden Updates wieder deinstallieren, können Sie dabei nichts falsch machen. Allerdings übernehme ich hier keine Garantie. Das müssen Sie schon selbst entscheiden.

ABSTURZ DES PUBLISHERS (WINDOWS 11)

Das hängt mit dem Windows-Update [KB5017271](#) zusammen. Deinstalliert man dieses Update, läuft wieder alles ordentlich.

DIVERSE FEHLER (WINDOWS 10)

Dies betrifft die Schriftenauswahl, das Platzieren von Bildern, das Aktualisieren von Ressourcen, das Hinzufügen von Seiten, Ändern von Tabellenspalten und Konvertieren von

Farbprofilen. Folgende Updates werden hier von der Firma Serif genannt. [KB5013887](#), [KB5017262](#), [KB5017266](#), [KB5017858](#), [KB5018543](#), [KB5018544](#) UND [KB5018545](#)

Schaut euch die KB-Nummern an. Deinstalliert die Updates mit der erstgenannten Nummer LINKS und kontrolliert, ob der Fehler weg ist. Wenn nicht, die nächste KB-Nummer deinstallieren.

DIVERSE FEHLER (WINDOWS 11)

Dies betrifft die Schriftenauswahl, das Platzieren von Bildern, das Aktualisieren von Ressourcen, das Hinzufügen von Seiten, Ändern von Tabellenspalten und Konvertieren von Farbprofilen. Folgende Updates werden hier von der Firma Serif genannt. [KB5017264](#), [KB5017267](#), [KB5017271](#), [KB5017859](#), [KB5018546](#)

Schaut euch die KB-Nummern an. Deinstalliert die Updates mit der erstgenannten Nummer LINKS und kontrolliert, ob der Fehler weg ist. Wenn nicht, die nächste KB-Nummer deinstallieren.

UPDATES AUSBLENDEN

Es gibt unter Windows die Möglichkeit, Updates auszublenden, damit sie nicht immer wieder neu installiert werden.

Kurz und knapp

Kleine Neuerungen erleichtern das Arbeiten

Zusammenfassend darf ich hier einige Neuerungen aufführen, die für die direkte Arbeit mit dem Publisher vielleicht nicht so relevant sind. Wir sehen aber, dass sich die Firma Serif Gedanken zur Handhabung ihrer Software macht. Da bleibt es nicht aus, dass einzelne Menüpunkte auch mal, wo anders hinwandern. Zudem stelle ich fest, dass man die Anregungen der Anwender, meist im Affinity-Forum vorgebracht, berücksichtigt hat.

Alte Einstellungen

Bei der Installation wird man am Schluss gefragt, ob man die Einstellungen der Vorgängerversion übernehmen möchte. Die Frage sollte man sicherlich mit **JA** beantworten. Das Einzige, was nicht übernommen wird, sind die Favoriten der Schriften und die Vorlagen im Menü „**NEU**“. Die muss man neu festlegen, aber das ist ja auch schnell gemacht.

Die Werkzeuggeste

Wollte man in der alten Version die Werkzeuggeste anpassen, musste man sie vorher „entdocken“. Dies fällt nun weg, man kann sie direkt bearbeiten. Hier wurden den einzelnen Tools neue Icons verpasst, wem das zu bunt ist, kann in den Einstellungen alles auf Schwarz/Weiß stellen.

Das Menü „Fenster“

In diesem Menü hat man jetzt alle relevanten Einstellungen zusammengefasst. Hier findet

man den Selektionsassistenten, die Schriftenverwaltung, die Ressourcen-Verwaltung und den Assistenten für die Datenzusammenführung. Es ist gut, dass sich diese Tools jetzt sortiert in einem Menü befinden. Dies gilt auch für den Designer.

Die Panels

Die einzelnen Panels haben ein ganz zartes Facelifting bekommen. So ist das Dokumenten-Icon, über das man Einstellungen vornehmen konnte, etwas größer geworden. Man kann es nicht mehr so leicht übersehen. Im Menü Fenster sind jetzt alle Studio-Einstellungen vereint, einige sind in Untermenüs organisiert.

Das Panel QuickFX

Hier handelt es sich nur um eine Namensänderung, vorher wurde das Panel „**EFFEKTE**“ genannt.

Das Menü „NEU“

Hier besteht nun die Möglichkeit, die einzelnen Kategorien umzubenennen. Das ging früher nicht. Näheres zum Menü erfahren Sie auf der nächsten Seite.

Wortanzahl einblenden

Über das Menü „**ANSICHT**“ kann man sich jetzt die Anzahl der Wörter in einem Textrahmen ausgeben lassen. Man findet die Angabe im Publisher ganz unten links.

Quick-Grid

Inhalte schnell vervielfältigen

In Version V2 gibt es eine Neuerung, wie man schnell mehrere Textrahmen, Bilderrahmen oder grafische Objekte, wie Rechtecke und Kreise, erstellen kann. Ziehen Sie einmal einen „RECHTECKIGEN BILDERRAHMEN“ auf, LASSEN SIE DIE MOUSE ABER NICHT LOS – tippen Sie auf der Tastatur mit kurzen Abständen auf die Pfeil-Taste einmal nach rechts und dann nach

unten. Der Bilderrahmen vervielfältigt sich in die gewünschte Richtung. Hält man die Pfeil-Taste (zum Beispiel nach rechts) länger fest, zieht man die Bilderrahmen immer weiter auseinander. So kann man sie auf schnelle Art und Weise anordnen und verteilen. Das kann man mit Textrahmen und Formen genauso machen.



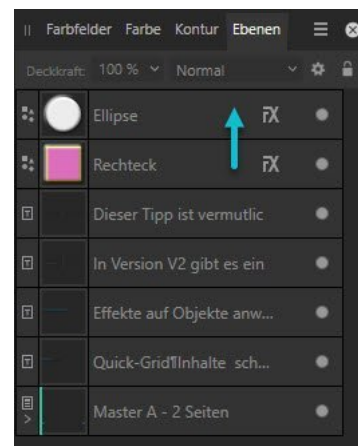
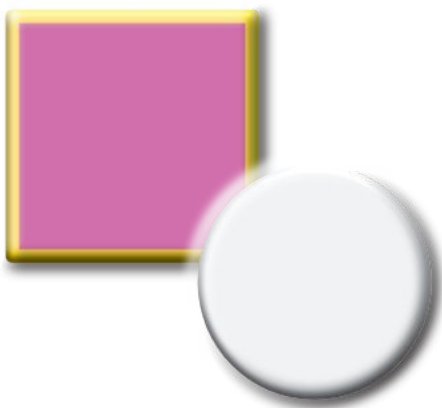
Abbildung: Durch drücken der Pfeiltaste nach rechts auf der Tastatur kann man ein Element vervielfältigen. Das geht auch mit der Pfeiltaste nach unten.

Effekte auf Objekte anwenden

Neue Funktion im Panel „Ebenen“

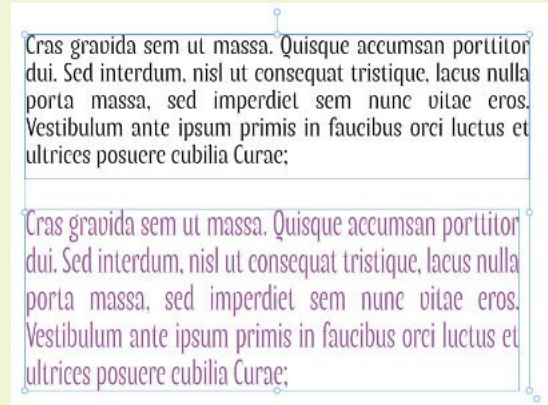
Dieser Tipp ist vermutlich der kürzeste in diesem Heft. Sie haben eine Form über das Panel „QUICKFX“ grafisch ansprechend verändert und möchten diesen Effekt nun auf weitere Formen anwenden. Ziehen Sie im Panel

„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.



Rahmen- und Grafiktext Umwandeln ist jetzt möglich

Mit der neuen Publisher-Version ist es nun möglich, einen Rahmentext (*rechts oben*) in einen Grafiktext (*rechts unten*) 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.



Verknüpfen von Inhalten Programmübergreifend arbeiten

Erstellt man in einem Programm ein Asset, einen Stil, eine Farbpalette oder einen Pinsel, kann man diese auch den anderen Affinity-Programmen auf demselben Computer zuordnen. Dies geschieht über eine Verknüpfung. Was die Sache so interessant macht, ist die Tatsache, dass bei Änderungen in einem Programm diese auch in den anderen Apps vorgenommen werden. Man braucht sich also nicht mehr zu fragen, ob man das auch in einem anderen Programm vorgenommen hat. Es geschieht automatisch. Löscht man zum Beispiel ein Asset aus dem Designer, bleibt es in den anderen Programmen erhalten.

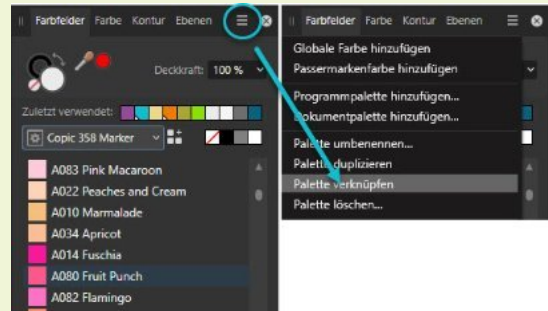


Abbildung: Beispiel, wie man eine Farbpalette auch für andere Affinity-Programme zur Verfügung stellt.

Auto-Flow

Schnelles Einfügen

Diese Funktion möchte ich am Beispiel von Bilderrahmen erklären. Ziehen Sie einmal auf einer leeren Seite 4 rechteckige Bilderrahmen auf und ordnen Sie diese nach Ihren Wünschen an. In jeden der Rahmen soll ein anderes Foto eingesetzt werden. Wählen Sie nun das Werkzeug „Bild platzieren“ aus, in einem Dialog können Sie jetzt Bilder von Ihrer Festplatte laden. Markieren Sie einmal mehrere Fotos. Im alten Publisher wurde jetzt ein Panel mit allen ausgewählten Bildern sichtbar. Mit einem Klick wurde jedes einzelne Foto in das Dokument eingefügt. In der neuen V2-Version markiert

man in diesem Panel ALLE Bilder und klickt im Dokument NUR AUF DEN ERSTEN RAHMEN. Jetzt werden alle Bilder automatisch in die Bildrahmen verteilt. Wenn man nur vier Rahmen angelegt hat, aber zehn Fotos importieren möchte, erweitert der Publisher die Dokumentenseiten so lange, bis alle Fotos eingefügt wurden. Das ist sehr praktisch und spart Zeit. Hier geht es aber noch weiter. Im Menü oben kann man dem Programm sagen, wie oft ein Foto wiederholt eingesetzt werden soll.



Abbildung: Jedes Motiv wurde zweimal in die Bilderrahmen eingefügt

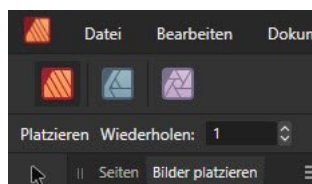


Abbildung links: Beim Platzieren kann man oben über der Bilderliste die Menge der Wiederholungen eingeben.

Das Menü NEU

Organisation mit System

Im Menü „DATEI“ finden wir einige neue Eintragungen. Wie bisher erstellt man unter „NEU“ ein neues Dokument. „NEUES BUCH“ öffnet das neue Panel „Bücher“, dazu später mehr. „NEU AUS LETZTER VORGABE“ erstellt ein neues Dokument anhand der letzten Vorgabe (Einstellung) die man im Dialog für ein Dokument gemacht hat. Hat man für ein vorheriges Projekt ein Dokument im Format DIN A3 angelegt, werden diese Einstellungen auch für ein neues Dokument genutzt.

Über den Dialog „DATEI – NEU“ wird ein Dialogfenster geöffnet, in dem mehrere Optionen zusammengefasst sind. „KONTO“, hier kann man sich bei Serif Dateien herunterladen. Unter „NEU“ wird wie bisher ein neues Dokument erstellt. Rechts wird eine Ansicht angezeigt, darunter findet man alle Einstellungen. Unter „ÖFFNEN“ kann man ein Dokument von der Festplatte laden. Neu ist der Bereich „AKTUELLSTE“ – hier werden die letzten Projekte angezeigt, dies ist eine kleine Dokumentenverwaltung und sehr hilfreich, wenn man mal wieder ein Dokument sucht.

Unter „VORLAGEN“ sind, wie bisher auch, eigene fertige Vorlagen aufrufbar. Der Bereich „BEISPIELE“ ist neu, hier kann man sich vorgegebene Beispiele von Affinity herunterladen und ausprobieren.

Möchte man sich ein neues Dokument erstellen, sind im Dialog „NEU“ nun einige Features dazugekommen. So kann man die Oberbegriffe (Kategorie) einer Gruppe UND AUCH die einzelnen Einträge umbenennen. Da wo spartanisch nur A4 steht, kann man den Eintrag nach eigenem Wunsch mit der rechten Mouse-Taste umbenennen ②.

Und auch neu, Vorgaben lassen sich mit einem „Herz“ als Favoriten ① festlegen, so wie es auch bei den Schriften der Fall ist. Im Bereich rechts des Fensters wird das Layout angezeigt, darunter können sämtliche Einstellungen ④ vorgenommen werden. Ein kleines Fenster zeigt immer die aktuellen Werte an.

Unter Punkt ③ sind einige Symbole anwählbar. Mit dem Symbol ganz links kann man sich eine neue Vorgabe erstellen. Das zweite Symbol ermöglicht es, eine komplett neue Kategorie zu erstellen.

Zum Beispiel wäre es hier sinnvoll, kundenspezifische Dokumente aufzulisten. Auf der rechten Seite findet man einen Papierkorb, damit lassen sich Vorgaben löschen, mit dem Symbol links daneben kann der Name einer Vorgabe geändert werden.

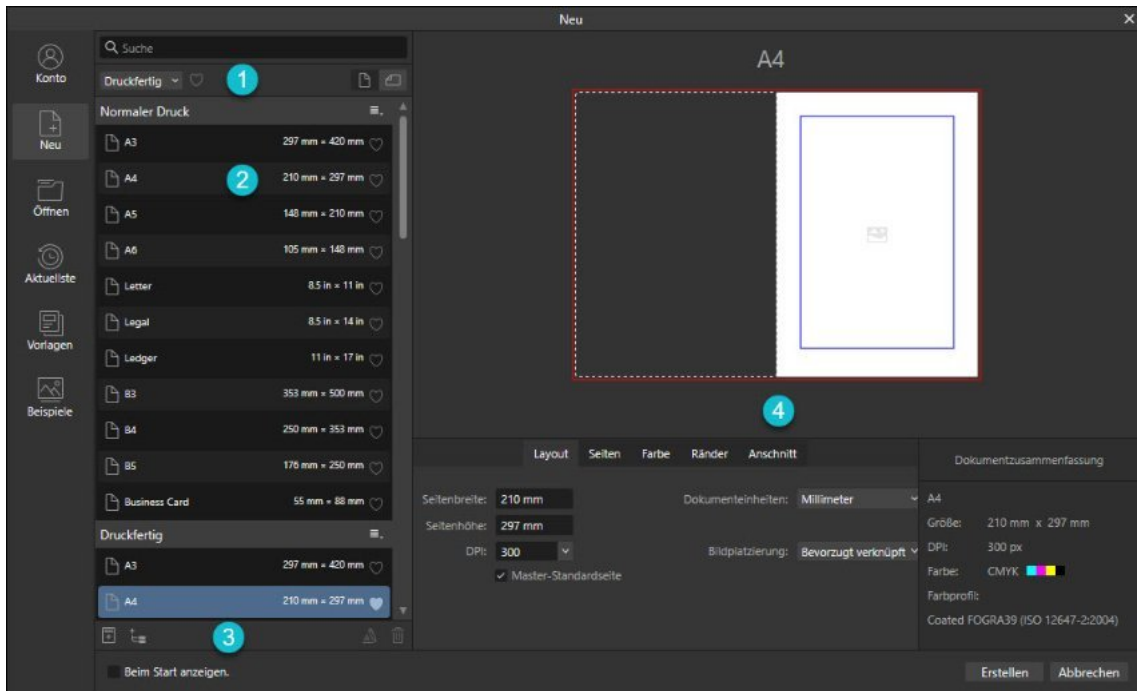


Abbildung: Das Dialogfenster zum Erstellen neuer Dokumente

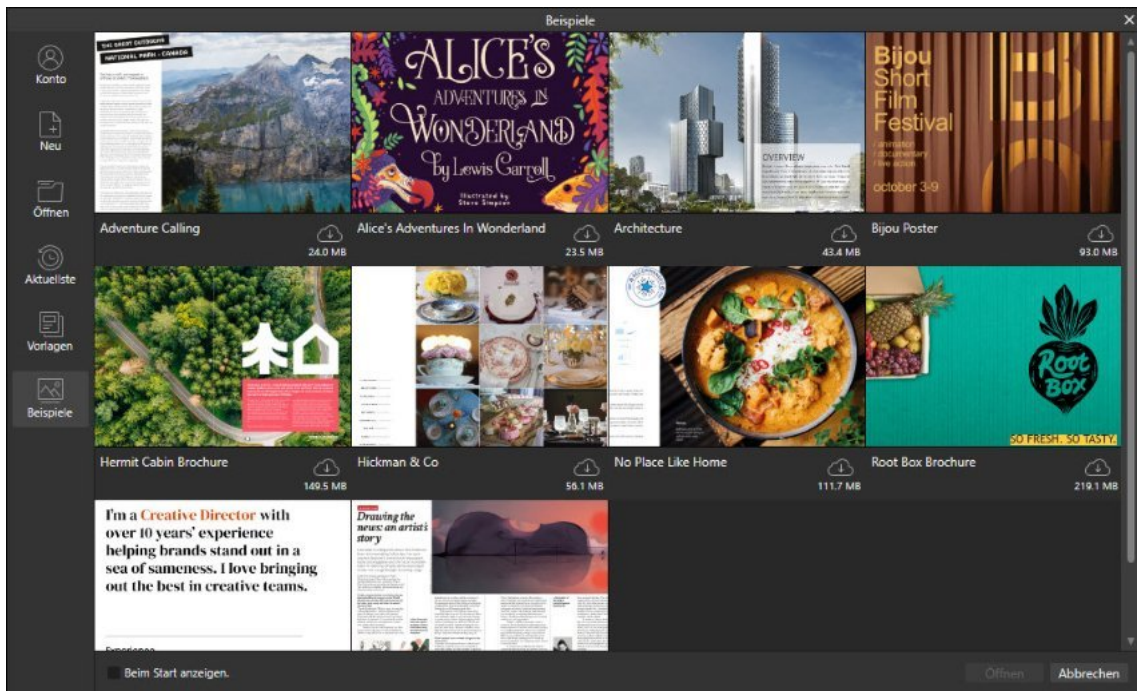


Abbildung: Das Dialogfenster Beispiele zum Herunterladen verschiedener Publisher-Dokumente

Das neue Panel Bücher

Buchverwaltung über Kapitel

Im Publisher V2.0 ist nun endlich eine Buchverwaltung integriert. Alles dazu wird über ein einziges Panel gesteuert. Arbeiten zum Beispiel mehrere Autoren an einem Buch und jeder schreibt an einem eigenen Kapitel, kann man die fertigen Kapitel später im Publisher verwalten und als fertiges Buch ausgeben. Wer alleine an einem Buch arbeitet, das sehr umfangreich ist, kann Ressourcen sparen, indem er jedes Kapitel als separate Datei anlegt. Hier ist wichtig, zu verstehen, dass man im Panel „BÜCHER“ später entscheidet, aus welcher Kapitel-Datei die Formate übernommen werden sollen.

Man kann das Panel „BÜCHER“ über das Menü „DATEI – NEUES BUCH“ oder über das Menü „FENSTER“ aufrufen. Im Panel selbst können folgende Optionen verwaltet werden.

1. Optionen im Panel „Bücher“
2. Publisher-Dateien auswählen, die als Kapitel verwendet werden.
3. Die Reihenfolge der Kapitel im Buch, diese können jederzeit im Panel nach oben oder unten verschoben werden.
4. Man kann eine durchgängige Nummerierung von Seiten, Noten und Listen organisieren, damit nichts durcheinandergerät.
5. Zusätzlich legt man fest, aus welcher Datei Stile übernommen werden sollen.
6. Dann ein sehr wichtiger Punkt, wie sogenannte Streunerseiten zwischen den Kapiteln verwaltet werden sollen.
7. Über die „Checkliste“ werden die Kapitel auf Fehler überprüft.
8. Und schließlich das Exportieren oder Drucken des Buches.



Abbildung: Das Panel „Bücher“ mit den vier wichtigsten Elementen. Das Symbol unter ① zeigt an, dass aus dieser Kapitel-Datei auch die Stile verwendet werden. Möchte man die Kapitel-Dateien einer „Checkliste“ unterziehen, klickt man auf das Dokumentsymbol ②. Die Datei wird dann im Publisher geöffnet. Das Symbol unter ③ zeigt an, welche Kapitel-Datei im Publisher geöffnet ist. Hier die Kapitel 1 bis 3, Nr. 4 ist nicht geöffnet. Unter ④ sieht man die Seitenzahlen der einzelnen Kapitel-Dateien.

Verschieben von Kapiteln

Mit der Mouse zieht man einfach das Kapitel an die gewünschte Stelle.

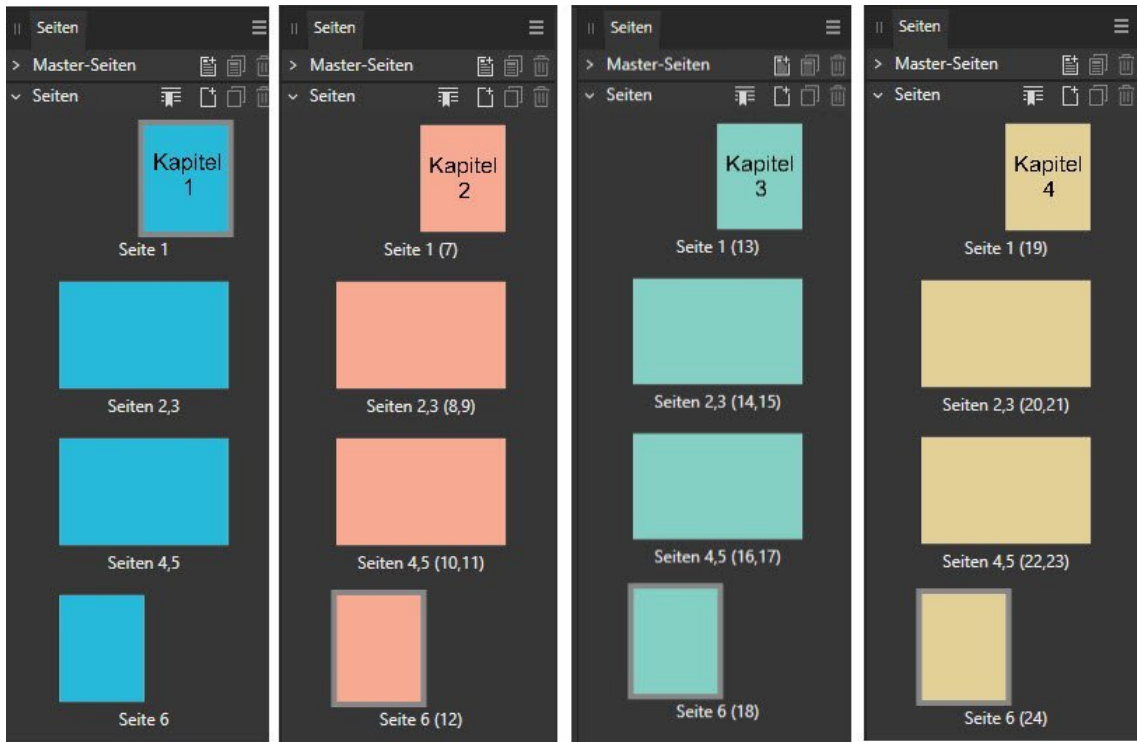


Abbildung: Hier zu sehen sind insgesamt 4 einzelne Publisher-Dateien mit jeweils 6 Seiten. Diese Dateien werden als Kapitel 1,2,3 und 4 einzeln gespeichert. Zur Unterscheidung wurden 4 verschiedene Farben gewählt.

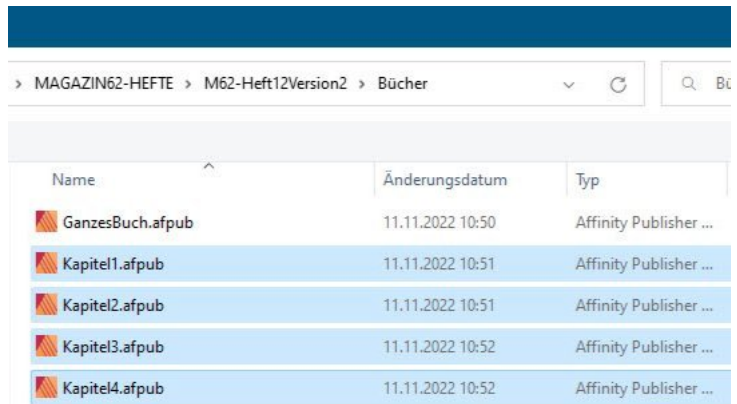
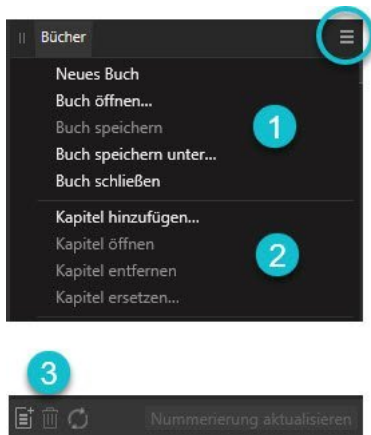


Abbildung: Im Panel „Bücher“ werden alle Aufgaben über das Symbol oben rechts gesteuert. Sie können ein neues Buch erstellen, speichern oder ein vorhandenes Buch öffnen ① Kapitel können von der Festplatte in den Publisher geladen werden ②. Wahlweise findet man am unteren Rand des Panels einige Symbole, um ein Buch zu erstellen, Kapitel zu löschen und das Buch zu Synchronisieren ③.

Das Erstellen von Büchern

Am Beispiel von Kapitel-Dateien

Bei einem Buch, was mit Hilfe des Publisher erstellt wird, sind folgende Schritte (Reihenfolge) sinnvoll. Man erstellt ein neues Buch – dann fügt man die gewünschten Kapitel ein – die Kapitel in richtiger Reihenfolge sortieren – dann legt man fest, aus welcher Kapitel-Datei die Stile übernommen werden sollen – das gesamte Buch wird anschließend synchronisiert – über die Checkliste werden Fehler in den einzelnen Kapiteln bereinigt – das Buch wird exportiert.

Zum besseren Verständnis habe ich im Publisher einmal vier Kapitel-Dateien mit jeweils sechs Seiten angelegt (*Siehe Seite 11*). Hier sehen Sie schon, dass die 1. Seite und die 6. Seite „alleine stehen“. Für Bücher sind diese Einstellungen Standard, beim Erstellen eines neuen Buches (mehrere Kapitel) werden immer „gegenüberliegende Seiten“ verwendet.

Übersicht der Einträge im Panel „Bücher“

Einstellungen für das ganze Buch ①

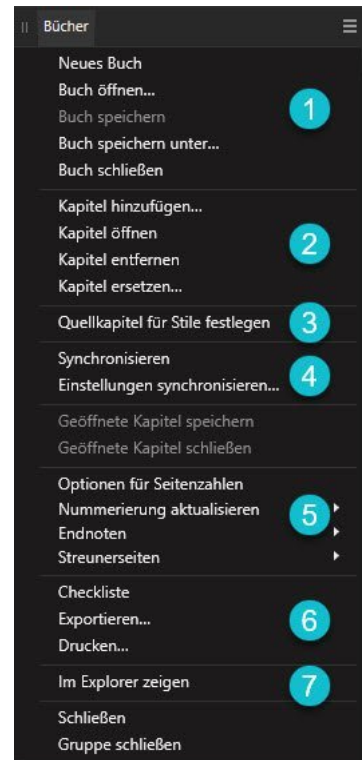
Erstellen Sie hier ein neues Buch oder öffnen Sie ein vorhandenes Buch. Jederzeit kann man ein Buch unter einem neuen Namen abspeichern und komplett schließen, zum Beispiel dann, wenn die Arbeit daran abgeschlossen ist.

Alles zu den Kapiteln ②

Fügen Sie einzelne oder mehrere Kapitel hinzu, wenn Sie an einem Kapitel noch arbeiten möchten, können Sie es im Publisher öffnen. Kapitel können auch entfernt oder mit einem anderen ersetzt werden. Dazu müssen sie markiert sein.

Reihenfolge der Kapitel festlegen

Die Reihenfolge der Kapitel legt man am besten mit der Mouse fest, einfach die Kapitel an die gewünschte Stelle ziehen.



Quellkapitel für Stile festlegen ③

Hier wählt man eine Kapitel-Datei aus, aus der alle Stile, wie Masterseiten, Textstile und Farben auf das gesamte Buch übernommen werden sollen. Sinnvoll ist hier, alle Einstellungen für ein Buch in der 1. Kapitel-Datei festzulegen.

Das gesamte Buch synchronisiert ④

Legen Sie hier fest, was synchronisiert werden soll. Am besten markiert man alle Einträge. Über den Button „**JETZT SYNCHRONISIEREN**“ führt man den Vorgang aus. Mit „Synchronisieren“ ist das Abgleichen aller relevanten Einstellungen in Kapitel-Dateien gemeint, damit es keine unliebsamen Überraschungen gibt. Wenn man in einzelnen Kapiteln Änderungen vornimmt, zum Beispiel eine Seite hinzufügt, muss man das „Synchronisieren“ vornehmen. Sonst kommt alles im Buch durcheinander. Abgeglichen werden Farbfelder, Textstile, Tabellenformate und Master-Seiten.

Optionen festlegen ⑤

Schauen Sie sich diesen Bereich genau an. Hier kann man alles steuern, was mit Seitenzahlen, Nummerierungen, Endnoten und Streunerseiten zu tun hat. Bei den Seitenzahlen rate ich zu der zweiten Einstellung – die Nummerierung beginnt bei Seite 1. Wählt man den 1. Eintrag und man verschiebt ein Kapitel an die falsche Stelle, fängt man wieder von vorne an.

Bei Streunerseiten muss man wissen, dass es sich um Seiten bei gegenüberliegenden Seiten handelt. Führt man das Buch später zusammen, sind hier die Einstellungen entscheidend. Denn es kann dann sein, dass man im Buch plötzlich eine leere Seite hat, weil im Buch ja immer zwei

Seiten zusammengehören (Doppelseiten-Ansicht). Probieren Sie es aus. „Zusammenlegen“ heißt, dass Kapitel mit nur 1 Seite am Anfang und/oder Ende des Kapitels so zusammengelegt werden, dass sie zu einer Doppelseite (gegenüberliegende Seiten) im Buch zusammengelegt werden. „Mit Leerseiten auffüllen“ sagt es ja schon. Eine Buchdatei wird mit leeren Seiten aufgefüllt, damit ein Buch die nötigen Doppelseiten aufweist. Hier sollte man beide Einstellungen einmal ausprobieren, um zu sehen, welche Wirkung diese auf den Buchinhalt haben.

Die Checkliste aufrufen ⑥

Dieser Eintrag bewirkt manchmal nichts. Besser ist es, rechts neben einem Kapitel auf das Dokumentensymbol zu klicken. Dann wird die Kapitel-Datei im Publisher geöffnet. Hier sollte man aber besser anders vorgehen. Legen Sie sich im Panel „**CHECKLISTE**“ ein eigenes Profil für das gesamte Buchprojekt an. Das ist zwar etwas umfangreich, weil viele Einstellungen gemacht werden müssen, aber Sie haben dann ein Profil, das man auch für andere Bücher verwenden kann.

Das Buch exportieren/drucken ⑥

Hier steuert man, ob man ein Buch auf dem Heimdrucker oder als druckbare PDF ausgeben möchte.

Quellordner mit Explorer öffnen ⑦

Wenn Sie nicht mehr genau wissen, wo die Dateien für ein Buch abgelegt wurden, können Sie sich das Verzeichnis über diesen Eintrag ansehen.

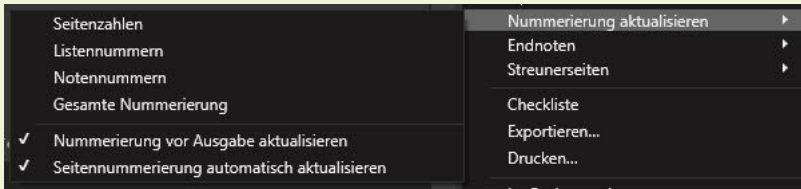


Abbildung: Über diesen Dialog steuert man die korrekte Ausgabe aller Nummerierungen, wie Seitenzahlen, Listennummern, Noten und Streunerseiten.

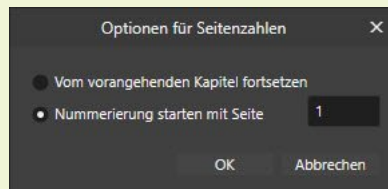


Abbildung: Bei der Vergabe der Seitenzahlen für ein Buch sollte man den zweiten Eintrag nutzen. Hier gilt es auszuprobieren, welche Option besser funktioniert.

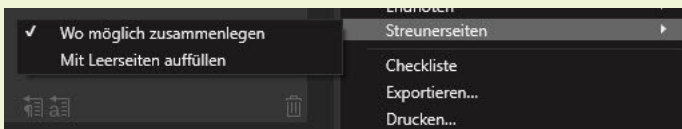


Abbildung: Hier muss man je nach Buch-Datei schauen, welche Option besser ist. Bei Standardbüchern ist man mit dem „Zusammenlegen“ auf der sicheren Seite.

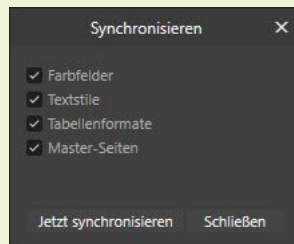


Abbildung: Beim „Synchronisieren“ sollte man immer alle Optionen wählen, denn nachher ärgert man sich, wenn etwas nicht korrekt ausgegeben wurde.

Ein Buch exportieren

Der Export-Dialog

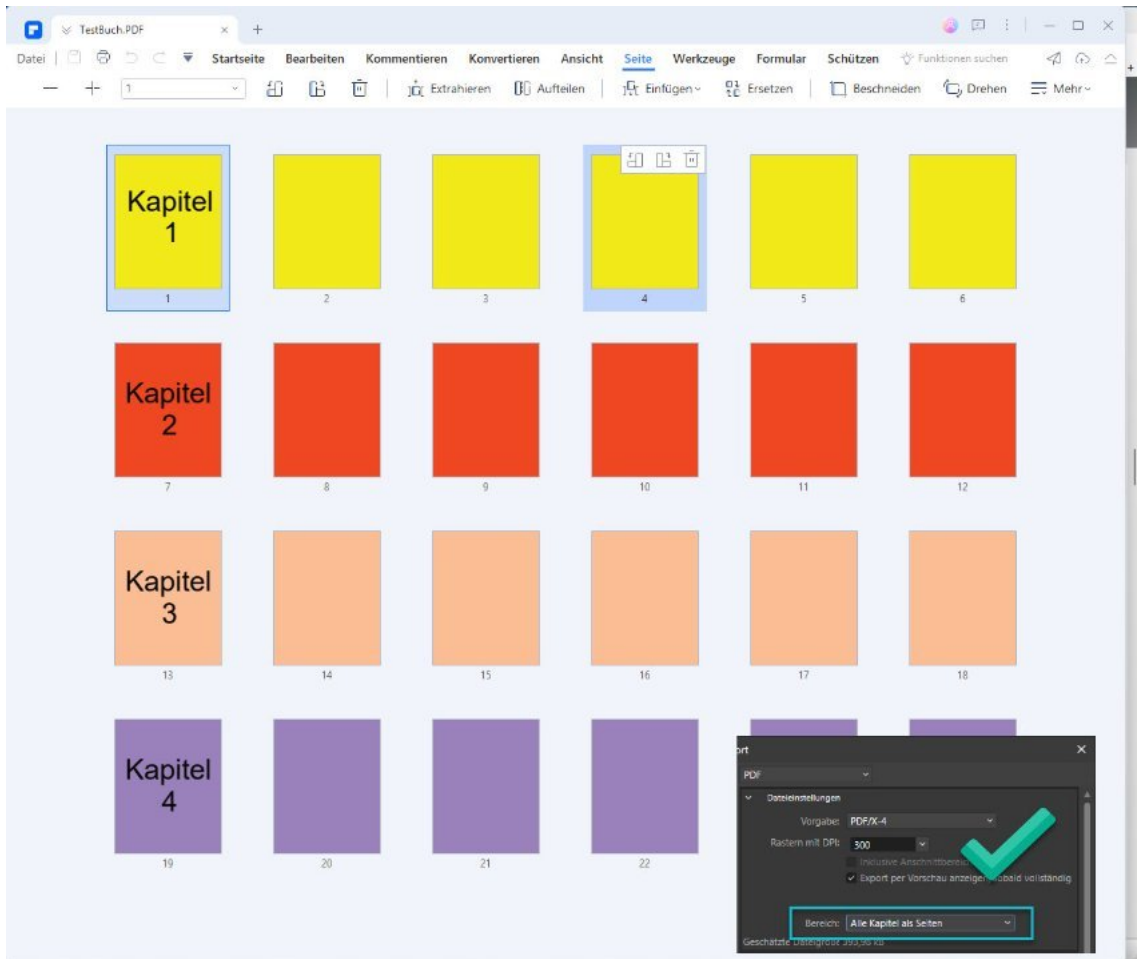


Abbildung: Hier ist die Ausgabe der PDF-Datei (Buch) korrekt.

Beim Export eines kompletten Buches muss man aufpassen. Wenn man im Export-Dialog die falsche Einstellung wählt, wird das Buch falsch ausgegeben. Falsch ist, wenn man unter „Bereich – Alle Kapitel“ wählt, denn dann

werden Doppelseiten (Layoutseiten) im PDF auch so ausgegeben. Damit kann keine Druckerei etwas anfangen. Diese Option ist eher für Präsentationszwecke gedacht. Richtig ist, unter „Bereich – Alle Kapitel als Seiten“ zu

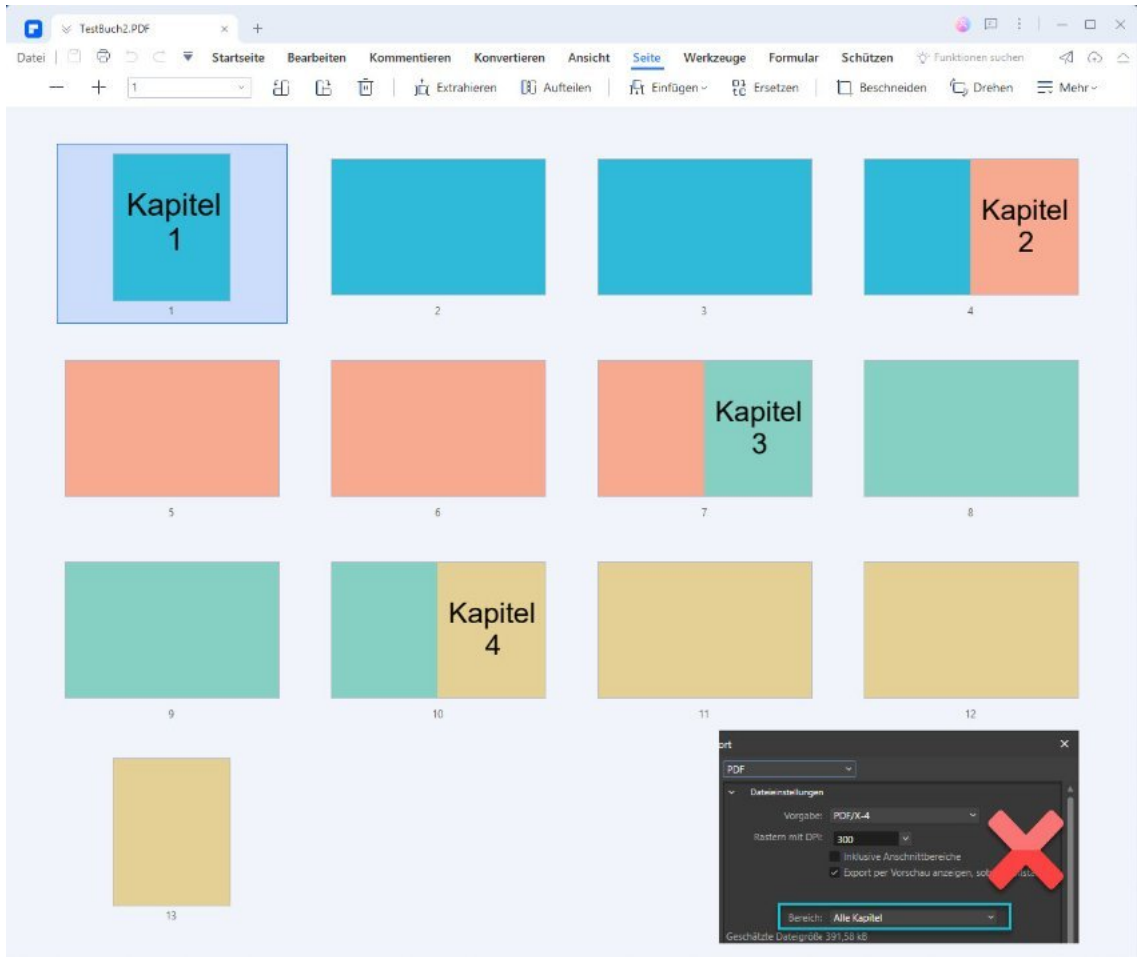


Abbildung: Hier ist die Ausgabe der PDF-Datei (Buch) nicht korrekt.

wählen, denn nun wird jede Buchseite in der PDF-Datei einzeln ausgegeben.

Fehlermeldung

Der Affinity Publisher arbeitet beim Export zu PDF mit einem „PDF-Viewer“, der die Vorschau anzeigen soll. Exportiert man eine normale

Publisher-Datei, funktioniert das. Exportiert man aber ein Buch, gibt es eine Fehlermeldung, es scheint, dass der „Viewer“ hier noch nicht ordentlich funktioniert. Aber keine Angst – die PDF-Buchdatei wird trotzdem generiert.



Die Stilpipette

Formate übertragen

Ein neues, sehr 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.

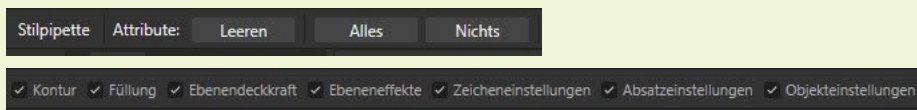


Abbildung: Ansicht der oberen Menüleiste bei eingeschalteter Stilpipette.

Das Panel Noten

Fuß-, Rand- und Endnoten einfügen

Wenn Sie sich mit diesem Thema auseinandersetzen möchten, darf ich auf die Fachliteratur verweisen, denn hier im Heft kann ich nur die Vorgehensweise für das Einfügen, Formatieren und Verwalten behandeln.

Was sind Fußnoten?

Eine Fußnote ist eine Anmerkung, die im Layout aus dem Fließtext ausgelagert wird, um den Text flüssig lesbar zu gestalten. Eine Fußnote kann als *„Anmerkung, Legende, Bemerkung, Quellenangabe, Übersetzung oder weiterführende Erklärung zu einem Wort oder einer Textpassage“* dienen.

Was sind Endnoten?

Als Endnoten bezeichnet man Anmerkungen in einem Drucklayout, die im Gegensatz zu Fußnoten an das Ende des Werkes ausgelagert werden. Endnoten werden, wie auch Fußnoten, im Text hochgestellt.

Was sind Randnoten?

Randnoten findet man oft in juristischen Texten. Sie werden meist am linken/rechten Rand eines Absatzes angeführt. Sie dienen dazu, auf exakte Stellen in einem Text zu verweisen.

Noten aus Word-Datei einfügen

Hier konnte ich nur einen kurzen Test durchführen. Aber der Publisher verwaltet Noten aus einer importierten Word-Datei. Bei Endnoten

generiert der Publisher am Ende der Publikation eine neue Seite und führt dort alle Endnoten-Informationen auf. Die Formatierung muss man allerdings im Publisher, wenn nötig, anpassen.

Importieren Sie Word-Dateien, indem Sie einen leeren Textrahmen aufziehen und „platzieren“ im Datei-Menü wählen oder die Tastenkombination (STRG+SHIFT+M). Im Publisher findet man dann im Panel „Textstile“ die Eintragungen „footnote text“, „footnote reference“ und „endnote reference“. Diese Formate kann man nach eigenen Wünschen anpassen.

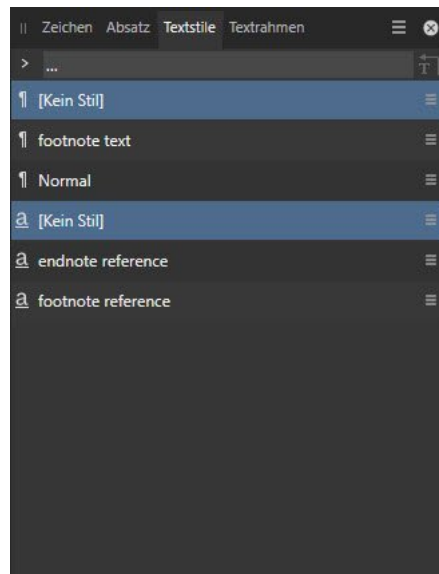


Abbildung: Beim Import einer Word-Datei mit Fuß- und Endnoten werden im Panel „Textstile“ Formatangaben mit übernommen. Diese lassen sich anpassen.

Das Panel Noten

Im oberen Bereich sieht man drei Symbole. Mit dem Symbol ganz links erstellt man eine neue Note **1**. Dazu muss der Text-Cursor an der richtigen Position im Text stehen oder, bei Randnoten, ein Absatz markiert sein. Auf der rechten Seite sind zwei Pfeil-Symbole **2** zu sehen. Mit dem Pfeil nach oben wechselt man zum Verweis, also zu der Nummer im Text. Mit dem Pfeil nach unten wechselt man zum Körper, also zum erklärenden Text.

Darunter sieht man die Noten-Typen **3** Fußnoten, Randnoten oder Endnoten. Dann kommen noch zwei Auswahlboxen. Mit „**DOKUMENTENWEIT**“ werden Noten in der gesamten Publikation berücksichtigt, mit „**SELBST DEFINIERT**“ wird nur die Note an der Einfügemarke des Text-Cursors beeinflusst.

Einstellungen im Panel „Noten“

Je nach ausgewählter „Notenart“ werden darunter einige Einstellungen zur Formatierung angezeigt. Bei allen Notenarten findet man Einstellungen zur Nummerierung, dem Format und der Positionierung. Bei Fußnoten kann man zusätzlich noch die Trennlinie formatieren, bei Endnoten die Titel-Überschrift anpassen.

Vorgehen beim Einfügen einer Note

Bei Fuß- und Endnoten platzieren Sie den Text-Cursor an der Position, wo die Nummerierung eingefügt werden soll. Bei Randnoten markieren Sie den gesamten Absatz.

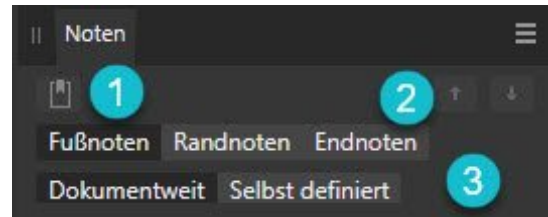


Abbildung: Hauptbereiche im Panel Noten

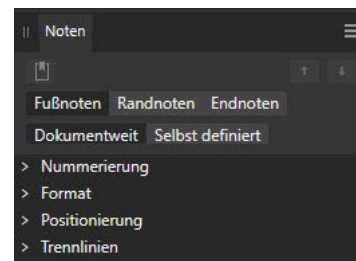


Abbildung: Einstellungsmöglichkeiten für Fußnoten

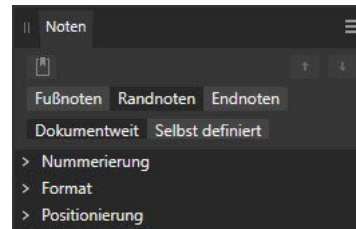


Abbildung: Einstellungsmöglichkeiten für Randnoten

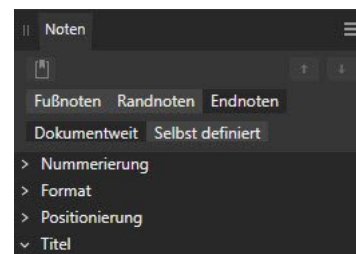
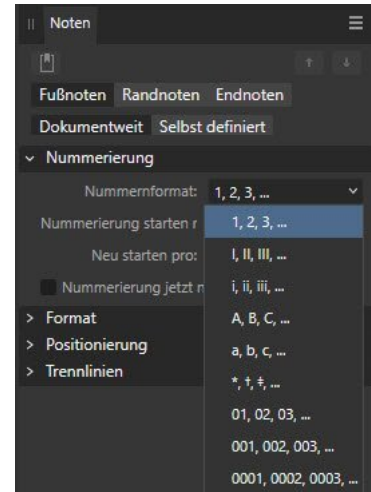
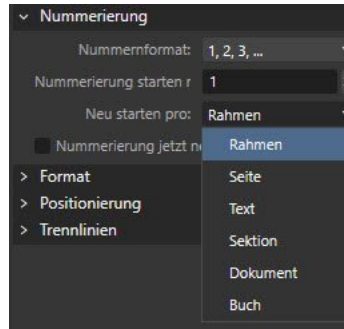
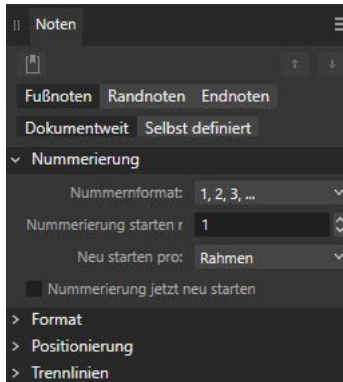


Abbildung: Einstellungsmöglichkeiten für Endnoten

Das Panel Noten

Die Einstellungen



Die Nummerierung

Die Einstellungen für die Nummerierung sind schnell gemacht. Beim Nummernformat haben Sie mehrere Möglichkeiten und in der Auswahlliste werden einem viele Formate schon vorgegeben. So kann man zwischen Buchstaben, Ziffern oder Symbolen wählen. Bei vielen Randnoten würde ich das Format „01, 02,

03“ bevorzugen. Im Normalfall beginnt man eine Nummerierung mit der Zahl 1. Bei „**NEU STARTEN PRO**“ wird eingestellt, ob die Nummerierung für jeden Rahmen, Text, jede Seite, jede Sektion, jedes Dokument oder Buch immer auf den Startwert zurückgesetzt werden soll. Stellt man hier auf „**BUCH**“ ein, werden alle Kapitel im Buch fortlaufend nummeriert.

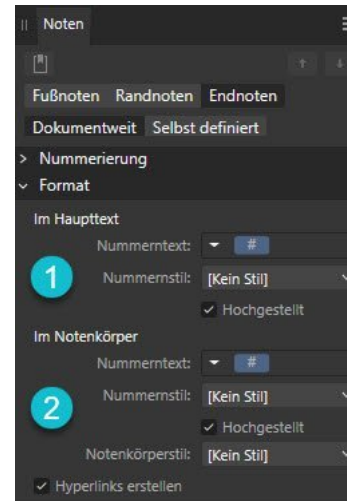
Noch etwas Generelles zu Noten

Wenn Sie eine Randnote erstellen, wird neben dem Textabsatz ein Textrahmen erstellt, diesen kann man mit der Mouse NICHT VERSCHIEBEN. Die Platzierung wird ausschließlich über die Position im Panel „**NOTEN**“ festgelegt. Der Erklärtext für Fußnoten wird immer am unteren Rand des Textrahmens ausgegeben. Er lässt sich nur über einen Textstil formatieren. Endnoten am Ende einer Publikation können auch so formatiert werden.

Das Format

Über das Format steuert man die Formatierung im normalen Textrahmen (Haupttext ❶) und im Notentext (Notenkörper ❷). Der „NUMMERNTEXT“ gibt an, wie eine Nummer im normalen Text dargestellt wird. Bei „NUMMERNSTIL“ kann man einen Zeichenstil angeben, mit dem das Format festgelegt wird. Dies würde ich vor der Vergabe von Noten machen, da das nachträgliche Formatieren über einen Stil etwas umständlich ist. „Hochgestellt“ erklärt sich von selbst.

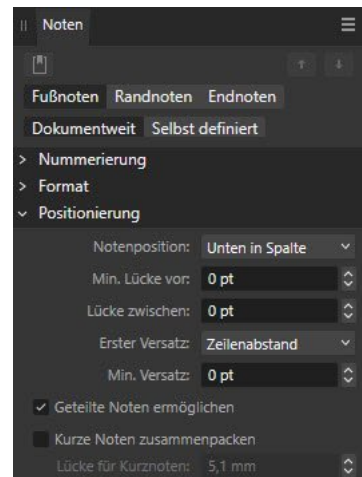
Wie im Bereich Haupttext lassen sich die Formate für den Notentext genauso formatieren. Auch hier gilt, dass man das Format mit einem Zeichenstil verfeinern kann. Unter „NOTENKÖRPERSTIL“ kann man einen Absatzstil festlegen. Eine sehr schöne Funktion ist die Einstellung „Hyperlinks erstellen“. Für digitale Publikationen kann man dem Leser mit Hilfe von Hyperlinks das Springen zu den Querverweisen erleichtern.



Die Positionierung

Je nach genutzter Note hat man im Feld „NOTENPOSITION“ mehrere Möglichkeiten, den Notenkörper im Dokument zu verankern. Für „FUSSNOTEN“ bietet sich hier die Einstellung „Unter dem Text“, „Unten in Spalte“, „Unten im Rahmen“ und „Unter dem Rahmen“ an. Probieren Sie die verschiedenen Einstellungen einmal aus.

Bei „RANDNOTEN“ kann man wählen, ob der Notenkörper links oder rechts vom Textrahmen platziert wird. „Vom Rücken weg“ bezeichnet die linke oder rechte Platzierung bei gegenüberliegenden Seiten (Doppelseiten). Bei „Zum Rücken hin“ wird der Notenkörper bei Doppelseiten direkt rechts oder links neben dem Textrahmen gesetzt. Hier hängt die Platzierung vom Layout ab. Bei „Abwechselnd links/rechts“ werden die Notenkörper in einer Reihenfolge mal links, dann rechts, dann wieder links angeordnet. Abhängig von der Position des Verweises wird der Notenkörper näher an diesen gesetzt.



Bei „**ENDNOTEN**“ werden die Notenkörper am „Textende“ im letzten Textrahmen platziert. Es besteht auch die Möglichkeit, den Notenkörper in einen „Separaten Rahmen“ zu setzen. „Gemeinsam genutzt“ bietet sich für einen Sektionsrahmen oder Dokumentenrahmen an. In beiden Fällen sind die Textrahmen nicht verknüpft und werden am Ende einer Sektion oder des Dokuments platziert. Bei „Buchende“ werden die Körper am Ende des Dokuments in einer nicht druckbaren Sektion abgelegt.

Trennlinie bei Fußnoten

Standardmäßig werden Fußnoten mit einer Linie oberhalb dargestellt. Durch die Linie trennt man eine Fußnote vom normalen Text ab. Das würde ich auch so lassen. Diese Linie kann man anpassen. Dies geschieht über eine Konturfarbe und die Einstellung, wie lang die Linie sein soll. Zu nutzen ist hier die Möglichkeit des „Linken Einzugs“ und der „Linienlänge“. Über „Vertikaler Versatz“ legt man die Position der Linie fest.

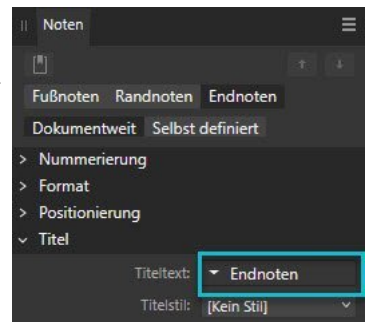
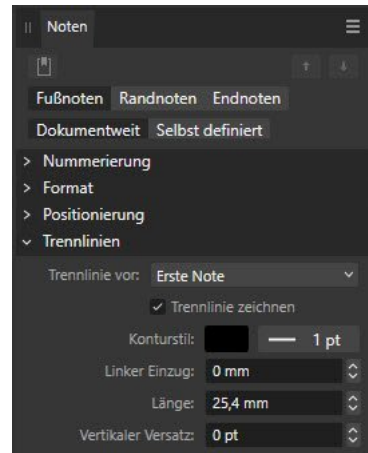
Titel bei Endnoten

Da Endnoten am Ende eines Dokuments zusammengefasst werden, erhalten sie auch eine Überschrift. Diese kann hier angepasst werden. Im Feld einfach den vorgegebenen Namen überschreiben.

Abschlussbemerkung

Im Panel „**NOTEN**“ sind eine große Anzahl an Einstellungen möglich. Ich rate hier, dass man sich zu den einzelnen Punkten die Affinity-Hilfe aufruft. Zu Übungszwecken würde ich ein neues leeres Dokument erstellen, mir einen Text importieren und alles einmal in Ruhe durchgehen. Als versierter Anwender wird man sich hier schneller zurechtfinden. Viele Formatierungen kann man mit Zeichenstilen oder Absatzstilen automatisieren. Das ist am Anfang sehr viel Arbeit. Hier lohnt sich dann auch nochmal ein Blick in die Affinity-Hilfe.

Ich bin dann doch erstaunt, wie gut die Firma Serif das Problem der „**NOTEN**“ gelöst hat. Ich glaube, dass hier keine Wünsche offenbleiben und wir Anwender können froh sein, nun endlich mit dieser starken „Notenverwaltung“ arbeiten zu können.



CAD-Dateien

Importieren von DWG- und DXF-Dateien

Der neue Affinity Publisher bietet nun die Möglichkeit, Autodesk® und AutoCad® – Dateien 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.

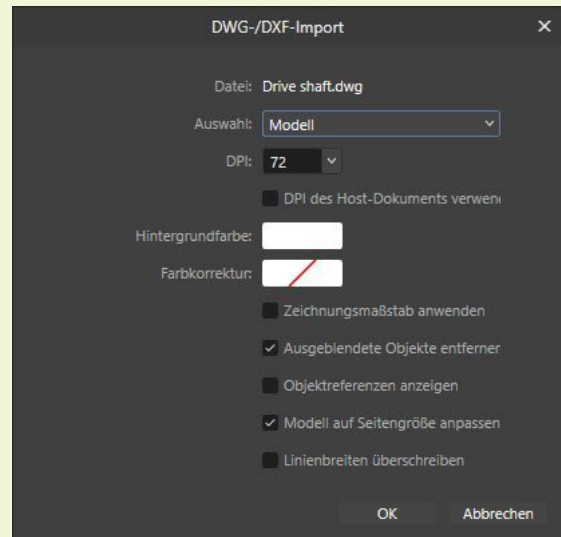


Abbildung: Import-Dialog zur Auswahl von Optionen

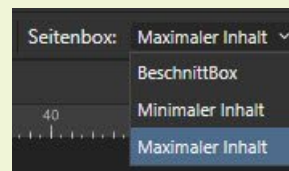


Abbildung: Auswahl der anzuzeigenden Inhalte

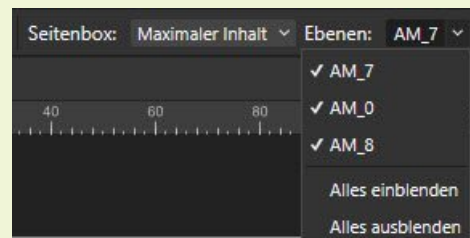


Abbildung: Auswahl der anzuzeigenden Ebenen



Impressum

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von Georg Walter ·
Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar/Rheinland
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.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

13



13 2023

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Dieses Heft liegt mir besonders am Herzen da ich immer auf der Suche nach optischen Effekten und Möglichkeiten bin, um eine Publikation ansprechend zu gestalten. Das trifft im Besonderen auf Magazine zu. Hier kann man sich so richtig austoben und der Affinity Publisher ermöglicht vieles, was mit einem Textprogramm nicht möglich ist. Aus diesem Grund habe ich das Layout dieser Ausgabe ein wenig angepasst. Irgendwie ist das M62-Magazin auch immer eine Spielwiese für kleinere Veränderungen und die Umsetzung von Gestaltungsideen.



Hier muss man allerdings ein wenig aufpassen, das Layout darf nicht Mittel zum Zweck sein, denn es geht vorrangig um die Vermittlung von Wissen. Da sind zu viele Spielereien nicht angebracht. Wundern Sie sich also nicht. Die erste Doppelseite dieses Heftes ist nicht beim PDF-Export „verrutscht“, sondern so gewollt. So kann ich Ihnen vielleicht mit dieser Art von Layout-Seite einen Tipp für Ihre Publikation zeigen.

Zudem bin ich froh, dass ich mein M62-Magazin nur digital anbiete. Seit geraumer Zeit überraschen uns Druckereien immer wieder mit Preis- anpassungen, meist auf Grund von Lieferengpässen beim Papier. Da macht es keinen Spaß mehr, für ein gedrucktes Buch einen anständigen Preis zu kalkulieren. Bei Fachmagazinen, die ich lese, kommen jetzt die Ersten und ändern ihre Strategie.

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von 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.

Die Verlage planen, die Seitenzahl in ihren Heften zu reduzieren und auf zusätzliche Inhalte im Internet aufmerksam zu machen. Wenn Sie mit dem Affinity Publisher ein solches Druckprojekt planen, überlegen Sie sich genau, wie Sie vorgehen wollen. Denn je nach Leserschaft kann man die Preise nicht einfach an die Kunden weitergeben.

Nun darf ich Ihnen wieder viel Freude beim Lesen und Ausprobieren wünschen!

In eigener Sache [V1 + V2]

Schon länger denke ich über ein Logo für das Magazin nach. Ab der Ausgabe 13/2023 habe ich dies umgesetzt. Da es nun zwei Versionen der Affinity-Suite gibt, werde ich in den Überschriften mit [V1] und [V2] anzeigen, für welche Version meine geschriebenen Ausführungen geeignet sind. Dem Fachbuch-Format folgend, werde ich ab diesem Heft Randnotizen (Marginalien) einführen. Das schafft mehr Übersicht. Auch die Farben des Magazins und die TYPO werden angepasst. Man muss halt auch einmal etwas Neues ausprobieren.

Sicherheit geht vor

Bei Facebook zeigt sich, dass einige Anwender Probleme mit der neuen Publisher-Version 2.0 haben. Mir absolut ein Rätsel ist, wie ASSETS einfach verschwinden können oder die ganze ASSET-Funktion nicht mehr nutzbar ist, weil man keine neuen Kategorien anlegen kann. Und es scheint, dass dieses Problem nicht jeder hat. Zu vermuten ist, dass es an der Installation der Software auf einigen Rechnern liegt. Hier kann ich nur jedem Anwender raten: Bevor Ihr zu einer neuen APP-Version wechselt, macht euch Sicherheitskopien der bis dato unter Version V1.0.6. genutzten Dateien. Elementar wichtig ist das Exportieren von STILEN und ASSETS.

M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

Abbildung: Das neue Logo für das Magazin in verschiedenen Größen. Auch für die Website geeignet.

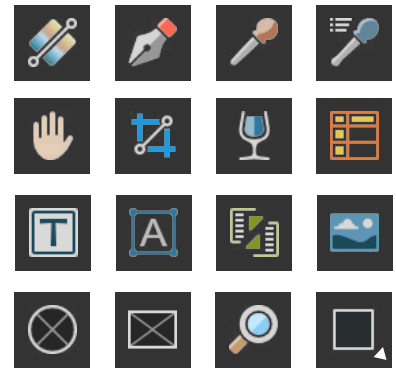


Abbildung: Neu in der Version V2.0 sind die Symbole in der Werkzeugleiste.

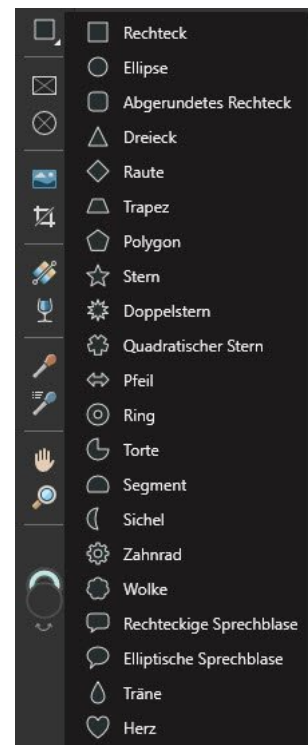


Abbildung: Wesentlich professioneller sind die Symbole der Formen nun in schwarz/weiss gehalten.

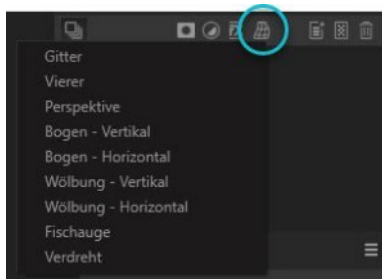


Abbildung: Die Mesh-Funktion über das Panel EBENEN aufrufen.

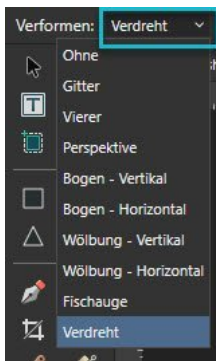


Abbildung: Über die Kontextleiste oben im Menü zu den Mesh-Funktion wechseln.



Abbildung: Markiert ist hier das Grundobjekt des verformten Schriftzuges. Die sichtbaren Buchstaben lassen sich nicht direkt anwählen. Man muss im markierten Rahmen auf gut Glück einen einzelnen Buchstaben markieren. Möchte man Buchstaben farbig darstellen, muss man das vor dem Verzerren machen.

Das Mesh- (Verzerren) Werkzeug [V2]

Von den Anwendern sehnlichst gewünscht, können nun in der Version 2.0 des Designers Vektor-Objekte verzerrt werden. Und wer jetzt meint, diese Funktion müsse es auch für den Publisher Version 2.0 geben, der irrt leider, denn man möchte gerade für den Designer ein Alleinstellungsmerkmal haben, damit er nicht irgendwann überflüssig wird. Aber keine Angst, im Publisher können Sie die Funktionen des „Verzerrens“ über die PERSONAS aufrufen. Zeichnen Sie dazu ein Vektor-Objekt (Form oder Grafiktext) im Publisher, halten sie es markiert und wechseln Sie in die Designer-Persona.

Wie funktioniert es?

Die Mesh-Funktion wird über das Panel EBENEN aufgerufen. Nachdem man ein Vektor-Objekt erstellt hat, findet man im Panel EBENEN ganz unten ein Symbol, um das Verformen auf die ausgewählte Ebene anzuwenden. Markieren Sie also bitte das gewünschte Objekt und klicken Sie in der Ebenen-Ansicht auf das Mesh-Symbol. Es öffnet sich ein Menü, in dem man verschiedene Optionen wählen kann.

Zur Ansicht der Möglichkeiten finden Sie auf der rechten Seite dieses Beitrages einige Beispiele. Sollten Sie einmal ein Mesh-Objekt versehentlich demarkiert haben, markieren sie es erneut und wählen Sie in der Werkzeug-Palette das KNOTENWERKZEUG. Mit der Verformung kann nun weitergemacht werden.

Interessant ist, dass man jederzeit die Art der Verformung ändern kann. Sobald ein Objekt zum Verformen aktiviert wurde, sieht man oben in der Menüleiste einige Einstellungen. Setzen Sie alle Einstellungen zurück oder wählen Sie im Menü eine andere Form der Verformung aus. Bei den Mesh-Funktionen „Bogen“, „Wölbung“, „Fischauge“ und „Verdreht“ kann man die Richtung der Verformung mit Hilfe von Werten verändern, die man oben in der Kontextleiste eintippen kann. Hier sind positive wie negative Werte möglich.

Umständliche Farbvergabe

Etwas kompliziert umgesetzt ist die Möglichkeit, bei diesen Verformungsobjekten, zum Beispiel bei einem Text, einzelne Buchstaben nachträglich einzufärben. Hier kann man nämlich nicht, wie üblich, einen sichtbaren Buchstaben markieren, um ihn einzufärben.

Man muss das darunter/darüber liegende unsichtbare Grundobjekt markieren. Der Tipp muss also lauten – vorher einfärben, denn die Farbe wird beim Verformen nicht verändert.

Verformen mit Füllung

Über das Werkzeug FÜLLUNG kann man ein Vektor-Objekt mit einem Bild (Foto oder Muster) füllen. Hier ist erfreulich, dass man danach trotzdem mit dem Verformen fortfahren kann.



Verformung mit Pinseln

Auf das verformte Objekt kann man auch einen Pinsel anwenden und die Stärke des Pinsels über das Panel KONTUR steuern. Auch hier ist erfreulich, dass man das Objekt weiter verzerren kann – der Pinsel passt sich der neuen Form an.



Abbildung: Verzerren mit der Funktion „Bogen – Horizontal“ (links) und „Bogen – Vertikal“ (rechts) bei gleichzeitiger Anwendung eines Pinsels.



Abbildung: Verzerren mit der Funktion „Gitter“.



Abbildung: Verzerren mit der Funktion „Verdreht“. Zusätzlich mit einer Füllung (Metall-Muster) und einem Verlauf. Dazu muss man, wie in diesem Fall, den Buchstaben „E“ kopieren und die Deckkraft etwas herabsetzen.

Designer – Verzerren [v2]

Anhand eines Beispiels möchte ich Ihnen zeigen, was man mit dem Verzerren-Tool des Affinity Designers machen kann. Hier darf ich Sie auch dazu einladen, selbst einmal alles auszuprobieren. Sie werden feststellen, dass es einen großen Spaß macht, sich mit diesem Tool stundenlang zu beschäftigen. Zuerst legen wir ein Muster mit den Board-Mitteln des Designers an. Dann verzerren wir das Muster und wenden es am Ende auf eine normale Form an.

Das Anlegen eines eigenen Musters

Wenn Sie möchten, können Sie für die folgenden Schritte über das Menü ANSICHT das RASTER EINBLENDEN und sich über dieses Raster das passende Muster „zusammenbauen“. Zeichnen Sie mit dem Werkzeug RECHTECK einen Balken und weisen Sie diesem eine Farbe zu. Eine KONTUR wird nicht benötigt. Jetzt gilt es, diesen Balken zu vervielfältigen. Dazu gibt es mehrere Methoden. Klicken Sie mit der Mouse in diesen Balken, halten Sie die STRG-Taste gedrückt und ziehen Sie den Balken nach unten. Sie werden sehen, dass Sie das Objekt verdoppelt haben. Machen Sie das mehrmals und Sie erhalten einige Balken, die untereinander angeordnet sind. Zwischen diesen Balken darf es keine Lücke geben, damit wir ein zusammenhängendes Muster erhalten. Wenn Sie die „Magnetische Ausrichtung“ eingeschaltet haben, werden die Balken automatisch am vorherigen „angedockt“. Wir werden mit zwei Farben arbeiten. Abwechselnd bekommen die Balken einmal die Farbe Grün und dann die Farbe Türkis. Probieren Sie das auch einmal mit anderen Farbkombinationen aus.

Das Vervielfältigen gleicher Objekte

Diese Methode habe ich schon einmal in einem meiner Hefte erklärt. Nachdem man einen Balken gezeichnet hat, geht man in das Panel EBENEN. Dort ist der Balken zu sehen. Klicken Sie mit der rechten Mouse-Taste auf den Eintrag und wählen Sie DUPLIZIEREN. Im Panel wird jetzt ein zweiter Eintrag sichtbar, dieser Balken liegt aber genau auf dem ersten. Schauen Sie sich nun im Panel TRANSFORMIEREN den Eintrag bei H=HÖHE an. In meinem Beispiel sind das 4 mm. Der duplizierte Balken

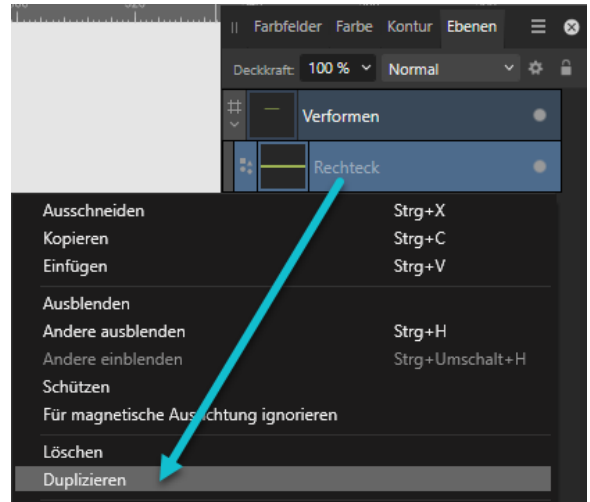


Abbildung: Duplizieren einer Ebene.

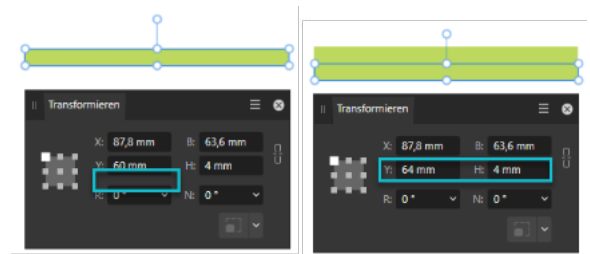


Abbildung: Werte über das Panel TRANSFORMIEREN eingeben.

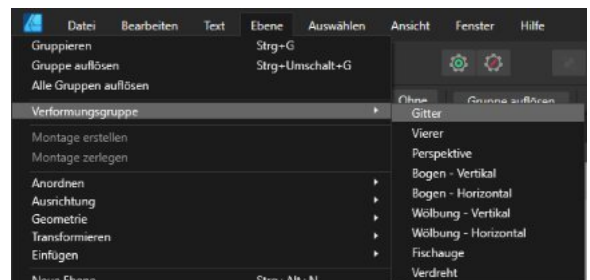


Abbildung: Das VERFORMEN über das Menü EBENE aufrufen.

muss markiert sein. Geben Sie jetzt im Panel TRANSFORMIEREN bei Y den Wert 64 mm an. Der Balken verschiebt sich nach unten, passgenau am unteren Rand des ersten Balkens. Wenn Sie nun die Tastenkombination STRG+J drücken, vervielfältigt sich der Balken immer wieder um den Wert 4 mm nach unten.

Das Verzerren des Musters

Markieren Sie nun alle Balken und gruppieren Sie sie. Halten Sie die Gruppe markiert. Nun gilt es, die Verformung GITTER auf dieses gruppierte Objekt anzuwenden. Dazu gibt es mehrere Möglichkeiten. Zum einen können Sie die Verformung über das Menü EBENE – VERFORMUNGSGRUPPE aufrufen. Oder Sie wählen im Panel EBENEN ganz unten das rechte Symbol der Vierergruppe in der Mitte aus. Wählen Sie hier den Eintrag GITTER aus. Nun erscheinen in der Formgruppe viele Anfasser, die man auf jegliche Art und Weise drehen, ziehen oder verschieben kann. So entsteht ein verzerrtes Muster.

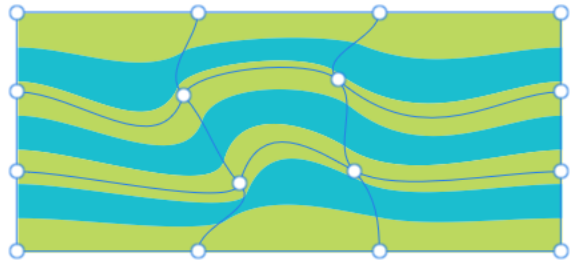


Abbildung: Das Verzerren mit Hilfe von Knotenpunkten.

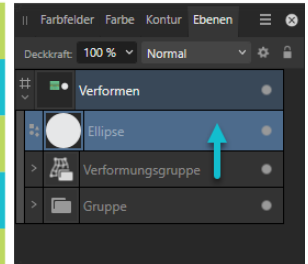
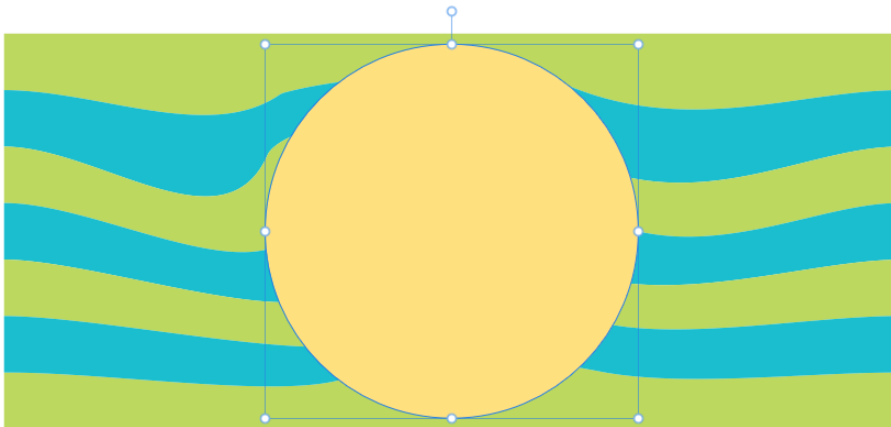


Abbildung: Das Verschieben der VERFORMUNGSGRUPPE auf die Form (Kreis) in der Ebenen-Palette.

Das Muster auf eine Form anwenden

Zeichnen Sie einmal einen Kreis mit dem Werkzeug „Ellipse“ und legen Sie diesen in die Mitte des verzerrten Musters. Ziehen Sie im Panel EBENEN das Muster auf den Eintrag der Ellipse. Das Muster nimmt nun die Form der Ellipse an. Dies sehen Sie auch im Panel EBENEN.

Nachträgliches Verzerrn

Wenn man im Panel EBENEN die VERFORMUNGSGRUPPE anwählt und das Knotenwerkzeug nutzt, kann man innerhalb einer Form die Verformungsgruppe weiter bearbeiten.

Rückgängigmachen der Verzerrung

Jederzeit kann man die Verzerrung innerhalb einer Form zurücknehmen. Dazu klickt man im Panel EBENEN auf die „Verzerrungsgruppe“ und löst die Gruppe mit einem rechten Mouse-Klick (Gruppe auflösen) auf. Es bleibt das normale Muster übrig.

Eine Bilddatei auf eine Form anwenden

Auf die gleiche Weise können Sie auch ein Bild auf eine Form anwenden. Dazu laden Sie eine Datei über das Werkzeug „Bild platzieren“ in das Dokument, legen die Form darüber und ziehen das Bild im Panel EBENEN auf die Form.

Zum leichteren Verständnis habe ich die Grafiken und die Beschreibung sehr einfach gehalten. So kann man sich auch andere komplexere Muster selbst zusammenbauen.

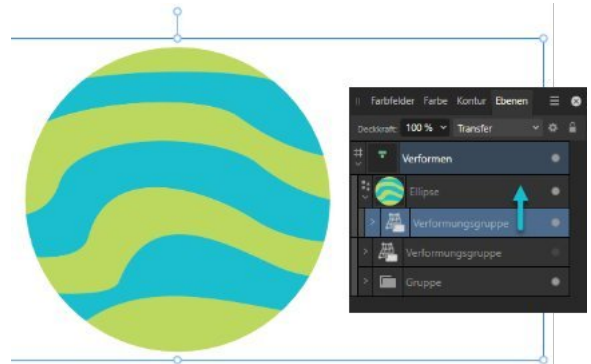


Abbildung: So sieht es aus, wenn man die VERFORMUNGSGRUPPE auf die Kreisform anwendet. Der Kreis mit dem Muster bleibt übrig.

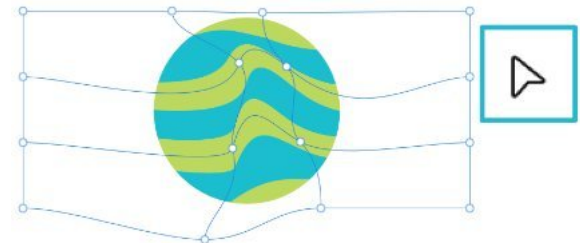


Abbildung: Die Verzerrung kann innerhalb des Objekts mit dem Knotenwerkzeug fortgesetzt werden.

Abbildung unten: Der Ebenen-Effekt funktioniert auch mit importierten Bildern.



Die verschiedenen Mesh-Möglichkeiten

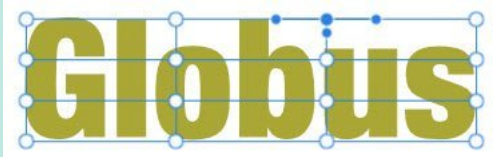


Abbildung: Mesh-Einstellung GITTER



Abbildung: Mesh-Einstellung VIERER



Abbildung: Mesh-Einstellung PERSPEKTIVE



Abbildung: Mesh-Einstellung VERDREHT

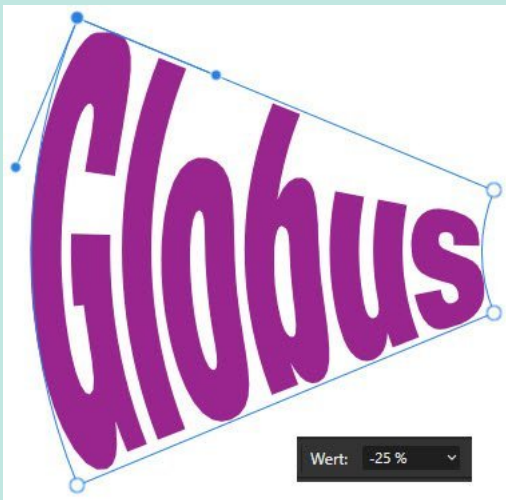


Abbildung: Mesh-Einstellung BOGEN / Minuswert

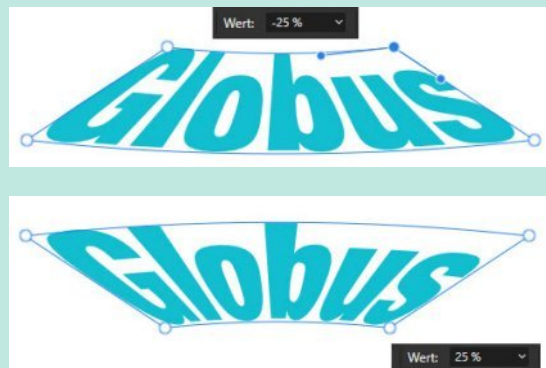


Abbildung: Mesh-Einstellung WÖLBUNG
mit Minus und Pluswert

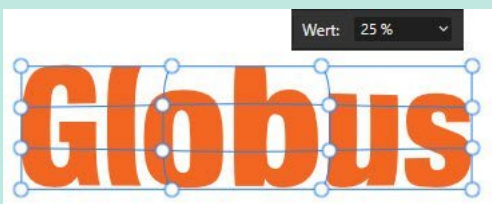


Abbildung: Mesh-Einstellung FISCHAUGE / Pluswert



Abbildung: Mesh-Einstellung FISCHAUGE / Minuswert

Das Werkzeug Füllung [V1 + V2]

Dieses Werkzeug gab es auch schon in der alten Version, bietet aber in der Kombination mit dem Verzerrern von Vektor-Objekten sehr schöne, neue Möglichkeiten. Mit diesem Werkzeug kann man einem Objekt nicht nur einen Verlauf zuordnen, sondern auch eine Bitmap-Grafik in das Objekt einfügen.

Suchen Sie sich eine Grafik (1) mit passendem Muster. Markieren Sie das gewünschte Vektor-Objekt (2) aus. Wählen Sie anschließend das Werkzeug FÜLLUNG (3). Oben in der Menüleiste wird nun ein Menü sichtbar. Wählen Sie dort unter Kontext „Füllung“ und den Typ

„Bitmap“ (4). Nun kann man sich von der Festplatte eine Grafik in das Objekt laden. Zu beachten ist außerdem, dass man bei ERWEITERN (5) auf SPIEGELN umstellt. So wird das Muster an den Rändern gespiegelt und man vermeidet so unnötige Lücken in der Grafik. Das wirkt wesentlich harmonischer. Achten Sie auch darauf, dass die Dateigröße der Musterdatei nicht zu groß ist. Sonst wird auch beim Export eine zu große Datei erzeugt.

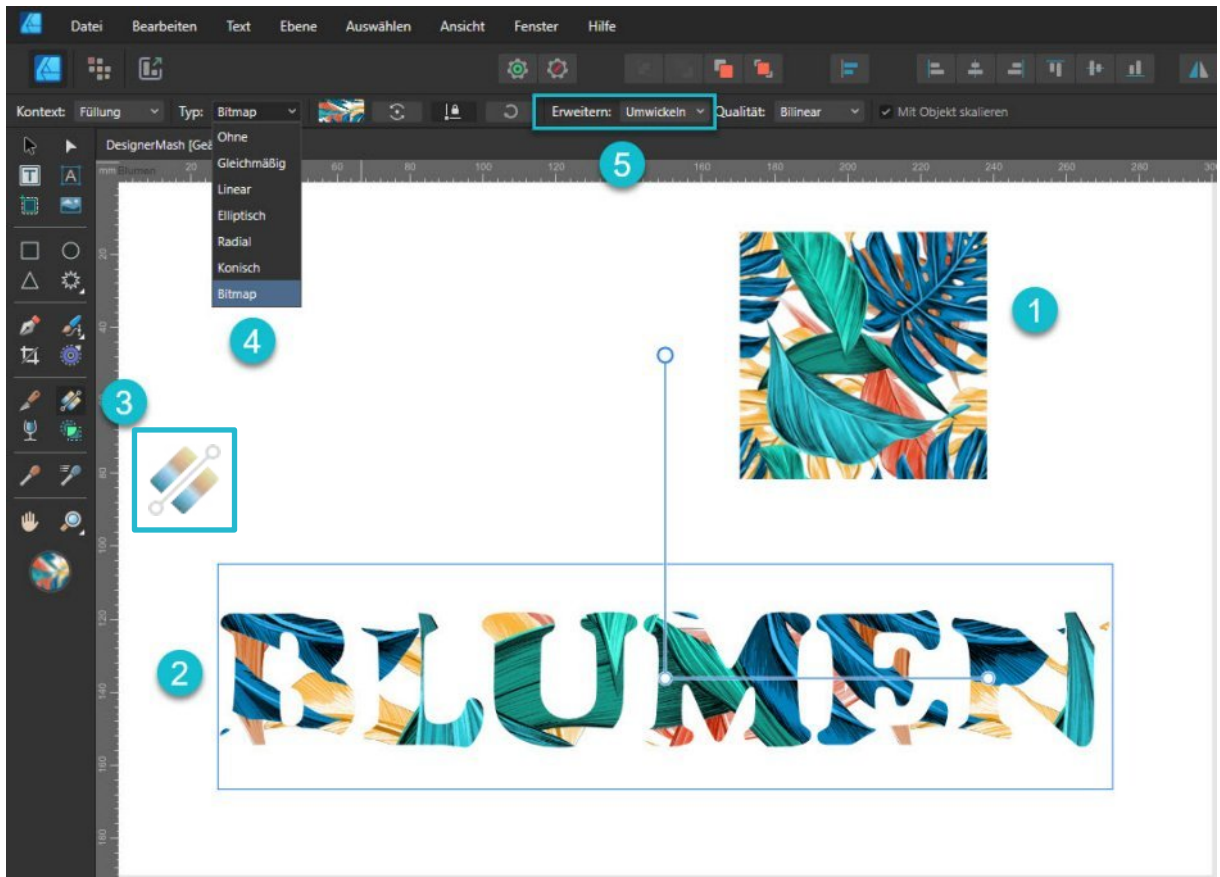


Abbildung: Vorgehensweise beim Füllen eines Objekts mit einer Grafik

Tipps zur Buch-Option im Publisher [V2]

Seit der Version 2.0 im Affinity Publisher ist es möglich, Dateien kapitelweise anzulegen und wenn alles fertig ist, diese über das Panel BÜCHER zusammen zu führen. Dabei werden aber nicht nur die Seitenzahlen angepasst und aufaddiert, sondern es werden auch Änderungen in den einzelnen Publisher-Dateien vorgenommen.

Leider wird in der Hilfe nur unzureichend darauf hingewiesen, wie es sich mit einem Index oder Sektionen verhält. Im Affinity-Forum schreibt jemand, dass man einen Index in jeder einzelnen Datei anlegen soll, und dieser wird dann beim Generieren des Buches ausgewertet, „zusammengelegt“ und ans Ende des Buches eingefügt.

Und genau hier sollte man vorsichtig sein. Derzeit läuft der Publisher auf einigen Computern noch nicht so

stabil, wie es zu wünschen wäre. Ich rate daher jedem Anwender, die Bücher-Funktion NUR MIT KOPIEN umzusetzen. Belassen Sie die Dateien im Original und generieren Sie Ihr Buch mit Datei-Kopien. Das erspart einem Ärger, wenn etwas schiefgeht. Nach einem Test habe ich z.B. festgestellt, dass in der fertigen Buch-Datei die Master-Seiten addiert werden. Man sollte daher diese Funktion NUR DANN einsetzen, wenn alle Kapitel-Dateien wirklich fertig sind.

Dazu kommt, dass man sich am Anfang eines Buch-Projektes genau überlegen MUSS, wie man vorgeht. Fein raus ist man, wenn man nur eine einzige Master-Seite benötigt. Das ist in einigen Fällen aber nicht möglich. Mit der Publisher-Version 2.0.3. ist auch ein Problem der Version 2.0.0 behoben worden. Einzelne Kapitel-Dateien ließen sich nach der Buch-Option nur noch schreibgeschützt öffnen.

Coversuche für das Magazin [V1+V2]

In erster Linie suche ich mir die Cover-Fotos für meine M62-Hefte bei PIXABAY zusammen. Dabei wähle ich immer drei bis vier Bilder aus, schaue, ob das Logo des Heftes in die obere linke Ecke passt und ob das Bild genügend Aufmerksamkeit erzeugt.

In den meisten Fällen hat das Motiv mit dem Inhalt des Heftes nichts zu tun. Das Foto muss farblich passen und darf beim Zuschnitt auf das passende Format nicht zu viele Details verlieren.

Für die Ausgabe 13/2023 habe ich mich für ein Foto entschieden, dass ein wenig die Verwunderung ausdrückt, mit der plötzlich die neue Affinity-Suite V2.0 auf den Markt kam.

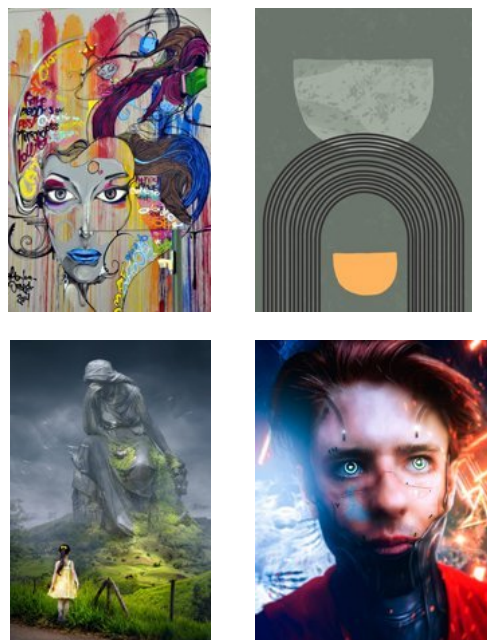


Abbildung: Auswahl von Fotos für das aktuelle Heft-Cover

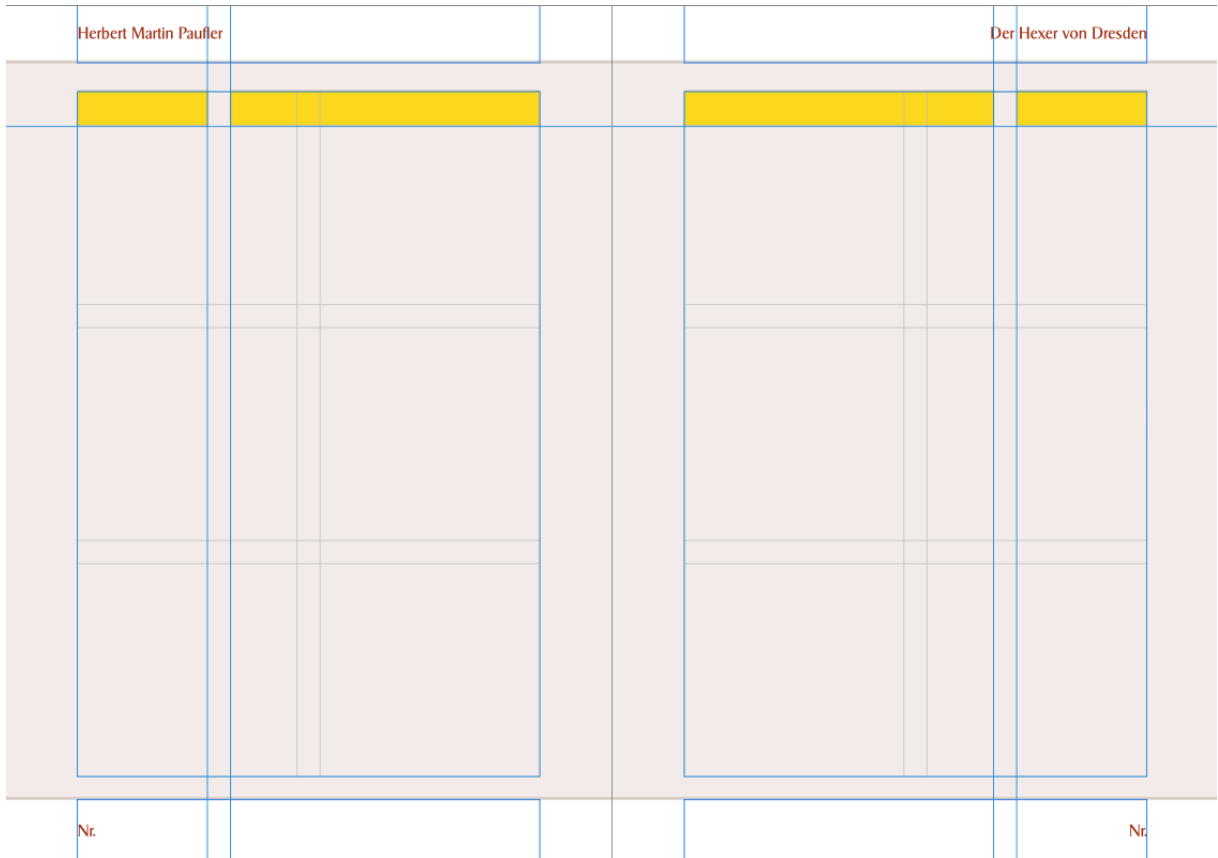


Abbildung: Ansicht einer Master-Seite. Mit zusätzlichen Hilfslinien wird ein Layout festgelegt, das mit den herkömmlichen SPALTENHILFSLINIEN nicht umgesetzt werden kann. Das ist besonders hilfreich, wenn man Marginalien (Randbemerkungen) einsetzen möchte.

Eigenes Layout entwerfen [V1+V2]

Manchmal ist es wünschenswert und notwendig, sich sein eigenes Spalten- und Zeilenlayout zu erstellen, weil es der Aufbau eines Dokuments nötig macht. Über das Menü ANSICHT – HILFSLINIEN kann man sich im Seiten-Layout mehrere eigene Hilfslinien setzen.

Dies sind die „Spaltenhilfslinien“. Definiert wird hier die Anzahl an Spalten und Zeilen, zusätzlich der Zwischenraum, der immer gleich bleibt. Das ist für eigene Layouts manchmal nicht hilfreich, da man hier nur starre Werte verwalten kann. Bisher ist das im Publisher noch nicht möglich. Für eigene Spaltenbreiten

müssen zusätzliche Hilfslinien erhalten.

Die Vorgehensweise

Wechseln Sie auf die gewünschte Master-Seite und zeichnen Sie sich mehrere Rechtecke. Diese dienen dazu, Hilfslinien leichter zu setzen, ohne die Werte per Hand eingeben zu müssen. Zeichnen Sie sich auf einem Bogen Papier einmal auf, wie das Layout aussehen soll. Mit den Rechtecken, hier farbig dargestellt, können nun die Hilfslinien gesetzt werden.

Das Layout soll an den Rändern links und rechts eine Spalte mit einer Breite von 45 mm enthalten. Hier werden später Marginalien (Textinformationen am

PUBLIKATIONEN

Quellen:
MAGIE, Heft Nr. 10/11 aus 1939
Zauberkunst, Heft Nr. 1 aus 1963
Zauberkunst, Heft Nr. 2 aus 1963
Zauberkunst, Heft Nr. 4 aus 1965
Zauberkunst, Heft Nr. 1 aus 1970

Weitere Veröffentlichungen von Herbert Martin Paufler:
Herbert Paufler Skriptum (1960)
Magie Magische Marzaren (1962)
Wadimow und seine Bücher (1968)
Das Mackerbach-Seminar (1964)
Skriptum 2 (1969)
Was zaubert mit? (1940)
Der unsichtbare Padelzug (1977)
Mistum Compositum (1982)

Herbert Martin Paufler hat viele Schriften veröffentlicht. Ganz abgesehen von seinen ungezählten Beiträgen in den Fachmagazinen. So war er verantwortlich für eine Sondernummer des Ortszirkels Dresden in der MAGIE im Oktober/November 1939 und stand einige Jahre lang der Redaktion (1963 – 1970) der ZAUBERKUNST vor.

**Sonderheft MAGIE des Ortszirkels Dresden,
22. Jahrgang, Heft Nr. 10/11 aus dem Jahr 1939**

Im Oktober/November 1939 wurde eine Sondernummer der Zeitschrift MAGIE des Ortszirkels Dresden herausgegeben. Auf dem Cover des Hefes, auf dem Bartolomeo Bosco zu sehen ist, steht, dass Herbert Paufler dieses Heft bearbeitet hat. In der Einleitung schreibt er, dass „wir es als unsere Ehrenpflicht betrachten, von unserem Wissen so viel wie möglich zu veröffentlichen“.

Hier finden wir dann auch Informationen über die Wirkungsstätten des Vereins. In diesem Heft beschreibt Herbert Paufler seinen „verschwindenden Radioapparat“ und die „Kombinations-Pistole“, berichtet über „Boscos Grabstelle“ und schreibt eine Kurzinformation über Bruno Schenk (1857 – 1932). Im Heft findet man auch eine Danksagung von Helmut Schreiber an die Arbeit der Gruppe in Dresden.

Redaktion der Zeitschrift ZAUBERKUNST

Herbert Martin Paufler äußerte einmal in einem Beitrag, dass sieben Jahre ZAUBERKUNST-Redaktion genug sind. Zwischen 1963 und 1970 hatte Herbert Martin Paufler die Geschichte der Zeitschrift in seinen Händen. Er übernahm die Arbeit von Hans-Gerhard Stumpf (1926 – 2006). Die Zeitschrift wurde ab 1963 unter dem Namen „Methodische Reihe der Zauberkaunst“ veröffentlicht, wobei der Name Paufler im ersten Heft von 1963 noch nicht erwähnt wird. Erst im 2. Heft 1963 (Sonderheft zu A. A. Wadimow) steht er als Vorsitzender im Impressum.

Paufler selbst wurde Vorsitzender der Redaktionskommission. Unterstützung erhielt er von Günther Storz, dem Sekretär des zentralen Ausschusses des magischen Zirkels der DDR. Nach Paufler übernahm mit dem Heft Nr. 1/1970 Manfred Scholtyssak (1927 – 2008). Paufler schied auf eigenen Wunsch aus. In diesem Heft aus dem Jahr 1970 wird der Wechsel in der Redaktion vom 1. Vorsitzenden, Siegfried Nitsche, angekündigt.



Abbildungen:
Sonderheft der MAGIE des Ortszirkels Dresden, 22. Jahrgang, Heft Nr. 10/11 aus dem Jahr 1939.

Die Becher zum Becherspiel hat Herbert Paufler im Jahr 1962 hergestellt; insgesamt wurden 18 Sätze von ihm gefertigt.

Zauberkunst, Wadimow und seine Bücher, Heft Nr. 2 aus 1963

Zauberkunst, Skriptum II, Heft Nr. 4 aus 1965



Abbildung: Hier zu sehen ist ein Beispiel, wie eingefügte Texte und Fotos im links dargestellten Layout mit extra Hilfslinien aussehen.

Rand) gesetzt. Für den Haupttext ist eine Spalte von 107 mm vorgesehen. Der Zwischenraum soll 8 mm betragen.

Jetzt braucht man nur noch Rechtecke mit den richtigen Maßen aufzuziehen und diese passend auf der linken Seite anzuordnen. Machen Sie es sich leicht und kopieren Sie die Rechtecke auf die rechte Seite – hier müssen Sie sie nur vertauschen. Setzen Sie nun alle nötigen Hilfslinien an den Rändern der Rechtecke.

Hilfslinien setzen

Um schnell Hilfslinien setzen zu können, benötigen Sie die Ansicht der Lineale. Sind diese nicht sichtbar,

schalten Sie sie über das Menü ANSICHT – LINEALE EINBLENDEN ein, oder nutzen Sie die Tastenkombination **STRG+R**.

Vom Lineal können Sie mit der Mouse Hilfslinien in das Dokument ziehen. Der umgekehrte Weg geht auch. Unnötige Hilfslinien zieht man einfach in Richtung Lineal und etwas darüber hinaus. Schon sind diese wieder gelöscht.

Marginalien einsetzen [V1 + V2]

Im Heft Nr. 10 habe ich die Möglichkeiten, die einem Marginalien bieten, kurz angedeutet. Hier ist aber weitaus mehr möglich und das möchte ich Ihnen hier zeigen. Gerade für Lexika oder Fachbücher ist dieses Hilfsmittel ideal, um Zusatzinformationen übersichtlich zu platzieren. Nun werden die wenigsten Anwender an einem Fachbuch arbeiten, aber man sollte für den Fall der Fälle schon wissen, wie man es macht. Dieses Thema ist für mich derzeit sehr wichtig, weil ich ein solches Fachbuch erstelle. Probieren Sie es einmal aus, Sie werden feststellen, dass der Umgang mit Marginalien richtig Spaß machen kann. Nicht zu unterschätzen ist auch die Tatsache, dass man durch solch eine Übung mehr Sicherheit im Umgang mit dem Publisher erlangt.

Möglichkeiten näher erläutert

„Marginalien“ stehen am äußeren Rand einer Buchseite oder eines Manuskripts, außerhalb des normalen Satzspiegels und können Bemerkungen, Kommentare oder Hinweise enthalten. Man kann in diesem Bereich auch Bilder oder Illustrationen platzieren, die einen Sachverhalt im Text bildlich unterstützen. Je nach Anforderung muss man selbst eine Formatierung von Marginalien entwickeln, und zwar immer dann, wenn zum Beispiel normale „Randnoten“ nicht ausreichen. Hier kommen dann die „Assets“ in Spiel, man kann sich die Marginalien natürlich auch als Asset speichern.

Der Textvorspann

Mit Hilfe eines sogenannten „Textvorspanns“ kann man am Rand eine Einleitung zum Text im Layout bilden. Diesen Textvorspann setzt man in den Marginalien-Bereich.

1. Marginalien mit Hilfe von Randnoten [V2]

Über das Panel NOTEN besteht die Möglichkeit, „Randnoten“ zu setzen. Mit Hilfe einer Randnote markiert man im normalen Text ein Wort, hier wird dann eine fortlaufende Zahl, meist hochgestellt, eingefügt und am Rand des Satzspiegels kann man erklärenden Text dazu eingeben. Auf diese Art können Sie Informationen und Hilfstexte strukturiert organisieren. Die Platzierung einer Randnote kann man im Panel

NOTEN einstellen, hier ist man aber dann doch etwas eingeschränkt.

2. Marginalien normal

Mit einem eigens formatierten Textrahmen kann man in den Marginalien-Bereich ganz normalen Text schreiben. Dieser ist meist etwas kleiner als der normale Text, er kann auch farbig gestaltet werden. Über einen Textstil kann man die Formatierung verfeinern.

3. Marginalien mit Verzierungen

Hier geht man wie bei normalen Marginalien vor, setzt aber mit Hilfe von „Verzierungen“ einen senkrechten Strich zum angrenzenden Normaltext. Diesen Strich kann man so formatieren, dass er etwas absteht. Der Strich beginnt oben auf der ersten Zeile und endet unten, in Höhe der letzten Zeile.

Zum Verständnis

Wenn man sich in einem Fachbuch, in dem Marginalien verwendet werden, eine Doppelseite anschaut, stehen diese jeweils am linken und rechten Rand. Hier muss man natürlich den senkrechten Strich an der richtigen Stelle setzen. Sinnvoll ist hier das Anlegen eines Text-Stils. Eine Marginalie ist auf der rechten Seite eines Dokuments rechtsbündig formatiert. Dies kann man so auch auf der linken Seite eines Dokuments machen. Für ein homogeneres Schriftbild wäre in einigen Fällen eine Ausrichtung linksbündig wünschenswert.

Vorgehensweise

Markieren Sie den Marginalien-Text und schauen Sie sich das Panel ABSATZ an. Ganz unten finden Sie die Einstellungen für „Verzierung“. Vergeben Sie hier bei „Kontur“ eine Linienstärke von 1pt, dazu eine passende Farbe (Füllung). Damit die Linie etwas vom Text absteht, geben Sie bei „Links“ oder „Rechts“ einen Minuswert von 2 mm ein. Sie müssen diese Einstellungen nicht im Panel ABSATZ vornehmen, Sie können sich hier auch einen eigenen Text-Stil erstellen.

4. Marginalien mit farbigem Hintergrund

Hier lässt sich ein Marginalien-Text zusätzlich über das Panel TEXTRAHMEN farbig anpassen. Man sollte aber immer darauf achten, dass der farbige Hintergrund zum

einen dezent gesetzt wird und zum anderen nicht im übertriebenen Maße verwendet wird, da er schnell das Gesamtbild einer Seite stören kann.

5. Marginalien mit Fotos

Unter Bildern sieht man oft sogenannte „Bildunterschriften“, die erklären, was es mit dem Foto auf sich hat. Manchmal passen diese Beschreibungen aber nicht ins Format. Der Beschreibungstext für das Foto kann auch an den Rand gesetzt werden. Diese Infos sollten immer auf der Höhe des Fotos stehen, damit sie einen Bezug zum Bild haben. Der Leser muss erkennen, dass die Information am Rand zum Foto gehört.

Hier noch ein Tipp

Kommen Sie bitte bei einem Marginalien-Text nicht auf die Idee, innerhalb eines Textrahmens ein Bild zu platzieren. Dieses Bild lässt sich nur schwerlich formatieren. Setzen Sie lieber einen Text und darüber ein ganz normales Foto.

Randnoten erstellen [V2]

Setzen Sie im Text den Cursor dahin, wo Sie die Randnote setzen möchten. Im Normalfall wird jetzt eine Eins (1) gesetzt und der „Randnotenkörper“ an den Rand des Absatzes gesetzt. Als „Körper“ wird der Teil benannt, in den man den erklärenden Text zur passenden Note eingeben kann. Sobald man eine Randnote gesetzt hat, wird im Panel TEXTSTILE der Stil KÖRPER erstellt.

Hier müssen Sie allerdings „die Absatz-Stile“ aktualisieren, sonst wird der Absatz-Stil „Körper“ nicht angezeigt, warum das so ist, kann ich nicht sagen. Am unteren Rand des Panels finden Sie dazu ein passendes Symbol. Jetzt kann man diesen Absatz-Stil nach eigenen Wünschen formatieren.

Im Panel NOTEN lässt sich die Position des „Randnotenkörpers“ über den Bereich „Positionierung“ einstellen. Probieren Sie einfach die Einstellungen aus und Sie werden sehen, welche Werte zum gewünschten Ergebnis führen.



Nofretete
(„Nefertiti“), war die Hauptgattin des Pharaos Echnaton (Amenophis IV.) und lebte im 14. Jahrhundert v. Chr.

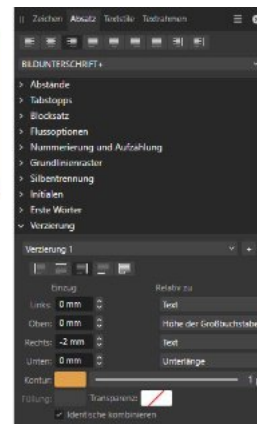


Pharao Tutanchamun
(Tutenchamun, Tutanchaton) war ein altägyptischer König der 18. Dynastie (Neues Reich), der etwa von 1332 bis 1323 v. Chr. regierte. Bekannt wurde er, als Howard Carter 1922 im Tal der Könige sein nahezu ungeplündertes Grab (KV62) entdeckte.

Abbildungen: Beispiele für Marginalien mit einem farbigen Hintergrund und normalem Text mit einem Foto.

Pharao Tutanchamun
(Tutenchamun, Tutanchaton) War ein altägyptischer König der 18. Dynastie (Neues Reich), der etwa von 1332 bis 1323 v. Chr. regierte. Bekannt wurde er, als Howard Carter 1922 im Tal der Könige sein nahezu ungeplündertes Grab (KV62) entdeckte.

Pharao Tutanchamun
(Tutenchamun, Tutanchaton) War ein altägyptischer König der 18. Dynastie (Neues Reich), der etwa von 1332 bis 1323 v. Chr. regierte. Bekannt wurde er, als Howard Carter 1922 im Tal der Könige sein nahezu ungeplündertes Grab (KV62) entdeckte.



Abbildungen: Beispiele für Marginalien mit einer Trennlinie über die VERZIERUNGEN im Panel TEXTSTILE oder ABSATZ. Je nach Dokumentenseite (gerade oder ungerade Seitennummer) steht die Linie einmal rechts und einmal links vom erklärenden Text.

Vorlagen organisieren [V1 + V2]

Es klingt erst einmal banal, aber wenn man im Affinity Publisher mit mehreren Dokumentenformaten arbeitet, ist es hilfreich, diese zu organisieren. Man legt eine Vorlage einmal an und kann sie für neue Projekte immer wieder nutzen. Dabei kann man in einer Vorlage über Master-Seiten schon grundlegende Elemente wie Titel, Seitenzahlen und grafische Elemente einsetzen.

Um eine Vorlage im Dialogfenster DATEI-NEU (STRG+N) schneller wiederzufinden, kann man auf der 1. Seite Informationen zur Vorlage in großer Schrift einsetzen. Im Fenster der Vorlagenübersicht sieht man so direkt,

was man benötigt. Man kann im Dialogfenster auch die Ansicht einstellen. Die Listenansicht ist hier nicht hilfreich, da die Bild-Symbole zu klein dargestellt werden. Nutzen Sie also hier immer die Galerie-Ansicht. Es reicht übrigens völlig aus, wenn man zum Beispiel für eine Buch-Vorlage die Seitenanzahl in der Vorlage klein hält. Ich stelle in der Vorlage die Seitenmenge immer auf 24 Seiten ein.

Hier kann man auch eine kleinere Zahl einstellen, sie sollte aber durch 4 teilbar sein. Es spielt eigentlich keine Rolle, da man später, wenn man die Vorlage nutzt, die Seitenmenge eh neu einstellen muss.

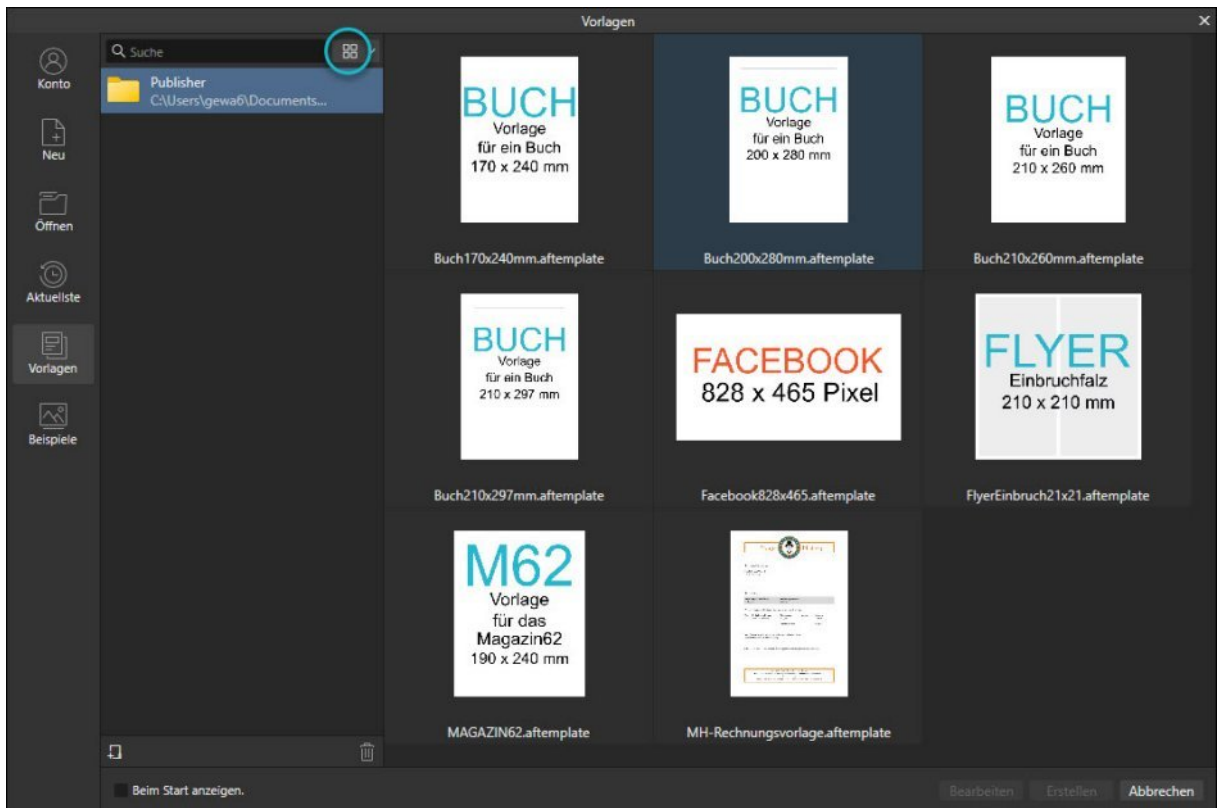


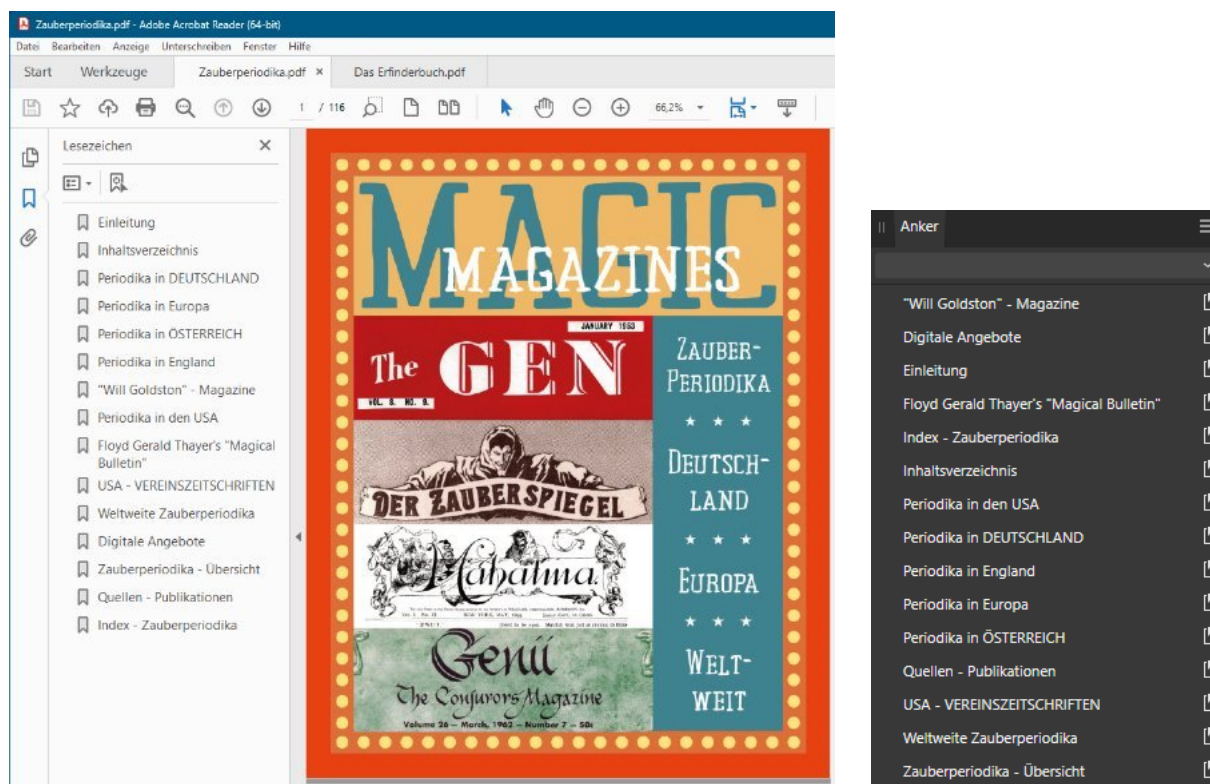
Abbildung: Das Vorlagen-Fenster mit sichtbar erkennbaren Vorlagen

Lesezeichen und Index für den PDF-Export [V1+V2]

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.



Abbildungen: 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.

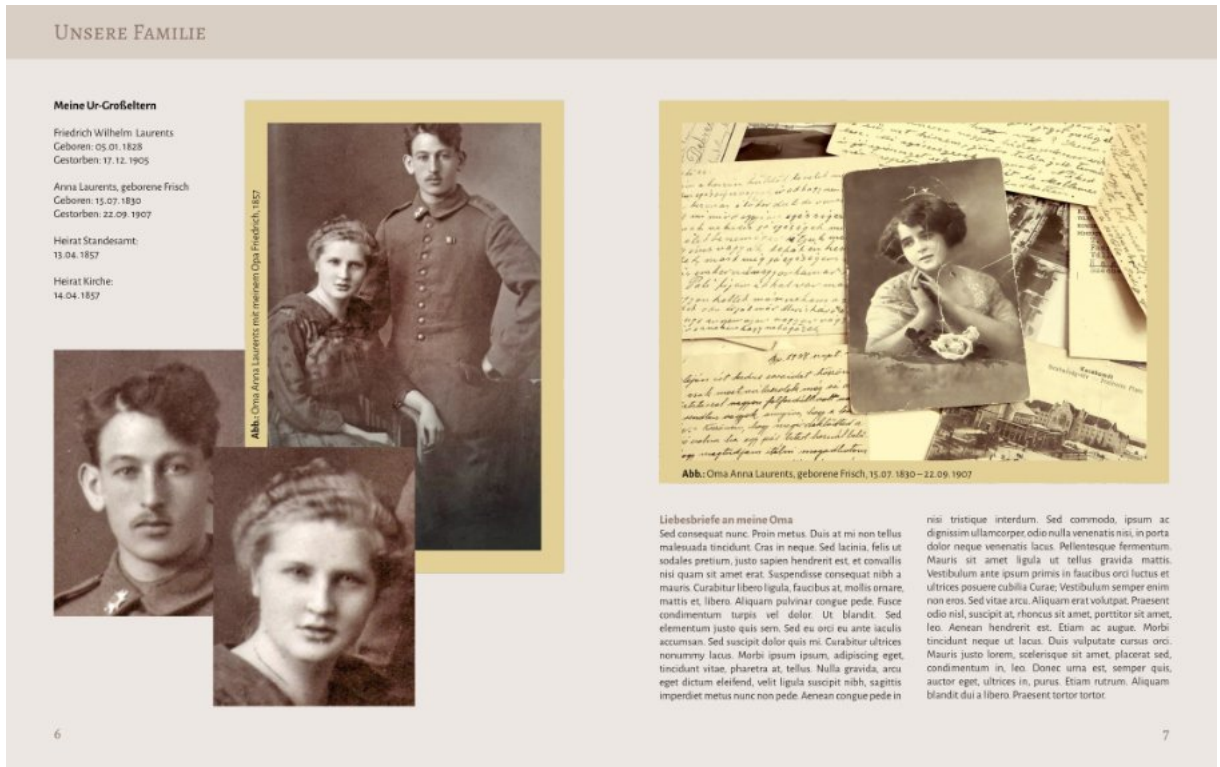


Abbildung links: Hier wurden aus dem Foto die Gesichter vergrößert und zusätzlich auf die Seite gesetzt. So kann man Seiten mit wenig Informationen füllen. **Abbildung rechts:** Wenn man ein solches Foto nicht besitzt, kann man es z.B. bei PIXABAY kostenlos herunterladen und mit Hilfe eines Grafikprogramms das Foto mit einem Familienfoto ersetzen.

Private Publikationen V1+V2

Gerade im privaten- oder Hobbybereich gibt es viele Anwender, die ihre Ahnenchronik oder ihre Stadtgeschichte erfassen möchten. Hier bietet der Affinity Publisher schier unbegrenzte Möglichkeiten, allen Anforderungen grafisch ansprechend gerecht zu werden. Man braucht halt nur etwas Fantasie. Wenn man sich nicht sicher ist, ob man ein solches Projekt im Format Din A4 gestalten soll, gilt es immer zu überlegen, ob man genügend Material zusammen hat. Aus Erfahrung kann ich sagen, dass die Formate 210 mm x 210 mm oder 170 mm x 240 mm wesentlich besser geeignet sind. Später, wenn man in einem dieser Formate das fertige Buch in Händen hält, wird man feststellen, dass es rein von der Größe her viel besser zu

diesen Themen passt. Rein haptisch liegen diese Buchgrößen besser in der Hand. Die meisten Anwender werden erst einmal ein Foto auf eine Seite setzen, daneben etwas Text. Hier geht aber mehr. Diese Art von Seiten müssen „gestaltet“ werden. Es soll ja auch etwas Nostalgie „herüberkommen“ und da ist es mit einem Foto und etwas Text nicht getan. Bringen Sie Farbe ins Spiel, dem Thema angemessen. Möchten Sie das Buch in Kapitel unterteilen, bieten sich verschiedene Farbtöne an. Hier haben sich z.B. Erdtöne sehr bewährt. Wenn Ihre Fotos ausreichend groß sind, kann man zusätzliches Bildmaterial schaffen. Schneiden Sie Bereiche aus und setzen Sie sie zusätzlich auf eine Buchseite. So präsentiert man ein normales Foto und daneben einen vergrößerten Ausschnitt. Arbeiten Sie, wie bei den meisten Publikationen, mit Textstilen. Richten Sie sich



Abbildung links: Auf der linken Seite wurde aus dem Foto der Kirchenansicht der Altar-Bereich ausgeschnitten und vergrößert als weiteres Foto eingefügt. Das geht aber nur, wenn das originale Bild ausreichend groß ist. **Abbildung rechts:** Auf der rechten Seite wurde ein Teil der Straßenszene ausgeschnitten und als vergrößertes Zusatzbild eingefügt.

einen für den normalen Text (10 oder 11 Punkt), im Blocksatz formatiert ein, einen für die Überschrift (12 oder 14 Punkt), hier vielleicht zentriert formatiert und einen für Bildunterschriften (8 oder 9 Punkt). Sollte man später, wenn im Publisher schon alles eingefügt wurde, noch Text dazuschreiben wollen, oder müssen, kann ich nur dazu raten, die Überschriften und den normalen Text NICHT ZU TRENNEN. Wenn man Überschriften in einen Extra-Textrahmen setzt, müssen Sie den gesamten Text neu formatieren, da ja einiges nach unten (hinten) verschoben wird. Formatieren Sie also besser alles in einem Textrahmen.

Bildunterschriften gehören meist unter ein Foto. Damit bei allen Bildern der Bildtext auf gleicher Höhe steht, kann ich nur empfehlen, den Textrahmen der

Unterschrift IMMER GLEICH HOCH zu formatieren. Zur Not legt man sich ein ASSET an. So ist man auf der sicheren Seite. Bei Schriftgrößen von 8 bis 10 Punkt kann der Textrahmen 8 mm hoch sein. Formatieren Sie ihn so, dass die vertikale Position des Textes MITTIG gesetzt wird. Dann kann man den Rahmen direkt unter das Foto setzen. Probieren Sie es einmal aus.

WICHTIG: Text für Bildunterschriften sollte NICHT AM GRUNDLINIENRASTER ausgerichtet werden. Hier passiert es schnell, dass der Bildtext verschwindet, wenn man ihn nur ein wenig vom Foto abrückt. Sind Sie mit der Position des Bildes und der Bildunterschrift zufrieden, GRUPPIEREN Sie beide zu einer Gruppe. So kann man später, wenn es nötig wird, diese Gruppe verschieben, ohne das irgendetwas „verrutscht“.

Die Online-Druckerei [V1+V2]

Professionelle Grafiker, Layouter, Verlage und Medienfirmen haben täglich mit Druckereien zu tun, kennen sich hier bestens aus. Der Privatanwender, der vielleicht nur einmal in seinem Leben fünf oder sechs Bücher drucken lassen möchte, eher nicht. Man muss allerdings kein Fachbuch gelesen haben, um sich die nötigen Kenntnisse anzueignen.

Viele Druckereien helfen dem unerfahrenen Anwender gerne weiter. Das Problem ist wie so oft in Google begründet. Sucht man sich hier zu einer Frage Rat, bekommt man unterschiedliche und meist auch falsche Antworten.

Formate für die eigenen Bücher

Hier lese ich bei Facebook, dass sich jemand an dem Buchformat eines anderen orientiert und seine Stadtchronik in einem A5-Format angelegt hat. Chroniken gehören zu den Fachbüchern und hier ist das A5-Format völlig ungeeignet. Und zwar aus dem Grund, weil es so gut wie keine Spielräume bei der Gestaltung zulässt. Das Fachbuch-Format muss hier auf 170 mm Breite x 240 mm Höhe angelegt werden.

Immer mehr Druckereien bieten dieses Format an. Es spricht auch nichts dagegen, einen völlig anderen Ansatz zu verfolgen. Ein modernes und geeignetes Format ist zum Beispiel 210 x 210 mm. Schauen Sie sich in Büchereien einmal um. Viele kleinere Chroniken sind in diesem Format gestaltet, die Bücher liegen gut in der Hand und auch optisch „machen sie etwas her“.

Bücher im Eigenverlag

Seit etwas mehr als vier Jahren schreibe und layoute ich Fachbücher, die ich im Eigenverlag vertreibe. Alles mit dem Affinity Publisher. Dazu kommen die Online-Ausgaben des M62-Magazins. Online Druckereien sind hier der ideale Partner, denn hier kann man auch Kleinstauflagen produzieren lassen. Wenn man seiner Leserschaft ein neues Buch anbietet und um Vorkasse bittet, sind die Druckkosten, Versandkosten und Buchmengen sehr leicht kalkulierbar. So kann man sich nebenher noch etwas Geld dazuverdienen.

„Wir machen Druck“

Dies ist der Name meiner Hausdruckerei. Normalerweise mache ich keine Werbung für andere. Da ich hier aber einen sehr guten Einblick habe und die Druckerei (Onlinedruckerei) mit ihren Preisen sehr moderat und günstig ist, kann ich hier genau beschreiben, worauf es ankommt. In Sachen Qualität kann man sich auf die Leute dort verlassen. Gerade für Kleinstauflagen, ob Bücher, Poster oder Magazine, bietet die Druckerei einen schnellen und unkomplizierten Service.

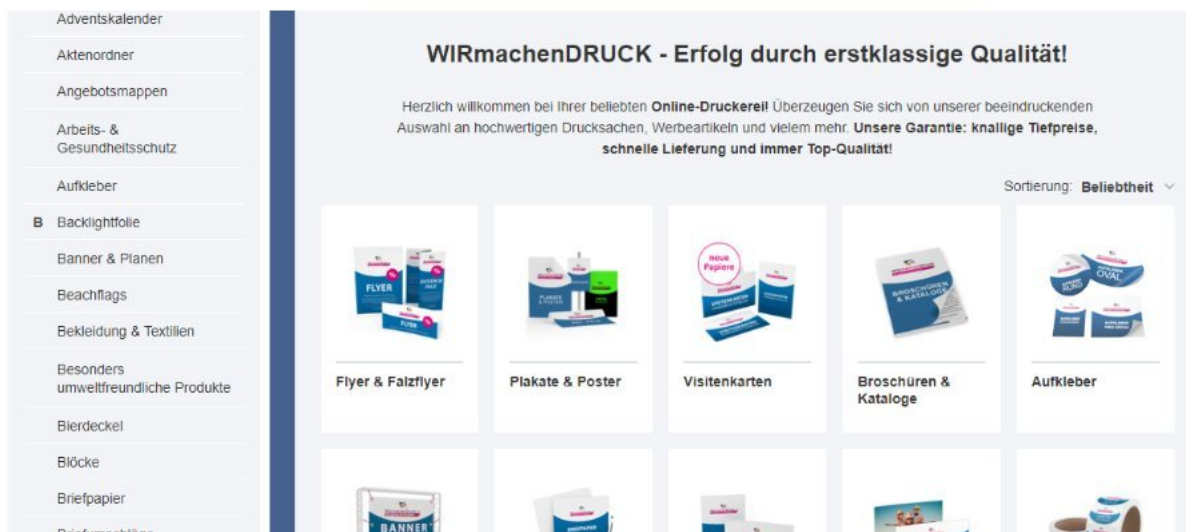
Man muss online nur ein Konto eröffnen und die gewünschte Zahlungsweise angeben. Hier ist es nach einem Druckauftrag auch kein Problem, eine andere Lieferadresse anzugeben. Und sollte einmal etwas schiefgehen, die Leute helfen schnell und bemühen sich, alles im Sinne des Kunden zu klären.

Der Bestellvorgang

Über den Menüpunkt „Alle Produkte“ bekommt man die wichtigsten Formate angezeigt. Weitere finden sich in der linken Spalte. Bei der Produktion von Büchern kann man zwischen Soft- und Hardcover-Büchern, sowie Hardcover-Büchern mit rundem Buchrücken wählen. Unterschieden wird auch zwischen farbigem und schwarz/weißem Inhalt.

Angeboten werden alle Standardformate, zwei Fachbuchformate und bei normalen Hardcover-Büchern ein freies Format. Im nächsten Schritt muss man die Seitenmenge des Inhalts angeben und wenn man hier seine Wahl getroffen hat, wird man direkt weitergeleitet. Hier gibt man die Auflagenmenge und das gewünschte Papier ein. Eine große Auswahl lädt hier dazu ein, auch einmal Bücher mit dickerem Papier drucken zu lassen. Ganz wichtig sind die Produktdetails.

Hier wird ein Zusatzfenster aufgemacht und man kann sich dort alle nötigen Werte und Maße für den Umschlag des Buches, den Inhalt und die Buchrückenstärke ablesen. Transparent werden einem jederzeit die Brutto- und Nettokosten der gesamten Auflage angezeigt. Jederzeit kann man hier auch Zusatzoptionen wie eine



The screenshot shows the homepage of WirmachenDruck.de. At the top, there is a navigation bar with the company logo, a search bar, and icons for a shopping cart, contact, and user profile. Below the navigation bar, a large banner reads "WIRMACHENDRUCK - Erfolg durch erstklassige Qualität!" followed by a welcome message and a list of services: "Herzlich willkommen bei Ihrer beliebten Online-Druckerei! Überzeugen Sie sich von unserer beeindruckenden Auswahl an hochwertigen Drucksachen, Werbematerialien und vielem mehr. Unsere Garantie: knallige Tiefpreise, schnelle Lieferung und immer Top-Qualität!". Below the banner, there is a grid of product categories, each with an image and a label: "Flyer & Falzflyer", "Plakate & Poster", "Visitenkarten", "Broschüren & Kataloge", and "Aufkleber". A sorting dropdown menu is visible on the right side of the grid, set to "Beliebtheit". On the left side of the page, there is a vertical sidebar menu with various product categories like "Adventskalender", "Aktenordner", "Angebotsmappen", etc.

Fadenheftung oder das Einschweißen der Bücher wählen.

Die Auswahl des Papiers

Generelle Empfehlungen sollte man hier nicht geben, aber aus Erfahrung weiß ich, dass man bei normalen Ansprüchen mit dem vorgeschlagenen Papier sehr gut fährt. Das vorgeschlagene „Topseller-Papier“ ist für ein normales Buch völlig ausreichend.

Für Bücher mit viel Text würde ich hier immer mattes Papier bevorzugen. Wer viele Fotos in seiner Publikation hat, kann auf Glanzpapier wechseln. Wer es sich etwas kosten lassen möchte, kann auch dickeres Papier nehmen. 150g oder 170g sind hier die erste Wahl.

Die Auswahl des Formates bei Büchern

Wenn Sie sich nicht sicher sind, dann schauen Sie erst einmal nach, welche Formate eine Druckerei anbietet. Da man im Affinity Publisher mit Layoutseiten (Doppelseiten) arbeitet, ist es sinnvoll, sich so eine Doppelseite mit 2 Bogen Papier zurechtzuschneiden, und beide Papierbogen nebeneinander auf den Tisch zu legen. Oder Sie haben im Idealfall ein passendes Buch im Schrank stehen. Hier sieht man dann schnell, ob das

Wunschformat den eigenen Ansprüchen gerecht wird. Ein wichtiger Punkt ist aber auch das Gewicht eines fertig gedruckten Buches. Wenn Sie Bücher verkaufen wollen, muss man eine geeignete Versandverpackung kaufen und bei einem bestimmten Buchgewicht auch das Porto berücksichtigen. Man wird es kaum glauben, aber man kann schon mit der richtigen Wahl des Papiers Geld sparen. Mattes Papier hat mehr Volumen als Glanzpapier und ist daher pro Druckbogen etwas schwerer. Auf die Seitenmenge eines Buches addiert sich hier schnell ein höheres Buchgewicht.

Ein kleines Manko bleibt

So schön das mit dem Drucken von Büchern auch ist, kaum eine Druckerei bietet den zusätzlichen Druck eines Schutzumschlages an. Gerade bei kleineren Auflagen vermisse ich diesen Service schon sehr. Hier muss man sich schon selbst helfen. Unter einem Schutzumschlag versteht man einen extra gedruckten Bogen, den man so faltet, dass er um das Buch gelegt werden kann. Er schützt das Buch, kann sogar anders bedruckt sein als das Cover des tatsächlichen Buches. Als Notlösung bleibt hier nur das Posterformat. Aber nur dann, wenn es frei wählbar ist.

Das Einteilen von Schriften [V1+V2]

Schriften werden in Gruppen eingeteilt, wobei sich diese Einteilung meist am geschichtlichen Rahmen, dem Charakter einer Schrift und der Formgebung orientiert. Auch neu gestaltete Schriften können einer dieser Gruppen zugeordnet werden.

Die einzelnen Gruppen mit ihren Merkmalen:

Gruppe I: Venezianische Renaissance-Antiqua

Strichstärkenunterschiede sind gering, Achse der Rundungen ist nach links geneigt, Querstriche und Dachansatz sind schräg, Serifen sind ein wenig ausgerundet, Schriftbild ist anmutig, leicht und gleichmäßig, Gut lesbar wegen Serifen.

Gruppe II: Französische Renaissance-Antiqua

Schräger Dachansatz, gerundete Übergänge bei Serifen, Stellung der Symmetrieachse deutlich nach links, Strichstärkenkontrast ist ausgeprägter, waagerechte Querstriche.

Gruppe III: Barock-Antiqua

Ansatz bei den Serifen ist gerade, deutlicher Strichstärkenkontrast, waagerechte Querstriche, Gesamtwirkung offener, da Mittelhöhen bei Kleinbuchstaben größer sind.

Gruppe IV: Klassizistische Antiqua

Waagerechter Dachansatz, senkrechte Symmetrieachse bei den Rundungen, feine Serifen, waagerechte Querstriche, deutlicher Strichstärkenkontrast, Winkel zwischen den Serifen und Grundstrichen meist nicht ausgerundet.

Gruppe V: Serifenbetonte Linear-Antiqua

Optisch meist einheitliche oder nur schwach unterschiedliche Strichstärken, deutlich hervorgehobene Serifen, durch Überbetonung der Serifen entstanden kuriose Formen mit dekorativer Wirkung z.B. Western Schrift.

Gruppe VI: Serifenlose Linear-Antiqua

Fast keinen Strichstärkenkontrast, keine Serifen mehr,

Symmetrieachse bei den Rundungen ist senkrecht, Wirken technisch konstruiert.

Gruppe VII: Antiqua-Varianten

Schriften, die ansatzweise die typologischen Eigenschaften einer der Gruppen I – VI haben, jedoch aufgrund ihrer Eigenschaften nicht zu den genannten Gruppen passen. Den Kern der Gruppe bilden Versalschriften für dekorative Zwecke.

Gruppe VIII: Schreibschriften

Dazu zählen alle Schriften, die sich von der ursprünglichen lateinischen Handschrift ableiten lassen. Man zählt auch Pinselschriften dazu, da die Strichführung dem Wechselzugcharakter entspricht.

Gruppe IX: Handschriftliche Antiqua

Diese Schriften sind von der Antiqua abgeleitet und wandeln das Alphabet in persönlicher Weise handschriftlich ab. Sie sollen zufällig und spontan wirken.

Gruppe X: Gebrochene Schriften

In Deutschland werden „Gebrochene Schriften“ in der Typografie in folgende Hauptschriftgruppen bzw. u.a. in folgende Schriftuntergruppen eingeteilt:

1. Textura
2. Rotunda
3. Schwabacher
4. Fraktur
 - Renaissance Fraktur*
 - Vorklassizistische Fraktur (Barock Fraktur)*
 - Klassizistische Fraktur*
 - Reform Fraktur*
 - Fraktur Varianten (Hybride)*
5. Bastarda (Hybride)

Gruppe XI: Fremde Schriften

Bilderschriften, griechische und kyrillische Schriften, außereuropäische Alphabetschriften.

Quelle: Typolexikon.de

Der „Goldene Schnitt“ [V1+V2]

Mit dem „Goldenen Schnitt“ bezeichnet man, vereinfacht ausgedrückt, ein bestimmtes Seitenverhältnis, mit dem man die Breite und Höhe von Fotos oder grafischen Objekten (Formen) zueinander berechnet. Die Zahl zur Berechnung nennt man Phi und sie beträgt gerundet 1,618. Nicht zu verwechseln mit der Zahl Pi.

Wie wird es gemacht?

Ziehen Sie einmal mit dem Werkzeug RECHTECK eine viereckige Form auf, alle Seiten sind gleich lang. Beim „Goldenen Schnitt“ wird nun eine Seite des Vierecks um einen Wert erweitert, um dieser Gestaltungsregel gerecht zu werden. Dieser Wert beträgt gerundet 1,618. Keine Angst, ein Taschenrechner ist bei der Berechnung nicht nötig. Schauen Sie sich das Panel TRANSFORMIEREN an. Sie können hier in den Feldern B für Breite oder H für Höhe die Berechnung vornehmen. Markieren Sie das Viereck und geben Sie im Feld B Folgendes ein, wobei Sie die Klammern bitte weglassen. (*1,618). Drücken Sie die RETURN-Taste und das Viereck erweitert sich nach rechts um den Faktor 1,618. Versuchen Sie es auch einmal mit dem gleichen Wert im Feld H. Achten Sie nur darauf, dass die „Kette für das Seitenverhältnis“ nicht geschlossen ist.

Ein Layout mit dem Goldenen Schnitt

Das wird dann interessant, wenn man sich ein Layout mit Hilfe des „Goldenen Schnitts“ entwerfen möchte. Dazu legt man mehrere Rechtecke auf einer Master-Seite an und ordnet sie so an, dass ein Layout entsteht. Legen Sie zuerst einmal die Seitenränder fest. Jetzt messen Sie sich die innere Breite aus, z. B. 160 mm. Ziehen Sie ein Viereck auf, das in seinen Abmessungen etwa ein Drittel der Breite entspricht, also 53,33 mm x 53,33 mm. Wenden Sie jetzt wie oben beschrieben, auf einer Seite des Vierecks die Berechnung an (*1,618). Das nun entstandene Rechteck können Sie vervielfältigen, drehen oder mit dem Original zusammen anordnen. Sie können jetzt noch Zwischenräume definieren und die Rechtecke passend anordnen. Die Seitenränder müssen dann noch angepasst werden. Dies ist eine etwas ungenaue Arbeitsweise und soll Ihnen nur verdeutlichen, wie man sich den Goldenen Schnitt zu Nutze macht.

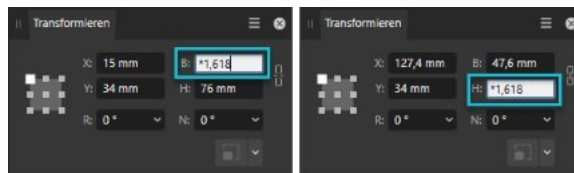


Abbildung: Eingabe bei Breite / Höhe im Panel TRANSFORMIEREN.

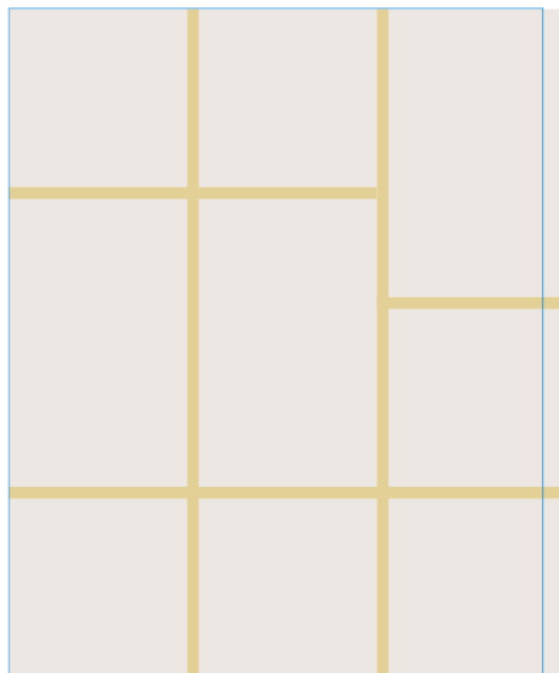


Abbildung: Layout mit grafischen Objekten und Zwischenräumen, berechnet nach dem „Goldenen Schnitt“. Hier zu sehen ist, dass der rechte Seitenrand noch etwas nach rechts verschoben werden muss.

Man kann das gesamte Konstrukt aber auch gruppieren und auf der Seite mittig setzen. Dann müssen alle Seitenränder noch angepasst werden.



Heft-Bundle
4 Hefte zum Sparpreis
€ 14,80

Gebaltes Wissen

Im Bundle biete ich Ihnen immer 4 Hefte mit insgesamt 96 Seiten in einer PDF-Datei an. Die Themen sind grundlegend für die Publisher Versionen 1 und 2 geeignet. Neue Funktionen beschränken sich auf Version 2 und höher.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



14

© Kurt Korbattits

Kurt Korbattits
Ein Affinity Designer packt aus

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser

14 2023



IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von Georg Walter
Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar
E-Mail: service@magazin62.de
Website: magazin62.de

In diesem Heft werden Grafiken
von Kurt Korbatits präsentiert.
© Kurt Korbatits

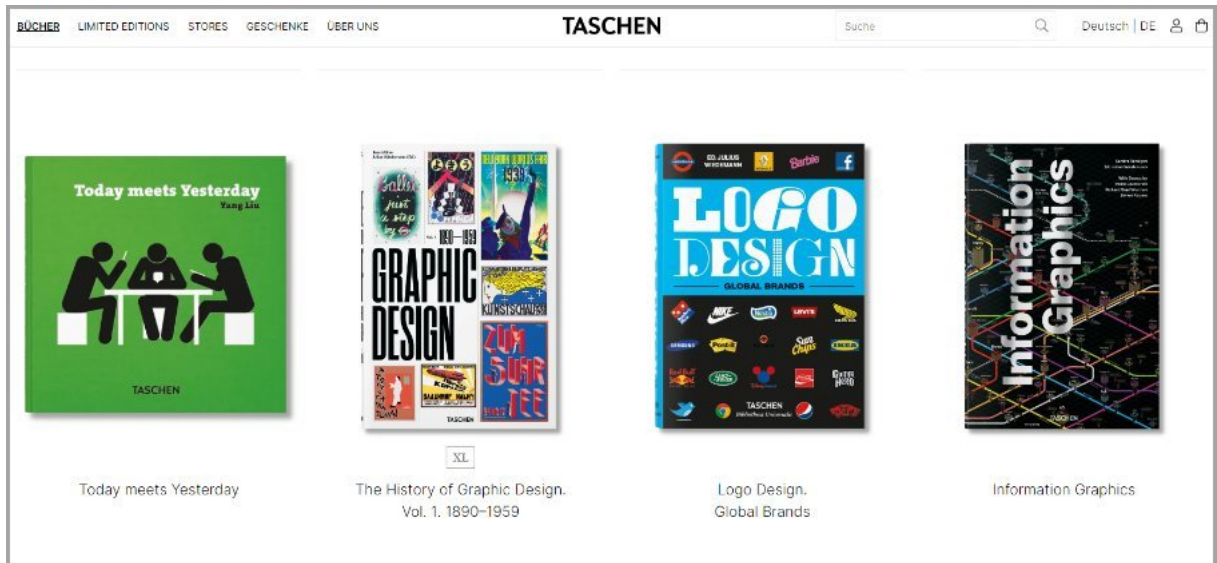
Zu den Drittanbietern in diesem Magazin
besteht kein wirtschaftliches Verhältnis.
„Serif“ und „Affinity“ sind eingetragene
Warenzeichen von Serif Europe Ltd.

Heute darf ich Ihnen Heft Nr. 14 meines Magazins präsentieren. Vor fast 3 Jahren habe ich das Projekt „Magazin62“ gestartet und es ist wirklich sehr gut angenommen worden. Mein Dank gilt hier natürlich allen Leserinnen und Lesern. Ich staune manchmal selbst, wo die ganzen Themen hergekommen sind, über die Sie in meinen Magazinen bisher lesen konnten. Auch diesmal finden Sie wieder interessanten Lesestoff und diesmal sogar mit etwas Besonderem.

Vielleicht kennen einige von Euch Kurt Korbatits aus diversen Facebook-Gruppen mit seinen außergewöhnlichen Grafiken, die zum Teil mit Hilfe des Affinity Designers entstanden sind. Ich habe ihn gebeten, etwas über seine Arbeiten zu schreiben, und er hat spontan JA gesagt. So kann ich allen Lesern einige seiner Arbeiten hier im Magazin vorstellen. Das hat mich besonders gefreut. Herzlichen Dank dafür!

Auch die anderen Themen können sich sehen lassen. So finden Sie einige interessante Aspekte im Umgang mit dem Scannen von Vorlagen, hier stelle ich Ihnen auch eine tolle Software vor. Kleinere Beiträge befassen sich mit dem Gestalten von Tischaufstellern, Überlegungen zu Speisekarten, dem Erstellen von Tesafilmstreifen und Überlegungen zum Layout eines A4-Buches. Dann habe ich einmal die wichtigsten Neuerungen zum kommenden Update der Affinity Suite V 2.1 aufgeschrieben und zu guter Letzt möchte ich Ihnen einige Inspirationsquellen in Buchform an die Hand geben.

Nun darf ich Ihnen wieder viel Freude
beim Lesen und Ausprobieren wünschen!



Inspirationsquellen

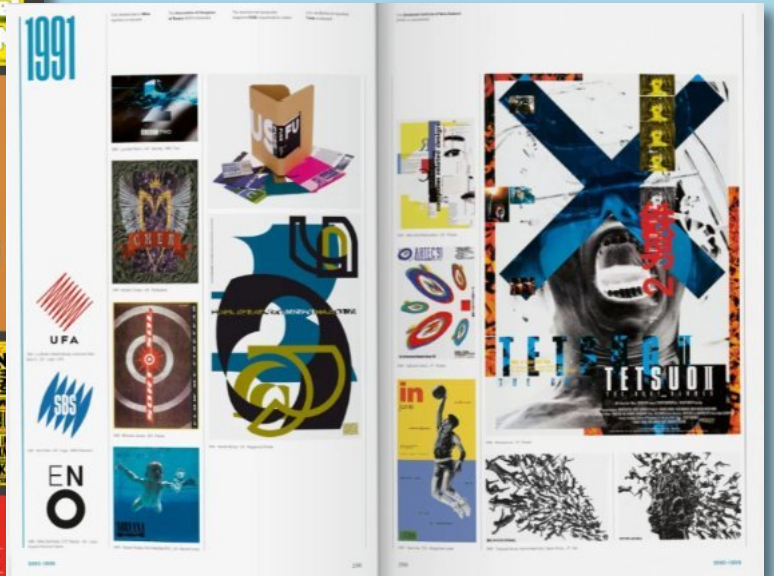
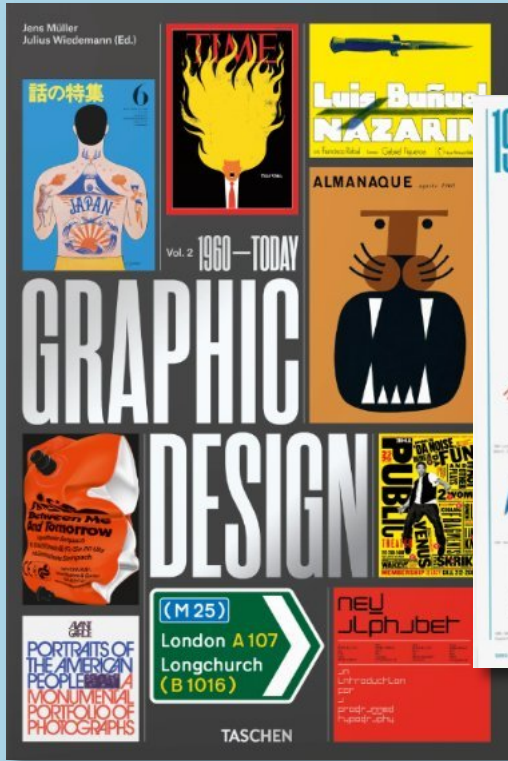
Ich möchte das Heft mit einigen sehr interessanten Publikationen beginnen, die jeder ernsthafte Grafiker, Designer und Gestalter kennt. Auch wenn sie schon etwas älter sind, so sind sie doch eine schier unendliche Quelle an grafischen Ideen. Früher waren diese Bücher richtig teuer. Heute bekommt man sie für kleines Geld. An Faszination haben die Inhalte bis heute nichts verloren. Alleine die ersten originalen Bücher der „Graphic-Design-Serie“ kommen als dicke Wälzer von je 4Kg daher. Das sind mit dem Format 25 x 37 cm nicht nur riesige Bücher, man trifft hier auch auf einen unendlichen Querschnitt von grafischen Ideen, da ist das Anschauen schon ein Highlight. Seit geraumer Zeit bietet der [TASCHEN-VERLAG](#) kleinere Pendanten der Bücher an, ohne auf Inhalt zu verzichten, aber zu einem wesentlich moderateren Preis. Sicherlich wird man auf der Verlagsseite weitere tolle Angebote finden.

Wer mit den Affinity-Programmen nur ab und an etwas gestaltet, wird sich sicherlich weniger mit diesen Fachbüchern anfreunden können. Die meisten Gestalter in den Büchern sind Profis, aber das sollte doch niemanden davon abhalten, etwas lernen zu wollen oder sich zumindest Anregungen bei den Grafiken holen.

Wenn man sich heute die Beiträge in den sozialen Medien anschaut, stellt man bei vielen fest, dass die optische Qualität leidet, viele Bildmotive werden einfach wiederholt eingesetzt. Da wäre es doch wünschenswert, wenn sich so ein Beitrag einmal von der Masse abhebt. In diesen Büchern kann man alleine bei der Verwendung von Farben schon viel lernen. Hier sieht man schnell, was zusammenpasst und was nicht. Bei der Gestaltung von Buch-Covern kann man auf der Verlagsseite sehr schön sehen, was machbar ist. Für die meisten der abgebildeten Bücher werden auch einige Innenseiten präsentiert. Warum sollte man sich hier also nicht für einen modernen Satzspiegel inspirieren lassen.

Für den schmalen Geldbeutel, hier sind Bücher für € 25,00 gemeint, findet man auf der Verlagsseite im Bereich „40 Jahre Taschen“ tolle Angebote. Mir geht es hier nicht explizit um die Themen der Bücher selbst. Nicht jeder kann sich zum Beispiel für einen Maler erwärmen. Vielmehr geht es darum, seinen gestalterischen Horizont zu erweitern. Leider sind heute viele Grafikbücher nicht mehr zu bekommen. In den 90er Jahren wurde man förmlich mit Angeboten überschüttet. Ich denke da nur an den Koppmedien-Verlag. Hier bekam man günstig grafische Fachbücher aus aller Welt.







Kurt Korbatits

Ein „Affinity Designer“ packt aus

Mein Name ist Kurt Korbatits, ich bin Grafik-Designer und Universitätslektor und lebe in Wien (Österreich). Nachdem ich gute zwanzig Jahre mit der Adobe-Suite zugebracht habe, bin ich vor vielen Jahren zu Affinity gewechselt und bin sehr zufrieden mit meiner Wahl. Nun kurz zu den Werken, die ich, Georg sei Dank, hier präsentieren darf. Es handelt sich hauptsächlich um Auftragsarbeiten, die größtenteils in der Vektor-Persona des Designers entwickelt wurden.

Das Charakter-Design entsteht analog mit Bleistift, manchmal Buntstiften - dies mag ein Old-School-Zugang sein, aber dabei fühle ich mich am Wohlsten und damit hält sich die Arbeitszeit am Bildschirm in Grenzen. Danach wird die Zeichnung gescannt, mit der Zeichenfeder nachgezogen, Flächen gefüllt, Schattierungen und Highlights hinzugefügt. Dabei muss man die Richtung des einfallenden Lichtes beachten. Kantenlichter (Rimlights) runden das Gesamtbild ab. Am Ende füge ich farbige Schatten hinzu und experimentiere mit Layer Blend Modes. An Tools verwende ich meistens das Zeichenfeder-Werkzeug und den Zeichenstift, variable Strichstärken und Brushes. Einige selbst angefertigt oder manchmal auch Brushes von Frankentoon. Manche Zeichnungen erhalten „comiqueske Outlines“, manche, speziell Illustrationen für Kinderbücher gestalte ich mit Wachsmalkreidenbrushes (was für ein Wort) oder Aquarellpinsel. Selten arbeite ich auch mit der Pixel Persona. Für meine Arbeiten nutze ich gerne auch Autodesk Maya, Blender, ZBrush und Rebelle.

Zum Ausgleich spiele ich als Gitarrist in einer Rockband, sportlich mache ich Karate, ich zeichne sehr gerne und spiele Video- und Brettspiele. Wer möchte, kann meine Arbeiten auch auf einigen Websites begutachten.

Ich hoffe, die Arbeiten gefallen euch und ich konnte euch ein wenig motivieren.



FOOLSCAP VIRTUALWALKS



Beethoven

DER VOLLENDETE UNVOLLENDETE

DETEKTIVISCHE SCHNITZELJAGD DURCH WIEN





© Kurt Korbatits



© Kurt Korbatits



Steckbrief

Name: Kurt Korbatits

Wirkungskreis: Wien, Österreich

Job: Grafiker, Illustrator,
Spieleentwickler, Autor

E-Mail:

office@foolscap.at

office@orangeworx.com

Web:

www.artstation.com/pauzenclown

www.foolscap.at

www.erklaermalbuch.com

www.orangeworx.com

Ausbildung:

Studium der Humanmedizin,
Ausbildung zum Gebrauchsgrafiker,
Multimedia Designer und 3D Artist,
Studium Applied Game Studies

Software:

Affinity Suite, Adobe Suite,
Autodesk Maya, Blender,
ZBrush, Rebelle

Ein Layout für ein A4-Buch [V1+V2]

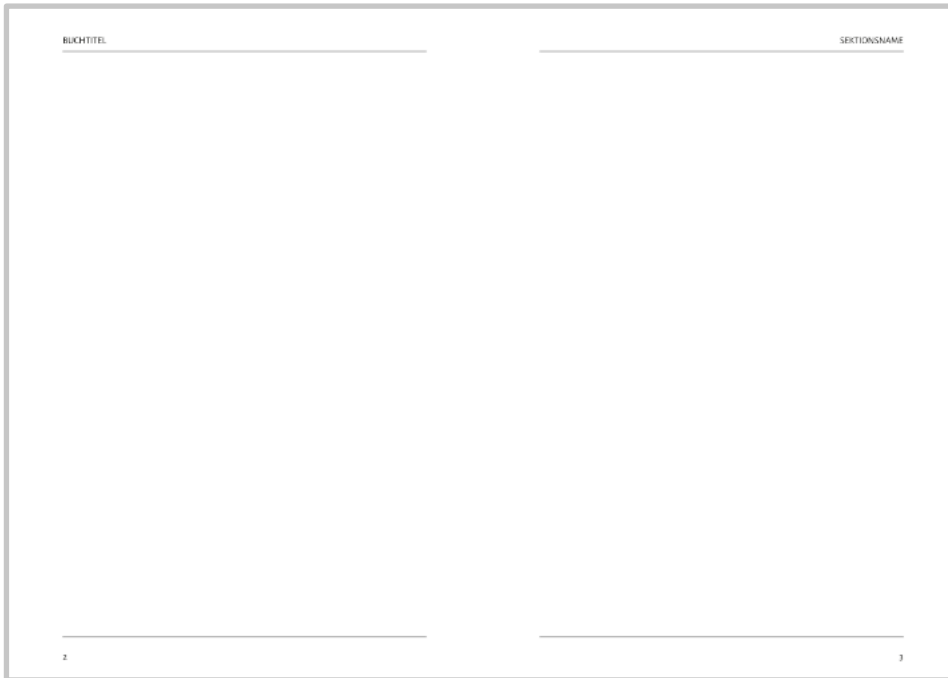


Abbildung:

Klassisches Layout mit dem Buchtitel und dem Sektionsnamen oben, sowie den Seitenzahlen unten, getrennt durch eine Linie

In den Fällen, in denen man sich bei einem Affinity-Publisher-Buch für das Format Din A4 entscheidet, fällt es manchmal etwas schwer, dass passende Layout und einen ansprechenden Satzspiegel zu finden. Dies hängt meist auch vom Thema des Buches und dem Inhalt ab. Bei klassischen Satzspiegeln befinden sich die immer wiederkehrenden Elemente wie Buchtitel, Sektionsname und Seitenzahlen immer am selben Ort, nämlich oben und unten. Zusätzlich werden diese Angaben oft mit einer Linie zum tatsächlichen Buchinhalt (Text/Fotos) abgegrenzt. Für einen etwas moderneren Satzspiegel habe ich hier einmal eine Alternative abgebildet. Warum nicht einmal alles am linken und rechten Rand des Buches platzieren.

Die Ränder und Abstände im gesamten Dokument werden über eine Masterseite eingestellt. Da wir hier mit einigen Hilfslinien arbeiten müssen, macht es Sinn, diese auf einer Masterseite einzufügen. So gewährleistet man, dass die Anordnung der Hilfslinien auf allen Buchseiten zu sehen sind.

Stellen Sie die Ränder mit den oben abgebildeten Werten ein. Innen 20 mm, außen 32 mm, oben 30 mm und unten 25 mm. Über die Hilfslinien richten wir weitere Bereiche ein. Den Bereich für den horizontalen Bereich des Buchtitels und der Seitenzahlen, immer abgetrennt durch ein kleines Rautensymbol. Hier kann man sich natürlich auch für andere Farbwerte entscheiden. Dieser Bereich ist 10mm breit. Hier wird der Text (Buchtitel) um 90 Grad gedreht, der Inhalt des Textrahmens ist mittig und nach oben ausgerichtet. So erreicht man auf beiden Seiten des Layouts, dass der Text auf gleicher Höhe steht. Es folgt ein Leerraum von 12mm, der als Abgrenzung zum nächsten Inhalt dient. Jetzt folgt, wieder über die Hilfslinien gesteuert, ein Bereich von 40 mm Breite, in diesem werden später Abbildungsinformationen und kleinere Fotoausschnitte platziert. Es folgt ein weiterer Leerbereich von 8mm. Die Spalten für den normalen Textinhalt sind 110mm breit. Natürlich kann man hier mit veränderten Werten nachsteuern, es ist aber eine gute Abwägung von Layout, Inhalt und Optik.

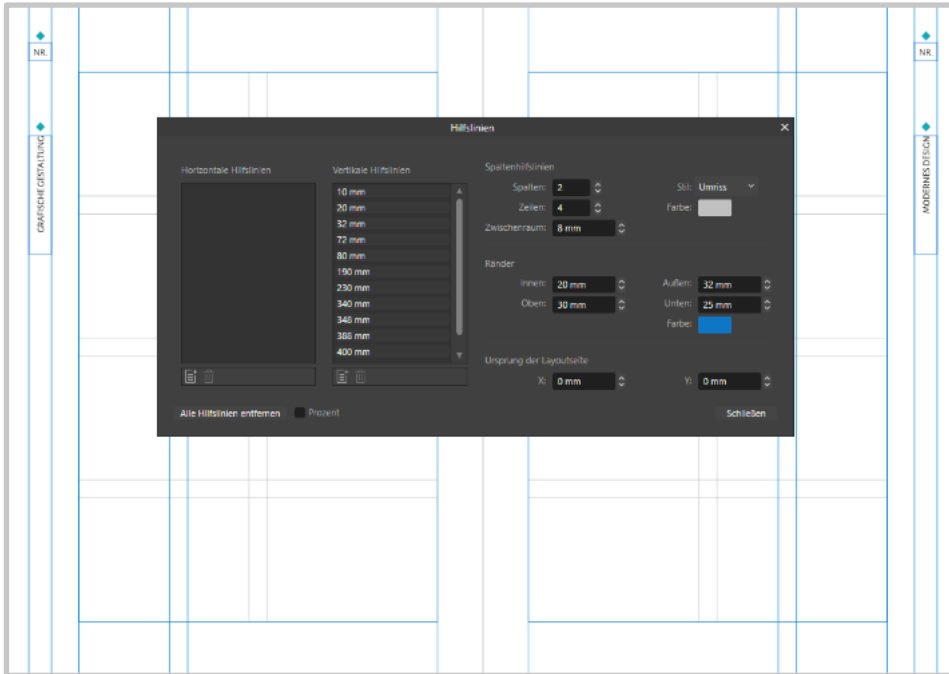


Abbildung: Modernes Layout mit allen wiederkehrenden Elementen am linken und rechten Rand des Buches

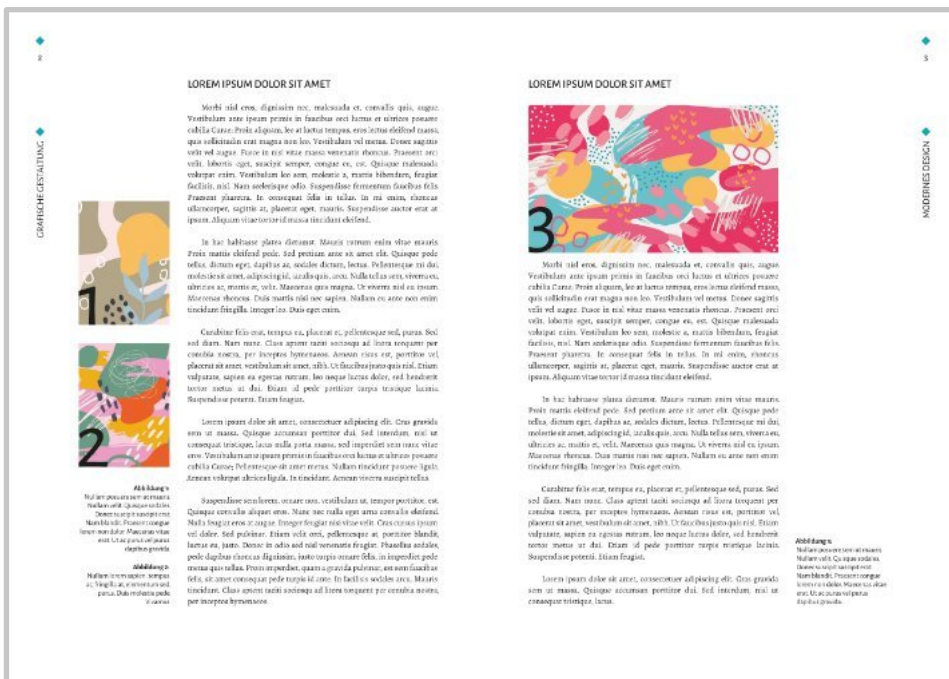


Abbildung: Fertiges Layout mit einer Spalte für den Inhalt, für Informationen und den Rand mit allen wiederkehrenden Elementen

Auto Flow Reihenfolge [V2]

Vielleicht nutzen Sie diese Art des Foto-Imports im Affinity-Publisher nicht so oft, mit der Auto-Flow Methode kann man auf schnelle Art und Weise mehrere Bilder in eine Publikation einfügen. In der Programmhilfe werden die Möglichkeiten leider sehr umständlich beschrieben, aber wenn man einmal den Dreh raus hat, ist es ganz einfach. Möchten Sie einfach nur mehrere Bilder einfügen, richtet sich die Anordnung im Dokument nach der Reihenfolge auf der Festplatte. Systematischer macht es 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.

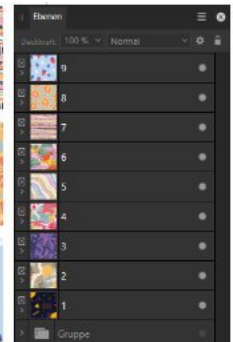
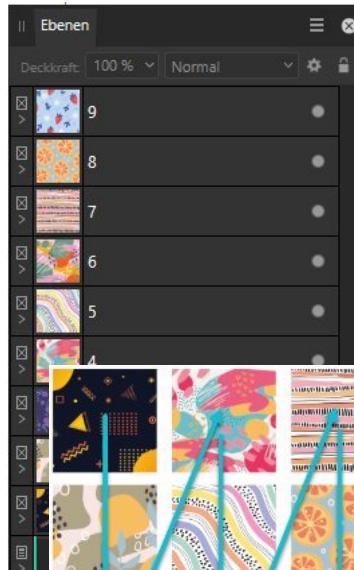


Abbildung links: Anordnung beim Einfügen von links nach rechts.

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

Klebestreifen für Fotos [V1+V2]

Niemand würde ernsthaft auf die Idee kommen, seine privaten Fotos mit Klebestreifen oder Tesafilm in ein Album einzukleben, oder doch? Aber in der Computerkunst sind so manche „Stilblüten“ erlaubt. Gestalten Sie doch einfach ihre eigenen Klebestreifen, zum Beispiel für Scrapbooking oder eine ausgefallene Einladung. Dabei kann ich aus Erfahrung sagen, dass man das nie hundertprozentig hinbekommt. Aber der hier beschriebene Ansatz ist schon ganz gut und ich wäre mit dem Ergebnis zufrieden.

Das Werkzeug „Zeichenstift“

Benutzen Sie das Werkzeug „Zeichenstift“ um einen Klebestreifen zu zeichnen. Schalten Sie vorher aber bitte die „Magnetische Ausrichtung“ aus, damit Sie auch die feinen Abrisskanten zeichnen können. Bei der Länge und Breite können Sie später immer noch nachjustieren, klar ist aber, dass die Länge etwas mehr als doppelt so lang wie die Breite sein muss.

Farbe, Rauschen und Transparenz

Suchen Sie sich eine passende Farbe in den Gelbtönen aus. Wechseln Sie anschließend in das Panel FARBE und schalten Sie unten bei „Deckkraft“ auf „Rauschen“ um. Der kleine Kreis dient hier als Umschalter. Bei der hier zu sehenden Ansicht habe ich ein Rauschen von 30 % eingestellt. Es sollte nicht zu stark sein, das wirkt unnatürlich. Damit bei einem Foto der Eindruck entsteht, dass der Klebestreifen etwas durchsichtig wirkt, stellen wir die Deckkraft des Streifens im Panel „Farbfelder“ auf 75 % ein. Zwei Streifen reichen völlig aus. Oben links und unten rechts können Sie jederzeit den Streifen in die passende Position drehen.

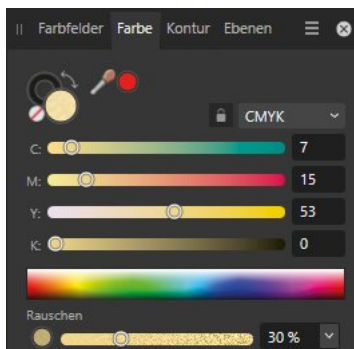
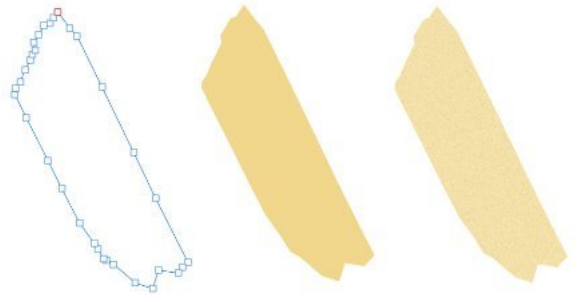


Abbildung oben: Die einzelnen Zustände des Klebestreifens
Abbildungen mittig: Zwei Beispielfotos
Links: Die Einstellung von Rauschen über das Panel FARBE.

Fallstricke bei Druckprojekten

Das nicht immer alles reibungslos abläuft, liegt in der Natur der Sache. Für ein großes Buchprojekt war ich auf die Mitarbeit von zwei Sammlern angewiesen, die mich mit Fotos aus ihren Sammlungen unterstützen sollten. Hier ging es um ein Buch über einen bekannten Elektronik-Ingenieur. Dieser hatte in seiner Schaffenszeit eine Unmenge an Geräten entwickelt. Zu den einzelnen Exponaten waren in Fachzeitschriften genügend Informationen zu finden und so konnte ich aus diesen Texten für jedes Gerät eine Zusammenfassung schreiben.

Die Schwierigkeiten traten auf, als mir von den Sammlern zwar sehr viele Fotos geschickt wurden, mir aber die Titel der abgebildeten Geräte fehlten. Und wenn man hier nicht vom Fach ist, muss man immer wieder nachfragen, welches Exponat welchen Titel trägt. Dazu kommt, dass man dann auch noch den richtigen Text dazu finden muss. Problematisch wird es dann, wenn ein Gerät im Laufe der Jahre neu entwickelt wurde. Hier müssen dann auch die korrekten Texte zugeordnet werden.

In die Beschreibungen sollten am Schluss noch die Abmessungen der Geräte mit aufgenommen werden. All das muss man als Publisher koordinieren und alles unter einen Hut bringen. Wenn man hier ohne Erfahrungen auf diesem Gebiet keine Ordnung in das Chaos bringt, ist so ein Projekt zum Scheitern verurteilt. Dazu kam, dass für jedes Gerät mehrere Ansichten fotografiert wurden. Mit dem Buch-Layout muss man diesem Umstand Rechnung tragen.

Fotos mit Affinity Photo bearbeiten

Zugeschickt wurden mir über 800 Fotos im RAW-Format. Das war ein Vorteil, denn so konnte ich jedes einzelne Bild noch anpassen. Wer sich mit diesem Format nicht so auskennt, wird schnell die Vorteile und Möglichkeiten sehen. Öffnet man in Photo so ein Bild, werden automatisch einige PANELS geöffnet, in denen mit einigen Reglern Werte wie die Belichtung, der Weißpunkt, die Helligkeit, die Sättigung und vieles mehr eingestellt werden können. Selbst die Perspektive ist durch „Rotation“ an die Gegebenheiten anzupassen.

Versteht der Fotograf sein Handwerk, ist das Foto mit wenigen Schritten „optimiert“. Als Herausforderung kam bei diesem Projekt hinzu, dass alle Motive freigestellt werden mussten.

Das RAW-Format

Gut ausgestattete Digitalkameras speichern ein gemachtes Foto unkomprimiert und verlustfrei, sodass man sie mit der passenden Software bearbeiten kann. Beim Shooting gehen keinerlei Informationen verloren, die der Kamerasensor erfasst.

Die Projekt-Struktur

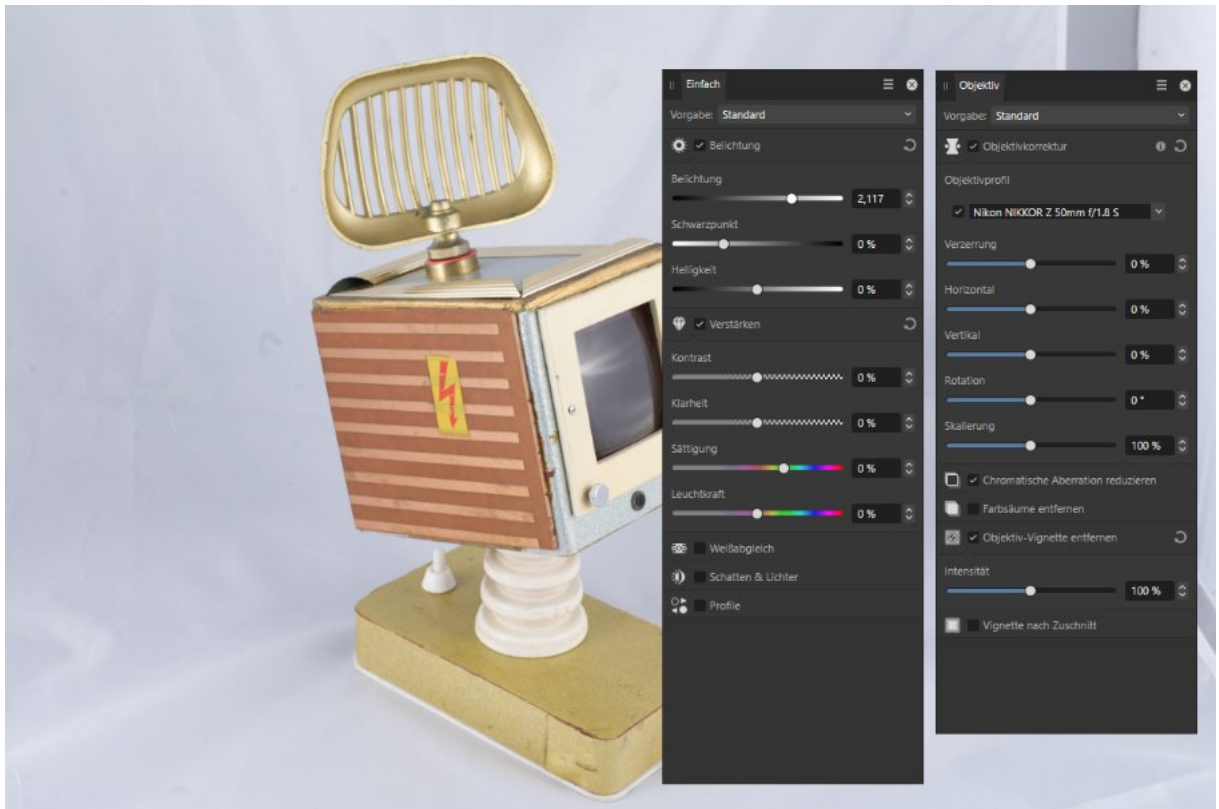
Bei den Unmengen an Fotos muss man genügend Festplattenspeicher reservieren, da ein einziges Bild schon mehrere MByte groß ist. Am besten legt man sich ein Verzeichnis nur für die Originale an und ein Verzeichnis für die fertigen Bilder. Sind, wie in diesem Fall gewünscht, die Motive freigestellt, also vom Hintergrund befreit, gilt es noch herauszufinden, wie groß jedes einzelne Bild im Publisher verarbeitet werden soll. Meist sind die Abmessungen der Fotos viel zu groß. Wie kann man nun die Texte den korrekten Abbildungen zuordnen? In diesem Fall wurde der erklärende Text mit allen Informationen geschrieben und darunter in Klammern der Dateiname gesetzt. Hier spielt die Korrespondenz mit den Sammlern eine wichtige Rolle, denn sie können genau sagen, welches Bild zu welchem Text gehört.

Screenshots

Bei Unklarheiten, die man mit den Sammlern ab-sprechen muss, hilft das passende Screenshot-Programm. Schnell sind alle nötigen Screens gemacht und per E-Mail können jetzt offene Fragen geklärt werden.

Die zeitliche Spanne

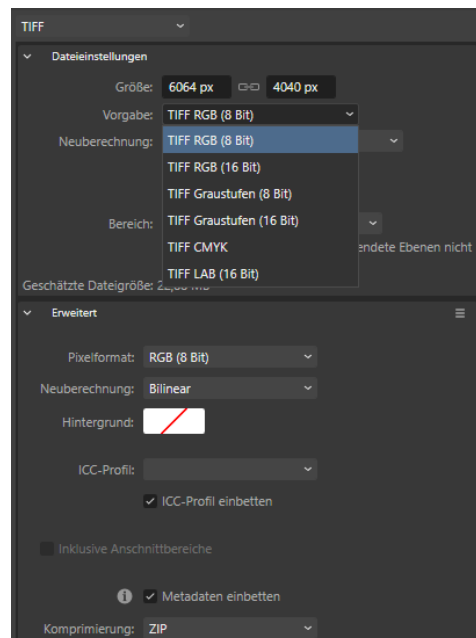
Beachten Sie bitte, dass Mitmenschen, die einem zuarbeiten, oft nicht vom Fach sind und einen völlig anderen Lebensrhythmus haben. Da ist Geduld gefragt und man muss schon mal mehrere Tage warten. Reine E-Mail-Korrespondenz sollten Sie vermeiden. Mit einem Telefonat können viele Unklarheiten im Vorfeld ausgeräumt werden und man versteht, wie der andere „tickt“.



Das richtige Bildformat

Hat man in Affinity Photo ein RAW-Foto geöffnet, können keine anderen Arbeiten an dem Bild vorgenommen werden. Man MUSS es zuerst anpassen und mit dem Button „Entwickeln“ oben in der Menüleiste zu einem normalen Bild umwandeln. Zu beachten ist auch, dass das Rohbild meist mit einer höheren Bit-Tiefe aufgenommen wurde, zum Beispiel 16 Bit.

Fotos mit dieser Bit-Tiefe müssen für ein Druckprojekt in 8 Bit umgewandelt werden, sonst werden viel zu große Dateien produziert. Dies erreicht man über den Export des Fotos. Hier empfehle ich das verlustfreie TIF-Format mit 8 Bit. Erst dann kann man sich an das „Freistellen“ heranwagen.



Speisekarten [V1+V2]

Früher nannte man das Gestalten einer Speisekarte in der Branche eine „Königsdisziplin“. 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 1.0 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 Speisekarte 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 Einzelseiten mit ARTBOARDS steuern. Werden Druckprodukte 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.

Kostenlose Vorlagen für Speisekarten

Professionelle Grafiker werden nie einen Auftrag mit einer vorhandenen Vorlage umsetzen. Wer für den Hausgebrauch etwas sucht kann sich einmal bei [Vecteezy](#) umschaun. Dort gibt es viele kostenlose und brauchbare Speisekarten.

Tischaufsteller – Kaffeebar [V1+V2]

Am Beispiel eines Tischaufstellers für eine Kaffee-Bar möchte ich hier einmal verdeutlichen, wie vielfältig man so eine Karte gestalten kann. Dabei ist dies ein dankbares Thema, denn man kann auf unzählige Bilder zurückgreifen. Geben Sie bei PIXABAY einmal das Suchwort „Kaffee“ oder „Kaffeebohne“ ein. Entscheidend sind natürlich die Wünsche des Auftraggebers. Im Idealfall sind passende Bilder vorhanden. Im Vorfeld klärt man ab, ob die Karte eine Vorder- und Rückseite haben soll, oder ob es ein gefalztes Exemplar sein soll.

Der obere Bereich

Im oberen Bereich des Aufstellers würde ich ein Bild einsetzen, das den Bezug zum Inhalt der Karte herstellt. Je nach Umfang des Angebotes fällt dieser Bereich manchmal etwas schmaler aus.

Die Schriften

Oft verbindet man mit dem Thema Kaffee etwas Nostalgisches, hier darf eine Schrift ruhig ein wenig verspielt daher kommen. Die Texte sollten groß genug und gut lesbar sein. Man denke hier auch an ältere Mitmenschen, was leider oft vernachlässigt wird. Auch hier liegen im besten Fall die Hausschriften des Auftraggebers vor. Wenn nicht, kann man ihm so etwas einmal vorschlagen. Bei vielen Vorlagen, die man zu diesem Metier im Internet findet, spielt der Faktor „Retro“ eine große Rolle.

Die Farben

Arbeiten Sie bei diesem Thema mit Braun-, Orange- und Rottönen und mit farblichen Abstufungen (Deckkraft) dieser Farben. Sie können auch Weiß und Schwarz verwenden.

Grafische Elemente

Alleine mit den Bordmitteln des Publishers lassen sich kleinere und größere grafische Elemente realisieren. Dafür muss man nicht in den Designer wechseln. Mit dem Werkzeug ZEICHENSTIFT lassen sich auf einfache Weise unsymmetrische Grafiken erstellen, wie im oberen Bereich der zweiten Karte zu sehen ist.



It's your
Kaffee
Time

Espresso	€ 3.00
Cappuccino	€ 3.00
Doppelter Espresso	€ 3.50
Latte Macchiato	€ 4.20
Kaffee schwarz	€ 4.50
Schoko Macchiato	€ 5.25
Kakao	€ 3.60
Heiße Schokolade	€ 4.20
Schwarzer Tee	€ 3.80
Grüner Tee	€ 3.80

YourKaffee.de



DIE
Kaffee
Bar

Espresso	€ 3.00
Cappuccino	€ 3.00
Doppelter Espresso	€ 3.50
Latte Macchiato	€ 4.20
Kaffee schwarz	€ 4.50
Schoko Macchiato	€ 5.25
Kakao	€ 3.60
Heiße Schokolade	€ 4.20
Schwarzer Tee	€ 3.80
Grüner Tee	€ 3.80

YourKaffee.de

Informationen zum Update V2.1

Im Affinity Forum wurden einige Neuerungen für die Affinity Suite Version 2.1 veröffentlicht, die die Programme selbst und eine große Menge an Fehlerbehebungen betreffen. Geplant ist wohl auch eine Aktualisierung der Hilfe. Alles in allem finden wir in dieser neuen Version keine bahnbrechenden Neuerungen. Ich persönlich freue mich über die Querverweise im Publisher. Wer im Affinity Forum den Ausführungen der Anwender regelmäßig folgt, wird sicherlich festgestellt haben, dass doch sehr viele Anwender eine Vielzahl von Fehlern gemeldet haben. Wenn diese Fehler durch die neue Version minimiert wurden, ist das Update sicherlich ein Erfolg.

Querverweise im Publisher: Das wird wohl viele Anwender freuen, die in einem Text auf andere Textstellen verweisen möchten. Viele hatten gehofft, dass Verweise schon mit der Einführung der NOTEN mit aufgenommen werden. Nun kommen sie nun doch etwas später. Laut Angabe wird man die Verweise im Menü TEXT-QUERVERWEISE finden oder mit einem Mouse-Rechtsklick in einem Text selbst. In einem Bedienfeld kann man dann zuerst das Ziel auswählen. Das kann ein Anker oder Textabsatz sein. In weiteren Einstellungen legt man dann fest, wie ein Querverweis angezeigt wird. Dazu soll es wohl auch ein PANEL geben, in dem die Verweise alle aufgelistet werden. Zu finden im Menü FENSTER-REFERENZEN-QUERVERWEISE.

Analyse-Tools: In den Programmen wurden wohl auch einige Analysen „versteckt“, mit deren Hilfe man anonym Stabilitätsprobleme an die Programmierer weitergeben kann. Das ist hilfreich, wenn ein Programm Fehler produziert.

Auswahl im Werkzeug Verschieben: So wie ich das verstanden habe, gibt es diese Möglichkeit in Affinity Photo schon und wurde jetzt auch in die beiden anderen APPS implementiert. Hier wird ein Objekt automatisch ausgewählt, wenn man darauf klickt. Über ein Drop-Down-Menü kann man das abschalten, wenn es nicht gewünscht ist.

Ebenen kopieren und erweitern: Hat man im Panel EBENEN eine oder mehrere Ebenen ausgewählt, kann man diese nun mit der ALT-Taste unter Windows oder der Wahl taste beim MAC duplizieren. Zusätzlich kann man jetzt verschachtelte Ebenen erweitern oder reduzieren. So schafft man eine bessere Übersicht im Panel EBENEN. Im Ebenenmenü findet man jetzt auch die Möglichkeit, eine Ebene umzubenennen, hier ist auch die Vergabe eines Shortcuts (Tastenkombination) möglich.

Das Werkzeug Zuschneiden: Hier wurden einige Verbesserungen vorgenommen, die den Umgang mit dem Werkzeug erleichtern. Allerdings ist hier noch nicht ersichtlich, ob das für alle APPS gilt. Ich denke aber schon.

Das Panel PINSEL: Hier wurden einige Verbesserungen vorgenommen. So kann man sich jetzt den Pinselnamen anzeigen lassen und der aktuelle Pinsel wird hervorgehoben, auch dann, wenn man die Einstellungen des Pinsels modifiziert hat. So findet man ihn auch wieder.

Raster-Perspektive im Designer: In die Pixel-Persona des Designers hat man nun die Perspektiv- und Warp-Live-Filter von Affinity Photo mit aufgenommen. Aufgerufen werden die Einstellungen dazu über das Ebenenmenü.

Alle Dokumente schließen: Im Datei-Menü findet man jetzt einen Menüpunkt, um alle offenen Dokumente gleichzeitig zu schließen. Unter Windows wird hier die Tastenkombination ALT+STRG+W eingerichtet.

Neuordnen im Panel ASSETS: Unterkategorien lassen sich jetzt per Drag & Drop neu anordnen. Zusätzlich wurde das lästige Verhalten aller Unterkategorien behoben, die jedes Mal erweitert werden, wenn man etwas neu anordnet.

Das Messwerkzeug: Bisher nur im Designer vorhanden, wurde das Messwerkzeug jetzt auch in den Publisher und in Photo implementiert.

Richtig scannen [V1+V2]

Schaut man sich im Internet nach Ratgebern für korrektes Vorlagen-Scannen um, bekommt man diverse Tipps und Ratschläge. Jemand, der sich nur mit dem Internet auskennt, wird andere Antworten liefern als derjenige, der in der Druckvorstufe einer Druckerei zu Hause ist. Da werden einem Zahlen „um die Ohren gehauen“, deren Angaben einen Neuling nur verwirren und die manchmal schlichtweg falsch sind.

Die Hardware und Software

Bei der Hardware möchte ich keine Empfehlung geben, denn auf dem Markt tummeln sich viele verschiedene Hersteller. Bei mir tut seit Jahren der Epson Perfection V39 über eine Twain-Schnittstelle seinen Dienst und das auf hervorragende Art und Weise. Aber bei der Software zur Nutzung eines Scanners habe ich eine klare Einstellung. Nutzen Sie die mitgelieferte Software NICHT! Zu oft ist die Software veraltet und neue Treiber werden auch nicht angeboten.

VueScan von Hamrick

Für das Scannen von Dokumenten, Fotos und Dias kann ich jedem die [Software VueScan](#) ans Herz legen. Hier gibt es mehrere Editionen. Die Basis-Version für knapp € 25,00 kann ich nicht empfehlen, da sie einfach zu wenig bietet. Mit der Standard-Edition für knapp € 50,00 ist man schon recht gut aufgestellt und sie reicht auch für den professionellen Einsatz aus. Das Geld sollte man investieren, wenn man seinen Scanner öfters nutzt.

Gescannte Vorlagen lassen sich in den gängigsten Formaten abspeichern, Flachbettscanner werden unterstützt, sogar die Aktivierung des Dokumenteneinzugs bei einem Mehrzweckdrucker (mit Scan-Funktion) ist möglich. Die Software gibt es auf Deutsch und in regelmäßigen Abständen kommen neue Updates dazu. Scan-Vorgaben können abgespeichert und wieder hinzugeladen werden. Das spart Zeit für Projekte, die über mehrere Tage laufen. Natürlich lässt sich vorab ein Vorschau-Scan machen, dieser kann auch gespeichert werden. Vor dem Scannen kann man verschiedene Einstellungen wie „Entrastern“, „Schärfen“ oder „Glätten“ vornehmen, wobei ich Letzteres nicht empfehlen kann.

Das Batch-Scannen (Mehrere Dokumente gleichzeitig) ist genauso möglich, wie das Scannen in anzugebende Ordner. Beim Mehrfach-Scan wird jedem folgenden Dokument eine aufsteigende Nummer im Dateinamen zugeordnet. Wer Filme oder Dias scannen möchte, oder das RAW-Format, muss auf die Professional-Edition für etwa € 100,00 umsteigen. Mit dieser Software lassen sich viel feinere Einstellungen vornehmen, als mit den herkömmlich gelieferten Scanner-Programmen.

Dots per Inch (dpi)

DPI bedeutet „Dots per Inch – Punkte pro Inch (2,54 cm)“. Ein Inch beträgt 2,54 cm. Stellen Sie sich ein Quadrat vor, mit einer Kantenlänge von 2,54 cm. Bei einem Wert von 300 dpi liegen in diesem Quadrat 300 druckbare Punkte, bei einem Wert von 150 dpi liegen in diesem Quadrat nur 150 druckbare Punkte. Dabei gilt der Wert dpi = 300 als optimal für den Druck in einer Druckerei. Je weniger Punkte auf 2,54 cm gedruckt werden, umso schlechter ist die Druckqualität.

Die passende Auflösung beim Scannen

Hier findet man im Internet viele Ratschläge, besonders für zu scannende Dokumente, die man im Internet anbieten möchte. Da ist die Rede von 75 bis 100 dpi und das dies ausreichen würde. Nein, tut es nicht. Wenn Sie Fotos oder Dokumente für Online-Anwendungen scannen müssen, verwenden Sie IMMER mindestens 300 dpi. So haben Sie im Nachhinein noch die Möglichkeit, Anpassungen vorzunehmen und das ohne Verluste bei der Bildqualität.

Scannen Sie Vorlagen für eine Texterkennung immer mit 300 dpi – das gilt auch für Fotos, die man für gedruckte Dokumente nutzen möchte. Als Faustregel gilt – 300 dpi. Wenn man originale Dokumente in einer vergrößerten Qualität benötigt, sollte man diese mit mindestens 600 dpi scannen. Das trifft zum Beispiel dann zu, wenn man ein Din-A5-Papier auf die Größe von Din A4 vergrößern möchte. Möchte man später eingescannte Fotos für das Internet aufbereiten, kann man sie auf 96 dpi (Bildschirmqualität) herunterrechnen.

Farbe, Schwarz/Weiß oder Graustufen.

Auch hier ist die Einstellung eigentlich ganz einfach.

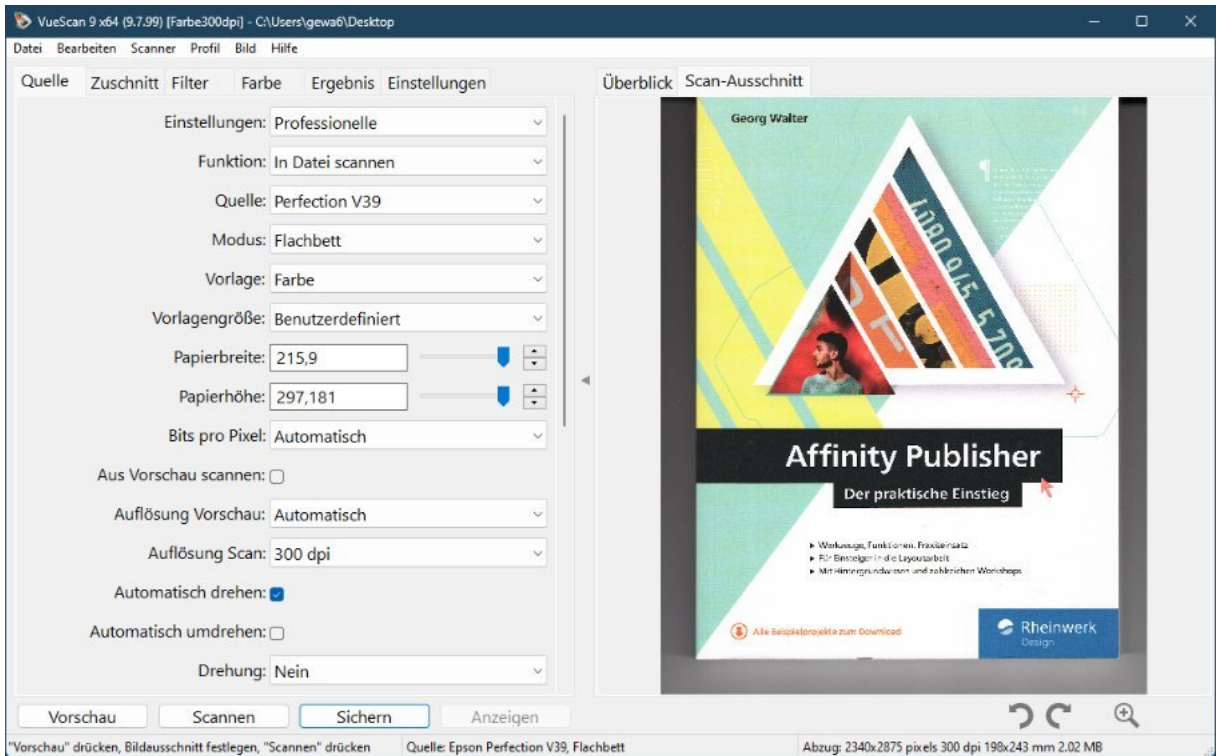


Abbildung: Screenshot der Software „VueScan“ von der Firma Hamrick

Scannen Sie farbige Vorlagen in Farbe, Graustufen-Bilder in Graustufen und Dokumente in Schwarz/Weiß mit dieser Einstellung.

Das Durchscheinen beim Scannen vermeiden

Es ist immer ärgerlich, wenn man eine Vorlage einscannet und die Rückseite der Vorlage scheint durch. Das sieht man meistens bei dünnen Vorlagen, wie Zeitungen. Hier hilft zwar ein dickes schwarzes Blatt Papier, das man vor dem Scannen auf die Vorlage legt. Dadurch wird das Scan-Ergebnis aber dunkler. Hier hilft eine Nachbearbeitung in einem Grafikprogramm. Das Zauberwort heißt „Tonwertkorrektur“. In Affinity Photo finden Sie die Einstellungen über „Anpassungen“ ganz unten im Panel EBENEN, das 3. Symbol von links mit dem weißen

Halbkreis. Bei Photoshop Elements mit der Tastenkombination **STRG+L**. Hier kann man mit den Reglern für die „Weißstufe“ das „Durchscheinen“ minimieren. Probieren Sie es einmal aus. (siehe nächste Seite)

Das richtige Dateiformat

Wenn man nur reine PDF-Dokumente benötigt, kann man die Ausgabe nach dem Scannen auch so einstellen. Sollte man aber feststellen, dass die Vorlage unsauber ist, empfiehlt sich ein Grafik-Format zur Nachbearbeitung. Empfehlen kann man hier das TIF-Format, da es gegenüber dem JPG-Format verlustfrei speichert. Generell ist das TIF-Format als erste Wahl zu empfehlen. PDF-Scans sollte man im Format PDF/A speichern, da es als sicherer Standard gilt.

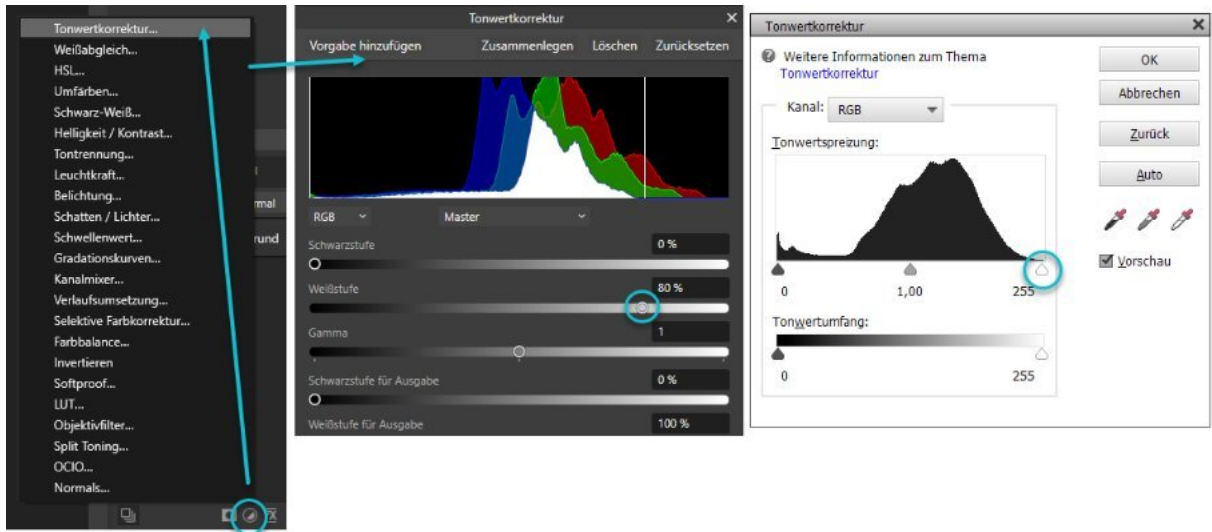


Abbildung: Tonwertkorrektur bei Affinity Photo und bei Photoshop Elements

Thumbnailbilder anlegen [V1+V2]

Kleine Vorschaubilder sind ideal, wenn man im Publisher einen Katalog abbilden möchte. Man kann die Datenzusammenführung dazu nutzen, allerdings ist das mit einem gewissen Aufwand verbunden. Einfacher geht dies mit einer Datei, die man sich in der Größe des Katalogbildes anlegt. Erstellen Sie eine neue Datei im Affinity Publisher, zum Beispiel mit dem gewünschten Maß 50 x 50 mm. So groß sollen die Katalogbilder werden. Bei den Einstellungen zur Datei benötigen wir nur eine einzige Seite und setzen alle Ränder auf NULL. Auf der Masterseite legen Sie nun einen „rechteckigen Bilderrahmen“ an. Vergeben Sie diesem Rahmen die Eigenschaft „Minimal passend skalieren“. Gehen Sie auf Seite 1 und markieren Sie den Bilderrahmen. Nun wählt man das Werkzeug „Bild platzieren“ und wählt auf der Festplatte alle gewünschten Bilder aus. Im Publisher wird am linken Rand nun eine Liste mit allen ausgewählten Bildern angezeigt. Markieren Sie alle Fotos und klicken Sie ERST DANN in den Bilderrahmen. Der Publisher legt jetzt für jedes Foto eine eigene Seite an. Nun kann man über den Export alle einzelnen Seiten als Bilddatei speichern, wobei dem Dateinamen eine aufsteigende Nummer zugeordnet wird.

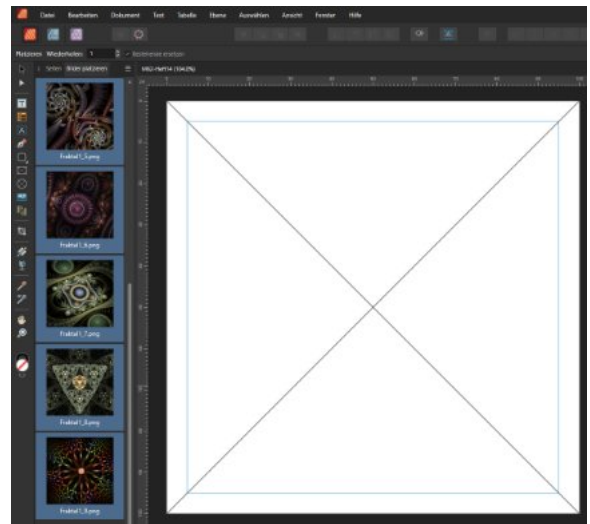


Abbildung: Das Einfügen mehrerer Fotos für eine Sammlung mehrerer Thumbnail-Bilder.

Gestaltung mit Slab Serif Schriften

Slab Serif Schriften

Hier möchte ich Ihnen eine besondere Schriftart vorstellen, mit der man gestalterisch sehr gut agieren kann. Es handelt sich um eine Spielart der Antiqua, auch Serifenschriften. Diese Schriften werden auch als Egyptienne oder Linear-Antiqua bezeichnet. Gegenüber anderen Schriftengruppen ist der Kontrast in den Strichstärken geringer und die Serifen kommen meist sehr kräftig, vielfach fast rechteckig daher.

Anfang des 19. Jahrhunderts wurde diese Schriftart entwickelt, man suchte wohl neue aussagekräftige Werbeschriften. Die Schrift hat bis heute ihre Faszination nicht verloren und wird gerne für eine zeitgemäße Gestaltung eingesetzt. Bei dem Schriftanbieter [Linotype](#) findet man Schriften mit den klangvollen Namen Xenois Slab (2013 entworfen von Erik Faulhaber), Kairos (2015 entworfen von Terrance Weinzierl), Quitador (2014 entworfen von Arne Freytag), Museo Slab (entworfen von Jos Buivenga) oder Generis Slab (2006 entworfen von Erik Faulhaber).

In Kombination mit den feineren Sans Serif-Schriften ergeben sich bei der Gestaltung viele neue Möglichkeiten. Eine sehr gute und kostenlose Variante mit vielen Schriftschnitten ist die Zilla Slab. Der Schriftzug oben auf der Seite wurde mit dieser Schrift und den verschiedenen Schnitten gestaltet. Hier markiert man einzelne Buchstaben und passt den Schriftschnitt an.

Zilla Slab Light

Zilla Slab Light Italic

Zilla Slab Medium

Zilla Slab Medium Italic

Zilla Slab SemiBold

Zilla Slab SemiBold Italic

Zilla Slab Bold

Zilla Slab Bold Italic

→ [Download Zilla Slab](#)

BioRhyme Light

BioRhyme Regular

BioRhyme Bold

BioRhyme ExtraBold

→ [Download BioRhyme](#)



Heft-Bundle
4 Hefte zum Sparpreis
€ 14,80

Gebaltes Wissen

Im Bundle biete ich Ihnen immer 4 Hefte mit insgesamt 96 Seiten in einer PDF-Datei an. Die Themen sind grundlegend für die Publisher Versionen 1 und 2 geeignet. Neue Funktionen beschränken sich auf Version 2 und höher.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

15

Inhalt des Heftes

Korrekte Druckdaten

Color-Management

Zeichenprogramme

Grafiktablets

15 2023



IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von 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.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser

In dieser Ausgabe des Heftes geht es schwerpunktmäßig um den Umgang mit Farbe. Lange habe ich das Thema vor mir hergeschoben, da es zu trocken und zu technisch ist. Das Zauberwort heißt Color-Management und ich habe in meinen Ausführungen versucht, Sachverhalte einfach zu erklären. Wer mit den Affinity APPS arbeitet, muss sich mit diesem Thema auseinandersetzen, denn sonst darf man sich nicht wundern, dass Druckergebnisse nicht den eigenen Wünschen entsprechen, oder noch schlimmer, denen der Kunden. Zumal das bei fehlerhaften Daten schnell sehr teuer werden kann. Bei den heutigen Papier- und Druckpreisen sind Nachdrucke unbedingt zu vermeiden.

Dann habe ich im Internet ein richtig gutes Projekt gefunden und dieses im Artikel „Gamutmap“ beschrieben. Ein echter Mehrwert für Grafiker, die eine Lösung für gleichzeitige Farbtreue im Digital- und Printbereich brauchen. Immer mehr Kunden wünschen sich auf ihrer Website und in ihren Druckprodukten eine dem Corporate Design geschuldete Farbgenauigkeit.

Mit dem Artikel über Zeichenprogramme und Grafiktablets komme ich den Wünschen einiger Leser nach, die mehr mit den Affinity-Programmen machen möchten. Schwerpunkt sind hier kostenlose oder kostengünstige Zeichenprogramme sowie erschwingliche Grafiktablets.

Ich hätte gerne auch über das neue Affinity-Update v2.1 berichtet. Leider lässt sich die Firma Serif damit Zeit. Hier wären sicherlich Informationen über die neue Funktion der „Verweise“ sehr wertvoll gewesen, man hat diese Funktion aber wegen ihrer Komplexität auf ein späteres Update verschoben. Sehr bedauerlich!

**Nun darf ich Ihnen wieder viel Freude
beim Lesen und Ausprobieren wünschen!**

PNG – Transparenzen: Aus Schaden wird man klug

In den Affinity-Gruppen bei Facebook habe ich über ein Phänomen im Druck eines Buches berichtet, das ich mir nicht erklären konnte. Eine Grafik, freigestellt als PNG-Datei sollte mit einem Schatten auf einem grauen Hintergrund gedruckt werden. Der graue Hintergrund sollte die ganze Seite bedecken. Im fertig gedruckten Buch war die Buchseite dann aber weiß und nicht grau.

Dafür lag die freigestellte Grafik auf einem grauen Kasten. Den grauen Hintergrund hatte ich mit dem Rechteck-Werkzeug auf der Seite platziert. Im Buch gab es aber auch graue Seiten, die ich über eine Masterseite gesteuert hatte – diese Seiten wurden korrekt in Grau gedruckt. Bis heute ist nicht eindeutig geklärt, woran es gelegen hat. Ich vermute, dass beim Umrechnen der PDF-Druckdatei an der Druckmaschine ein Fehler passiert ist, denn bei früheren gleichen Gegebenheiten wurde immer korrekt gedruckt.

Nun könnte man ja sagen, dass man für Druckprodukte keine PNG-Dateien verwenden sollte, weil PNG ein RGB-Format ist. Ich würde hier zustimmen, nur weiß ich aus eigener Erfahrung, ich habe lange Zeit selbst an Druckmaschinen gedruckt, dass im Digitaldruck überhaupt keine Probleme mit transparenten PNG-Dateien entstehen, wenn man weiß, wie es geht. Um diese Problematik für die Zukunft zu vermeiden, kann man auf das EPS-Format ausweichen oder man wandelt die Bilder um.

Rechts in der Abbildung sieht man oben den Zustand, wie es sein sollte. Unten angedeutet liegt die Grafik auf einem grauen Kasten, die gesamte Buchseite war weiß.



Reinzeichnen – Druckvorstufe

Es gibt eine Berufsbezeichnung mit dem Namen „Reinzeichner“. Meist sind dies Menschen mit einer Ausbildung zum Mediengestalter Digital und Print oder Gestaltung und Technik. Sie haben die Aufgabe, Entwürfe von Grafikern oder Art Direktoren zu optimieren, sowohl im Online- als auch im Printbereich. Im Druckbereich sprechen wir hier von der „Druckvorstufe“. Zu den Aufgaben gehört die Datenaufbereitung, eventuelle Scan-Arbeiten, die Bildbearbeitung und Retusche, das

Farb-Management, das Layout und der Seitenaufbau sowie das Ausschneiden, also das korrekte Anordnen von einzelnen Druckseiten in einer Druckform zu mehreren „Nutzen“. Als Laie kann man sich das Ausschneiden für den Offsetdruck so vorstellen, dass auf einem großen Druckbogen mehrere Nutzen angelegt werden. Dabei kann es sich um Daten nur eines Kunden handeln oder die Daten mehrerer Kunden, die dann beim Schneiden passend getrennt werden.

Color Management – Der Umgang mit Farben



Jahrelang hatte ich mit dem Thema Farb-Management an Druckmaschinen zu tun, besonders im Digitaldruck. Oft genug wollte ich in meinen Magazinen über dieses Thema schreiben, aber es war mir bisher einfach zu theoretisch, zu trocken. Dazu kommt, dass sich in den letzten Jahren sicherlich einiges zu Farbverwaltung in den Unternehmen getan hat. Anfang der 2000er Jahre standen wir an unseren Druckmaschinen und plagten uns mit einheitlichen Standards bezüglich einer eindeutigen Farbgebung im Digitaldruck herum.

Ich kann hier auch nur über meine Erfahrungen bei digitalen Druckmaschinen berichten, aber schon das ist eine Wissenschaft für sich. Das Drucken von Kundenaufträgen gestaltete sich dabei nicht immer einfach, denn die Kunden lieferten uns teilweise „unterirdische“ Daten an. Das alles kann man einfach nicht unter einen Hut bekommen. Und dann kam ein Vorgesetzter eines Tages auf die Idee, ein Farbprofil zu entwickeln, das eine gleichbleibende Farbgebung auf digitalen- und Offset-Druckmaschinen gewährleisten sollte. Hier kann ich

eines schon vorwegnehmen – es war monatelang einfach nicht umsetzbar. Dazu sind die Drucktechniken einfach zu verschieden. Wir haben für dieses Unterfangen sogar an einem zweitägigen Color-Management-Kurs teilgenommen. Diese Kurse sind hilfreich, da man viel lernen kann und ohne das vermittelte Wissen in der Praxis keine Ergebnisse erzielen wird.

Wie aber soll ein Laie, jemand der mit dieser Thematik eigentlich nichts zu tun hat, damit umgehen? Mein Eindruck ist, dass viele Druckereien bis heute nicht in der Lage sind, ihren Kunden verständlich zu erläutern, welche Daten benötigt werden und was der Anwender beachten muss. Viele Mitarbeiter in der Druckvorstufe, die die Daten handhaben, kennen die Drucktechniken der Maschinen nicht, können in dieser Hinsicht nicht beraten. Das äußert sich zum Beispiel in der Tatsache, dass Kunden für ihre Druckprodukte absolute eindeutige Farben benötigen, aber mehrmals zu einem Andruck gebeten werden müssen, weil die Ergebnisse nicht stimmen.

Bevor ich hier etwas mehr in die Theorie abschweife, darf ich auf einen Tatbestand hinweisen, den weder der Kunde noch der Mitarbeiter in der Druckvorstufe beeinflussen kann. Bei noch so ausgefeiltem Farb-Management ist die Sauberkeit der Druckmaschinen und der einzelnen Komponenten in den Maschinen das

A und O. Wenn eine Belichtungseinheit (Digitaldruck – PIP – Photo Imaging Plate) nicht sauber ist, gelingt beim besten Willen kein ordentliches Druckergebnis. Hier wird also klar, dass ein ordentliches Druckergebnis von vielen Faktoren abhängt.



Farbräume – Definitionen

CMYK: Wenn man Publikationen mit Bildern in einer Druckerei drucken lassen möchte, sollten alle Fotos vorab in den Farbraum CMYK umgewandelt werden. Hier bedeutet CMY Cyan, Magenta und Yellow. K bedeutet „Keyfarbe“ und wird dazu verwendet, ein satteres Schwarz zu erzeugen. Es handelt sich um ein subtraktives Farbsystem.

Pantone: Pantone bezeichnet ein Matching-System, PMS genannt und kommt aus Amerika. Jeder Farbe wird ein Code zugeordnet, der eindeutig ist und ohne Farbmuster reproduziert werden kann. Dieses System erleichtert die Farbfindung bei Druckprodukten und erweitert den CMYK-Farbraum.

Adobe RGB: Dieser Farbraum bildet mehr Farben ab als der sRGB Farbraum. Wenn nicht anders machbar, kann man Fotos mit diesem Farbraum zur Not für Drucksachen verwenden. Da Druckereien RGB-Farbräume eh über Profile in das Format CMYK umwandeln, erzielt man mit Adobe RGB noch die besten Ergebnisse. Hier bedeutet RGB, Rot, Grün und Blau.

sRGB: Dieser Farbraum, auch Standard RGB genannt, eignet sich für Bilder, die im Internet und für Bildschirmpräsentationen eingesetzt werden. Der Farbumfang ist kleiner als bei Adobe RGB. Hier bedeutet RGB, Rot, Grün und Blau. Es handelt sich um ein additives Farbsystem. Erstmals veröffentlicht im Jahr 1996 von Microsoft und Hewlett Packard.

Additives Farbsystem: Hier wird Licht verschiedener Wellenlängen, also Farben, überlagert, addiert. Die Überlagerung ergibt eine neue Farbe. Aus den Primärfarben Rot, Grün und Blau können alle anderen Farben gemischt werden.

Subtraktives Farbsystem: Hier werden Teile des Lichts ausgeblendet oder absorbiert und so vom tatsächlich vorhandenen Licht subtrahiert. Das restliche Licht bildet bei Überlagerung eine Mischfarbe, die aus Primärfarben der subtraktiven Farbmischung Gelb, Magenta und Cyan gemischt wird.

Affinity Suite – Einstellungen



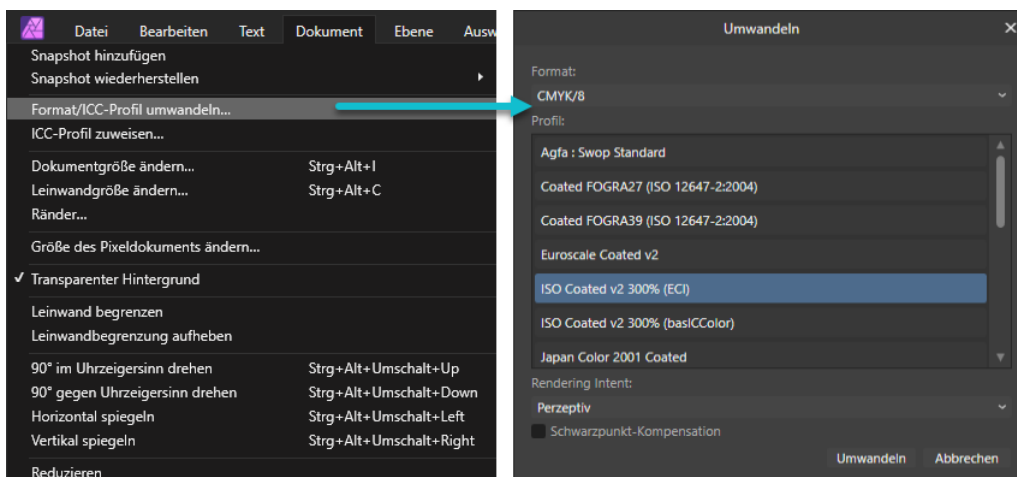
Es ist äußerst wichtig, im Vorfeld beim Anlegen eines neuen Dokuments, keine Fehler zu machen. Dies gilt für alle drei Affinity-Programme. Über die Programmeinstellungen kann man sich hier von Anfang an Ärger ersparen. Über EINSTELLUNGEN FARBE gibt man für alle Gegebenheiten die richtigen Profile an. Für CMYK,

also den Farbraum für Druckprodukte, wählt man ein Profil aus, mit dem auch die Druckerei druckt. Sprechen Sie mit den Leuten, meist liegt das richtige Profil als Download bereit. Unter Windows laden Sie sich das Profil herunter, mit einem rechten Mouse-Klick installieren Sie es für alle relevanten Anwendungen.

CMYK und Affinity Photo

Affinity Photo kann im Gegensatz zu Adobe Photoshop Elements auch CMYK – Bilder bearbeiten. Wenn man in PHOTO ein RGB-Bild öffnet, wird einem das Format oben links in der Leiste angezeigt. Möchte man das Foto in das Format CMYK umwandeln, geht man wie folgt vor. Öffnen Sie ein RGB-Bild und wählen Sie im Menü DOKUMENT den Menüpunkt FORMAT/ICC PROFIL

UMWANDELN. Es öffnet sich ein Dialogfeld, in dem man oben das Format und darunter das passende Profil auswählen kann. Als Profil wählt man hier im Idealfall dasjenige aus, dass einem die Druckerei vorgibt. ISO Coated V2 300% kommt oft in Druckereien zum Einsatz. Meist kann man sich dieses Profil von der Website des Anbieters herunterladen.



Einstellungen im Publisher für das optimale Druckergebnis

1. Legen Sie bei einem neuen Dokument im Affinity Publisher das Farbformat CMYK an.
2. Wählen Sie das richtige Farbprofil, meist schon von der Druckerei vorgegeben.
3. Eine gute Druckerei bietet das korrekte Farbprofil zum Download an.
4. Je nach Bedruckstoff werden unterschiedliche Farbprofile verwendet. Die Druckerei fragen.
5. Wählen Sie für Textinhalte reines Schwarz (K=100%), kein CMY!
6. Legen Sie nach Vorgabe der Druckerei einen Beschnitttrand an. Meist sind dies 2-3 mm.
7. Wählen Sie beim PDF-Export die Einstellung „Druckerei-fertig“.
8. Es sollten Häkchen gesetzt sein bei Anschnitt, Schmuckfarben übernehmen, Schwarz überdrucken.
9. Lassen Sie bei der Druckerei einen Datencheck machen. Hier werden Fehler aufgedeckt.

Farbverbindlichkeiten & Bedruckstoffe

Wenn man am Bildschirm mit Hilfe von Programmen wie dem Affinity Publisher oder dem Affinity Designer eine Publikation für den Druck gestaltet, muss man wissen, dass die Farben am Bildschirm nie eins zu eins im Druck wiedergegeben werden können. An einem Bildschirm werden Farben lichtbasiert aus Rot, Grün und Blau gemischt. Bei RGB werden die Werte von null bis 255 für jede Farbe vergeben. So ergibt sich aus einer Farbmischung von Rot=255, Grün=255 und Blau=255 die Farbe Weiß.

Im Druckbereich unterscheidet man meist zwischen Offset- und Digitaldruck. Zum Einsatz kommen die Farben Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz, wobei man verstehen muss, dass die Farbe Schwarz als „Key-Farbe“ hinzugenommen werden kann, um ein sattes Schwarz zu bekommen. Mit den drei anderen Farben lässt sich KEIN reines Schwarz mischen. Der CMYK-Farbraum ist kleiner als der aus RGB, somit können weniger Farben gemischt werden.

Der Bedruckstoff, ein entscheidendes Kriterium

Die Qualität eines Druckes hängt auch vom verwendeten Papier ab. Papiere besitzen eine eigene Grundfarbigkeit. So ist weiß nicht gleich weiß. Ein Druck wirkt auf einem matten Papier anders, als auf einem Glanzpapier (Glossy). Zudem unterscheidet man zwischen gestrichenen („coated“) und ungestrichenen Papieren. Naturpapiere sind meist „ungestrichen“, auch als „uncoated“ bezeichnet, die Oberfläche ist offen.

Papier ist nach der Herstellung immer erst ungestrichen (uncoated). Gestrichenes Papier (coated) wird nach der Herstellung noch behandelt, mit einem sogenannten „Strich“ veredelt. Hier wird eine Streichfarbe als Binde-mittelauftrag verwendet, die Oberfläche des Papiers wird geschlossen, das Papier ist dann glatter, stabiler und wirkt weißer. Für beide unterschiedlichen Papier-sorten werden auch verschiedene Farbprofile benutzt.



Schwarz ist nicht gleich Schwarz

Immer wieder ein Thema ist der Umgang mit SCHWARZ in Druckprodukten. Darüber sind ganze Aufsätze geschrieben worden. Man kann es sich einfach machen und zwei unterschiedliche Herangehensweisen präferieren. Wie behandelt man grafische Elemente und wie wird Text optimal dargestellt.

Grafische Elemente mit Tiefschwarz





Weißt man einem grafischen Element den Farbton SCHWARZ nur mit einer Key-Farbe zu, bekommt man ein mattes und eher farbloses Schwarz. Mischt man das Schwarz nur aus den drei anderen Farben Cyan, Magenta und Yellow, bekommt man ein eher schmutziges und halbherziges Schwarz. Hier hilft das Anlegen von „Tiefschwarz“, manchmal auch „buntes Schwarz“ genannt. Dies gilt aber nur für grafische Elemente, nicht für reinen Text. Dazu später mehr. Um ein optimales Schwarz mit CMYK zu erreichen, muss man aus allen vier Farben das richtige Mischungsverhältnis finden. Mit den Werten Cyan=40, Magenta=20, Yellow=20 und K=100 bekommt man ein sattes und neutrales Tiefschwarz. Benötigt man ein eher „kaltes“ Schwarz, verringert man den Anteil von Magenta und Yellow. Cyan=30,

Magenta=0, Yellow=0 und K=100. Wünscht man ein warmes Schwarz, erhöht man die Werte für Magenta und Yellow. Cyan=0, Magenta=50, Yellow=20 und K=100. Was viele nicht wissen. Sind schwarze Flächen in einem Druckprodukt mit den Farben Cyan, Magenta und Yellow angelegt worden, kann man durch leichte Veränderung der Werte an der Druckmaschine das Ergebnis noch beeinflussen. Man sollte natürlich wissen, dass sich das auf das ganze Dokument auswirkt. Hilfreich wäre diese Maßnahme zum Beispiel bei einem Andruck-Termin vor Ort, wenn man noch Feinheiten im Druck herausarbeiten möchte.





Farbauftrag und Farbtrocknung

Man könnte theoretisch ein tiefes Schwarz mit allen Farben (Cyan=100, Magenta=100, Yellow=100 und K=100) erzeugen. Dann hätte man einen Farbauftrag von 400%. Das führt allerdings zu großen Problemen bei der Farbtrocknung. Ist die Farbe nicht vollständig getrocknet, hinterlässt sie Verschmutzungen oder Fehlstellen auf anderen Druckbogen. Abhängig vom verwendeten Papier ist im Offsetdruck ein Farbauftrag von 350%, im Digitaldruck ein Farbauftrag von 330%

Tiefschwarz verwenden für

-  Große schwarze Flächen
-  Große Schriften
-  Große Grafiken
-  Schwarz bei Negativschriften
(weißer Text auf schwarzem Hintergrund)

Tiefschwarz nicht verwenden für

-  Kleine Grafiken im Offsetdruck
-  Normaler Fließtext
(schwarzer Text auf weißem Hintergrund)
-  Feine Linien
-  Layouts, die anfällig sind
für Passergenauigkeit

Tiefschwarz: Aus allen Farben zusammengesetztes Schwarz

möglich. Allerdings wird der Farbauftrag durch das eingesetzte Farbprofil der Druckdatei gesteuert. Bei eiligen Aufträgen muss man dies berücksichtigen.

Das richtige Schwarz für Text

Für reinen Text verwendet man ausschließlich die Keyfarbe K=100%. Das nennt man auch „unbuntes Schwarz“ da die drei anderen Farben nicht vorkommen. Die Farben Cyan, Magenta und Yellow haben bei reinem Text nichts verloren, denn hier könnten Farbabweichungen und Farbstiche entstehen. Während des Druckprozesses werden Farben genau übereinander gedruckt. Das ist der Idealfall. Hat man reinen Text mit mehreren Farben angelegt und im Druck werden die Farben nicht genau übereinander gedruckt, das kommt manchmal vor, wird der Text nicht mehr ordentlich gedruckt. Das wäre eine Katastrophe und führt unweigerlich zu Reklamationen und teuren Nachdrucken. Schon alleine aus diesem Grund sollte man seitens der Druckerei einen Datencheck machen lassen.

Positive Schriften

Dies sind dunkle Schriften auf einem hellen Hintergrund. Der Normalfall. Die Schrift wirkt an den Rändern scharf. Für große Bannerschriften wird ein gemischtes Schwarz empfohlen, da diese mit reinem Schwarz (K=100) flach und kontrastarm wirken.

Negative Schriften

Dies sind Schriften, die auf einem farbigen oder schwarzen Hintergrund stehen. Hier sollte das Schwarz bunt aufgebaut werden, vorausgesetzt, die Schrift ist nicht zu klein, denn sonst wirkt sie unleserlich. Bei Linien verhält es sich wie bei den Schriften. Je kleiner die Fläche, desto mehr sollte man das Schwarz unbunt (ohne CMY) aufbauen.

Passergenauigkeit

Während des Druckprozesses sollen im Idealfall alle Druckfarben genau übereinander gedruckt werden. Farbliche Verschiebungen entstehen dann, wenn dies nicht der Fall ist.

Pantone-, HKS & Sonderfarben, Farbprofile



Links zu den Herstellern

Informationen zu Farbprofilen

<https://www.color.org/index.xalter>

Farbprofile herunterladen

<http://www.eci.org/de/start>

Informationen zu PANTONE

<https://www.pantone.com>

Informationen zu HKS

<https://www.hks-farben.de>

Wie man HKS-Paletten in Affinity-Programme einbindet

<https://xag.info/hks-fuer-affinity-designer/>

Proof Informationen

[Folgen Sie dem Link](#)

Herkömmlich wird in Druckereien mit den vier Farben Cyan, Magenta, Yellow und K=Schwarz gedruckt. Dabei werden die gerasterten Prozessfarben gemischt und übereinandergedruckt. So erhält man einen gewünschten Farbwert. Das Thema ist aber weitaus komplexer und im Druck bieten sich weitere Möglichkeiten, auf die ich hier nur komprimiert eingehen möchte. Wenn man sich zum Thema informieren möchte, muss man aktuelle Quellen einsehen, denn manchmal ändern sich Gegebenheiten, ohne dass man etwas davon mitbekommt. So sind Fachbücher jederzeit lesenswert und hilfreich, nicht selten ist die Technik aber schon wieder einen Schritt weiter.

Volltonfarben

Bei Vollton- oder Schmuckfarben handelt es sich um fertig gemischte Farben. Mit ihnen kann man Farbtöne drucken, die nicht mit dem herkömmlichen „Mischverfahren“ erzielt werden. Hier sind zum Beispiel Neon- oder Metallfarben, Gold, Silber und spezielle Grün- und Blautöne zu nennen. Dadurch wird auch eine stärkere Leuchtkraft der Farben ermöglicht. Volltonfarben sind zudem farbbeständiger. Viele Firmen nutzen in ihren Geschäftsunterlagen (Corporate Design) eigene „Hausfarben“. Mit den herkömmlichen Prozessfarben besteht die Möglichkeit, dass durch Farbschwankungen das gewünschte Ziel nicht erreicht wird. Diese Schwankungen lassen sich durch gemischte Volltonfarben vermeiden. Durch Volltonfarben reduziert man zwar

die Menge der Druckvorgänge, da weniger Farben gedruckt werden müssen, da diese aber teurer sind, hebt sich das wieder auf. Nicht selten werden die Farben im Druck kombiniert. Herkömmlich wird mit den Prozessfarben gedruckt, für zusätzliche Effekte (Neon, Metall, firmeneigene Hausfarbe) nutzt man eine 5. Farbe.

Pantone und HKS

Pantone- und HKS Farben kann man sich auf Farbfächern anschauen, die allerdings nicht billig sind. Hauptsächlich werden Pantone-Farbfächer für gestrichene Papiere, ungestrichene Papiere, matte Papiere und spezielle Farbgruppen wie Metallic-Farben oder Neon-Farben angeboten. HKS-Farben kommen meist in Deutschland zum Einsatz. Hier wird zwischen Kunstdruck-Papier (gestrichene Papiere), Natur-Papier (ungestrichenes Papier), dem Zeitungspapier und dem Endlospapier unterschieden.

Dabei wird jede Volltonfarbe durch eine Zahl und einen Buchstaben für das Papier gekennzeichnet. Wer sich eigene HKS-Paletten für die Affinity-Programme erstellen möchte, findet viele Informationen auf der Website von XAG.Info. Dort wird auch eine kleine Palette zum Download angeboten. Diese Palette im CSV-Format muss unter Windows in den folgenden Ordner kopiert werden. `C:\Program Files\Affinity\Publisher 2\Resources\Pantone`

Farbprofile

Farbprofile werden auf Computern vorinstalliert und helfen in Anwendungen wie dem Affinity Publisher, dass Farben auf allen Medien so ähnlich wie möglich aussehen. Diese Profile berücksichtigen die Besonderheiten von Druckverfahren und Papieren. Gerade im Druck sind die Oberflächenstrukturen und Färbungen von Papieren eine Herausforderung. Das „International Color Consortium (ICC)“ hat deshalb Farbprofile für unterschiedliche Medien entwickelt. Schaut man sich verschiedene Druckereien an, wird man anfänglich auf deren Webseiten nur sehr umständlich an die zum Einsatz kommenden Farbprofile herankommen.

Im Infokasten links finden Sie unter dem Eintrag **Proof Informationen** eine Übersicht von Druckereien und die zum Einsatz kommenden Profile. Viele setzen für gestrichene Papiere das Profil ISO Coated v2 300% oder PSO Coated v3 ein, für ungestrichene Papiere PSO Uncoated v3.

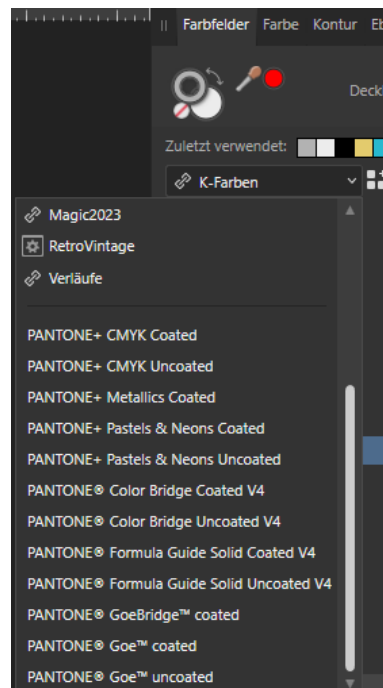


Abbildung:

Liste verfügbarer Pantone-Farben im Affinity Publisher. Erreichbar über das Panel FARBFELDER.

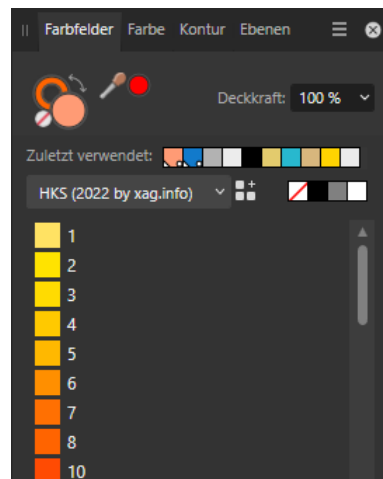


Abbildung:

HKS Beispielpalette von der XAG-Website. Kopiert wird eine csv-Datei unter Windows in den Ordner: `C:\Program Files\Affinity\Publisher 2\Resources\Pantone`

Gamutmap – die ideale Farbe für Kundenlogos

Zum Thema Farben für unterschiedliche Ausgabeformate bin ich auf einige Webseiten gestoßen, deren Inhalt ich Ihnen hier vorstellen möchte. Hier wird sehr viel über Farbräume informiert, ich darf trotz der Komplexität jedem Anfänger und Neueinsteiger empfehlen, sich diese Quellen näher anzuschauen. Ich versuche es hier, einfach zu erklären. Es lohnt sich!

Die Herausforderung – ein Beispiel

Es gibt Kunden, die möchten ihr Kundenlogo farblich so aufbereitet wissen, dass es im Internet und in einem Druckprodukt gleich farbig aussieht. Meist wird ein Logo von einer Hauptfarbe „getragen“. Wie kann man nun gewährleisten, dass in beiden Fällen die Farbe stimmt? Die Lösung finden Sie weiter unten im Text. Für die Gestaltung eines Logos im Internet verwendet man RGB/8 und das Farbprofil sRGB. Für den Druck verwendet man CMYK und ein Farbprofil, das durch die Druckerei vorgegeben wird.

Wenn man dieses Profil kennt, kann man sich eine passende Farbe über die nachfolgende Website heraussuchen, die in beiden Medien gleich farbig dargestellt wird. Das wäre natürlich richtig gut, es würde einem Gestalter manchen Ärger ersparen. Gehen wir einmal davon aus, dass man für den Druck das Farbprofil ISO Coated v2 300% (ECI) verwenden soll. Wir kennen nun beide Profile und können uns jetzt der Lösung des Problems widmen.

Eine sehr gute Lösung

Zu dieser Herausforderung haben sich Menschen Gedanken gemacht und im Internet eine Website bereitgestellt, auf der man Farben auswählen kann, die den Anforderungen der oben beschriebenen Aufgabe gerecht werden. Besuchen Sie die Website: <https://www.gamutmap.com>

Wie muss man vorgehen?

Ruft man die Website auf, findet man, wenn man nach unten scrollt, viele Farbtafeln mit mehreren Farbstufen. Jede einzelne Farbtafel ist mit einer Nummer

(Ho05, Ho80 usw.) versehen. Auf der linken Seite findet man die Einträge LAB, RGB und CMYK. Die Pfeile signalisieren, dass man ein Untermenü aufrufen kann. In diesen Untermenüs findet man die passenden Farbprofile. Für die oben beschriebene Herausforderung benötigen wir bei RGB das Profil sRGB und bei CMYK das Profil ISO Coated v2 300% (ECI). Öffnen Sie in den besagten Bereichen die Untermenüs und setzen Sie bei den benötigten Profilen ein Häkchen. Klicken Sie nun oben auf den Button SHOW. Was passiert jetzt? Jetzt werden die Farbtafeln neu aufgebaut und NUR NOCH DIE FARBEN ANGEZEIGT, DIE IN BEIDEN PROFILEN VORHANDEN SIND. Wenn man sich nicht sicher ist, am oberen Seitenrand werden einem unter SELECT nochmals die ausgewählten Profile angezeigt.

Eine passende Farbe auswählen

In Absprache mit dem Kunden kann man sich nun online auf eine Farbe einigen. Dabei hilft das Zahlensystem am linken und unteren Rand. Mit dem Mouse-Zeiger kann man jetzt jede einzelne Farbe ansteuern und man bekommt in vier Zeilen verschiedene Werte angezeigt. Die beiden unteren Zeilen geben Aufschluss darüber, welche Farbwerte man verwenden muss. Bei sRGB sind es die drei passenden RGB-Werte, bei CMYK werden unten in der vierten Zeile ganz rechts die CMYK-Werte angezeigt.

Weitere Möglichkeiten

In der Liste links können viele weitere Einstellungen vorgenommen werden. So findet man u.a. Einstellungen für Video-Formate oder den Textildruck. Die Einträge unter P3 beschreiben einige Farbräume für digitale US-Amerikanische Filmprojektionen.

Um schnell zwischen den Farbwerten zu wechseln, bietet die Website oben rechts in einem Auswahlmeneü andere Farbtafeln an, die man in 5er-Schritten durchlaufen kann.

gamutmap

[howto](#) | [faq](#) | [about](#)

proof ■

color gamut

Show

LAB ▶

RGB ▶

Photo ▶

sRGB

sRGB (HEX)

Adobe RGB (1998)

ECI-RGB v2

ProPhoto RGB

Video ▶

Textile ▶

P3 ▶

CMYK ▶

Current Standards ▶

PSO Coated v3

ISO Coated V2 (ECI)

ISO Coated v2 300% (ECI)

PSO Uncoated V3 (FOGRA52)

PSO Uncoated ISO 12647 (ECI)

GRACoL 2013

GRACoL2013 Uncoated

SWOP 2013 C3 CRPC5

SWOP2013C5

L 100

95

90

85

80

75

70

65

60

55

50

45

40

35

30

25

20

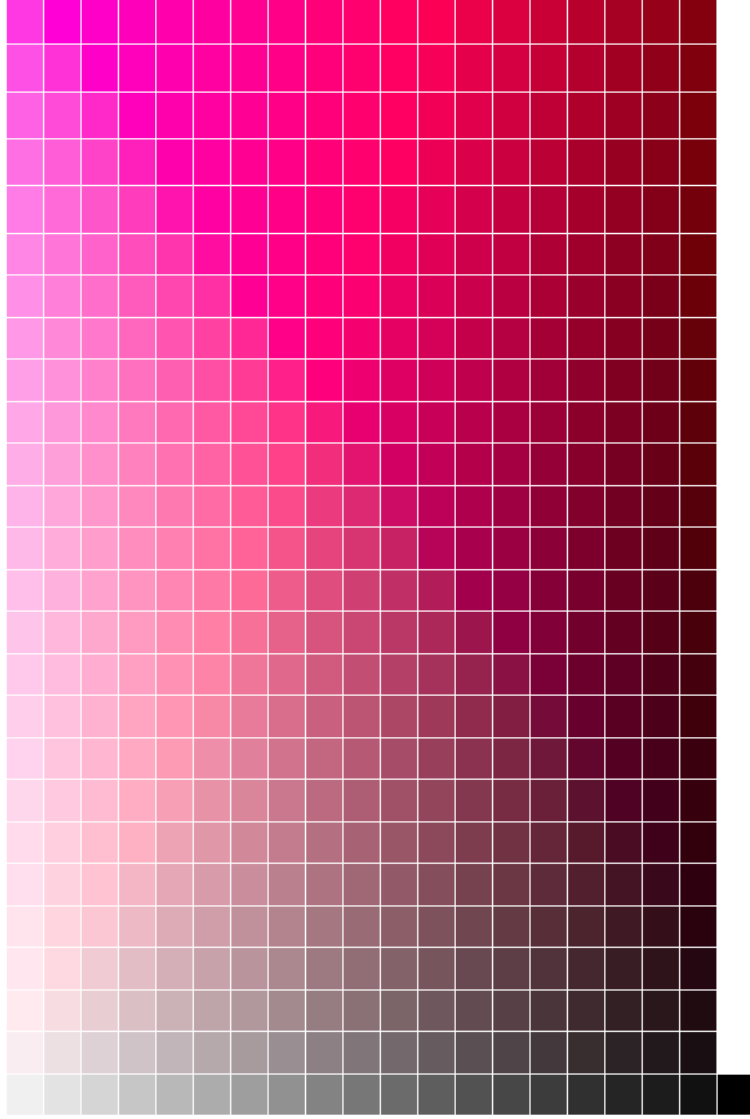
15

10

5

0

H005

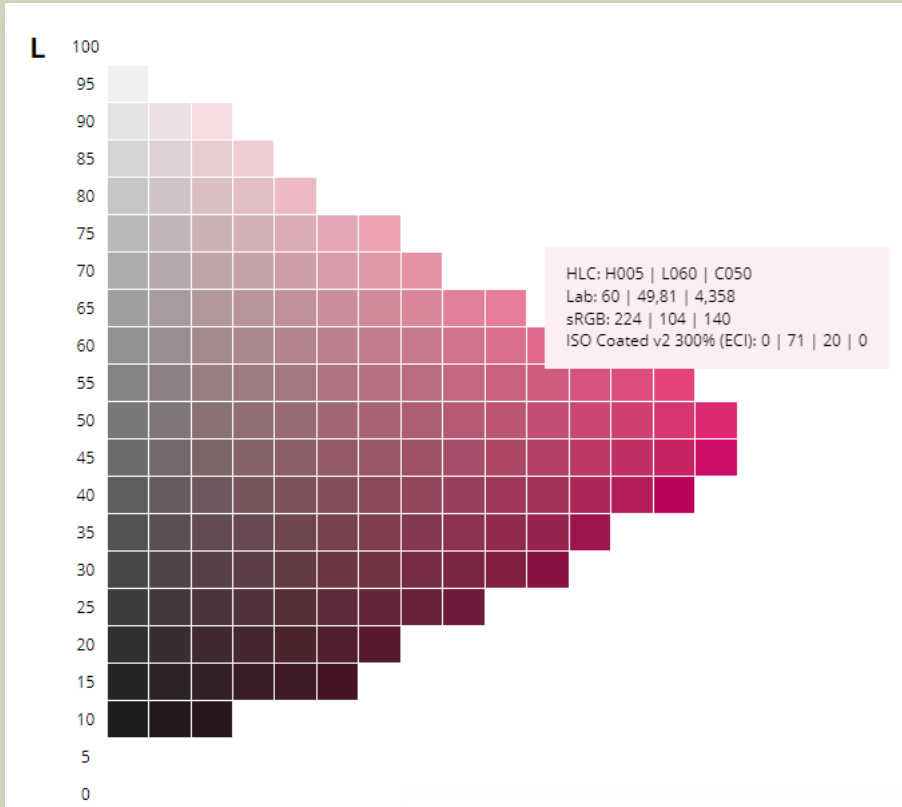


C

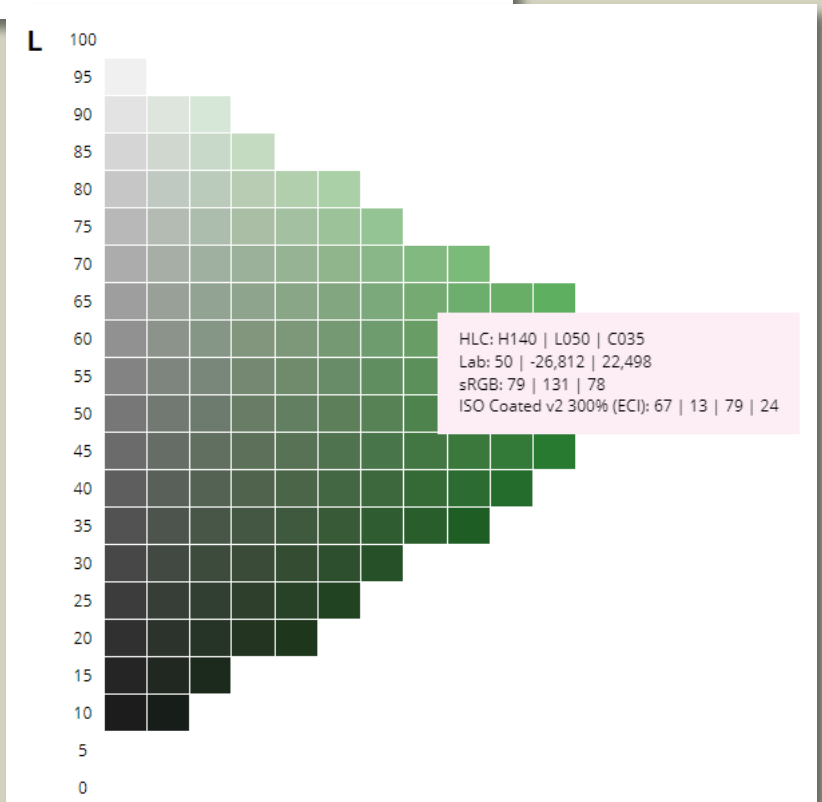
0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 75 80 85 90 95 100 105 110 115 120 125

a* 0 5,0 10,0 14,9 19,9 24,9 29,9 34,9 39,8 44,8 49,8 54,8 59,8 64,8 69,7 74,7 79,7 84,7 89,7 94,6 99,6 104,6 109,6 114,6 119,5 124,5

b* 0 0,4 0,9 1,3 1,7 2,2 2,6 3,1 3,5 3,9 4,4 4,8 5,2 5,7 6,1 6,5 7,0 7,4 7,8 8,3 8,7 9,2 9,6 10,0 10,5 10,9



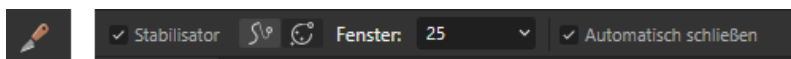
Abbildungen: Fahren Sie mit der Mouse online auf der Website über die passende Farbe und es werden Ihnen die Farbwerte angezeigt.



Designer: Das Messerwerkzeug

Mit dem Messerwerkzeug kann man nicht nur Formen, sondern auch grafischen Text zerschneiden. Nach Auswahl des Werkzeugs werden oben links in der Menüleiste einige Einstellungen sichtbar, die helfen, eine gezogene Linie zu stabilisieren. Das automatische Schließen des Anfangs- und Endpunkts sollte man wählen, damit man später nicht nachjustieren muss. Zeichnen Sie eine Form oder schreiben Sie mit dem Grafiktext-Werkzeug einige Buchstaben. Wählen Sie nun das Messerwerkzeug aus und ziehen Sie bei gedrückter linker Mouse-Taste eine Linie durch das Objekt.

Führen Sie zum Schluss die Linie wieder zum Ausgangspunkt zurück und lassen Sie die linke Mouse-Taste los. Der „Zerschneidepfad“ schließt sich automatisch, wenn oben im Menü das Häkchen dafür gesetzt wurde. Der Fantasie sind mit diesem Werkzeug kaum Grenzen gesetzt. Achten Sie nur darauf, dass man eventuell nach dem „Schneiden“ die Gruppe auflösen muss. Wahlweise kann man die durchgeschnittenen Elemente nun anders einfärben oder vom Rest der Gruppe etwas abrücken oder verschieben. Möchte man das Messer mit Verformungen kombinieren, muss man vorab das Messerwerkzeug einsetzen und dann erst die gesamte Gruppe verformt.



Grundlagen - Fotos richtig auswählen

Natürlich werden die meisten Privatanwender eher keine Werbung für eine Kreuzfahrt gestalten. Anhand dieses Beispiels möchte ich nur aufzeigen, welche Fallstricke einen bei dieser Art von Auftrag erwarten kann. Stellen Sie sich vor, man bittet Sie, ein Bild mit Werbung für eine Kreuzfahrt zu gestalten. Alles soll toll aussehen, die Leser eines Online-Magazins dazu animieren, auf das Bild zu klicken, um sich das Angebot anzusehen. Nach Absprache schickt man Ihnen einige Fotos zu. Was muss man beachten?

Das Format ist wichtig

So oft schon wurde mir für Aufträge Bildmaterial zur Verfügung gestellt, das völlig unbrauchbar war. Retten kann man die Situation, wenn die Möglichkeit besteht, das passende Format zuzuschneiden. Ansonsten muss man an den Auftraggeber herantreten und um anderes Material bitten. Hier sollte man dann auch formulieren, was man benötigt. Vielleicht hat man ja einen Fotografen beauftragt und der hat weitere Motive mit seiner Kamera abgelichtet. Soll die Werbung im Hoch- oder Querformat angelegt werden, wie viel Platz hat man für die Anzeige in einem Online-Magazin und welche Inhalte (Texte, Fotos) stehen um die Werbung herum? Fragen, Fragen, Fragen. Meist sind in diesen Magazinen die Vorgaben für Breite und Höhe in einem Raster vorgegeben.

Die Botschaft ist wichtig

Zu erfragen ist zudem, welche Botschaft in die Werbung hinein soll. Soll ein Preis genannt werden? Welche Stammfarben hat der Veranstalter? Diese könnte man später für Texte verwenden. Wird die Anzeige auf einer Website inmitten bunter Fotos platziert, muss man dafür sorgen, dass das Ergebnis sich von diesen Inhalten klar abgrenzt, hervorsteht.

Die Qualität und Wahl der Fotos

Reiseveranstalter oder Reisebüros haben meist Zugang zu den Pressefotos der Reedereien. Hier achtet man auf eine topp Qualität der Bilder. Ich zeige hier einmal einige Fotos, die man nicht nehmen sollte. Man kann sich auch online an den Fotos orientieren, die die Profis einsetzen.



Abbildung: Ein Foto, bei dem ein Photoshop-Filter verwendet wurde, ist ungeeignet. Es wirkt völlig unnatürlich!



Abbildung: Bei diesem Foto stört die Kaimauer am rechten unteren Rand. Zudem sollte man kein Foto in einem Hafen auswählen!



Abbildung: Auf dem Foto zu sehen, sind unschöne Wolken. Man könnte meinen, gleich zieht ein Unwetter auf.

Im Beispiel links oben sieht man, dass durch einen Photoshop-Filter das Foto verfremdet wurde, es eignet sich nicht für eine professionelle Werbung, denn ein potenzieller Kunde wird die Echtheit des Bildes anzweifeln. Auch auf kleinere Unsauberkeiten muss man achten. So sieht man links im mittleren Foto den Teil eines Bootsstegs. Der gehört da auch nicht hin, denn er zerstört etwas die Harmonie des Bildes. Unten links sieht man ein Kreuzfahrtschiff und der Himmel lässt nichts Gutes erahnen. So etwas gehört auch in kein Werbebild.

Andere Werbemaßnahmen

Wenn es zu dieser Kreuzfahrt weitere Werbemaßnahmen gibt, können Sie nicht einfach ein Foto aussuchen. Sie müssen das mit dem Verantwortlichen klären. Alles muss schließlich stimmig und aufeinander abgestimmt sein. Wünscht man dasselbe Motiv der Online-Werbung auch für ein Plakat in einem Reisebüro, sollte man mit dem größten Format arbeiten. Es versteht sich von selbst, dass man nicht mit dem kleineren Format anfängt, um es dann für Print-Medien „hochzuziehen“.

Die AIDA Marketing-Formel

Erfunden wurde diese Formel für Werbezwecke bereits im Jahr 1898 von Elmo Lewis. Damals galt sie hauptsächlich für optimale Verkaufsgespräche. Über die Jahre hinweg wurde sie auf heutige Anforderungen angepasst. Das Modell besteht aus vier gleich wichtigen Phasen, um eine ideale Werbewirksamkeit zu gewährleisten.

Die Bausteine sind AUFMERKSAMKEIT, bei der die Aufmerksamkeit eines Konsumenten auf die Werbebotschaft gelenkt wird, das INTERESSE, bei dem Interesse für ein Produkt geweckt wird, die BEGEHRICHKEIT, bei der ein Konsument erkennt, dass ein Produkt sein Problem lösen kann und die HANDLUNG (Call to Action), bei der einem Konsumenten Informationen bereitgestellt werden oder er zum Kauf animiert wird.

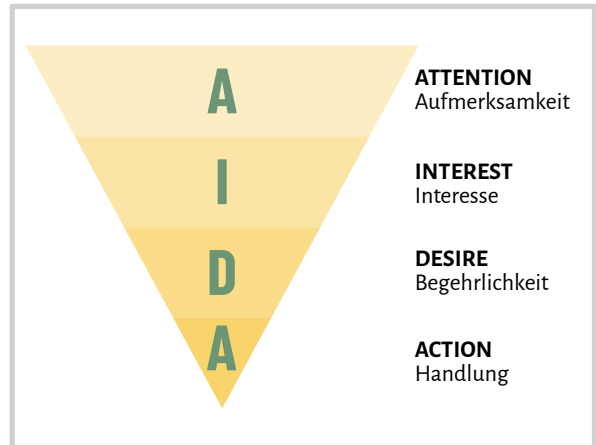


Abbildung: Das AIDA-Modell



Abbildung: Beispiel einer Werbung für eine Kreuzfahrt

Zeichenprogramme

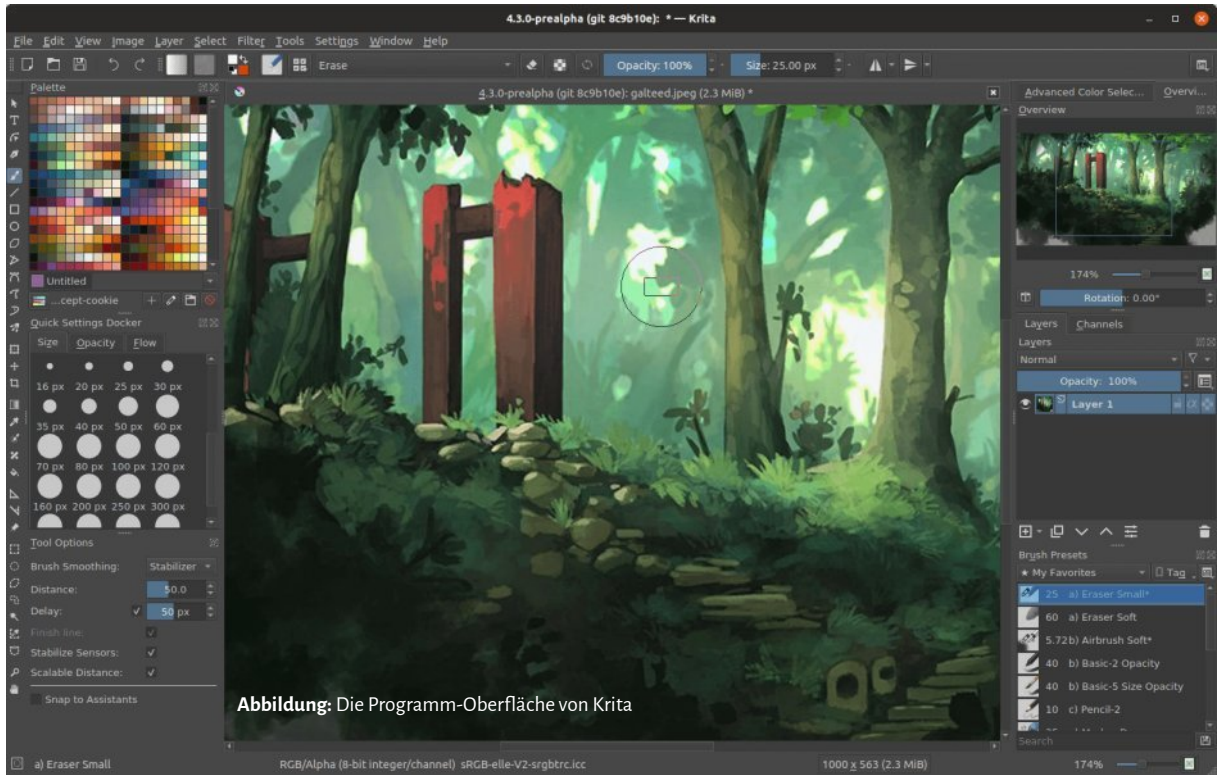


Abbildung: Die Programm-Oberfläche von Krita

Das Malen am Computer ist heute mit günstigen Grafiktablets und passender Software aus den Kinderschuhen entwichen. Bei der Hardware sind die Preise mittlerweile moderat und bei Zeichensoftware gibt es günstige und mächtige Programme mit einem großen Funktionsumfang, teilweise sogar kostenlos. Natürlich kann man mit den Affinity-Programmen PHOTO und DESIGNER auch zeichnen, aber auf komplexere Aufgaben haben sich andere Anbieter spezialisiert. Hier soll es nicht um Tests gehen, vielmehr kann ich dem ein oder anderen Anwender noch einen Tipp mit auf den Weg geben, welche Software am besten zu jemandem passt.

Corel Painter und Painter Essentials 8

Schon lange ist Corel mit seinen Zeichenprogrammen auf dem Markt wobei man die abgespeckte Painter Essential-Version 8 für unter €40,00 bekommt. Aus meiner Sicht war der Painter lange Zeit Vorreiter für

sagenhaft gute Zeichenwerkzeuge und naturgetreue Maltechniken. Von Airbrush über die neuen fließenden Malwerkzeuge bis hin zu den klassischen Techniken wie Pastell, Aquarell und dicke Farbe bietet die Software jede Menge Abwechslung. Auch die künstliche Intelligenz hat Einzug in den Painter gefunden. Begeistern können hier das automatische Malen und das Klonen. Geworben wird auch mit „Concept Art“ für Filme, Spiele, Figuren und Fahrzeuge. Beim kleinen Bruder sollte man sich auf der Website über den Funktionsumfang informieren.

Krita

Dieses Zeichenprogramm ist sehr mächtig, kostenlos und bekommt bei Bewertungen beste Noten. Die Software ahmt echte Leinwände und Zeichenwerkzeuge nach und in der integrierten Bibliothek findet man viele künstliche Effekte. Das Programm arbeitet mit Ebenen, bietet Werkzeuge zur Nachbearbeitung und besitzt ein

hohes Maß an Details. Eher selten ist hier auch ein Videorecorder integriert. So können Zeichenschritte per Video aufgenommen und dokumentiert werden. Krita bietet je nach Rechnerpower eine unbegrenzte Leinwand und speichert Ebenen im PSD-Format. Zudem lassen die vorhandenen Pinsel kaum Wünsche offen.

Das Programm ist in Deutsch verfügbar, allerdings sind nicht alle Texte übersetzt worden. Das ist aber nicht weiter tragisch. Wem die Icons in der Werkzeugleiste zu groß sind, kann dies mit einem rechten Mouse-Klick in der Werkzeugleiste anpassen. Am Anfang muss man sich an die Optik der Icons gewöhnen, aber nach einer kurzen Einarbeitungsphase findet man sich schnell zurecht. Die Oberfläche kann man sich nach seinen Wünschen anpassen und dann abspeichern. Krita kann ich Ihnen empfehlen. Es macht Spaß, damit zu arbeiten.

MediBang Paint Pro

Dieses Programm kommt in Bewertungen schlechter weg, aber ich erwähne es hier, da es für Comics, Anime und Manga konzipiert wurde. Es funktioniert sehr gut mit PSD-Dateien und unterstützt verschiedene Eingabemodi. Außerdem kann man auf viele Pinsel und Muster zurückgreifen. Weniger schön ist die Werbung beim Öffnen des Programms, außerdem wird die Software manchmal langsamer. Zugute halten muss man dem Programm, das es mit über 800 Hintergründen und Anime-Vorlagen daherkommt, außerdem gibt es ca. 50 Pinsel und einige kostenlose Schriften dazu.

Sketchbook Pro

Die kostenlose Software richtet sich eher an Neueinsteiger, da sie leicht verständlich bedient werden kann. Man findet zwar eine reichhaltige Pinsel-Bibliothek, aber wichtige Funktionen sind nicht vorhanden. Wer als Anfänger das Zeichnen erlernen möchte, kann sich die Software anschauen. Sie arbeitet mit Ebenen und Masken. Mir gefällt die Oberfläche, diese weicht von der üblichen Norm ab, aber man kann sich voll und ganz auf das Zeichnen konzentrieren.

Clip Studio Paint

Das Programm kann man mit dem Funktionsumfang von Krita vergleichen. Die Standard-Version kostet € 42.00,

Anbieter im Internet

Corel Painter

<https://www.painterartist.com/>

Krita

<https://krita.org/>

Paintstorm Studio

<https://paintstormstudio.com/>

MediBang

<https://medibangpaint.com/en/>

Sketchbook Pro

<https://www.sketchbook.com/>

Clip Studio Paint

<https://www.clipstudio.net/de/>

Rebelle 6

<https://www.escapemotions.com/>

Procreate

<https://procreate.com/>

Adobe Fresco

<https://www.adobe.com/de/products/fresco.html>

PhotoPea

<https://www.photopea.com/>

Infinity Painter

Erhältlich im APP und Play Store

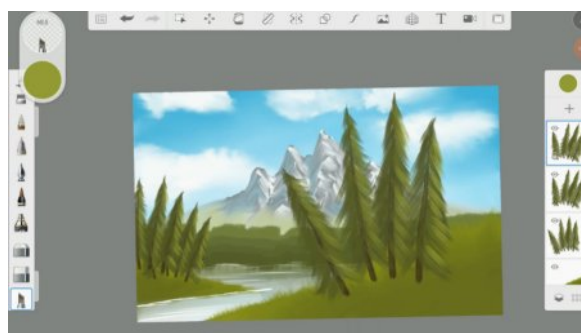


Abbildung: Die Programm-Oberfläche von Sketchbook

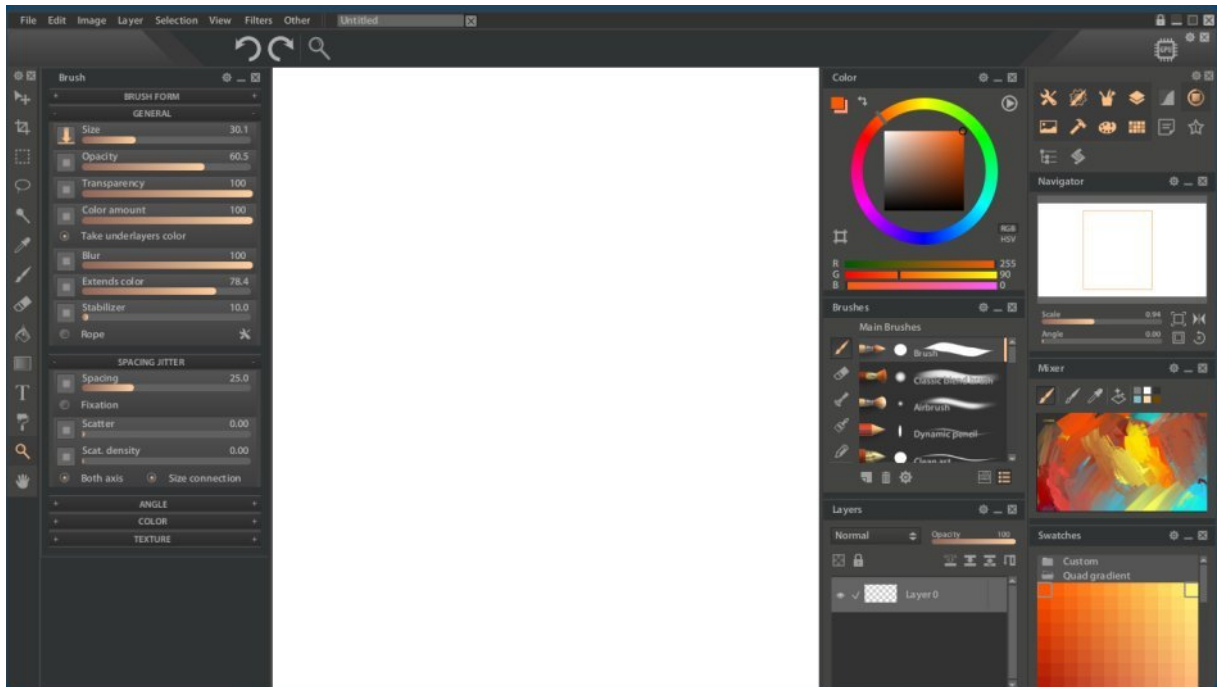


Abbildung: Die Programm-Oberfläche von Paintstorm Studio

eine erweiterte Version € 186.00, hier sind dann Funktionen für Manga, Comics und Animationen integriert. Mit den vielen Funktionen kann man seine eigene Kreativität so richtig ausleben. Um alles zu ergründen, benötigt man dann aber doch eine gewisse Zeit. Das Programm arbeitet mit Ebenen, Masken, Perspektive und Verflüssigen. Die Pinsel sind anpassbar. Das Programm arbeitet mit Paneln, da fällt es dem Affinity-Anwender nicht schwer, sich zurechtzufinden.

Paintstorm Studio

Dieses Programm macht einen ähnlich guten Eindruck wie Krita und auf der Website wird man mit den Informationen zu den enthaltenen Funktionen förmlich erschlagen. Es ist eines der wenigen Programme für PC, MAC, Linux und iPad und kostet nur USD 19.00. Startet man das Programm, kann man es auf Deutsch umstellen, wobei einiges noch nicht übersetzt wurde, aber das ist nicht weiter schlimm. Und ich muss sagen, dass mich der Funktionsumfang schon begeistert. Das

Programm arbeitet mit Paneln und davon findet man jede Menge. Einige sind fest verankert, andere lassen sich verschieben. Alleine die Texturen-Bibliothek begeistert und man kann an vielen Stellen Einstellungen verändern, hier sind dem ambitionierten Künstler wohl kaum Grenzen gesetzt.

Wenn man sich aber das Panel „Pinsel“ anschaut, dann geht dem Grafiker das Herz auf. Unzählige Pinsel mit ihren verschiedenen Einstellungen sind in diesem Panel zusammengefasst. Von Main Brushes, Lösch-Pinseln, runden Pinseln, flachen Borstenpinseln, verschiedenen Bleistift-Pinseln bis hin zu verwischenden Pinseln findet man alles, was man für das Zeichnen und Malen benötigt. Auch wenn ich dieses Programm nur kurz getestet habe, kann ich es jedem nur empfehlen.

Rebelle 6

Dieses sehr gute Zeichenprogramm für PC oder MAC sollte man sich unbedingt einmal ansehen. Die Software

ist zwar nicht kostenlos (zwei Versionen sind verfügbar), aber sie macht einen sehr guten Eindruck. Bei vielen Programmen kann man sich zu den verschiedenen Maltechniken einen passenden Malgrund (Papiere) hinzuladen, es sieht dann so aus, als würde man direkt auf einem Papier malen. Rebelle 6 bietet hier eine sehr große Anzahl von Papier-Bibliotheken an und die Auswahl ist schon beeindruckend.

Das Malen auf Texturen, bunten Papieren, japanischem Papier, Büttenpapier, Holzoberflächen oder Papieren mit feiner/grober Körnung lädt zum Experimentieren ein. Im Programm sind von Grund auf schon 240 Pinsel vorhanden, weitere, zum Teil kostenlose, können hinzugefügt werden.

Mobiles Arbeiten

Anwender, die von unterwegs aus zeichnen und malen möchten, finden in den Programmen PROCREATE, INFINITY PAINTER, ADOBE FRESCO und dem browserbasierten PHOTOPEA die passende APP.

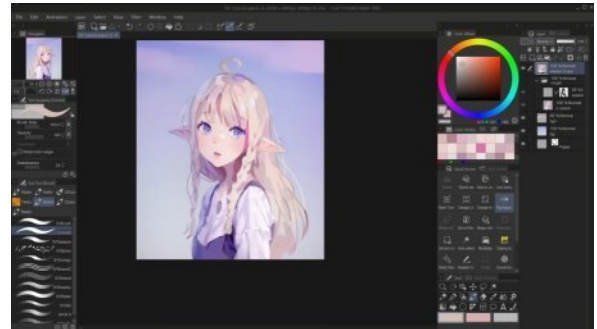


Abbildung: Die Programm-Oberfläche von ClipStudio Paint



Abbildung: Die Programm-Oberfläche von Corel Painter

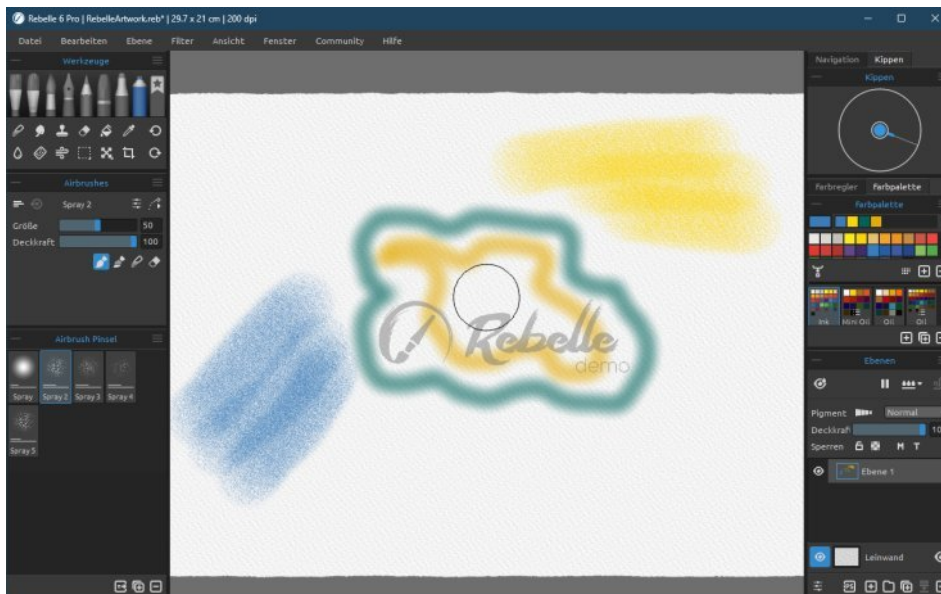


Abbildung: Die Programm-Oberfläche von Rebelle 6

Grafiktablets

Wer einmal mit einer Mouse und einem Zeichenstift versucht hat zu zeichnen, wird sich schnell für den Stift samt Tablett entscheiden, denn hier kann man wesentlich genauer seine grafischen Wünsche realisieren. Wer sich nach einem Grafiktablett umschaute, sollte genau wissen, was er benötigt. Die heutigen Modelle sind preisgünstig und erfüllen alle die wichtigsten Kriterien. Erwarten Sie bitte keinen Test von mir, ich möchte Ihnen nur einige Vorschläge machen, damit Sie sich orientieren können. Bei allen Tablets werden in der Werbung hohe Zahlen, wie 8192, für die Druckempfindlichkeit angegeben. Dies ist zweitrangig, auch mit wesentlich kleineren Werten wird das detailreiche/genauere Zeichnen am Computer möglich.

Dazu sollte das Tablett auch den Neigungswinkel des Stifts erkennen. Für einige Anwender sind sicherlich auch programmierbare Tasten und Ersatzmienen für den Stift wichtig. So gut wie alle Stifte sind für Links- und Rechtshänder geeignet. Wichtig ist, dass die Funktionstasten zugänglich sind. Natürlich sollte der Stift kabellos funktionieren, die meisten Tablets unterstützen USB. Achten Sie beim Kauf auch darauf, dass ein USB-Kabel mitgeliefert wird. Wer sich beim Kauf nicht sicher ist, sollte sich die Tablett-Tests der Fachzeitschriften ansehen.

Qualitätsmerkmale

Die Einheit eines Zeichentablets wird in LPI (Lines per Inch) angegeben, vergleichbar mit einem Raster. Je höher die LPI-Angabe, je größer ist die Auflösung des Gerätes und je feiner kann man damit zeichnen. Wie oben angemerkt müssen es aber keine 8192 sein, der Unterschied von 1024/2048/8192 ist kaum spürbar.

Ein weiterer Faktor ist der Stift, durchgesetzt haben sich kabellose Stifte. Ein Kabel würde den Zeichner bei seiner Arbeit zu sehr einschränken. Durch eingebaute Akkus oder Batterie kann die Ergonomie des Stiftes frei und optimal angepasst werden. Unterschiede in der Qualität von Grafiktablett-Stiften machen sich durch die Empfindlichkeit auf Druck bemerkbar – in der Regel werden bei hochwertigen Grafiktablets Stifte mit

Druckstufen von mehr als 2048 geliefert. Moderne Geräte erkennen unterschiedliche Mal-Komponenten, die während des Zeichnens getauscht werden können. Wie auf einem Papier wird mit einem Bleistift ein Umriss gezeichnet, um dann mit dickeren Pinseln den Inhalt auszumalen. Nicht alle Stifte besitzen an der hinteren Seite einen Radierer. Bei Tablets mit programmierbaren Tasten besteht die Möglichkeit, Werkzeuge oder Shortcuts direkt einzubinden.

Einsteigermodell UGEE S640

Dieses Modell besitzt 10 Express-Tasten, die Druckempfindlichkeit liegt bei 8192 Punkten. Das Tablett ist 16 x 10 cm groß und reicht für normales Zeichnen völlig aus. Der Preis liegt mit etwa € 30.00 sehr günstig. Es ist für Windows 7 bis 11, Linux und MAC OS X 10.10 geeignet. Der Stift ist batterieless und soll bis zu einem Neigungswinkel von 60 Grad funktionieren. In den Herstellerangaben wird darauf hingewiesen, dass dieses Tablett für das Malen, Skizzieren, Grafikdesign und 3D-Kunstwerke geeignet ist. Zum Lieferumfang gehören auch 10 Ersatzfedern. Es wird über eine USB-Schnittstelle betrieben.

GAOMON M10K 2018

Dieses Tablett kostet etwa € 60.00 und ist sicherlich die erste Wahl für Anwender, die mehr von einem Tablett erwarten. In der Beschreibung zu diesem Tablett werden auch alle die Programme genannt, die ich hier in Kurzform vorgestellt habe. Für den Betrieb benötigt man einen Rechner, PC oder MAC, das Tablett ist für iPhone und iPad NICHT GEEIGNET. Der Arbeitsbereich beträgt 25,5 x 16 cm.

Xencelabs Grafiktablett

Im gehobenen Grafiktablett-Segment wird dieses Tablett bei einem Preis von € 400.00 mit 2 Stiften geliefert. Es besitzt 8192 Druckstufen und eignet sich für die Arbeit am PC, MAC und Linux. Es kann drahtlos oder mittels USB betrieben werden. Der aktive Arbeitsbereich beträgt 26 x 15 cm. Im Lieferumfang ist auch eine externe Fernbedienung für Shortcuts, 5 Sets mit je 8 Tasten erlauben 40 programmierbare Funktionen.



Einsteigermodell UGEE S640



GAOMON M10K 2018



Xencelabs Grafiktablett



Heft-Bundle
4 Hefte zum Sparpreis
€ 14,80

Gebaltes Wissen

Im Bundle biete ich Ihnen immer 4 Hefte mit insgesamt 96 Seiten in einer PDF-Datei an. Die Themen sind grundlegend für die Publisher Versionen 1 und 2 geeignet. Neue Funktionen beschränken sich auf Version 2 und höher.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

16



16 2023



IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von Georg Walter
Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar
E-Mail: service@magazin62.de
Website: magazin62.de

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

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser

Was soll ich sagen? Seit Mai 2020 bringe ich dieses Magazin heraus und jetzt halten Sie schon Heft Nr. 16 in Ihren Händen, vielmehr, Sie können es am Bildschirm lesen. Manchmal, wenn man glaubt, dass einem die Themen ausgehen, kommt eine Anfrage per E-Mail oder in den Facebook-Gruppen daher, und schon kann man dazu etwas schreiben. Zum Thema „Inhaltsverzeichnis“ haben sich einige gemeldet und ich habe einmal vier einfache, aber vom Standard abweichende Verzeichnisse gestaltet. Und damit Sie sie auch begutachten können, liegt diesem Heft eine Arbeitsdatei und eine Asset-Datei im Publisher-Format vor.

Seit Juli 2023 kann ich nun frei über mein Affinity Publisher Einsteigerbuch zur Version 1 verfügen. Es wird in Kürze aus dem Angebot des Rheinwerk Verlags zurückgezogen. Das ist ganz normal, wenn das Kontingent der gedruckten Bücher aufgebraucht ist. Ich habe mich aber entschlossen, es auf meiner Website zu einem Superpreis noch mal anzubieten. Es ist sicherlich auch für Anwender der Publisher Version 2 interessant, denn viele Funktionen sind auch dort bis heute aktuell.

Ich hoffe, Ihnen gefallen die Themen in diesem Heft und die Extra-Dateien sind ein Mehrwert für Ihre Arbeit.

Nun darf ich Ihnen wieder viel Freude
beim Lesen und Ausprobieren wünschen!

Ihr Georg Walter

Die Deutsche Nationalbibliothek



Abbildung: Außenansicht der Deutschen Nationalbibliothek in Leipzig

Viele Anwender, die nur ab und an einmal ein Buch veröffentlichen und verkaufen, wissen nicht, dass man in Deutschland verpflichtet ist, zwei Buchexemplare in die Deutsche Nationalbibliothek zu geben. Die Bibliothek hat zwei Standorte, einen in Leipzig, den anderen in Frankfurt/Main. Dies gilt auch für digitale Bücher, Magazine und Musikwerke. Gegründet wurde sie im Jahr 1912 aus der „Deutschen Bücherei“ in Leipzig heraus, im Jahr 1946 kam die „Deutsche Bibliothek“ in Frankfurt dazu.

Hauptaugenmerk wird hier auf das Sammeln, Archivieren und kostenlose Bereitstellen der Werke gelegt. Dazu gehören auch Werke, die in deutscher Sprache im Ausland verkauft wurden. Im Jahr 2020 umfasste der Bestand 41,4 Millionen Medienwerke. Das geht aus dem Jahresbericht im Mai 2021 hervor. Als Präsenzbibliothek dürfen Werke nur vor Ort eingesehen werden, und auch nur, wenn man einen Mitgliedsausweis hat. Diesen erhält man ab dem 18.

Lebensjahr nach Vorlage eines amtlichen Ausweises. Sehr interessant ist die Änderung der Nutzungsregeln ab November 2016 unter dem Namen „Digital statt gedruckt“. Demnach kann man sich kein gedrucktes Werk mehr ansehen, wenn es eine digitale Fassung davon gibt. Schon damals betraf dies etwa 300.000 Publikationen. Dieses Vorgehen hat bei vielen eine kontroverse Diskussion ausgelöst, „es sei der Abschied von der klassischen Bibliothek“ und „der Abschied vom gedruckten Buch“.

Man kann die Werke bequem von zu Hause aus über das Internet (Deutsche Nationalbibliografie) sichten. Dabei ist die Bibliografie im PDF- und HTML-Format in Reihen aufgeteilt. Seit 1998 wird der Bestand in Sachgruppen unterschieden nach „Büchern“, „Zeitschriften“, „Landkarten, Stadtpläne“, „Online-Ressourcen“, „elektronische Datenträger“ und einige mehr.

Ein Buchprojekt mit Hindernissen

Glauben Sie bitte nicht, dass bei den vielen Funktionen, die der Affinity Publisher jetzt schon beherrscht, alles reibungslos funktioniert. Das hängt nämlich im Wesentlichen vom Projekt selbst ab. Da macht manchmal die Not ziemlich erfinderisch. Im hier erklärten Fall ging es darum, ein Buch zu gestalten, wobei der Inhalt aus mehreren Artikeln unterschiedlicher Autoren bestand. Das kann nicht gut gehen!

Die Fallstricke beim Text

Zum einen benutzen die Autoren für ihre Texte unterschiedliche WORD-Versionen, in einem Fall wurde mir ein Text im alten DOC-Format geliefert – mit 140 Fußnoten. Dieses alte Dateiformat wird vom Publisher nicht unterstützt. Speichert man dieses alte Format aber im neuen WORD-Format DOCX ab, gibt es unschöne Effekte bei den Fußnoten. Hier stellt man dann schnell fest, dass Microsoft sich beim Umwandeln ins neue Format keine Gedanken um die Fußnoten gemacht hat, denn plötzlich war der Text völlig durcheinander.

Vor den Fußnoten im Text erschienen plötzlich Buchstaben- und Zahlenkürzel, die da nicht hingehörten. Und als Publisher kann es ja nicht die Aufgabe sein, Texte von anderen zu kontrollieren. Genauso wenig ist es die Aufgabe des Publishers, die Texte „gegenzulesen“, besonders dann, wenn man nicht vom Fach ist.

Die Fallstricke bei den Bildern

Hier waren alle Bilder für eine Bildschirmpräsentation optimiert worden, nicht für den Buchdruck. Sie waren also viel zu klein, teilweise aus irgendwelchen Medien herausgescannt- oder kopiert, mehr schlecht als recht in ihrer Qualität. Hier mussten die Verursacher nachbessern. Dazu musste man ihnen auch erst einmal erklären, was man braucht und was sie machen müssen. So etwas ist sehr mühsam und bezahlt wird diese Zusatzleistung genau so wenig wie der nötige E-Mail-Verkehr.

Die Fallstricke beim Setzen des Buches

Stellen Sie sich vor, sie haben 8 verschiedene Artikel, von 8 verschiedenen Autoren und warten auf für den Druck passende Fotos und Abbildungen. Mit welchem Text fängt man im Publisher an, ohne später eine leere Seite zu produzieren? Den Seitenumfang kann man ja im Vorfeld überhaupt nicht abschätzen.

Wenn man Pech hat, sollen die Texte eins zu eins im Buch abgebildet werden. Das wird so gut wie nie funktionieren. Mehrere Texte enthielten Fußnoten. Dieser Umstand kostete am meisten Arbeitszeit, denn der Affinity Publisher würfelte erst einmal ALLE Noten mit ihrer Nummerierung zusammen.

Die Fußnoten in den Word-Dokumenten

Wer es nicht weiß, wird es oft auch nicht richtig machen. Fußnoten werden entweder mitten in einem Satz gesetzt oder am Ende des Satzes – HINTER DEM SATZZEICHEN. Ein Artikelschreiber hatte das falsch gemacht und so mussten per Hand im Word-Dokument, vor dem Import in den Affinity Publisher, viele Fußnoten „umgesetzt“ werden. Das kann es ja auch nicht sein.

Eine Auftragsarbeit mit einem Tipp.

Die meiste Zeit wurde mit dem Herausgeber kommuniziert, der das Bindeglied zu den Autoren war. Ihm war natürlich daran gelegen, alles schnell und ordentlich zu handhaben. Hier kann ich nur die Empfehlung geben, wenn etwas mit den Texten nicht stimmt, MUSS der Autor die Änderungen vornehmen, bestehen Sie darauf, denn wenn sie als Publisher einen Fehler machen und das Buch plötzlich im Laden mit Fehlern steht, kommt man in Teufels Küche.

Die Rechtschreibung

Glauben Sie bitte nicht, dass Ihnen das Textprogramm die gesamte Rechtschreibung abnimmt. Das gilt besonders für Fachtexte. Im Idealfall wurde



diese Kontrolle vom Autor vorgenommen, leider sieht die Realität meist anders aus.

Der Weg zum Ziel

Da das Buchlayout nur einen 1-Spaltext zuließ, Fußnoten kann man in keinem Mehrspaltentext automatisch setzen, wurden ALLE FUßNOTEN in Absprache mit dem Herausgeber in ENDNOTEN umgewandelt und an das Ende der jeweiligen Artikel gesetzt. Dies geschah in WORD – bitte nicht im Publisher versuchen – man wird scheitern. Damit war das Problem der korrekten Fußnoten-Kontrolle auf jeder Buchseite erst einmal gelöst. Ändern Sie also Texte NICHT IM PUBLISHER.

Das Controlling mit Revisionen

Wie oben angedeutet, waren im gesamten Buch Rechtschreibfehler vorhanden, die bereinigt werden mussten. Wenn erst einmal das ganze Buch im Affinity Publisher gesetzt wurde, müssen diese Korrekturen auch dort vorgenommen werden. Hier

hilft die Kommentar-Funktion in Adobe Acrobat, lassen sich hier die Textstellen markieren, die verbessert werden müssen. Achten Sie aber darauf, dass man sich auf ein einheitliches Handling verständigt, wie Textstellen im PDF korrekt ausgezeichnet (markiert) werden. Legen Sie nach jedem Kontrolldurchgang eine neue Publisher-Datei an, damit sie die Änderungen nachvollziehen können. Hängen Sie an jeden Dateinamen zum Beispiel das Kürzel R1, R2, R3 an.

Fußnoten mit Abstand

Im Heft Nr. 12 habe ich die damals neue NOTEN-Funktion des Publishers beschrieben. Hier gehe ich 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.

April 2007, dass man das „Älteste Zauber-B
wird darüber berichtet, dass dieses Buch s
Bologna in Italien gelegen hat. Geschriebe
⁴(1445-1517), der beste Freund und Lehrer vo
„**De viribus quantitatis** – über die Kraft
geschrieben. Es handelt sich bei diesem
Kartentricks, Zahlenrätsel, Feuerschlucken
die Übersetzung ins Englische acht Jahre.

¹ Quelle: MAGIE, Heft Nr. 8/9 aus 1991, Seite 314, MAGIE,

² Erschienen 2019 im Verlag Edition Volker Huber, geme

³ MAGIE, Heft Nr. 10 aus 2020, Mutter des Trickverrats, P

⁴ Wikipedia

Abbildung: Der Fußnotentext sitzt zu nah am Text

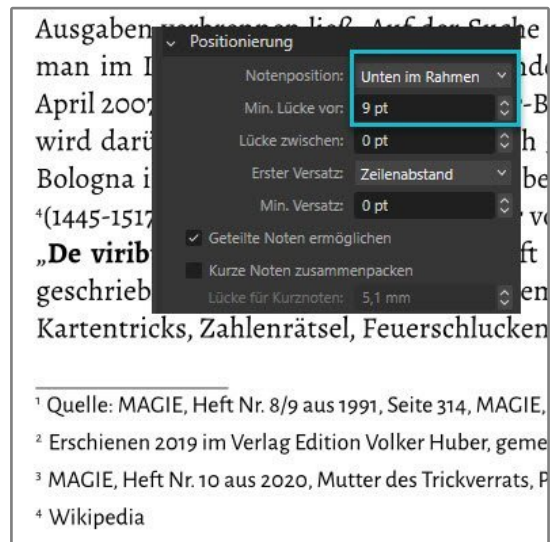


Abbildung: Einstellung zur Position und Lücke zum Text

Optimale Text-Gliederung



Abbildung: Optimales Arbeiten mit einem gegliederten Text. Am linken Rand wird die Gliederung eingeteilt (1), in der Mitte der zu schreibende Text (2) und rechts die Vormatvorlagen (3).

Wie schreiben Sie Ihre Texte? Mit Word, mit Papyrus Autor oder mit einem anderen Programm? Auch wenn es im Affinity Publisher noch keinen eigenständigen Editor gibt, sollte man das eigene Buch oder Texte für eine andere Publikation in einem separaten Textprogramm schreiben. Je nach Thema kommt einer richtigen Gliederung große Bedeutung zu. Ein Vorteil moderner Textprogramme sind die Funktionen, um Texte und Überschriften zu gliedern.

Man findet sich im eigenen Text schneller zurecht und kann unmittelbar zur gewünschten Textposition springen. Zudem kann man in einer Gliederung bestimmte Ebenen ausschalten oder zuklappen, damit man die Übersicht behält. Diese Gliederungen werden mit Hilfe von Absatzvorlagen sortiert.

Für die meisten Texte reichen hier die Absatzvorlagen für den normalen Text, die Überschriften 1 bis 3, eine Absatzvorlage für Zitate und vielleicht noch für Bildunterschriften, die man später im Affinity Publisher nutzen möchte.

Absatzvorlagen mit Tastenkombination

Um schneller beim Texteschreiben voranzukommen, sollte man jeder Vorlage eine Tastenkombination zuordnen. Hier eignet sich die ALT-Taste unter Windows im Besonderen. Ich vergebe der Überschrift 1 meist die Kombination ALT+1, der Überschrift 2 die Kombination ALT+2 usw. ALT+0 (Null) bleibt dem normalen Text vorbehalten. Das ist dann sinnvoll, wenn man aus einer anderen Quelle Text importieren muss, der meist nicht die gewünschte Formatierung hat.

Ebenen innerhalb der Gliederung

Ideal wäre natürlich die Möglichkeit, wenn man innerhalb einer Gliederung ganze Textebenen verschieben könnte, um Texte neu anzuordnen. Das geht aber nicht in allen Textprogrammen. Je nach Projekt sollte man mit Überschriften-Ebenen sparsam umgehen. Ich habe mir angewöhnt, mit maximal 3 Ebenen auszukommen. Natürlich geht das nicht, wenn man Texte umfangreich strukturieren muss.

Tipps & Tricks

Kleine Kniffe erleichtern das Arbeiten mit dem Publisher

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. Rechts zu sehen sind die Fußnoten **1** und **3** korrekt, die Fußnote **2** ist falsch gesetzt.

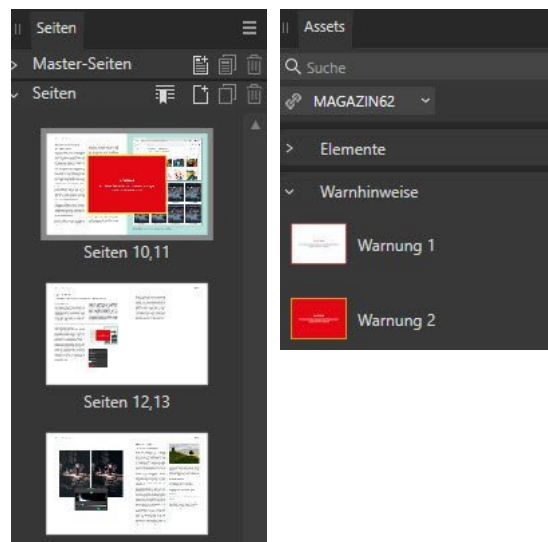
Maecenas quis magna. Ut viverra nisl eu ipsum. Maecenas rhoncus. Duis mattis nisi nec sapien. Nullam eu ante non enim tincidunt fringilla. Integer leo. Duis eget enim. Curabitur felis erat, tempus¹ eu, placerat et, pellentesque sed, purus². Sed sed diam. Nam nunc. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos.³ Aenean risus est, porttitor vel, placerat sit amet, vestibulum sit amet, nibh.

Unvollendete Seiten im Publisher

Da es im Publisher derzeit keine Notiz- oder Kommentarfunktion gibt, kann man sich auf andere Art und Weise helfen, wenn auf bestimmten Seiten noch Änderungen vorgenommen werden müssen. Legen Sie dazu ein Textfeld an, halb so groß wie das Dokumentenformat. Bei einem Buch im Format Din A4 wäre das also ein Textfeld im Din-A5-Format. Vergeben Sie diesem Textfeld über das Panel TEXTRAHMEN eine HINTERGRUNDFARBE und eine breite farbige KONTUR.

In das Textfeld selbst schreibt man z. B. die Überschrift „Achtung“ und darunter den Text, der zeigt, was an der Seite geändert werden soll. Speichern Sie sich dieses Textfeld als ASSET ab, so steht es Ihnen jederzeit zur Verfügung. Hat man ein solches „Hinweisschild“ auf einer Seite platziert, kann man es jederzeit im Panel SEITEN deutlich sehen.

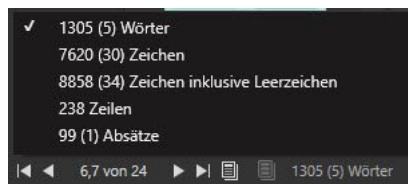
In den Abbildungen rechts ist zu sehen, wie das Warnschild auf der Seite aussieht, wie es in der Seitenübersicht wirkt und wie es als Asset abgespeichert ist.



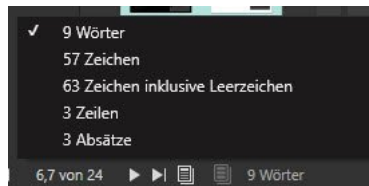
Wörter im Dokument zählen

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.



Statistik für ein Dokument mit Überlaufertext



Statistik für einen markierten Textrahmen

Schrift unterlegen

Sollte man einmal Text auf einem Hintergrundbild platzieren, der anfänglich nicht gut lesbar ist, kann man diesen Text mit Hilfe der Form RECHTECK vom Bild absetzen. Bei meinem aktuellen Heft-Cover ist die Textzeile unter dem Logo weiß. Aufgrund des Bildmotives an der Stelle kann man den Text aber nicht gut lesen. Hier zieht man einfach ein schwarzes Rechteck hinter der Schriftzeile auf und senkt langsam die Deckkraft.

In diesem Fall wurde sie auf 50% reduziert. Der Weg über ein Grafikprogramm wie PHOTO ist völlig unnötig. Bis man hier die richtige Stelle bearbeitet hat, ist man mit der „Rechteck-Methode“ längst fertig. Das ist übrigens auch eine sehr gute Methode, um eine Bildunterschrift nicht unter, sondern in ein Foto zu setzen. Gerade bei dünnen Schriften stellt man diese so hervor.

Um sich bei vielen Bildunterschriften (in Fotos) die Arbeit zu ersparen, kann man einen vorgefertigten Textrahmen erstellen und einheitlich formatieren. So sehen die Bildunterschriften alle gleich aus. Dazu nutzt man das Panel „Textrahmen“, vergibt eine Farbe (die muss nicht unbedingt schwarz sein) und senkt die Transparenz bei „Füllung - Farbe“ auf den gewünschten Wert.



Ein Vintage-Buchcover entwerfen

Je mehr man sich mit einem anstehenden Buchprojekt beschäftigt und je mehr man recherchierte Texte in ein Textprogramm tippt, umso mehr kommt einem sicherlich auch das Buch-Cover in den Sinn. Das ganze Buch spukt einem im Kopf herum. Zumindest geht es mir so. Beim Schreiben der Zeilen, abhängig vom Thema, stellt man sich das Cover bildlich immer mal wieder vor. Während das Buch Form annimmt, möchte man am liebsten direkt loslegen und das Cover angehen.

Wer da keine Ideen hat, greift schnell auf herkömmliche Bilderwüsten im Internet zu. Es geht auch anders. Für ein historisches Thema, die Geschichten spielen sich im 14. - 16. Jahrhundert ab, habe ich viele Dokumente recherchiert und Abbildungen von ihnen gespeichert. Warum also nicht ein Cover mit diesen Bildern gestalten. Dazu habe ich mich einer einfachen Technik bedient, die ich hier erläutern möchte.

Struktur mit Rechtecken schaffen

Voraussetzung ist das korrekte Abmessen der Cover-Größe, das setzt wiederum voraus, dass man sich vorher schon Gedanken über die Größe eines Buches gemacht hat. Hier ist wichtig, dass man beim Anlegen der Datei einen nötigen Beschnitt gleich mitrechnet, denn der Beschnitt wird bei einem späteren Bild-Export nicht extra berechnet. Geplant war, Teilausschnitte von den im Buch verwendeten Dokumenten im Affinity Publisher mit Hilfe des Werkzeuges „Rechteckiger Bilderrahmen“ zu platzieren. Um eine gleichmäßige Optik zu erreichen, wurden anfänglich mit dem Werkzeug „Rechteck“ mehrere unterschiedlich große Formen aufgezogen. Sie sind in der Breite gleich groß, unterscheiden sich nur in der Länge. Das sollte man ausmessen. Anschließend orientiert man sich an diesen Rechtecken und zieht bei jedem einen eigenen Bilderrahmen auf. Hat man alles erledigt, kann man die Rechtecke wieder löschen.

Bilder einladen und das Cover exportieren

Lädt man nun mit dem Button „Bild ersetzen“ in jeden Rahmen ein anderes Foto, ergibt sich ein erstes Bild des Covers. Hier sollte man aber genau überlegen, ob man ein Bildmotiv nicht an eine andere Stelle setzt, weil es dort besser passt. Vielleicht muss man auch nur einen Bildausschnitt verschieben. Das ist reine Gefühlssache. Nun kann man das Cover als Bilddatei exportieren. Ich verwende ausschließlich das JPG-Format, TIF geht aber auch.

Das Cover vervollständigen

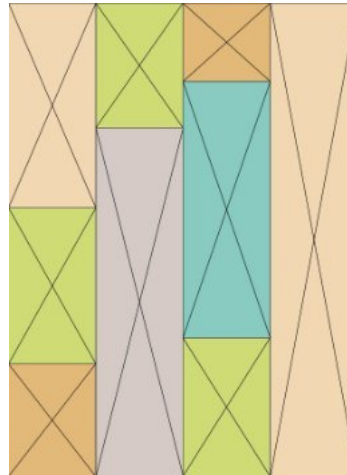
Nun muss natürlich auch noch der Text auf das Cover. Hier gibt es mehrere Möglichkeiten. Entweder, man schreibt den Text mit Hilfe des Panels „Textrahmen“ in das Cover oder man platziert ein weiteres Rechteck als Hintergrund für den Text. Je seriöser der Buchinhalt ist, umso mehr sollte man zur Lösung mit dem Rechteck tendieren. Das sind zwei klassische Text-Techniken, die man oft auf Buch-Covern sieht.

Andere Bilder nutzen

Man muss diesen Weg natürlich nicht gehen, meist ist ein einzelnes Bild sinnvoll, um den Leser nicht unnötig zu verwirren. Man kann die Menge der oben beschriebenen Rahmen auch verringern. Dann werden die Motive größer.

Das separate Buch-Cover

Völlig anders sieht die Anordnung der Motive aus, wenn man eine separate Buch-Cover-Datei bearbeiten muss. In Druckereien möchte man für ein Buch ja die Inhaltsdatei mit dem Text und eine eigenständige Datei mit dem Cover. Diese ist größer und benötigt einen Anschnitt, meist von 15mm. Soll das Cover über den gesamten Buchdeckel gehen, muss man die einzelnen Rahmengrößen anders berechnen, denn sie ragen ja in den Anschnitt hinein.



Abbildungen von links nach rechts: die Grundstruktur mit Rechtecken festlegen, dann die Bilderrahmen setzen und zum Schluss die benötigten Dokumente in die Rahmen laden.



Abbildungen: 2 Beispiele, wie man den Text auf dem Cover gestalten kann. Der Text links wird mit dem Panel RAHMEN gesetzt, bei dem Text rechts wird ein farbiger Kasten mit einer Kontur hinter den Text gesetzt.

Datenlieferanten

In den meisten Fällen wird der Anwender des Affinity Publishers seine Texte aus einem Textprogramm importieren. Mit Hilfe einer ordentlichen Gliederung sind die Texte schnell strukturiert und können im Publisher weiterverarbeitet werden. Dazu kommt, dass WORD und Co. die Rechtschreibung im Dokument übernimmt.

Wer sich aber etwas intensiver mit der Thematik auseinandersetzt, wird sehen, dass sich die Texterfassung nicht auf ein normales Textprogramm beschränkt. Woher können also all' die Informationen und Daten kommen, die man später im Publisher verarbeitet?

Datenimport über EXCEL

Über die „Datenzusammenführung“ im Publisher kommt EXCEL ins Spiel, oder eine Software die Daten im CSV-Format exportieren kann. Über EXCEL lassen sich aber auch andere Daten erfassen, die man später in den Publisher einfügt. Das bedeutet aber meist einen erweiterten Aufwand über die Copy&Paste-Funktion. Hier kann man in Erwägung ziehen, Tabellendaten erst in ein Textformat umzuwandeln.

Datenimport über Erfassungsprogramme

Meist muss man im Vorfeld Daten erfassen, sammeln und archivieren, bevor man daran denkt, alles im Publisher aufzubereiten. Hier kommen Programme wie LEXICAN, HELPNDOC oder der MEMOMASTER der Firma JB Software zum Einsatz. Dies alles sind Programme unter Windows, die im erweiterten Maß Daten wie Texte und Bilder archivieren können. Im weitesten Sinn sind es Datenbanken, spezialisiert auf den Export in unterschiedliche Formate wie E-Books, HTML, WORD oder PDF. Die beiden letztgenannten Formate sind dann wieder für den Publisher interessant. Eine weitere Software-Gattung zur Erfassung von Daten sind Ahnenforschungsprogramme wie HEREDIS 23. Auch hier kann man in das WORD-Format exportieren und dann weiterverarbeiten.

Das Internet

Zu guter Letzt ist auch das Internet eine riesige Datensammlung. Allerdings macht es hier wenig Sinn, Informationen zu markieren und über die Zwischenablage in den Publisher zu laden. Vielmehr hilft das World Wide Web bei der Recherche und den Abgleich von Daten, wie Quellenangaben oder Ähnliches.

Bildschirmaufnahmen

Unentbehrlich sind Screenshot Programme, speziell für Online-Publikationen. Einige der Abbildungen in meinen Heften wurden „abfotografiert“, manchmal noch zugeschnitten und wenn nötig, mit zusätzlichen Hinweisen aufgewertet.

Designer und Photo

Wenn es um zusätzliche Arbeiten geht, sei es, um Fotos zu optimieren oder ein Logo zu erstellen, helfen natürlich auch die anderen Affinity APPS.

Zusammenfassung

Wenn man ein Gesamtprojekt verwirklichen möchte, an dessen Ende eine PDF-Datei steht, die mit dem Publisher gestaltet wurde, helfen einem Programme, die Daten sammeln und einem zuarbeiten können. Hier gilt es, die richtigen Programme in Kombination zu finden und zu nutzen.



Ansprechende Inhaltsverzeichnisse

Wenn es um einfache Inhaltsverzeichnisse im Publisher geht, reichen die Funktionen im Panel „Inhaltsverzeichnis“ aus. Meist wählt man hier die verwendeten Überschriften aus, die im Dokument vorkommen. In wissenschaftlichen Arbeiten sind Inhaltsverzeichnisse Pflicht, denn sie bieten einem Dozenten die Möglichkeit, sich einen Überblick über den Inhalt einer Arbeit zu verschaffen. Dabei gibt es hier bestimmte Vorgaben, die einzuhalten sind. Natürlich gilt das auch für „normale“ Arbeiten, denn man möchte ja, dass sich der Leser, zum Beispiel beim Lesen eines Buches, problemlos zurechtfindet. Für optisch ansprechendere Verzeichnisse muss man sich aber etwas anderes einfallen lassen. Wie oft sieht man langweilige Verzeichnisse, gefolgt von Punkten und der Seitenzahl? Wenn man sich ein wenig Mühe gibt, kann man mit dem Affinity Publisher schöne und anspruchsvolle Verzeichnisse gestalten, denn sie sind genauso wichtig wie der Buchinhalt selbst.

Beispiele gibt es genug, die man, wenn die eigene Fantasie nicht ausreicht, im Internet finden und nachbauen kann. Anhand von vier einfachen Beispielen möchte ich aufzeigen, dass man mit ein wenig Struktur verschiedene Verzeichnisse gestalten kann. Dabei kann die Optik, je nach Wunsch, mal mehr, mal weniger opulent ausfallen. So ein Verzeichnis sollte sich immer auch nach dem Inhalt des Buches richten. Bei Büchern mit reinem Text macht ein buntes Verzeichnis keinen Sinn, denn es wirkt so etwas „überladen“. Meine Beispiele richten sich eher an Anwender, die ein Fachbuch schreiben möchten, in dem man auch Bildmaterial, Tabellen oder Skizzen vorfindet.

Das 1. Verzeichnis: Geeignet ist dieses Verzeichnis für Bücher mit langen Kapiteln, bei denen man nicht zu viele Einträge benötigt. Dieses passt auf eine Seite, muss aber auch nicht die ganze Seite einnehmen. Im Grunde genommen wiederholt sich hier die Struktur der Seitenzahlen, den Haupt- und Unterkapitel-

texten, alles platziert auf farbigen Rechtecken. Bei der Wahl der Farben sollte man nicht zu viele unterschiedliche nehmen, sonst verwirrt man den Leser. Drei reichen aus, sie müssen allerdings aufeinander abgestimmt sein.

Das 2. Verzeichnis: Hier signalisiert das hochkant gestellte Wort „Inhaltsverzeichnis“, worum es geht. Es dient aber auch als Trenner vom Seitenrand zum eigentlichen Verzeichnis. So bietet man dem Leser einen leichteren Einstieg, um das Verzeichnis „besser zu lesen“. Die Hauptthemen sind mit römischen Zahlen versehen und tragen keine Seitenzahl. Das kann man natürlich anders machen, denn dieses Hauptthema beginnt ja dann auch mit dem folgenden „Unterthema“. So schafft man aber eine kontinuierliche Struktur und grenzt die einzelnen Hauptthemen klar voneinander ab.

Das 3. Verzeichnis: Ähnlich wie oben rechts wurden hier die Seitenzahlen aber wesentlich größer abgebildet. Dieses Verzeichnis habe ich für eine Arbeit benutzt, bei der ein Buch in zwei Hauptabschnitte unterteilt war, die sich vom Inhalt klar unterscheiden haben. Da hier Artikel mehrerer Autoren verarbeitet wurden, sind die Namen im Verzeichnis mit aufgeführt. Wer ein solches Fachbuch in Händen hält, sucht vielleicht nach einem bestimmten Artikel. Über den Namen des Autors weiß er sofort, auf welcher Seite er nachschlagen muss.

Das 4. Verzeichnis: Diese Art von Verzeichnis sieht man manchmal bei modernen Speisekarten, nur dass hier keine Preise, sondern Seitenzahlen stehen. Auch hier gilt, dass die Farben der Texte mit der Hintergrundfarbe abgestimmt sein müssen.

Verwenden Sie ruhig etwas Zeit mit ihrem Inhaltsverzeichnis. Wenn Sie es erstellt haben, und hier muss man meist selbst Hand anlegen, speichern Sie es als Asset ab, so haben Sie es immer griffbereit.

05

THEMA

UNTERTHEMA

UNTERTHEMA

UNTERTHEMA

16

THEMA

UNTERTHEMA

UNTERTHEMA

27

THEMA

UNTERTHEMA

UNTERTHEMA

UNTERTHEMA

09

THEMA

24

THEMA

UNTERTHEMA

38

THEMA

UNTERTHEMA

UNTERTHEMA

52

THEMA

60

THEMA

I

INHALTSVERZEICHNIS

I. THEMA

Unterthema 1a	5
Unterthema 1b	7
Unterthema 1c	12

II. THEMA

Unterthema 2a	17
Unterthema 2b	40

III. THEMA

Unterthema 3a	52
Unterthema 3b	70
Unterthema 3c	82

IV. THEMA

Unterthema 4a	94
Unterthema 4b	120
Unterthema 4c	160

INHALT

- 2** **THEMA 1**
Hier steht die Info zum Thema
- 4** **THEMA 2**
Hier steht die Info zum Thema
- 9** **THEMA 3**
Hier steht die Info zum Thema
- 14** **THEMA 4**
Hier steht die Info zum Thema
- 20** **THEMA 5**
Hier steht die Info zum Thema
- 31** **THEMA 6**
Hier steht die Info zum Thema

Inhaltsverzeichnis

7 Vorwort

Teil I: Hauptthema

10 Thema
Kurze Erläuterung
Name des Autors

36 Thema
Kurze Erläuterung
Name des Autors

59 Thema
Kurze Erläuterung
Name des Autors

Teil II: Hauptthema

64 Thema
Kurze Erläuterung
Name des Autors

89 Thema
Kurze Erläuterung
Name des Autors

104 Thema
Kurze Erläuterung
Name des Autors

Bilderfluten managen

Was gehört wohin?

Im Normalfall arbeiten mehrere Menschen an einem großen Projekt. Im Falle des nun geschilderten Buchprojekts habe ich das alleine gemacht. Dafür braucht man Erfahrung. Managen großer Bilder-mengen, aufbereiten und optimieren der Fotos, Texte schreiben und den richtigen Bildern zuordnen und zu guter Letzt auch noch das Umsetzen des Buches selbst im Affinity Publisher.

Für ein Buchprojekt mit 220 Buchseiten wurden von einem Fotografen professionelle Bilder gemacht. Alle im RAW-Format, damit sie später noch optimiert werden können. Das wurde dann mit Affinity Photo umgesetzt. Hier ergab sich aber, dass die Fotomotive aus mehreren Vitrinen herausgenommen und auf einem Tisch mit weißem Tischtuch platziert wurden. Insgesamt kamen so über 600 Fotos zusammen, oft mit mehreren Ansichten zu einem einzelnen Motiv.

Wow. Zu vielen dieser Motive gab es aber kleinere Teile, die wegen Platzmangel in anderen Vitrinen untergebracht waren. Und hier fängt dann die Organisation aller Bilder an. Was gehört zu welchem Hauptmotiv? Hier waren dann viele Bildmontagen nötig, weil die Motive oft getrennt voneinander abgelichtet wurden. Dazu kam, dass die Fotos nicht alle an einem Tag aufgenommen wurden.

Ich musste also oft genug warten und das war bei einer ordentlichen Organisation nicht immer ganz einfach. Oft musste ich nachfragen, da der Fotograf beim Übertragen der Fotos nicht hinterherkam. Elementar wichtig ist auch, dass bei mehreren Tagen „Fotoshooting“ die Lichtverhältnisse gleichbleiben sollten. Das war leider nicht der Fall. Hier hat sich aber das RAW-Format bewährt.

Eine Anmerkung

Anmerken möchte ich hier, dass im Großen und Ganzen alles reibungslos funktioniert hat, denn der Fotograf kannte sich mit Cloud-Speicher aus. Insgesamt

wurden die Bilder in drei Tagen aufgenommen und über einen Online-Speicher übermittelt. Nicht auszudenken, wir hätten mit DVDs gearbeitet, die man mir dreimal per Post zugeschickt hätte. Das wäre ein riesiger Aufwand gewesen.

Klärende Kommunikation

Zu vielen der Fotomotive hatte ich Rückfragen, da ich ja nicht wusste, was zusammengehört. Hier ist ein Screenshot-Programm wie SnagIt der Firma Techsmith Gold wert. Bevor ich die RAW-Bilder in Affinity Photo bearbeitet habe, wurden bei Unklarheiten Screenshots gemacht und an den Sammler per E-Mail geschickt. So kamen binnen zwei Monaten über 100 E-Mails zusammen, um Sachverhalte zu klären. Erstaunlicherweise hat auch das meist wunderbar funktioniert. Jetzt galt es, die Fotos auch zu managen. Welche Bilder waren noch nicht bearbeitet, welche waren fertig und konnten für das Buch-Projekt verwendet werden?

Nachhaltig arbeiten

Damit fertige Bilder auch später identifiziert werden konnte, habe ich den Fotos eindeutige Dateinamen gegeben. Und hier kommt jetzt der Affinity Publisher ins Spiel. Da zu jedem Bild auch ein Text im Buch platziert werden musste, habe ich mir im Publisher eine Bilderliste angelegt. Das ist eine eigene Publisher-Datei, in der ich alle Fotos gesammelt habe. Unter jedem Foto wurde der Dateiname vermerkt.

Die Texte wurden in einem Textprogramm geschrieben, manchmal auch sehr umfangreiche Texte und darunter der jeweilige Dateiname des Fotos festgehalten. So war später in der Buchdatei eine Zuordnung problemlos machbar. Von den oben erwähnten 600 Fotos wurden dann etwa 200 verwendet. Diese wurden dem Buchlayout angemessen passend mit Affinity Photo zugeschnitten.

Hat man alle Vorarbeiten erledigt, kann man sich an das eigentliche Buch wagen. Hier liegt es aber in der Natur der Sache, dass man vereinzelt bei den Fotos und Texten nacharbeiten muss.

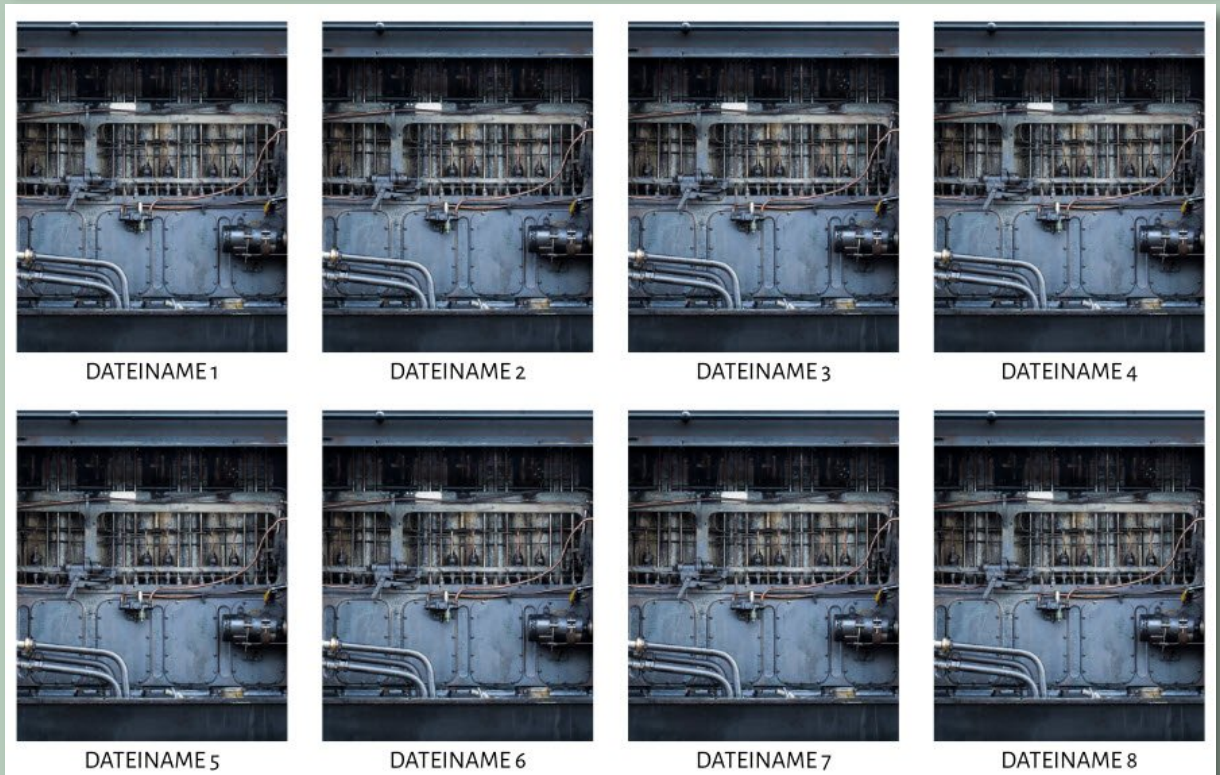
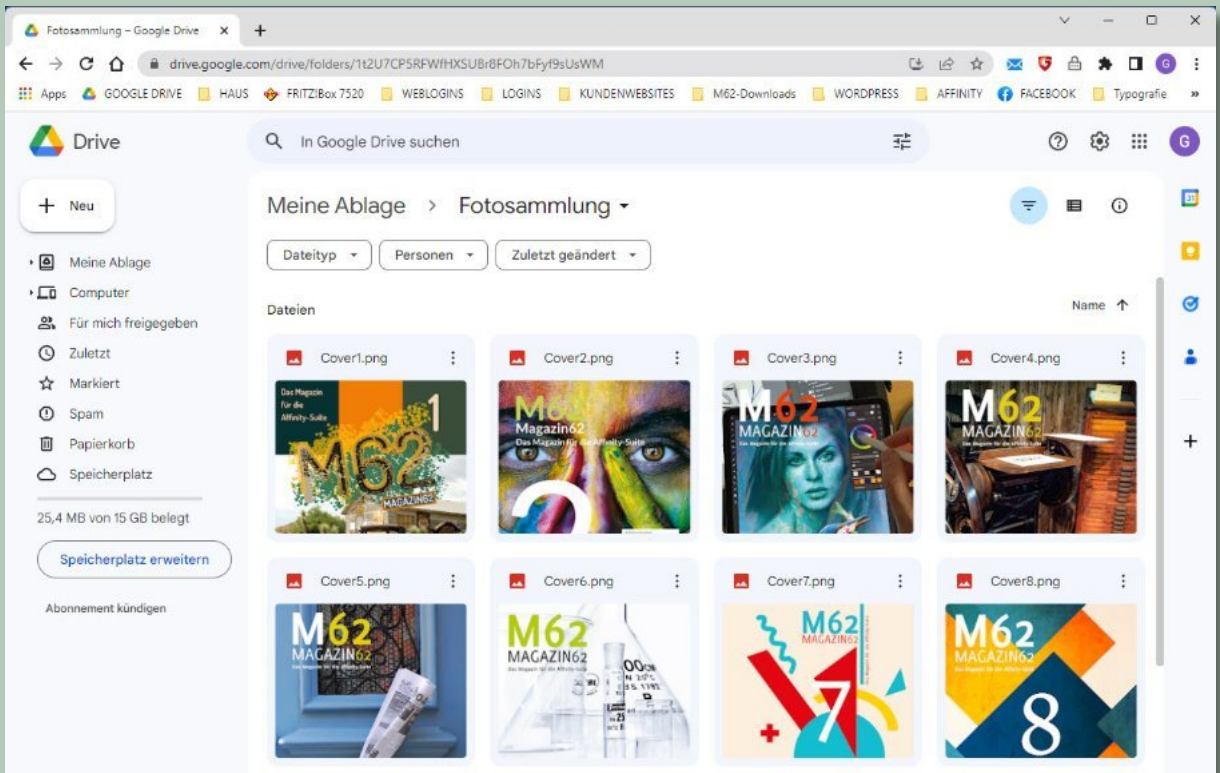
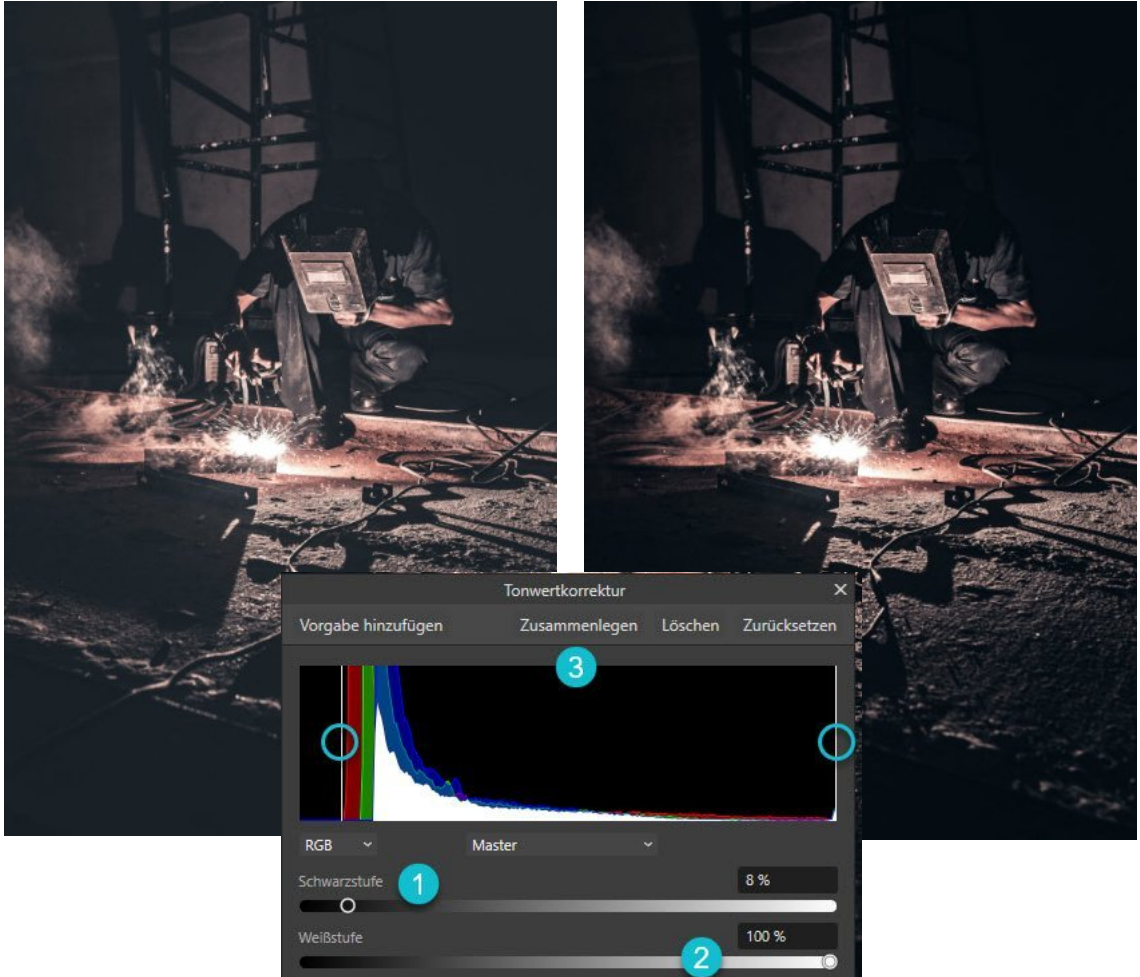


Abbildung oben: Beispiel einer Fotosammlung anhand des Onlinespeichers von Google Drive
Abbildung unten: Beispiel einer Bilderliste zum Abgleich von Dateinamen

Affinity Photo

Die Tonwert-Korrektur



Es gibt Fotos, die wirken sehr matt und „flau“. Hier kann man das Bild mit den Tonwerten „aufwerten“. Öffnen Sie ein Foto und drücken Sie die Tastenkombination STRG+L. Es öffnet sich das Menü TONWERTKORREKTUR mit der Anzeige eines Diagramms (3). Unter diesem Diagramm sind mehrere Schieberegler, mit denen man das Foto verbessern kann. In diesem Fall konzentrieren wir uns auf die „Schwarzstufe“ (1) und „Weißstufe“ (2). Man zieht den jeweiligen Regler so weit nach rechts (Schwarz) oder links (Weiß), bis die weiße Linie das Diagramm erreicht. Die Veränderungen kann man sofort sehen. Geht das Diagramm bis zum Ende des Fensters, sind keine Veränderungen nötig. Klicken Sie nun auf ZUSAMMENLEGEN und die Änderungen werden wirksam.

Affinity Photo

Das Freistellen von Fotos

Es gibt einige Möglichkeiten, ein Bild in PHOTO freizustellen. Hier möchte ich eine Methode beschreiben, die etwas komplexer ist, die aber meines Erachtens die besten Ergebnisse erzielt. Damit können auch Haare oder Bäume mit vielen Zwischenräumen freigestellt werden. Ich habe für die Erklärung extra ein einfaches Bild ausgewählt, damit ich die Funktionen einfacher erklären kann. Bei etwas aufwendigeren Freistellungen kann man zum Beispiel bei den Tonwerten feinere Schritte gehen, um Details besser herauszuarbeiten.

Öffnen Sie ein Bild in Affinity Photo. Im Beispiel zu sehen, möchte ich den Bereich des Himmels von den Bäumen separieren. Je nach Bildmotiv muss man natürlich den richtigen Kanal wählen. Der Himmel besteht meist aus blauen Tönen. Der erste Schritt wird sein, den BLAUEN KANAL des Bildes auszuwählen (1).

Anschließend rufen Sie mit STRG+L das Panel TONWERTE auf (2). Hier zieht man den Regler für die SCHWARZSTUFE so weit nach rechts, bis der Bereich der Bäume so schwarz wie möglich erscheint. Danach zieht man den Regler für die WEIßSTUFE so weit nach links, bis der Regler, VOR DEM der SCHWARZSTUFE steht. Das Bild wird nun invertiert dargestellt. Schauen Sie auf das Bild. Hier kann man durch feineres Tuning der Regler noch bessere Ergebnisse erzielen. Das Panel TONWERTE wird nun mit dem X oben rechts geschlossen.

Als Nächstes erstellen wir mit Hilfe des Panels KANÄLE eine Auswahl. Dazu klicken wir im Panel mit der RECHTEN MOUSE auf den BLAUEN KANAL und wählen „Als Pixelauswahl laden“ (3). Der weiße Bereich wird nun als Auswahl umrandet. Im nächsten Schritt markiert man das Originalfoto und macht mit der Tastenkombination STRG+J eine Kopie (nur mit der Auswahl). Das Motiv wird nun freigestellt (4). Das gesamte freigestellte Foto wird



aber erst dann sichtbar, wenn man die Tonwert-Anpassung im Panel EBENEN ausschaltet und alle KANÄLE wieder einblendet. Löschen Sie jetzt die Tonwert-Anpassung im Panel EBENEN und das Originalfoto. Das freigestellte Motiv bleibt übrig und kann weiterverarbeitet werden.

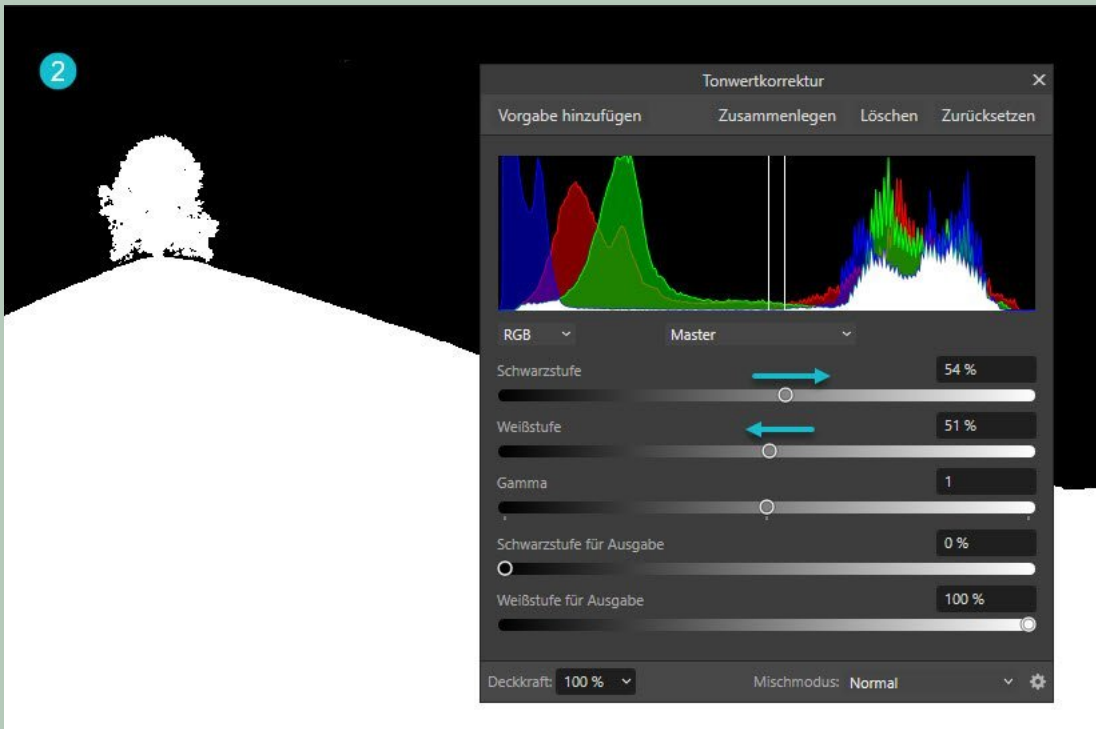
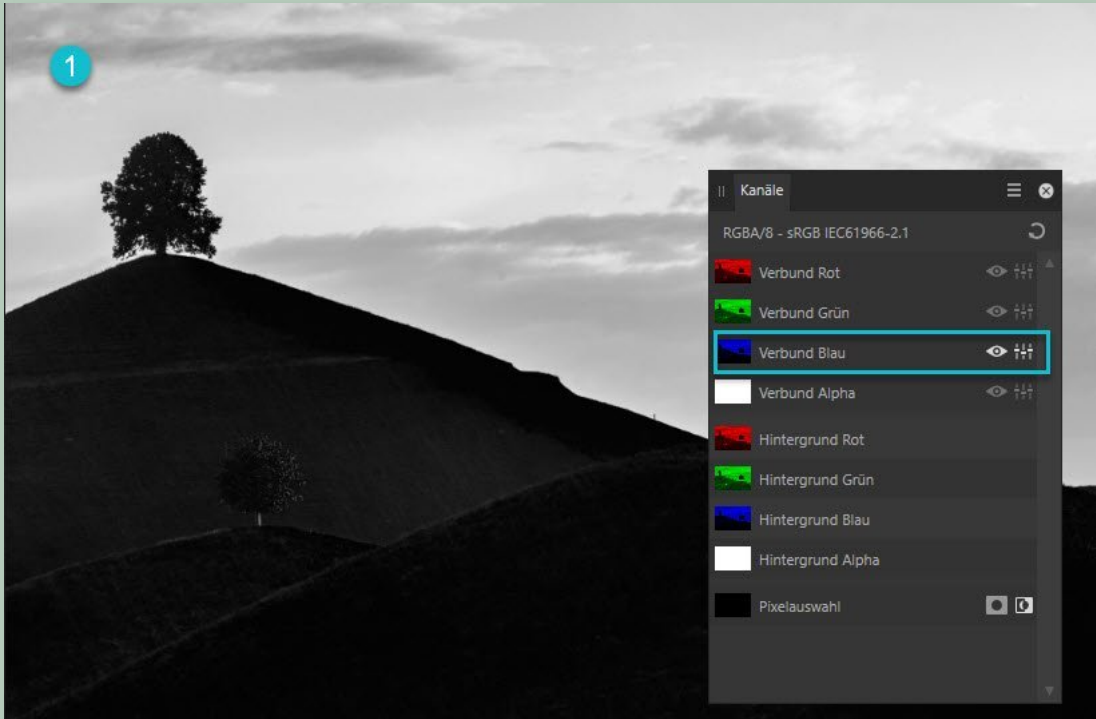
Die Schritte in Kurzform

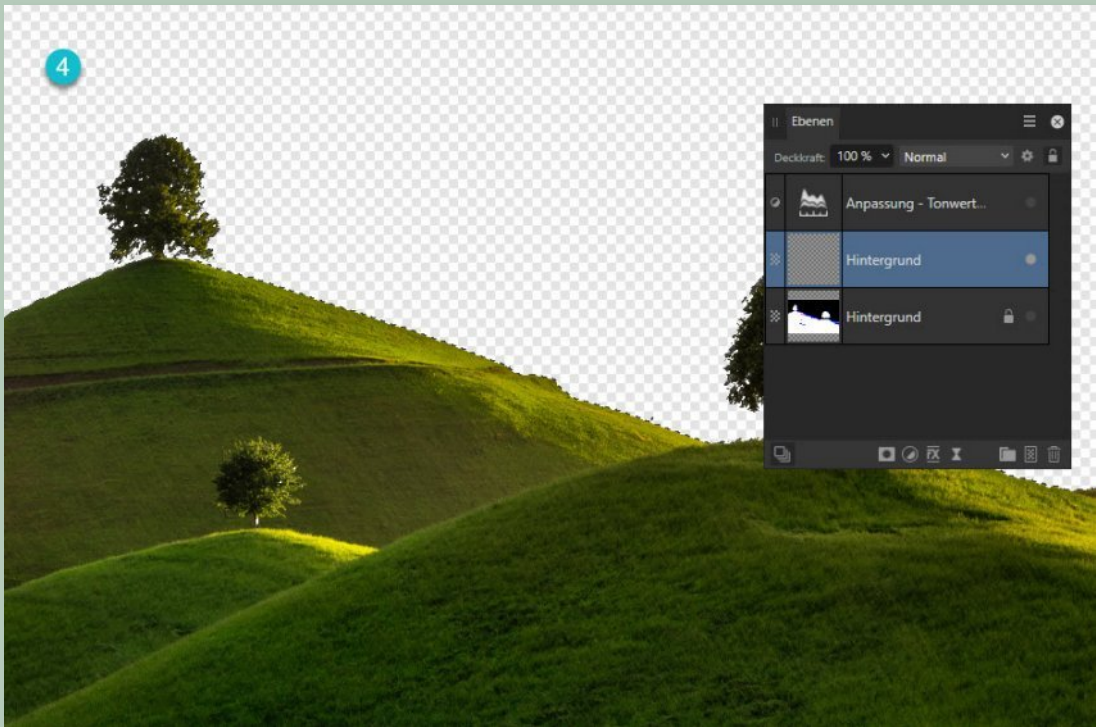
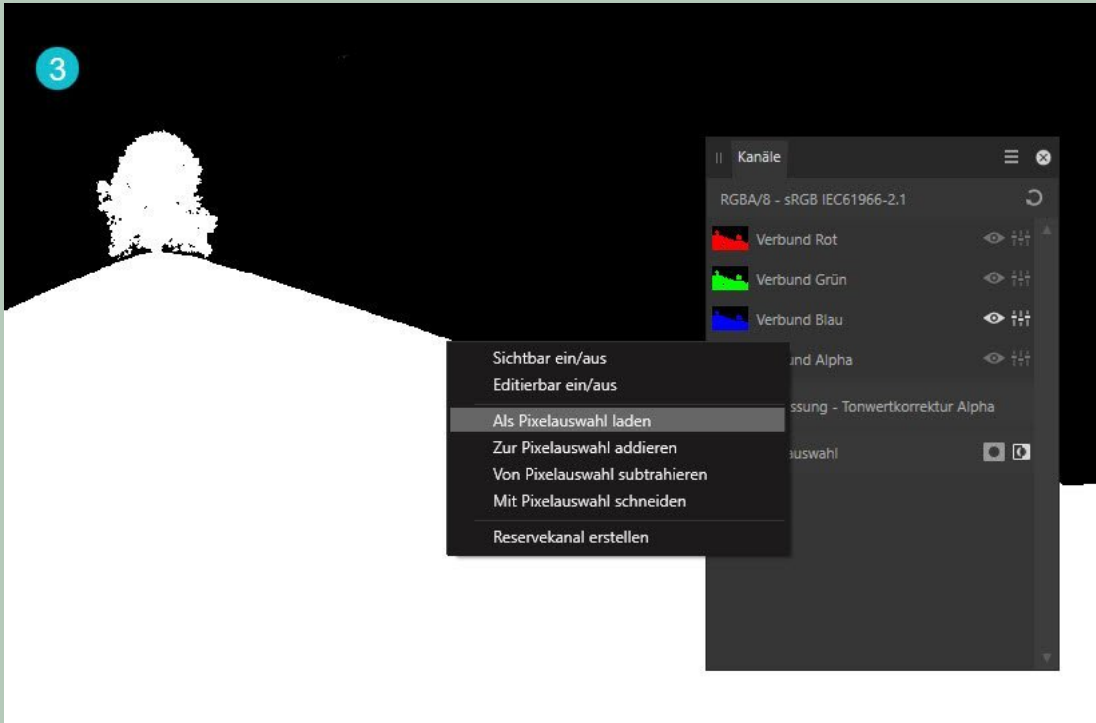
Schritt 1: Wählen Sie im Panel KANÄLE den blauen Kanal aus. Alle anderen Kanäle werden ausgeblendet.

Schritt 2: Das Panel TONWERTE mit STRG+L aufrufen, die Regler wie oben beschrieben verschieben.

Schritt 3: Eine Pixelauswahl des BLAUEN KANALS erstellen.

Schritt 4: Originalfoto im Panel EBENEN markieren und eine Kopie mit STRG+J erstellen. Alle Kanäle wieder einschalten. Das Originalfoto und die Tonwert-Einstellungen im Panel EBENEN löschen.





M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

Giuseppe Arcimboldo: „Das Feuer“, 1566

Alles zur neuen Affinity
Publisher Version 2.2

17



17
2023

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von 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.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Nun ist sie da, die neue Version 2.2. Meine Sorge, dass der Publisher nach einem Update mal wieder viel zu langsam arbeitet, hat sich nicht bestätigt. Seit der Vorgängerversion hat man hier, was die Schnelligkeit der Programme angeht, ganz schön unter der Haube „geschraubt“. In diesem Heft gehe ich hauptsächlich auf die neuen Funktionen ein und da werden sich sicherlich einige Anwender/Anwenderinnen freuen. So langsam wird der Publisher „erwachsen“!

In einem weiteren Schwerpunkt dieses Heftes möchte ich auf die „Fotomontage“ ([Siehe Seite 14](#)) und die „Collage“ eingehen, wobei ich allen Anwendern, die sich damit nicht so auskennen, einmal die Grundlagen und die Entstehungsgeschichte von montierten Fotos und grafischen Elementen näherbringen möchte. Bei Facebook schon kurz angesprochen, geht es um die Bewegung des Dadaismus, auch DADA genannt und ich stelle einen Mann vor, der schon im 16. Jahrhundert beeindruckende Bilder gemalt hat. Den Privatanwender wird das vielleicht nicht so ansprechen, aber wenn man sich in bestimmten Feldern bewegt, sollte man auch die Grundlagen kennen. Denn nicht selten kann man sich gerade hier neue Ideen holen, die einem sonst verborgen geblieben wären.

„In eigener Sache

Bis heute habe ich 17 Hefte meines Magazins gestaltet und in der Zeit von 2020 bis heute wurden bei PayPal die Gebühren 2 Mal erhöht. Diese Erhöhungen habe ich an meine Leser nie weitergegeben. Ich komme nun aber nicht umhin, den Preis des Magazins leicht anzuheben. Ab dieser Ausgabe wird es € 5,50 kosten. Ich denke, das ist fair, denn es steckt auch viel Arbeit in jedem Heft.“

Nun darf ich Ihnen wieder viel Freude beim Lesen und Ausprobieren wünschen!

Ihr Georg Walter

Neu in Version 2.2. Selbst definierte Felder



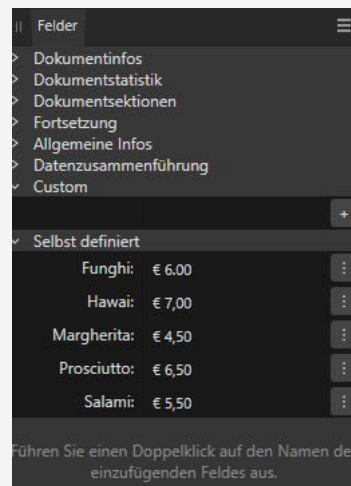
Eine Neuerung im Publisher 2.2 sind TEXTFELDER, die man sich selbst anlegen und im Text verwenden kann. Als klassisches Beispiel sei hier eine Speisekarte erwähnt, in der man durch Felder Preise bestimmt und wenn man sie anpassen muss, reicht es aus, dies über die FELDER zu machen. Im Panel FELDER gibt 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.



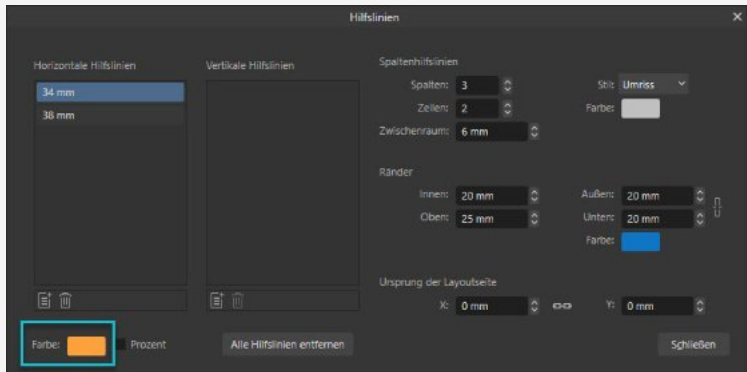
Die drei Punkte im Panel:

Über die drei Punkte kann man einen Namen löschen oder umbenennen.

Weitere Neuerungen in der Version 2.2

Farben für Hilfslinien anpassen

Jetzt ist es möglich, Hilfslinien eine andere Farbe zuzuordnen, als dem Satzlayout. 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.



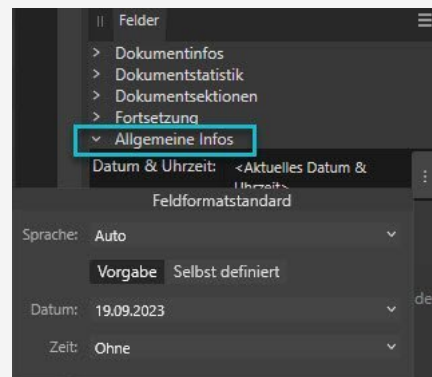
Neue Ansichtsmodi

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.



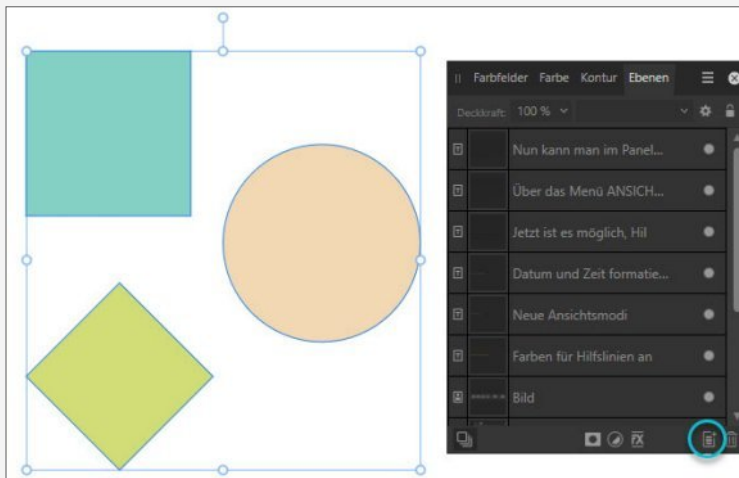
Datum und Zeit formatieren

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**.



Mehrere Ausgewählte Elemente in einer Ebene zusammenfassen

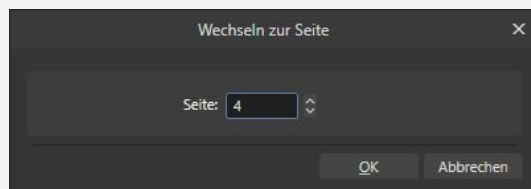
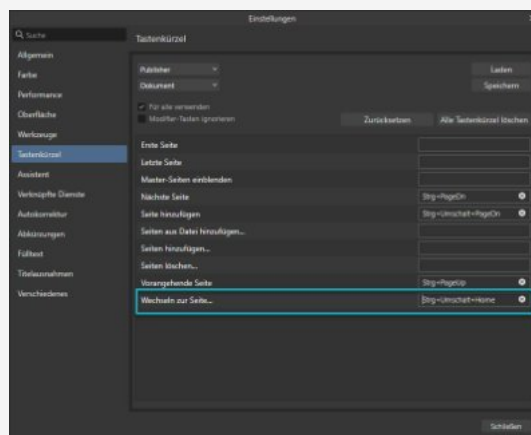
Markiert man mehrere Elemente und klickt bei gedrückter ALT-Taste im Panel EBENEN auf das Symbol für „Neue Ebene“, werden alle Elemente als neue Ebene im Panel zusammengefasst. Möchte man sie wieder aus der Ebene „lösen“, reicht ein Rechtsklick auf den Eintrag und man wählt „Freigeben“.



Zu Seiten im Dokument 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.



Werte und Positionen von Formen ändern

Mit diesen beiden neuen Funktionen macht das Arbeiten im Publisher und Designer gleich doppelten Spaß. Dies betrifft aber nicht nur Formen, sondern auch die Werkzeuge für Bilderrahmen und im Designer für alle Artboard-Werkzeuge. Am Beispiel des Werkzeuges STERN möchte ich diese Funktionen erklären.

Formen mit Werten erstellen

Bisher hat man den STERN in der Werkzeugpalette ausgewählt und im Dokument einen Rahmen aufgezogen, der STERN wurde gezeichnet. Dann ging es ans Feintuning über die Kontextleiste am oberen Bildschirmrand. Mit der neuen Publisher-Version 2.2 kann man sich das Leben nun erleichtern. Wählen Sie den STERN aus. Jetzt zeichnen sie aber KEINEN RAHMEN, sondern klicken bei gedrückter STRG-Taste mit dem Werkzeug in das Dokument. Ein Eingabe-Menü wird sichtbar, indem Sie nun alle Parameter einstellen können. Für den STERN betrifft das die Breite, Höhe, die Anzahl der Punkte (Zacken)

und das Erscheinungsbild wie Innenradius, Außen- und Innenkreis. Probieren Sie auch mal den Schalter „Gekrümmte Kanten“ und Sie können die Zacken ineinander „verdrehen.“

Verschieben und Duplizieren

Nachdem Sie, wie oben erklärt, den STERN angelegt haben, lassen Sie ihn markiert. Drücken Sie jetzt die Eingabe-Taste (RETURN). Ein weiteres Menü wird sichtbar und hier kann man die Form nicht nur im Dokument positionieren, vielmehr ist es hier jetzt möglich, Duplikate der Form anzulegen und im Dokument zu verteilen. Über „Horizontal“ und „Vertikal“ legt man die Position fest, über „Distanz“ legt man die Abstände fest, wenn man Duplikate anlegt und über den Wert für „Winkel“ kann man mehrere Formen im Dokument „verteilen“, dies aber nicht nur senkrecht und waagrecht, sondern auch versetzt, zum Beispiel um 10 Grad.

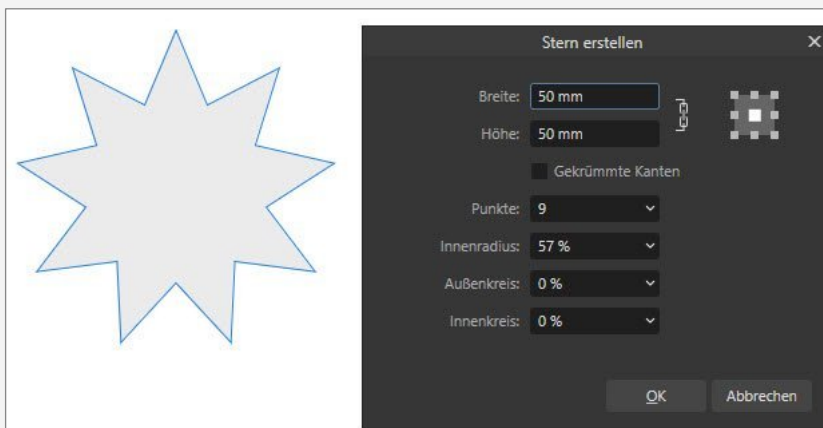


Abbildung: Einen STERN über die STRG-Taste erstellen.

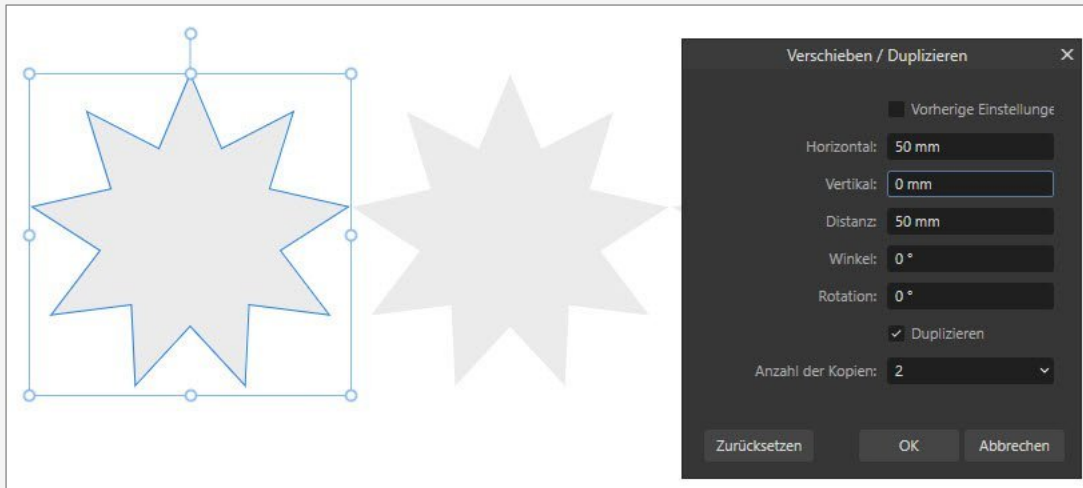


Abbildung: Menü für das Verschieben und Duplizieren einer Form.



Abbildung: Duplikate des STERNS werden über den WINKEL im Dokument neu positioniert.

Querverweise

Unter einem Querverweis versteht man die Angabe zu einem WEITERFÜHRENDEN HINWEIS. In vielen Fällen bedeutet das einen Hinweis auf eine andere Seite im Dokument. Nach erster Prüfung kann ich sagen, dass dies von Serif im Publisher sehr gut gelöst wurde, man hatte sich damit auch viel Zeit gelassen. Diese neue Funktion, und viele Anwender haben wirklich darauf gewartet, erkläre ich am besten an einem Beispiel, dass ich in meinem Heft angewendet habe.

Der Wunsch

In meinem Willkommenstext auf Seite 2 wollte ich einen Seiten-Verweis einfügen, der dem Leser vermittelt, wo er mehr zum angegebenen Thema findet. Hier ist sehr erfreulich, dass man nicht unbedingt nur über das neue Panel QUERVERWEISE gehen muss, sondern im Text selbst an der gewünschten Cursor-Position mit einem rechten Mouse-Klick ein Menü aufrufen kann. So bleibt man im Text und muss nicht mit der Mouse in das dafür vorgesehene Panel klicken.

Einen neuen Querverweis erstellen

Nachdem man mit der rechten Mouse-Taste das Menü aufgerufen hat, wählt man einfach den gewünschten Eintrag. Es öffnet sich ein großes Eingabefeld mit dem Namen „Querverweis einfügen“. Hier werden alle nötigen Angaben gemacht, damit zum Schluss alles seine Ordnung hat.

Der Querverweis soll mit einem ABSATZ verknüpft sein, wobei ich keinen STIL anwenden möchte. In der Scroll-Liste suche ich mir jetzt die Seite, in diesem Fall Seite 14 und den passenden Eintrag, hier die Überschrift auf der Seite. Unter VERKNÜPFEN MIT kann man auch einen INDEXMARKER oder einen ANKER wählen. So kann man direkt auf eine Index-Eintrag oder ein Hyperlink-Ziel verweisen.

Die Einstellungen (Vorgaben, Text und Hyperlink)

Die VORGABE „Seite – Seitenzahl“ lasse ich stehen und ändere unter TEXT den kompletten Eintrag, also das, was später in meinem Text als Verweis sichtbar sein soll. Ich gebe ein „(Siehe Seite [Seitenzahl])“. Der Publisher bietet hier eine Vielzahl an Verweiszielen, die man über das KLEINE PFEIL-SYMBOL direkt neben TEXT aus einer Liste auswählen kann. So kann man auch zu einem SEKTIONSNAMEN springen. Damit der Verweiseintrag auf meiner Seite 2 als Hyperlink eingefügt wird, ich möchte ja dem Leser in der fertigen PDF-Datei einen Link im Text anbieten, setze ich ein Häkchen bei „Hyperlinks erstellen“.

Darüber in der STILKORREKTUR wähle ich aus meinen Zeichenstilen den passenden Stil (Hyperlink) aus, den ich mir vorher schon angelegt habe. Mit einem Mouse-Klick auf OK sind alle Angaben abgeschlossen und der korrekte Eintrag erscheint da, wo ich ihn haben will. Gleichzeitig wird im Panel QUERVERWEISE ein Eintrag mit meinen Angaben angelegt. Möchte man diese Angaben nochmal ändern, genügt ein Doppelklick auf den Panel-Eintrag.

Symbole im Panel QUERVERWEISE

Auf der rechten Seite finden Sie eine Übersicht, welche Funktion die einzelnen kleinen Symbole haben. Man kann zu Verweisen oder Zielen wechseln, einen oder alle Verweise aktualisieren, bearbeiten oder löschen.

Die Checkliste

Ich kann nur empfehlen, dass man beim späteren PDF-Export die Checkliste auf EXPORT stellt und einige Parameter prüfen lässt. Die QUERVERWEISE können hier auch geprüft werden.

In einem weiteren Schwerpunkt dieses Heftes möchte ich auf die „Fotomontage“ (Siehe Seite 12) und die „Collage“ eingehen, wobei ich allen Anwendern, die sich damit nicht so auskennen, einmal die Grundlagen und die Entstehungsgeschichte von montierten Fotos und grafischen Elementen näherbringen möchte. Bei Facebook schon kurz angesprochen, geht es um die Bewegung des Dadaismus, auch DADA genannt und ich stelle einen Mann vor, der schon im 16. Jahrhundert beeindruckende Bilder gemalt hat. Den Privatanwender wird das vielleicht nicht so ansprechen, aber wenn man sich in bestimmten Feldern bewegt, sollte man auch die Grundlagen kennen. Denn nicht selten kann man sich gerade hier neue Ideen holen, die einem sonst verborgen geblieben wären.

Abbildung: Der fertige Verweis im Dokumententext

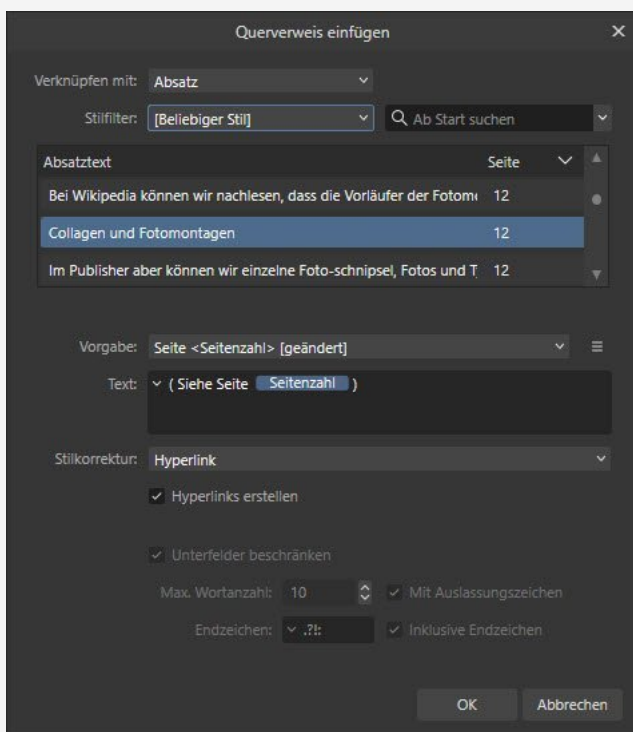
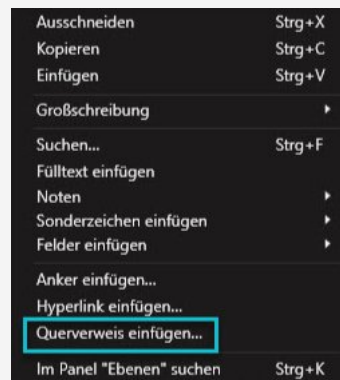
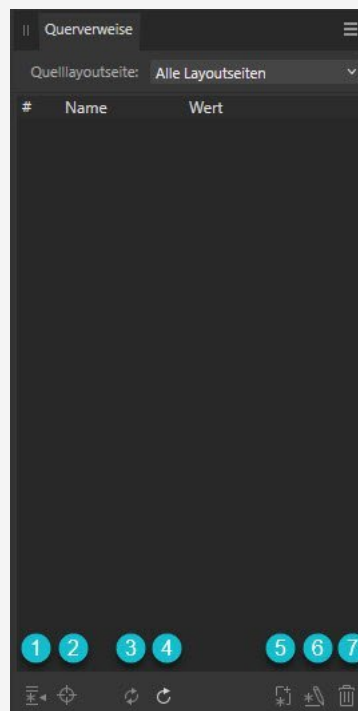


Abbildung: Der Eingabedialog zum Erstellen eines Querverweises.



Am schnellsten fügt man in einem Text einen Querverweis über die rechte Mouse-Taste ein.



Panel Querverweise

1. Zu einem Querverweis wechseln
2. Zum Ziel wechseln
3. Einzelnen Querverweis aktualisieren
4. Alle Querverweise aktualisieren
5. Neuen Querverweis einfügen
6. Querverweise bearbeiten
7. Querverweise löschen

Weitere Informationen zu Verweisen

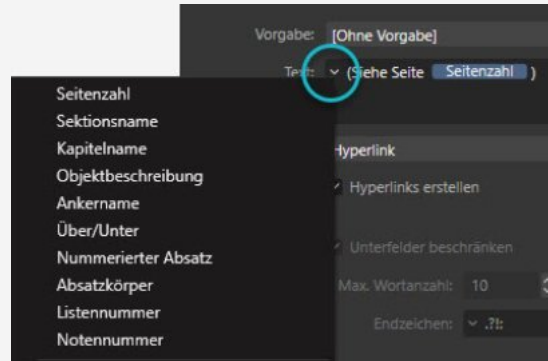
Je mehr man sich mit dem Erstellen von Verweisen, Noten, einem Index oder Inhaltsverzeichnis beschäftigt, umso konzentrierter muss man mit dem Publisher arbeiten. Hat man einen Verweis erstellt und in einem Text auf diesen hingewiesen, muss man den Text anpassen, wenn man die ZIELSEITE verschoben hat. Deshalb ist die CHECKLISTE am Schluss des Arbeitsprozesses immens wichtig. Natürlich benötigt man beim Anlegen von Verweisen keine Hyperlinks, wenn es sich um ein rein gedrucktes Werk handelt.

Querverweise bearbeiten: Man kann im Panel einen Verweis auswählen und über das richtige Symbol bearbeiten. Man kann aber auch mehrere Verweise auswählen und bearbeiten – dann ist man allerdings auf das Ändern von Texten und Stilen beschränkt, die Ziele lassen sich nicht ändern. So werden Fehler vermieden.

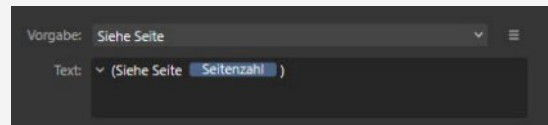
Querverweise in Text umwandeln: Wenn in einem Projekt alle Verweise gesetzt und alles geprüft wurde, kann man Verweise in normalen Text umwandeln. Dazu klickt man mit dem Cursor in den Verweis, drückt die rechte Mouse-Taste und wählt im erscheinenden Menü den Eintrag FELD ERWEITERN.

Das Ziel eines Querverweises: Die Inhalte in der Zielliste hängen davon ab, welchen Eintrag man bei VERKNÜPFT MIT wählt. Der Eintrag ZIELKAPITEL erscheint nur dann, wenn man ein Buch (Panel Bücher) erstellt und ein Kapitel davon geöffnet hat. Verweise kann man nur zu den Kapiteln setzen, die im Panel BÜCHER geöffnet sind. Mit STILFILTER kann man einen Absatzstil wählen, in der Liste werden dann nur die Einträge dieses Stils angezeigt. So kann man die Einträge in der Liste zum Beispiel auf Überschriften beschränken.

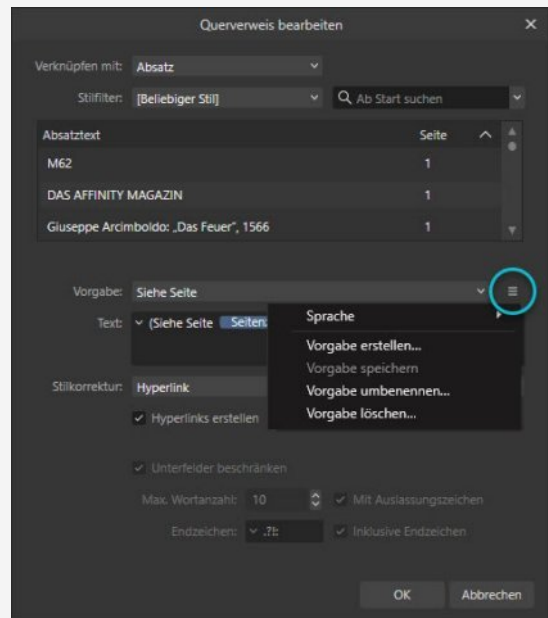
Vorgaben für Querverweise: Über das kleine DOK-Symbol oben rechts kann man sich fertige Vorgaben abspeichern. So hat man diese für weitere Verweise direkt zur Verfügung.



Einfügen eines Platzhalters zum passenden Verweisziel.



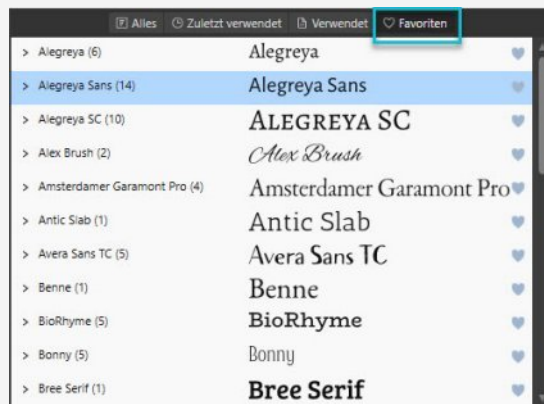
Hier kann man eigenen Text eingeben, gefolgt von einem Platzhalter für das richtige Verweisziel.



Erstellte Vorgaben können gespeichert werden

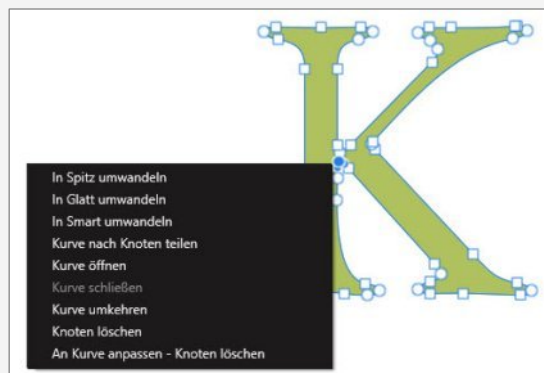
Angelegte Schriften als Favoriten

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 arbeitet. Diese Synchronisation gilt auch für selbsterstellte Rastervorgaben, die man über das Menü „Ansicht – Raster und Achsen“ definiert hat.



Knoten bearbeiten

Nicht ganz neu ist ein Menü, das man zur Bearbeitung von einzelnen Knoten einer Grafik hinzuschalten kann. Neu ist allerdings die Möglichkeit, einen Knoten auch zu löschen und an den Pfad anzupassen. Markieren Sie in einer Grafik einen einzelnen Knoten mit dem Knotenwerkzeug und drücken Sie die rechte Mouse-Taste. Im nun sichtbaren Menü kann man für den ausgewählten Knoten einige Einstellungen wählen. Mehrere Knoten wählt man bei gedrückter SHIFT-Taste aus.



Erweiterung zur Datenzusammenführung

Mit der Datenzusammenführung ist es jetzt möglich, Hyperlinks, Anker, E-Mail-Adressen und Bilder zu verwenden. Das alles kann man z. B. in einer Excel-Tabelle festhalten, wobei man für Bilder den kompletten Dateipfad mit dem Dateinamen des Bildes angeben muss. Auf diese Art ist es möglich, mit diesen Feldern aktive Links in dem später zusammengeführten Dokument zu erstellen. Die Verlinkungen aus der Datenquelle sind dann alle im Panel HYPERLINKS sichtbar. Hier sollte man sich in der Hilfe umsehen. Leider sehr unklar erklärt.

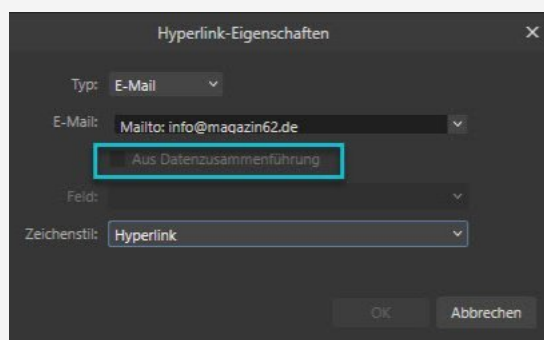
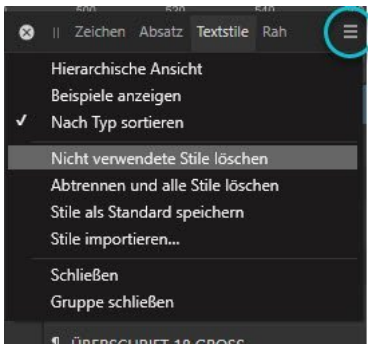


Abbildung: Im Panel HYPERLINKS können Einträge aus einer Datenzusammenführung verwaltet werden.

Tipp: 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 zeitaufwändig, 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

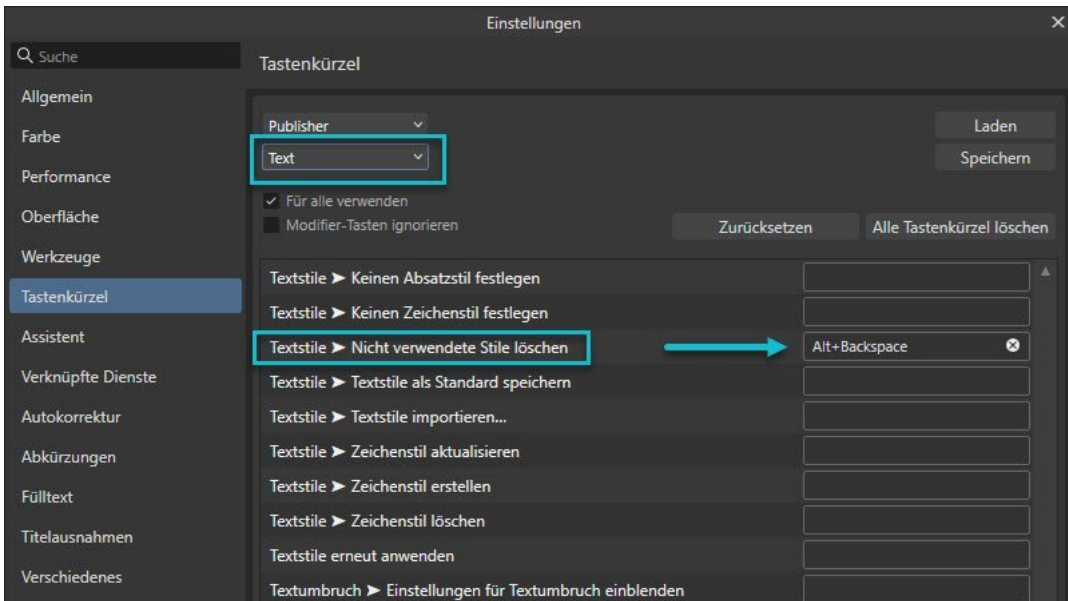
die Programm-Einstellungen und dort in den Bereich TASTENKÜRZEL. Oben wählt man den Bereich „Text“ aus und im Fenster unten scrollt man weiter nach unten, bis der Eintrag „Textstile – Nicht verwendete Stile löschen“ sichtbar wird. Für die Tastenkombination habe ich ALT+DEL (Rücktaste) gewählt. Jedes 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 und der Cursor sich nicht in einem Textrahmen befindet.



ALT + DEL

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

ALT + ←



Tipp: 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.

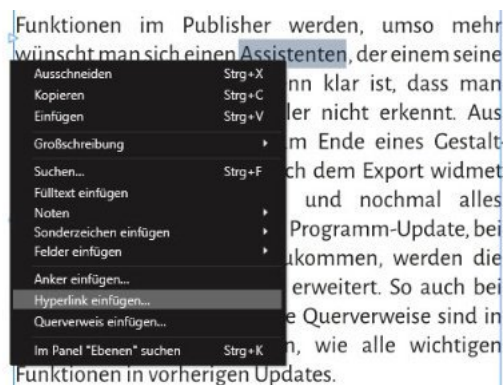
Im Panel CHECKLISTE kann man ein Profil bearbeiten und somit entscheiden, was auf welche Art und Weise geprüft und angezeigt wird. Ich empfehle,

erst einmal alles auf WARNUNG zu stellen. Dabei deaktiviere ich immer die RECHTSCHREIB-PRÜFUNG. 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.

Tipp: Das Kontextmenü in einem Textrahmen

Je nach Arbeitsweise, zumindest ist es mir so ergangen, fällt dieses wichtige Menü erst einmal gar nicht auf. Man hat sich daran gewöhnt, die einzelnen PANELS zu nutzen, wenn es um NOTEN, HYPERLINKS und jetzt auch QUERVERWEISE 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 Ebeneneintrag des Absatzes markiert angezeigt. Auch dann, wenn das Panel nicht geöffnet ist. Markierte Worte können in Großbuchstaben oder Kapitälchen formatiert werden. Leider fehlen hier die Formate Hochstellen und Tiefstellen.



Das Kontextmenü in einem Rahmentext

Grundlagen zur Fotomontage

Hier darf ich gleich vorwegnehmen, dass die hier gezeigten Fotos nur zur Anschauung dienen. Wer lernen möchte, wie man so etwas macht, benötigt viel Zeit und Erfahrung. Zur Präsentation in diesem Heft finde ich die Motive einfach spektakulär. Ohne den Computer kann man sich eigentlich nicht vorstellen, dass so etwas früher auch möglich war, nur die Techniken waren andere und die Motivwahl auch. In diesen modernen Bildern werden auch moderne Einzelgrafiken verwendet, dies war früher nicht möglich, denn als es die Fotografie noch nicht gab, konnte man sich auch keine Motive selbst zusammensuchen.

Affinity Publisher vs. Grafikprogramm

Wir müssen bei **Fotomontagen** unterscheiden, zwischen grafischem Anspruch und dem Machbaren mit z. B. dem Publisher. Mit Hilfe von Photoshop oder PHOTO kann man auf wesentlich mehr Werkzeuge zur „Manipulation von Bildern“ zurückgreifen als beim Publisher. Dies auch deshalb, da diese Programme dazu geschaffen wurden, ganze Bildcomposings herzustellen.

Im Publisher aber können wir einzelne Fotoschnipsel, Fotos und Typo zu einem Gesamtkunstwerk, einer Collage, zusammensetzen. Wenn man das richtig macht und einige Dinge beachtet, wird eine solche Grafik schon ein grafischer Hingucker sein. Dazu später mehr.

Collagen und Fotomontagen

Bei Wikipedia können wir nachlesen, dass die Vorläufer der Fotomontage aus der Malerei stammten. Mit Hilfe der „Camera Obscura“ wurden Teile verschiedener Landschaften skizziert, um sie später auf einer einzigen Leinwand zusammenzufügen. Im Weiteren bestechen hier auch die Bilder von Giuseppe Arcimboldo. Dieser lebte im 16. Jahrhundert und wurde durch seine Bilder bekannt, in denen er Früchte, Blumen, Fische und Gemüse kombinierte. Giuseppe Arcimboldo lebte von 1526 bis 1593, hauptsächlich in Mailand und Prag. Bekannt

wurde er durch seine „teste composte – zusammengesetzte Köpfe“. Und er hat dies alles gemalt! Später waren es Maler wie Picasso (1881-1973) und Braque (1882-1963), die ab 1912 zum erste Mal fremdes Material (Collagen) in ein Werk eingearbeitet haben. Weitergeführt wurde diese Art der Malerei von Kurt Schwitters (1887-1948), der dies dem Dadaismus unterordnete.

Der Dadaismus

DADA, oder auch **Dadaismus**, war eine künstlerische und literarische Bewegung, die 1916 von einigen Protagonisten begründet wurde. Grundsätzlich war es eine Revolte gegen die Kunst von Seiten der Künstler. Hier entwickelte sich dann auch die „moderne Fotomontage“, wobei gleich mehrere Leute den Anspruch der Erfindung für sich anmeldeten. Dies waren Raoul Hausmann (1886-1971) und seine Partnerin Hannah Höch (1889-1978), John Heartfield (1891-1961) und George Grosz (1893-1959). Ich darf nur jedem empfehlen, der sich dafür interessiert – schaut Euch deren grafisches Werk an. Es lohnt sich nicht nur, vielmehr lernt man hier die Grundzüge und Entstehung moderner Fotomontagen kennen. Dies auch im Hinblick darauf, dass die Werke dieser Leute einen herausragenden Platz in der damaligen Werbung hatten.



Werbegrafik von John Heartfield.



Gemälde von Giuseppe Arcimboldo aus dem 16. Jahrhundert: Umkehrbild „Der Gemüsegärtner“, „Der Bibliothekar“.

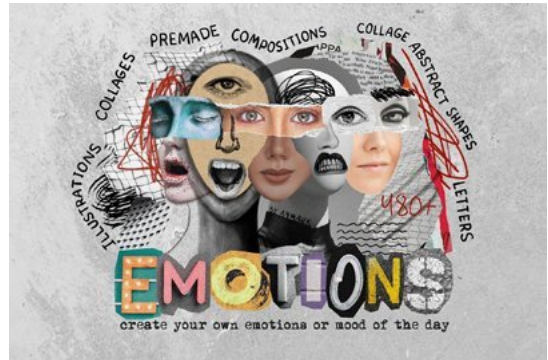


Abbildungen: 2 moderne Fotomontagen und Bildcomposings

Designcuts - Das Eldorado für Grafikkfans

Eigentlich braucht man zum Angebot auf der Website von **DESIGNCUTS** keine großen Worte machen. Hier findet man gerade für die eigenen Collagen tonnenweise Material. Auf der Seite werden einem thematisch passende Pakete angeboten und völlig transparent kann man sich das Angebot vorher anschauen. Die Grafiken, meist freigestellt im PNG-Format, Texturen und Hintergründe sind alle

hochauflösend und in hervorragender Qualität. Achtgeben muss man bei den angegebenen Preisen, die werden ohne Steuern (TAX) angegeben. Ich bin aber der Meinung, dass man schon mit einem ausgesuchten Paket eigene Collagen für Plakate und viele weitere Aufgaben erstellen kann. Man benötigt halt nur etwas Fantasie.



Eine Collage entsteht

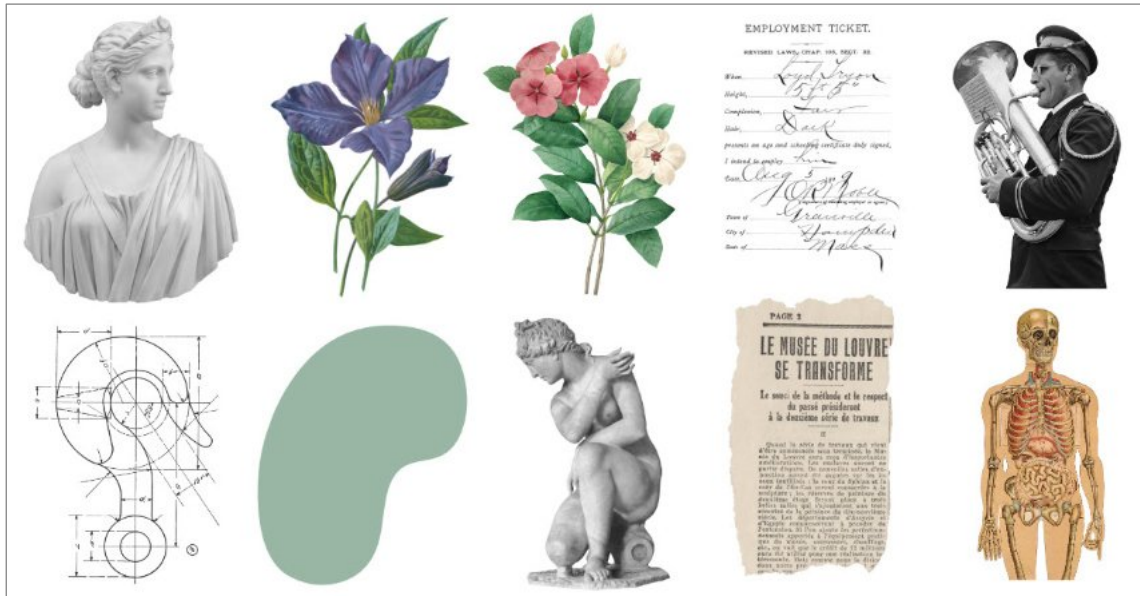


Abbildung: Beispiel von Collagen-Motiven aus der DESIGNCUT-Reihe COLLAGE CREATOR VOL 2.

Damit man ansprechende Collagen mit dem Publisher umsetzen kann, zum Beispiel für ein Buchcover, benötigt man professionelles Fotomaterial und die passende Schrift dazu. Im Idealfall hat man das Ergebnis der Collage schon im Kopf, man weiß, wie sie aussehen soll. Das ist aber in den meisten Fällen ein Wunsch und im Entstehungsprozess wundert man sich oft, wie das Endergebnis dann tatsächlich aussieht.

Dazu kommt, dass es in den meisten Fällen keine passenden Grafiken gibt. Da nutzt auch kein großer Bilderpool, den man über Jahre vielleicht zusammengetragen hat. Hier muss man Kompromisse eingehen, sonst wird man nie zu einem Ergebnis kommen. Nicht selten nutzt man Grafiken, löscht sie wieder und tauscht sie gegen eine andere aus. Eine Collage kann nur aus Bildern bestehen, hier ist es aber meist nicht ganz einfach, alle Motive in Szene zu setzen. Andere Motive, kleine Hintergrundbilder und Text-Schnipsel lockern das Ganze dann doch etwas

auf. Hier sollte man ausschließlich mit „Freistellern“ arbeiten, diese liegen meist im PNG-Format vor. Nur so lassen sich Motive objektnah platzieren, so entstehen auch keine weißen Flächen. Hat man keine Grafiken griffbereit, muss man sich im Internet umschauen und ja, diese kosten manchmal auch Geld.

Mit **DESIGNCUTS** habe ich eine Quelle benannt. Fündig wird man auch bei **CLEANPNG** und **VECTEEZY**. Hier gilt es allerdings darauf zu achten, dass das Material in der Größe und Anmutung zueinander passt. Da hier meist viele verschiedene Menschen ihre Arbeiten hochladen, ist es besser, aufeinander abgestimmte Sammlungen zu kaufen.

Mit Hilfe einer Stoffsammlung, diese kann man sich im Publisher anlegen, werden erst einmal alle relevanten Motive zusammengetragen. Und genau hier kann man schon erste Schritte gehen und die verschiedenen Bilder untereinander anordnen.

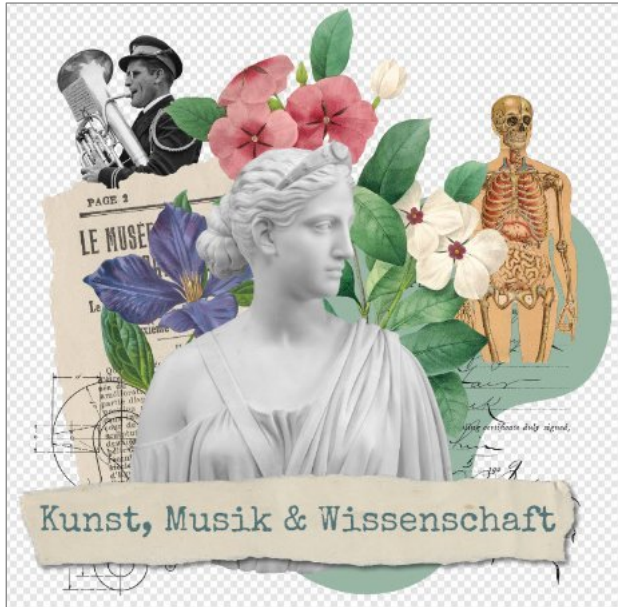
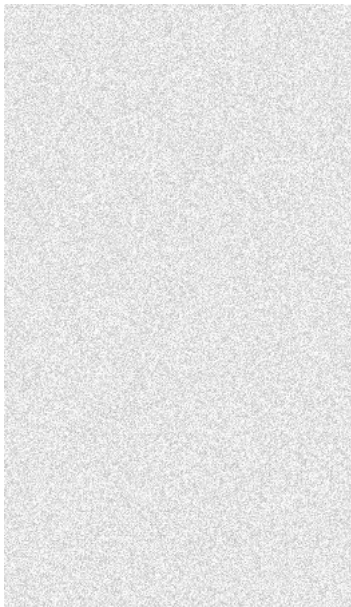


Abbildung: Die fertige Collage auf transparentem Hintergrund. Zusätzlich wurde dem Banner hinter der Schrift über das Panel QUICKFX ein Schatten nach Außen zugeordnet.



Abbildung: Hier wurde ein Hintergrund hinzugefügt, mit dem oben angegebenen Hex-Wert von #4E7056.



Abbildungen: Mit Hilfe einer „Noise-Datei“ verleiht man der Collage etwas mehr Struktur. Diese „Noise-Datei“ legt man auf oberster Ebene über die gesamte Collage und vergibt ihr im Panel EBENEN „Multiplizieren“. So entsteht eine gewisse „Unruhe, ein Rauschen“ in der Collage, die Ansicht wirkt weniger plastisch.

Abschließende Arbeiten

Nachdem man alle Motive in der Collage passend angeordnet hat, kann man das Ergebnis noch etwas verfeinern. Dem Titel der Collage angemessen, befinden sich die wichtigen Grafiken an markanten Plätzen. Die Frauenbüste (Kunst) im Vordergrund und etwas größer, der Mann mit der Tuba (Musik) oben links und das Skelett (Wissenschaft) oben rechts. Jederzeit besteht hier auch die Möglichkeit, einzelne Motive zu drehen, das wirkt manchmal weniger statisch.

Der Hintergrund

Für den Hintergrund habe ich ein leichtes und nicht aufdringliches Grün gewählt. Hier muss man allerdings in Verbindung mit dem „Noise-Rechteck“ darauf achten, dass die Farbe nicht zu dunkel ist. Da kann es schnell passieren, dass sich einzelne Motive der Collage im Hintergrund „verlieren“.

Rechteck mit „Noise-Effekt“ anlegen

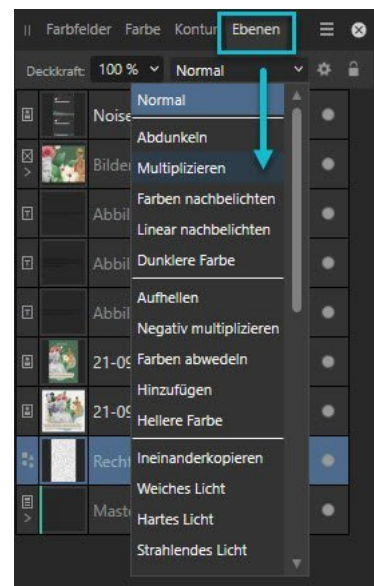
Um etwas Struktur in die Collage zu bekommen, legt man ein Rechteck mit einem „Noise-Effekt“ an. Ich kenne dieses Wort aus der englischen Fachsprache, die eine Datei bezeichnet, in der sehr unregelmäßig auf weißem Hintergrund dunkle Punkte (Pixel) gesetzt werden.

Diese Datei kann man sich im Publisher oder in PHOTO selbst erstellen, hier wird das Wort RAUSCHEN verwendet. Zeichnen Sie dazu ein einfaches Rechteck und vergeben Sie diesem die Vordergrundfarbe Weiß. Nun gehen Sie in das Panel FARBE und klicken dort ganz unten auf das Wort „Deckkraft“. Dies ist ein Schalter – schalten Sie um auf „Rauschen“. Ziehen Sie den Regler auf 100%.

Legen Sie das Rechteck als oberste Ebene über die ganze Collage. Vergeben Sie für dieses Rechteck im Panel EBENEN den Mischmodus „Multiplizieren“. Bei diesem Modus werden für überlappende Inhalte die obere und die untere Farbe kombiniert, sodass stets ein dunklerer Farbwert entsteht. Je nach Bildmaterial kann es manchmal vorkommen, dass das „Rauschen“ nicht zur Geltung kommt. Ändern Sie daher die Farbe Weiß in einen Grauton, erst ganz leicht, dann etwas mehr.



Umschalter Deckkraft - Rauschen



Ebenenmodi „Multiplizieren“



Die fertige Collage mit allen Elementen.



Eine von mir erstellte Fotomontage nach dem Vorbild des Künstlers Raoul Hausmann.
Die Designelemente stammen aus einer Sammlung von DESIGNCUTS.

Bildelemente in Fotomontagen und Fotocollagen



Bei dieser Aufnahme für ein Kochbuch hat sich der Fotograf auf das Wesentliche konzentriert und die Bildelemente so gewählt, dass sie zum erklärenden Text im Buch passen. Dabei schafft er eine Aufmerksamkeit, die zum einen das Essen in den Vordergrund stellt, den Leser aber gleichzeitig auch „abholt“ es nachzumachen.

In diesem Artikel darf ich Ihnen einige Grundlagen zur Bildbearbeitung mit auf den Weg geben, die bei der Entscheidung zu einer passenden Bildauswahl helfen können. Bei der Fotomontage spricht man von einer Technik, bei der, basierend auf der Collage, verschiedene Bildelemente vereint werden. Dabei ist ein Bildelement die kleinste noch sichtbare Einheit, aus der ein Bild zusammengesetzt ist. Bildelemente sind ein wesentlicher Bestandteil von digitalen Kompositionen. Sie bilden quasi den Code eines Bildes. Die Wirkung eines Bildes auf den Betrachter wird maßgeblich von der Wahl und Position der Bildelemente bestimmt.

Dabei wird diese Wirkung vom gewohnten Sehverhalten geprägt. Hier kann man die Aufmerksamkeit des Betrachters dadurch steuern, dass man ungewöhnliche Bildelemente nutzt oder ein Bildelement an einen ungewöhnlichen Platz im Gesamtbild stellt. Dabei unterscheidet man auch zwischen wichtigen und weniger wichtigen Elementen. Hier gilt es eine Balance zwischen Aufmerksamkeit und der Botschaft, die ein Bild vermitteln soll, zu schaffen. Dadurch entsteht dann auch die Gesamtwirkung einer Fotomontage- oder Collage. Bei der Positionierung von Bildelementen hat man die freie Wahl. Sollen sie eher im Hinter-

grund oder vordergründig platziert werden. Ein Element in der Bildmitte wirkt dominant und fällt dem Betrachter direkt ins Auge, kann aber auch eintönig wirken. Elemente am Rand wirken hier zurückhaltender und werden erst auf den 2. Blick wahrgenommen. Dezentral platziert, wirkt ein Element oft spannender. Platziert man Bildelemente im oberen Bereich der Vorlage, können sie als wichtig, aber auch bedrohlich eingestuft werden. Elemente im unteren Bereich einer Vorlage werden meist als weniger bedeutend wahrgenommen. Elemente am linken oder rechten Rand wirken unwichtig und manchmal auch unausgewogen, Ausgleich schafft hier ein zweiter optischer Effekt. Störende Bildelemente, zum Beispiel beim Fotografieren entstanden, können digital „bereinigt“ werden.

Genreübergreifend ist die Wahl der Bildelemente, ihre Anordnung und Gewichtung sowie die Symbolik immens wichtig. Gerade in der Produkt- und Werbefotografie wird hier auf diese Dinge großen Wert gelegt. Es sollen klare Botschaften vermittelt werden, dabei setzt man auf Elemente mit einem starken symbolischen Charakter.

Werbung damals und heute



Abbildung: Zeitungswerbung aus dem Jahr 1910



Abbildung: Werbung aus den 1930er Jahren



Abbildung: Werbung aus den 1950er Jahren



Abbildung: Werbung von heute



Abbildung: Eine utopisch anmutende Werbung von Jaguar - „Der Jaguar, der Paris übernimmt“.

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

DAS SYSTEM
ORGANISATION IST ALLES
DER VINTAGE STIL
MIT MOCKUPS ARBEITEN
WÖRTERBÜCHER
INSTALLIEREN
TEXTBAUSTEINE
WEIHNACHTSKARTEN

18



18
2023

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von Georg Walter
Steinackerstraße 12 · 53797 Lohmar
E-Mail: service@magazin62.de
Website: magazin62.de

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

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Mit unaufhaltbaren Schritten nähern wir uns der Weihnachtszeit und dem Ende des Jahres 2023. Darum freue ich mich, Ihnen noch in diesem Jahr ein Magazin62-Heft anbieten zu können. Es trägt die Nummer 18. Schwerpunkt dieses Heftes ist das organisierte Arbeiten mit dem Affinity-Publisher, denn nichts ist schlimmer als eine unkontrollierte Fehlerkette in einem Projekt. Dann möchte ich das Drucken einer Broschüre auf dem eigenen Drucker beschreiben, wobei man einige Probleme vermeiden kann, wenn man nicht den eigenen Druckertreiber nutzt.

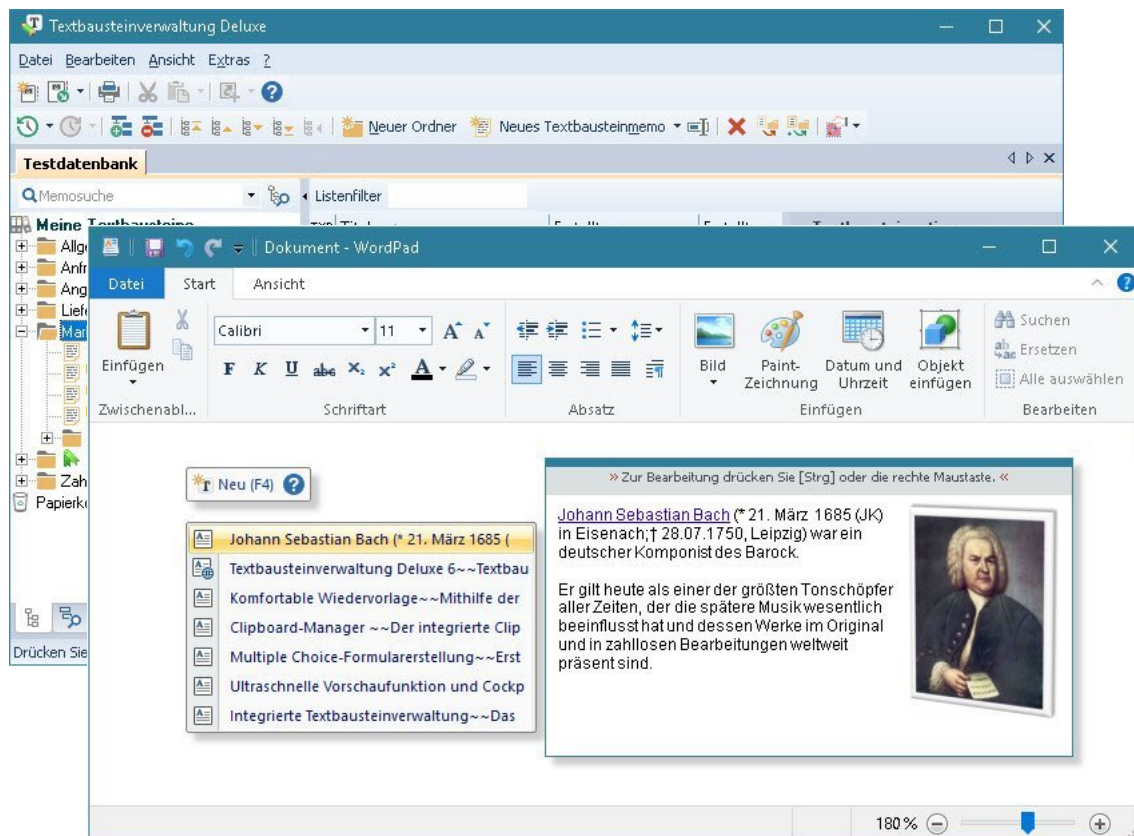
Ich erkläre zudem, wie man ein Wörterbuch für die Silbentrennung installiert, dazu gibt es auch den Link zu einem Erklärvideo bei YouTube. Für den Vintage-Stil habe ich in der Vergangenheit schon einmal kleinere Projekte beschrieben, jetzt möchte ich Ihnen den Stil selbst einmal näher erläutern. Für die nächsten Hefte plane ich die Beschreibung weiterer Stile. Dann möchte ich kurz auf die optische Ausrichtung von Texten eingehen und Ihnen die Einstellungen näher bringen. Was ist eigentlich ein Mock-up? Ich erkläre es Ihnen, genauso wie die Möglichkeit, Textbausteine mit einem Textprogramm zu verwalten. Informationen zu Musterkoffern von Druckereien, zum Einsatz von Kapitelabschlussbildern und Weihnachtskarten runden den Inhalt des Heftes ab.

Und nun darf ich mich mal wieder bei allen Lesern bedanken, die mir und meiner Arbeit die Treue gehalten haben. Ich darf Ihnen viel Erfolg bei Ihren Affinity-Arbeiten wünschen, eine schöne Weihnachtszeit und einen guten Rutsch ins neue Jahr.

Ihr Georg Walter

Über den Tellerrand geschaut

Textbausteine verwalten unter Windows



Sie heißen „**TexManager**“, „**Textbausteine Plus**“, „**Phrase Express**“ oder „**JB Textbausteinverwaltung**“. Programme, mit deren Hilfe man einzelne Textbausteine verwalten kann. Inwieweit man heute diese Programme nutzt, bleibt natürlich jedem Anwender selbst überlassen, sie können allerdings Ordnung schaffen, wenn man viele kleinere Textpassagen verwalten möchte. Nun sollte man nicht glauben, dass man mit ihrer Hilfe Texte direkt in den Affinity-Publisher laden kann, aber sie erleichtern das Arbeiten mit einer Textverarbeitung. Ein klarer Vorteil liegt in der Schnelligkeit und Zeitersparnis, den passenden Text zu finden. Man sollte bei der Anschaffung darauf achten, dass man Bausteine mit

Hilfe einer Tastenkombi oder eines Shortcuts (oft mit einer # versehen) einfügen kann. Im Idealfall lassen sich auch mehrere Bausteine kombiniert einfügen. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass man seine Textbausteine in einem vorgegebenen Stil erfassen kann. So erarbeitet man sich einen gleichbleibenden Standard für Textformulierungen. Das Schöne ist, dass einige Anbieter ihre Software kostenlos anbieten. Als Anwender sollte man sich den Funktionsumfang aber genau ansehen. So bietet z. B. die Software von JBSOFTWARE einen Clipboard-Manager an. Hier können mehrere Texte in der Zwischenablage verwaltet werden.

Das System

Organisation ist alles

Ich nenne es „mein System“. Um ein späteres Chaos zu vermeiden, sollte man sich im Vorfeld einer Buchproduktion genau überlegen, wie man vorgeht und welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen, um ein Buch bis zum Ende fertig zu stellen. Hat man sich alle relevanten Elemente erarbeitet, kann man diese für spätere Projekte leichter anpassen. Alle Texte sind geschrieben, alle relevanten Fotos zusammengetragen.

Nun stellt sich die Frage nach dem Buchformat, den Schriften, den Farben, dem Satzspiegel und dem Gesamtaufbau des Werks. Da ich meist Fachbücher schreibe, habe ich einen gewissen Gestaltungsspielraum, was das Buchformat angeht. Bei einem Roman greifen zwar einige Vorüberlegungen genauso, sie unterliegen aber einigen Grenzen, die eingehalten werden müssen. Da besteht weniger Spielraum, was das Layout angeht. Also konzentriere ich mich bei meinen Angaben auf das Fachbuch.

Das Buchformat

Es ist leicht, im Affinity-Publisher ein Dokument zu erstellen, mit allen Maßen und sich alles am Bildschirm anzuschauen. Ein Gefühl, wie das Buch später „in der Hand liegt“, bekommt man dabei aber nicht. Das Format eines Buches hängt u.a. auch davon ab, ob man Randnotizen mit integrieren, Fußnoten oder Endnoten nutzen möchte und wie viel „Weißraum“ in einem Buch „sein muss“. Zur Findung des Buchformats gehe ich ganz banal vor und schneide mir aus einem Din A3-Bogen-Papier eine Doppelseite mit den gewünschten Maßen zurecht und falte das Blatt Papier in der Mitte.

So in die Hand genommen kann ich abschätzen, ob mein Vorhaben in das Format passt. Probieren Sie das einmal aus. Es ist nicht bahnbrechend, hilft aber tatsächlich. Wenn man sich verschiedene Größen zurechtschneidet und auf jedem Doppelblatt die Maße notiert, kann man schnell feststellen, ob ein Format zu klein, oder vielleicht auch zu groß ist.

Wenn man möchte, kann man sich den Satzspiegel auch mit einem Lineal nachzeichnen. Eine weitere gute Möglichkeit bekommt man, wenn man sich eine Doppelseite mit allen Inhalten zur Probe gestaltet und diese dann eins zu eins (zwei Einzelseiten) ausdruckt und nebeneinander legt.

Organisation im Publisher selbst

Zum eigenen System gehört auch das Arbeiten mit dem Publisher selbst. Wie sind die ganzen Panels angeordnet, möchte man überflüssige Farbpaletten gar nicht erst anzeigen lassen, hat man sich seine zu nutzenden Schriften als Favoriten angelegt. Ich persönlich blende alle unnötigen Elemente des Publishers aus. Was ich nicht benutze, wird abgeschaltet. Generell gilt hier, dass man sich vorab mit dem Publisher auseinandersetzen muss. Lesen Sie die Hilfe, lesen Sie ein Fachbuch. Hier wird alles erklärt und mit Hilfe dieser Möglichkeiten gewinnt man als Anwender eine gewisse Sicherheit im Umgang mit dem Programm.

Die Farbpaletten

Alle unnötigen Farbpaletten habe ich aus dem Publisher verbannt. Sie liegen sicher auf der Festplatte, stören also nicht. Das ist zum Beispiel dann hilfreich, wenn man einem Text über das Panel „Textrahmen“ eine Farbe zuordnen möchte – hier werden unnötige Farbpaletten erst gar nicht eingeblendet. Das sind alles Kleinigkeiten, die sich am Ende des Tages aber durchaus zeitlich auf die Arbeitsgeschwindigkeit an einem Buch auswirken. Noch einfacher wird es, wenn man mit „Globalen Farben“ arbeitet.

Hier muss allerdings gesagt werden, dass man diese Farben für andere Projekte nicht so gut einsetzen kann, da sie an das Dokument gebunden sind. Legen Sie sich auch eine K-Palette an, mit reinen Schwarztönen. Hier muss man wissen, dass Texte automatisch 4-farbig angelegt werden, wenn man die Vorgaben des Dokuments auf RGB setzt. Das kann fatale Folgen beim Druck der Datei haben.



Abbildung: Verschieden große Doppelseiten, gefalzt, zur Kontrolle des Buchformats.

Die Panels

Das Schöne am Publisher ist, dass man sich seine eigene Arbeitsumgebung schaffen kann. Ich habe alle relevanten Panels am rechten Rand untereinander angedockt, einige werden hier gar nicht erst angezeigt, da ich sie nicht verwende. Die wichtigsten Panels schweben nebeneinander frei auf der Oberfläche. Das sind sortiert alle Text-Panels und die Farb-Panels. Nicht jeder hat allerdings einen 34-Zoll-Monitor, wo alles aufgeräumt Platz findet. Man sollte sich durchaus einmal die Frage stellen, wie viel Zeit alleine mit dem Scrollen durch ein Dokument verloren geht.

Index und Inhaltsverzeichnis

Zu meinem System gehört, dass ich mir meine Inhaltsverzeichnisse per Hand anlege. Nur so habe ich die Kontrolle. Allerdings birgt das auch ein Risiko. Hat man es erstellt und fügt später weitere Seiten

ein, muss man es auch anpassen. Das wird schnell vergessen und schon stimmen die Angaben im Inhaltsverzeichnis nicht mehr. Beim Index muss man das Panel Index benutzen, aber gerade hier schleichen sich immer und immer wieder Fehler beim Format ein. Hat man den Index erst einmal generiert, erscheinen im Panel Textstile neue Einträge. Die kann man noch so oft nach eigenen Wünschen formatieren, sobald der Index neu generiert wird, stimmen die Einstellungen nicht mehr. Also gilt auch hier; zusätzlich Hand anlegen. *Hier ein Tipp:* Man kann im Panel Index beim Anlegen eines neuen Eintrages, die Vorgabe überschreiben. Angezeigt wird ja der ausgewählte Text (Begriff oder Name). Hat man z.B. einen Eintrag mit einem Bindestrich markiert, kann man diesen Strich aus dem angezeigten Index-Namen herauslöschen. Der Eintrag erscheint dann trotzdem im fertigen Index. Taucht in einem Fachbuch zum Beispiel ein einzelner

Name oder Begriff mehrmals auf, kann man ihn mit einem Index-Marker zusätzlich mit aufnehmen. Beim Generieren des Eintrags erscheint dieser zwar schon in der Liste, mit einer erneuten Auswahl des Themas wird er zusätzlich mit aufgenommen. Im Index selbst erscheinen dann mehrere Seitenzahlen hinter dem Namen/Begriff.

Der Export

Alles ist fertig, alle Arbeiten erledigt. Jetzt geht es erst richtig los. Meine Texte lasse ich in einem Textprogramm auf die Rechtschreibung prüfen, nicht im Publisher. Über das Panel CHECKLISTE kann man das ausschalten und dies sollte man auch tun. Wenn man in der Checkliste die Prüfung auf EXPORT einstellt, wird man schnell sehen, ob alles in Ordnung ist. Dies ist gerade bei Textüberlauf sehr hilfreich. Man sollte sich mit diesem Panel beschäftigen und zumindest in der Programmhilfe

darüber etwas lesen. Das kann einem viel Ärger ersparen. Exportiert man in eine PDF-Datei gilt es zu beachten, dass man die Einstellungen auf „Druckerei-fertig“ einstellt, nur hier wird der Eintrag für den Abschnitt automatisch mit einem Häkchen versehen. Den Export-Bereich muss man auf „Alle Seiten“ einstellen, sonst kann die Druckerei das fertige Buch nicht druckfertig „ausschießen“. Kontrollieren Sie am Schluss noch einmal das gesamte Werk im Acrobat-Reader.

Hier noch ein Tipp:

Im Acrobat-Reader kann man sich den Bereich des Abschnitts anzeigen lassen. Über das Menü BEARBEITEN – EINSTELLUNGEN wählt man im Bereich SEITENANZEIGE den Eintrag „Objekt-, Endformat- und Abschnitt-Rahmen einblenden“ aus.

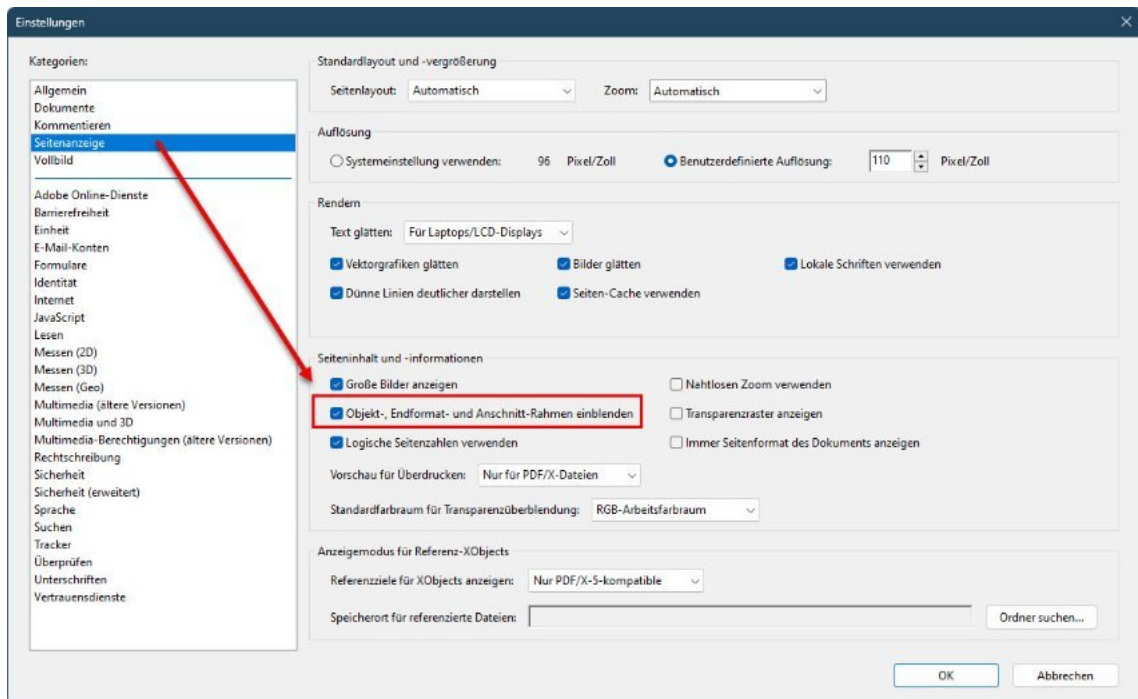


Abbildung: Einschalten der Anzeige für den Abschnittbereich im Acrobat Reader.

Broschüren

Auf dem eigenen Drucker ausgeben

Immer mal wieder finden Anwender nicht die richtigen Einstellungen, um eine PDF-Datei am heimischen Drucker als Broschüre auszugeben. Am einfachsten lässt sich das am klassischen Beispiel einer Din-A5-Datei mit 16 Seiten erklären. Das Dokument soll so verarbeitet werden, dass immer zwei Seiten auf einen Din-A4-Bogen passen. Der Druckertreiber muss hier aber über seine Einstellungen alle Seiten neu anordnen, denn wenn man das nicht macht, passen die Seiten beim späteren Blättern nicht zusammen.

Bei 16 Seiten stehen die 1. Seite und die letzte Seite immer alleine. Im Publisher hat man die restlichen Seiten (Doppelseiten) so angelegt, dass sich die Seiten 2-3, 4-5, 6-7, 8-9, 10-11, 12-13 und 14-15 gegenüber stehen. Es versteht sich von selbst, dass die PDF-Datei beim Export aus einzelnen Seiten bestehen und immer ein Vielfaches von 4 betragen muss. Und es versteht sich auch von selbst, dass man NICHT AUS DEM PUBLISHER druckt, sondern erst in eine PDF-Datei exportiert. Druckt man aus dem Publisher heraus, werden dem Anwender bei einigen Druckertreibern nicht alle Optionen angezeigt.

Der eigene Drucker

Wer mit dem Treiber seines eigenen Druckers druckt und die Broschüre korrekt ausgegeben wird, ist fein raus. Wer hier aber Probleme hat und es will einfach nicht funktionieren, der sollte die Broschüre mit einem anderen Druckertreiber ausgeben. Hier hat sich unter Windows der Treiber „Microsoft Print to PDF“ bewährt. Für den MAC kann ich leider keinen passenden Treiber angeben.

Microsoft Print to PDF

Rufen Sie die PDF-Datei im Acrobat Reader auf und wählen Sie über STRG+P den Druck aus. Wählen Sie den Button „Broschüre“. Bei einfachen PDF-Dokumenten werden die korrekten Einstellungen meist schon automatisch vorgenommen. Wichtig ist hier nur, dass man das Querformat und die „Bindung links“ einstellt. Bei „Blätter von“ wird die Gesamtanzahl der gedruckten Seiten angegeben. Das sind bei 16 Seiten insgesamt 4 Druckseiten Din-A4, denn es werden ja 4 Seiten auf einen Druckbogen gedruckt. Achtung: Je nach Druckermodell müssen Sie die gedruckten Seiten der Länge nach drehen und wieder einlegen, wenn Ihr Drucker nur 1-seitig drucken kann.

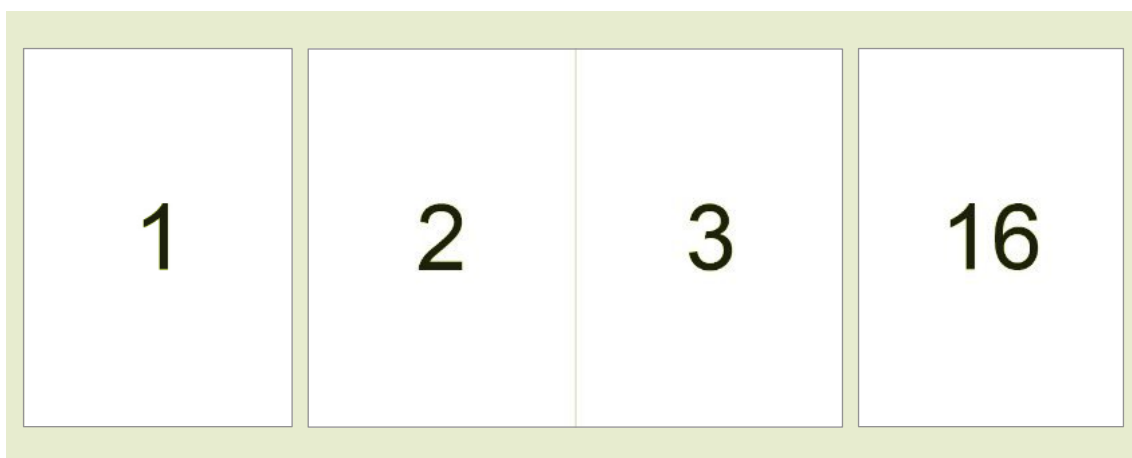


Abbildung: Die Seitenanordnungen vor dem Broschürendruck. Seite 1 und 16 stehen alleine, bei den Doppelseiten folgen die Seitenzahlen immer nacheinander.

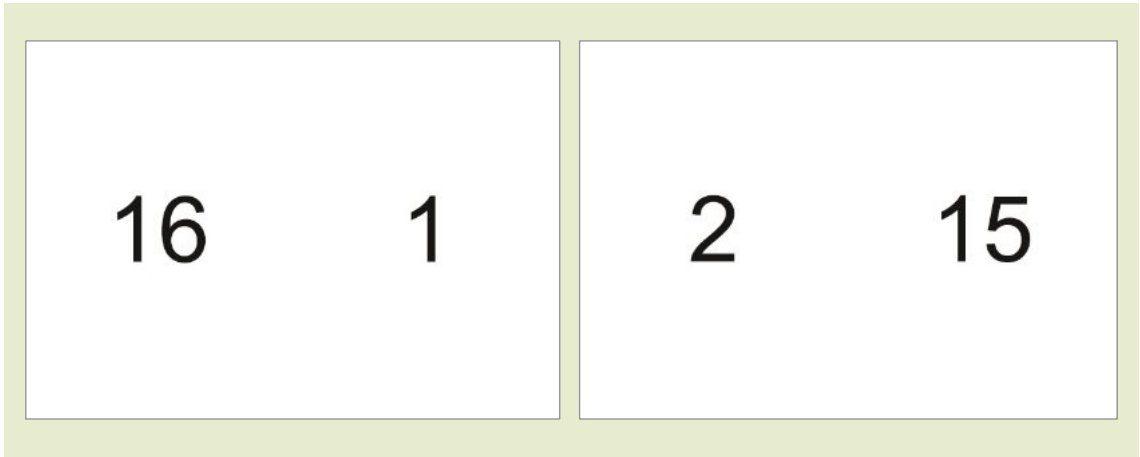


Abbildung: Die fertige PDF-Datei nach dem Broschüren-Druck. Die Seiten werden passend angeordnet und ergeben bei insgesamt 16 Seiten immer die Zahl 17.

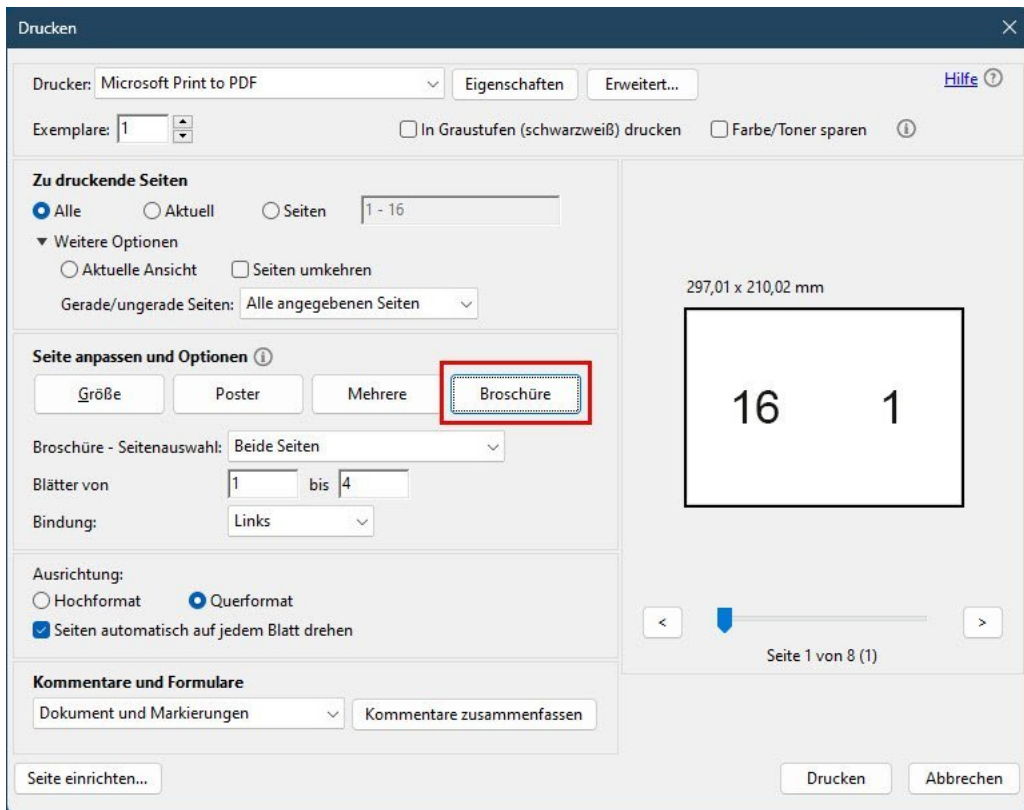


Abbildung: Der Druckdialog des Microsoft Print to PDF Treibers. In der Ansicht kann man prüfen, ob alles korrekt ist.

Microsoft Print to PDF Druckertreiber installieren

Unter Windows 10 und 11 ist dieser virtuelle Druckertreiber meistens schon installiert. Über ihn kann man seine Publikationen in eine PDF-Datei drucken lassen. Findet man diesen Treiber nicht im Druckdialog einer Anwendung, kann man ihn nachinstallieren.

1. Gehen Sie in den Windows-Einstellungen zum Eintrag **BLUETOOTH UND GERÄTE** und hier zu **DRUCKER & SCANNER**.
2. Wählen Sie **DRUCKER ODER SCANNER HINZUFÜGEN**.
3. Wenn nicht sichtbar auf **MANUELL HINZUFÜGEN** gehen.
4. Wählen Sie „Lokalen Drucker oder Netzwerkdrucker mit manuellen Einstellungen hinzufügen“.
5. Wählen Sie dann „Vorhandenen Anschluss verwenden: FILE: (Ausgabe in Datei umleiten)“.
6. Im folgenden Fenster links „Microsoft“ und dann rechts den Drucker auswählen.
7. Den Eintrag „Microsoft Print to PDF“ wählen, dann auf weiter und den Anweisungen folgen.

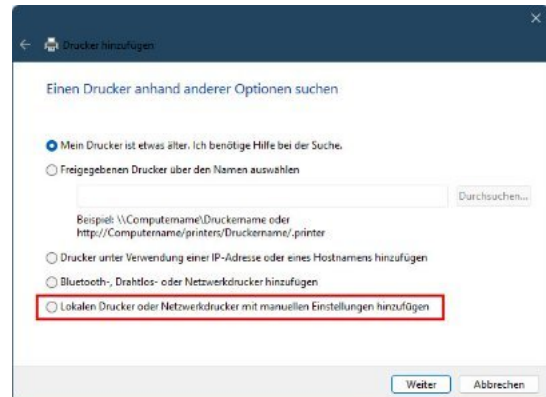


Abbildung: Auswahl des unteren Eintrags

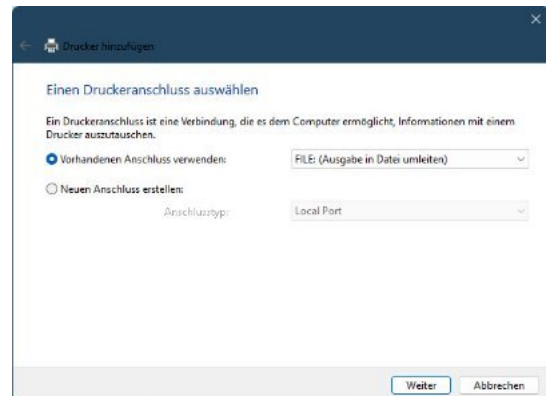


Abbildung: Anschluss FILE verwenden

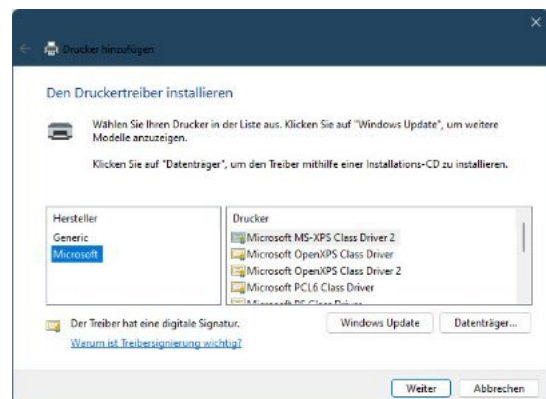


Abbildung: Microsoft und rechts den Treiber auswählen

Optische Ausrichtung

Der optimale Mengensatz

Als Mengensatz bezeichnet man einen Textrahmen, in dem sich sehr viel Text befindet. Formatiert man diesen Text im Blocksatz, wird man feststellen, dass er am linken und rechten Rand etwas unruhig wirkt. Das liegt an einigen Buchstaben (ATWY), die eine Schräge aufweisen und den Satzzeichen, die am Textrand stehen. Das gilt auch für Spaltentext. Die „optische Ausrichtung“ stellt man in einem TEXTSTIL ein, den man für den Text angelegt hat. Dafür gibt es einen eigenen „Reiter“. Hier wechselt man den Typ auf „Manuell“. Dadurch werden die Publisher eigenen Einstellungen verwendet. Für die Buchstaben ATWY sind zum Beispiel 20% eingestellt. Das bedeutet, diese Buchstaben schauen links und rechts um diesen Wert aus dem Textrahmen hinaus. Wem das zu viel ist, kann die Werte jederzeit verringern. Um das zu prüfen, ziehen Sie einfach einen Textrahmen mit Inhalt auf und schauen, was mit den Buchstaben passiert, wenn man die Werte ändert. Eigentlich braucht man hier nichts zu ändern, der

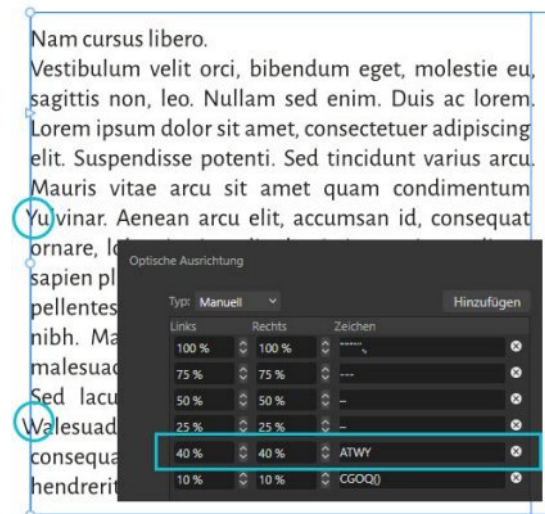
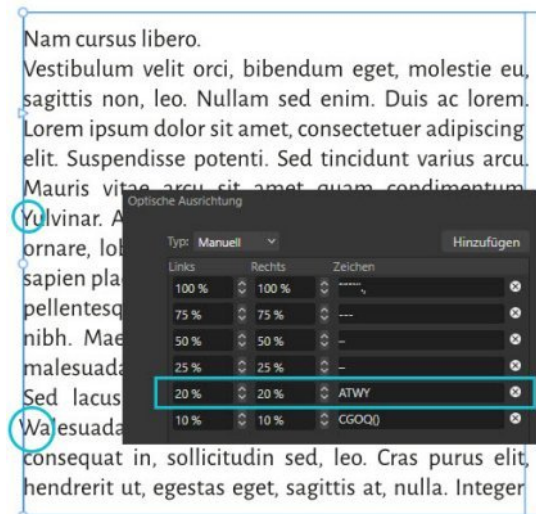
Wert 20% gibt einen homogenen Text wieder. Dies hängt natürlich auch von der Schriftart ab, die genutzt wird.

Der Typ „Schrift“

Wählt man unter Typ den Eintrag „Schrift“, wird man meist keine Veränderungen sehen. Dieser Typ ist für Open Type-Schriften gedacht, die oft schon einen eigenen „optischen Ausgleich“ mit sich bringen. Diese Methode ist derzeit noch nicht bei vielen dieser Schriften implementiert, nutzt man allerdings eine solche Schrift, sollte man diese Einstellung einmal ausprobieren.

Regeln hinzufügen oder löschen

Man kann sich eigene Regeln erstellen, indem man auf den Button HINZUFÜGEN klickt. Es erscheint dann am oberen Rand der Liste eine neue Zeile, hier stehen die Werte anfänglich auf 0%. Jederzeit kann man eine vorhandene Regel auch löschen, indem man auf das weiße X klickt. Ich halte es aber für sinnvoller, bestehende Regeln zu überschreiben.



Abbildungen: Hier kann man sehr gut sehen, wie sich die Änderungen auf den Text auswirken.

Der Musterkoffer



Ohne für eine Druckerei Werbung machen zu wollen, möchte ich auf eine Möglichkeit aufmerksam machen, im Vorfeld eines Druckauftrages die gewünschten Materialien zu begutachten. Nicht jede Druckerei bietet einen solchen Service an, denn das ist mit einem hohen finanziellen und zeitintensiven Aufwand verbunden. Als Anwender hat man aber jederzeit die Entscheidung in eigener Hand, auf welchem Papier man drucken lassen möchte, oder wie Werbegeschenke haptisch in der Hand liegen. Ich habe mir von meiner Hausdruckerei einen Musterkoffer schicken lassen und dieser erleichtert die Entscheidung für ein Druckprodukt schon sehr und man kann vorab Fehler vermeiden, wenn man zum Beispiel feststellt, dass ein Papier zu

dick oder zu dünn ist. In den meisten Fällen werden die Kosten für den Koffer mit einem Rabatt ausgeglichen. Man findet in einem solchen Koffer nicht nur normale Papiermuster mit unterschiedlichen Grammaturen (Papiergewicht), sondern auch außergewöhnliche Substrate (Papiere) wie Neon oder Metallic. Die verschiedensten bedruckbaren Werbegeschenke wie Kulis, Becher oder Tragetaschen sind ebenso vertreten, wie Präsentationsmappen, Kalender und Visitenkarten. Sehr hilfreich sind auch Farbfächer, Faltschachteln sowie Platten, Banner und Textilien. So ein Koffer lohnt sich, wenn man jährlich mehr als fünf bis zehn Druckaufträge schaltet.

Wörterbuch für Silbentrennung

Schaut man sich im Panel ZEICHEN den Unterpunkt SPRACHE an, wird man feststellen, dass dort bei „Sprache für Silbentrennung“ AUTO steht. Möchte man hier ein eigenes Wörterbuch installieren, muss man über die HILFE gehen. Die folgende Beschreibung gilt für WINDOWS, am Schluss verlinke ich für alle MAC-User zu einem Video mit der passenden Erklärung für dieses Betriebssystem.

Schritt Nr. 1: Rufen Sie die HILFE auf und tippen Sie oben das Wort „Wörterbuch“ ein. Wählen Sie den ersten Punkt „Installieren von Wörterbüchern für die Silbentrennung“. Im folgenden Dialog wird ein externer Link angezeigt. Auf diesen mit der Mouse klicken, man wird im eigenen Browser mit der Internetseite verbunden.

Schritt Nr. 2: Klicken Sie auf dieser Seite auf das Wort CODE und laden Sie sich ganz unten die ZIP-Datei herunter. Diese ENTPACKEN Sie!

Schritt Nr. 3: Wählen Sie im Affinity-Publisher die EINSTELLUNGEN und hier die WERKZEUGE. Klicken Sie bei „Zusätzlicher Wörterbuchordner“ auf ÖFFNEN. So findet man heraus, wie der Pfad zum Wörterbucheintrag lautet.

Schritt Nr. 4: Achtung: Jetzt wird es etwas kompliziert. In der ZIP-Datei gibt es Dateien, die beginnen mit „hyph“ (Hyphenation=Silbentrennung). Nachdem Sie den Button ÖFFNEN angeklickt haben, öffnet sich ein Verzeichnis mit dem Namen „C:\ProgramData\Affinity\Common\2.0\Dictionaries“. In diesem Verzeichnis MÜSSEN SIE EINEN UNTERORDNER ANLEGEN.

Schritt Nr. 5: Lautet die Datei zur Silbentrennung „hyph_de_AT.dic“, muss der Ordner „de_AT“ angelegt werden. In diesen Ordner muss man die Datei „hyph_de_AT.dic“ kopieren.

Schritt Nr. 6: Schließen Sie den Affinity-Publisher und starten Sie ihn dann neu.

Schritt Nr. 7: Folgen Sie erneut dem Schritt Nr. 3, klicken Sie jetzt aber auf DURCHSUCHEN und wählen den gerade angelegten Ordner aus.

Schritt Nr. 8: Gehen Sie nun erneut in das Panel ZEICHEN und ändern den Wert bei „Sprache für Silbentrennung“ auf die richtige Einstellung.

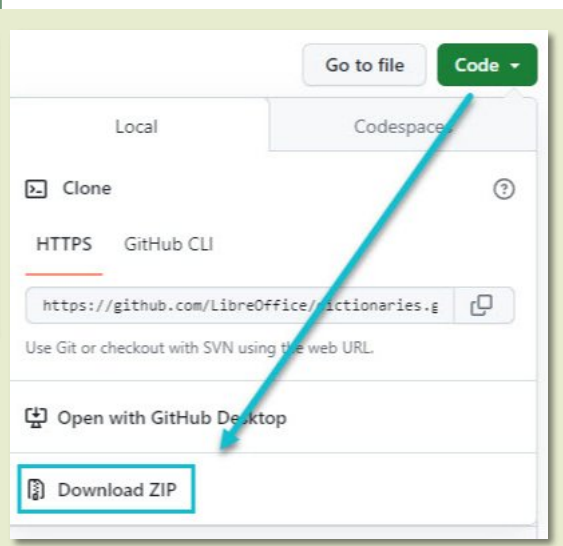
Installieren von Wörterbüchern für die Silbentrennung

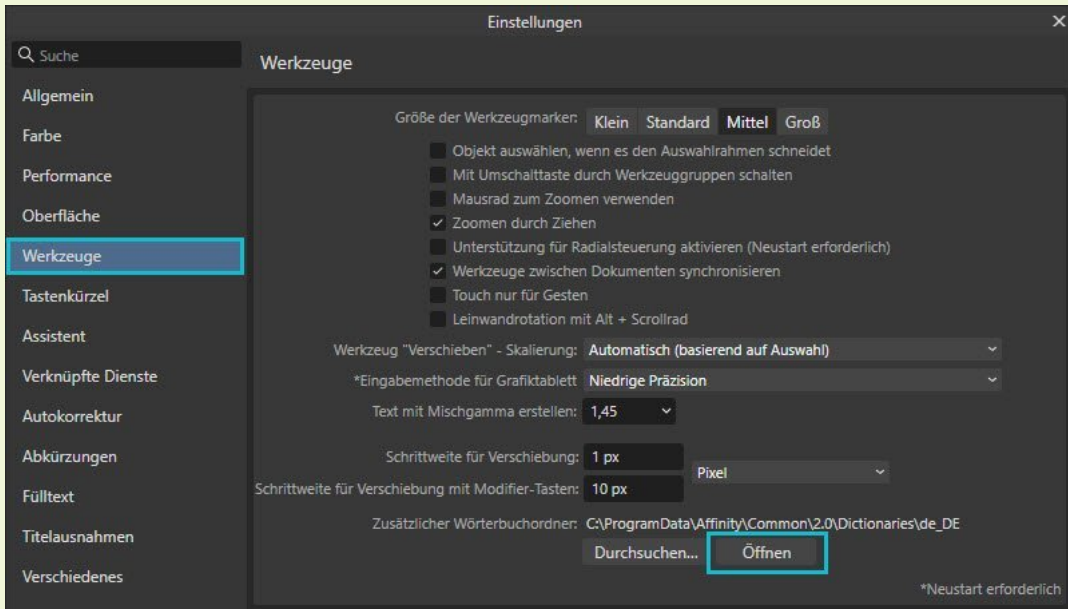
Wörterbücher zur Silbentrennung sind für die meisten Sprachen installiert, können aber zusätzliche Wörterbücher für die Silbentrennung herunterladen

Herunterladen von Wörterbüchern für die Silbentrennung:

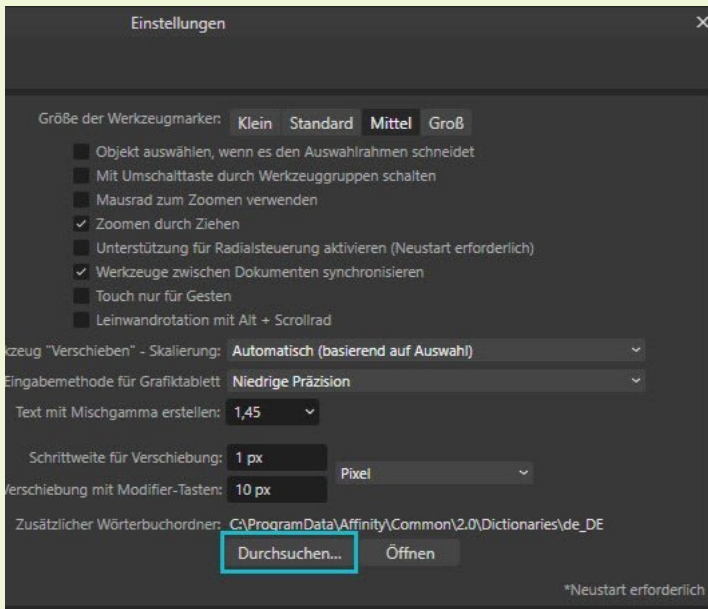
1. Wechseln Sie zu der [GitHub-Webseite von LibreOffice](#).
2. Wählen Sie den Ordner für die gewünschte Sprache aus.
3. Wählen Sie die Datei für das gewünschte Silbentrennungswörterbuch a Sprache kennzeichnet.
4. Je nach Größe der Datei wird entweder eine Schaltfläche namens Raw o Silbentrennungswörterbuch herunterzuladen.

Schritt Nr. 1 und Nr. 2: Auswahl der Internetseite aus der Publisher-Hilfe heraus. Download der ZIP-Datei mit den enthaltenen Dateien zur Silbentrennung.

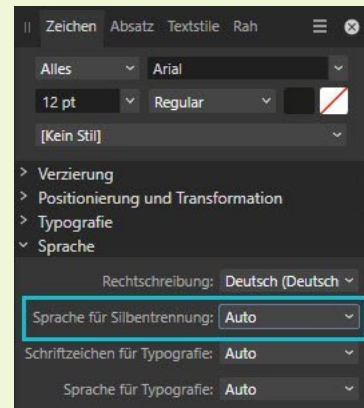




Schritt Nr. 3



Schritt Nr. 7



Schritt Nr. 8



Der Vintage-Stil

Im Heft Nr. 1 habe ich schon einmal darüber geschrieben, wie man einen Vintage-Aufkleber gestaltet, im Heft Nr. 2 ein Ziffernblatt und im Heft Nr. 16 ein Buchcover mit einer Vintage-Anmutung. Heute möchte ich Ihnen diesen Stil etwas näher bringen, lassen sich damit doch wunderschöne Layouts erstellen. Der Affinity-Publisher ist ideal dazu geeignet, solche Stile umzusetzen. Ein Vintage-Layout kommt unvollkommen, rau und kantig daher und belebt eine nostalgische Optik.

Damit lassen sich traditionelle und moderne Elemente verbinden, eine Publikation bekommt so einen eigenen Charme. Mit viel Liebe zum Detail muss man sich hier aber bewusst sein, dass man mehr Zeit investieren muss, um alle Elemente passend zueinander anzuordnen. Vintage belebt Traditionen, handwerkliche Rauheit und einen absoluten Handlungsspielraum, was das Layout angeht. Ein zu glatter, fehlerloser und optimierter Look wird hier aufgebrochen. Dank digitaler Möglichkeiten kann man alles am eigenen Computer realisieren.

Was gilt es zu beachten? Grelle Volltonfarben oder leuchtende Pastelltöne sind nicht erwünscht. Dreidimensionale Darstellungen sind zu vermeiden. Große Freiräume sind ebenso zu vermeiden wie geometrisch konstruierte Schriften. Lassen Sie Verläufe und fotorealistische Grafiken weg, dann wird der Vintage-Stil gelingen.

Was macht Vintage aus? Weiß wird als Hintergrund so gut wie nicht verwendet, vielmehr nutzt man farbige Texturen und Hintergründe. Verwendet werden außerdem natürliche und gedeckte Farben. Als Schriften kommen Charakterfonts in Frage. Das ganze Design wird so konzipiert, dass man die Strukturen „ertasten kann“. Man verwendet zudem bewusst gealterte Grafikelemente. Simuliert man zum Beispiel einen Stempel, muss man wissen, dass der Stempel selbst nicht gleichmäßig aufrägt, auch geprägtes Leder hat Unregelmäßigkeiten in seiner

Höhe und den Tiefen. Gedruckte Illustrationen sehen bei einer Vervielfältigung nie gleich aus und Oberflächen von Gegenständen haben immer eine raue Oberfläche, diese ist nie glatt. Zudem lassen sich diese Effekte im Printbereich mit den unterschiedlichsten Papieren noch verstärken. Es gibt raue und auch farbige Papiere, die den haptischen Eindruck von Vintage noch verstärken.

Wofür eignet sich der Vintage-Stil? Wenn man Tradition und Handwerk vermitteln möchte, kann man zu diesem Stil greifen. Gerade bei Firmen, die mit Lebensmitteln zu tun haben, bei klassischen Handwerksfirmen oder Restaurants kann man mit Vintage punkten. Aber auch im Privatbereich, zum Beispiel mit einem Buch zur Ahnenforschung, ist dieser Stil perfekt dazu geeignet, Emotionen und Vergangenheit abzubilden.

Wo liegen die Nachteile? Man sollte sich bewusst für diesen Stil entscheiden, denn man sollte sich im Klaren darüber sein, welche Zielgruppe angesprochen wird. Man benötigt viel Fingerspitzengefühl, damit alle eingesetzten Elemente zueinander passen. In den seltensten Fällen ist der Vintage-Stil erweiterbar und nur mit viel Aufwand änderbar. Hintergrundgrafiken oder festgelegte grafische Elemente können nicht einfach ausgetauscht werden.

Illustrationen: Viele Motive gibt es schon in einem Vintage-Look, diese brauchen nicht mehr angepasst zu werden. Sie wirken schon in diesem Stil. Je nach Anforderung kann es aber trotzdem nötig sein, diese Illustrationen auf einen Hintergrund zu setzen. Mit dem Ebenenstil „Multiplizieren“ kann man den Effekt noch verstärken. Von Vorteil ist hier der fehlende Hintergrund, denn viele dieser Grafiken sind schon freigestellt. Man muss allerdings darauf achten, dass das Motiv durch den Ebenenmodi nicht verfremdet wird oder Teile der Grafik verschwinden. Als weiterer Ebenenmodi kommt vielleicht auch „Ineinanderkopieren“ in Frage. Das hängt vom Motiv und dem Hintergrund der Grafik ab.



Abbildungen: Durch die Verwendung eines farbigen, strukturellen oder romantisierenden Hintergrunds wird ein Vintage-Effekt erzeugt. Hier zu sehen eine freigestellte Illustration, die mittels Ebenenmodi „Multiplizieren“ eingesetzt wurde.



Abbildungen: Gerade für Weihnachten lassen sich mit wenigen Stilelementen einfach Vintage-Weihnachtskarten erstellen.

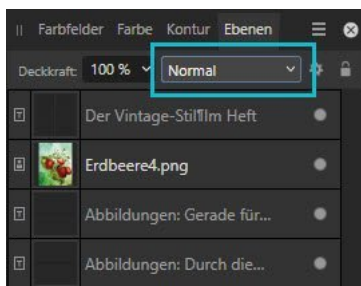


Abbildung: Die verschiedenen Ebenenmodi finden Sie im Panel EBENEN.

Schriften im Vintage-Stil

Schriften in diesem Stil fallen auf. Sie kommen nostalgisch daher und haben einen erkennbaren Charakter. Hier kann man passende Fonts verwenden, die entweder mit oder ohne Serifen gestaltet sind, aber auch Handschriften. Sie müssen nur in die passende Zeit passen. Man spricht auch von „abgelebten“ oder „abgenutzten“ Schriften. Es spricht auch nicht dagegen, wenn man mehrere Schriften kombiniert, hier gilt, wie auch für viele andere Stile, „weniger ist mehr“. Zwei bis drei Schriften kombiniert reichen völlig aus. Den Schriften kommt eine besondere Bedeutung zu. Sie schmücken und dekorieren. Dabei steht die Lesbarkeit hier nicht unbedingt im Vordergrund. Markant sind hier auch Fehler in den Schriften und sie dürfen ruhig unsauber wirken. Bei der Auswahl einer passenden Schrift kann man sich durchaus die Frage stellen, ob man sie von Hand oder mit einem Stempel, einer Druckplatte, „nachmachen“ kann.

Passende und nicht passende Schriften: Schriften für das Vintage-Design haben unterschiedliche Strichstärken, wie beim Lobster-Font, Unsauberkeiten wie in der Intro-Rust-Schrift, unförmige Außenkanten wie bei der Nexa-Rust-Schrift oder eine blockartige Anmutung wie bei der Norwester-Schrift. Handschriften sollte man bedingt durch ihre Verspieltheit nur für Überschriften oder Auszeichnungen verwenden, denn sie sind im Mengentext

nur schwer lesbar. Serifenlose Schriften sind für den Mengentext sehr gut geeignet, bei Serifen-Fonts sollten die Serifen ausgeprägt sein, sie dürfen durchaus „kantig“ sein. Bei allen diesen Schriften muss man darauf achten, dass sämtliche Buchstaben vorhanden sind. Nicht geeignet sind geometrische Schriften, sie passen wegen ihrer vordefinierten und konstruierten Form nicht zum Vintage-Stil.

Der Mix macht es: Auch wenn ich oben darauf hingewiesen habe, dass man bei der Anzahl der Schriften sparsam agieren sollte, kommt es vor, dass man mit Hilfe mehrerer Schriften die Aussage in einem Vintage-Stil noch verstärken kann. Möchte man eine spezielle Optik erzielen, kann man diesen Effekt mit mehreren Schriften erzielen. Vielleicht nutzt man nur drei Schriften, dafür aber mehrere ihrer Schnitte, also Regular, fett und kursiv. Entscheidend sind hier einige Überlegungen. Legen Sie fest, aus wie vielen Einheiten ein Design bestehen soll. Die Einheiten wären Hintergrund, Kernaussage durch den Text und „Beiwerk“, Elemente, die nötig sind, aber nicht im Vordergrund stehen sollen. Legen Sie dann für die wichtigsten Elemente eine Schrift fest, sie muss auffällig sein. Ein Fließtext zählt eher zu einem untergeordneten Element, weisen sie diesem eine gut lesbare Schrift zu. Erzeugen Sie mit wenigen typografischen Feinheiten entscheidende Unterschiede, zum Beispiel durch einen Schlag Schatten, durch gestrichelte Bereiche oder transparente Bereiche innerhalb von Buchstaben.



12 kostenlose Vintage Fonts der
1920er und 1950er Jahre!



DesignerInAction
Vintage-Fonts Best off!



Abbildungen: Beispiele von Schriften, die hervorragend in das Vintage-Design passen.

Lobster

Abbildung:

Die LOBSTER mit unregelmäßigen Strichstärken

INTRO RUST

Abbildung:

Die INTRO RUST mit Druckfehlern und Unsauberkeiten

Bitter

Abbildung:

Die BITTER mit deutlich ausgearbeiteten Serifen

NORWESTER

Abbildung:

Die NORWESTER, blockartig und standfest

NEXA RUST

Abbildung:

Die NEXA RUST mit unregelmäßigen Außenkanten

Nexa Rust Script

Abbildung:

NEXA RUST SCRIPT, Variante für eine Handschrift

Farben im Vintage-Design

Bei der Farbgebung des Vintage-Stils kann man sich an warmen, satten und erdigen Tönen orientieren. Alte verblichene Fotos, Leder, alterndes Papier oder Holz sind die Merkmale dafür. Zudem werden in einem Design nur wenige Farben verwendet, wobei man eine einzige Farbe als Hauptfarbe definiert, ergänzt durch ein bis zwei weitere. Zum Einsatz kommen meist beige, gelbe, orange, braune und Sepiatöne. Als Kontrast kann man zusätzlich die Komplementärfarben der vorgenannten Farben verwenden. So ergibt sich zum Beispiel für ein sattes Orange ein gedecktes Blau.

Wirkung von Komplementärfarben

Welche Wirkung haben Komplementärfarben und wie lassen sie sich richtig miteinander kombinieren? Farben können einen Raum größer oder kleiner erscheinen lassen – für Konzentration sorgen, beruhigend aber auch stimulierend wirken. Komplementärfarben erwecken oft den Eindruck von Bewegung, Lebhaftem und Vollständigem. Durch die Gegensätzlichkeit steigern sich diese Farben, nebeneinander platziert, zu maximaler Leuchtkraft und maximaler Licht- und Farbwirkung.

Das Panel FARBE

Zur Findung einer Komplementärfarbe kann man in den Affinity-Programmen das Panel FARBE verwenden. Ein mühsames Suchen entfällt hier. Vorab muss man eine Farbe ausgewählt haben, die im Kreis für die Vordergrundfarbe sichtbar ist. Wählen Sie im Panel oben rechts das Symbol für die Einstellungen (drei Linien untereinander), wählen Sie den Eintrag „Farbverteilung zu Farbfeld hinzufügen“ und dann „Komplementär“. Nun wird die vorher festgelegte Farbe und deren Komplementärfarbe in die Farbfelder mit aufgenommen. Achten Sie nur darauf, dass Sie die richtige Farbpalette verwenden.



Abbildung: Beispiele von Komplementärfarben

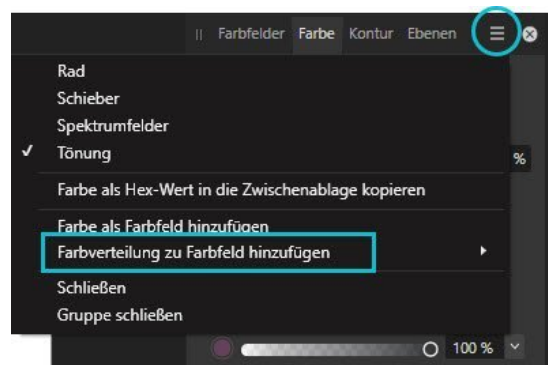
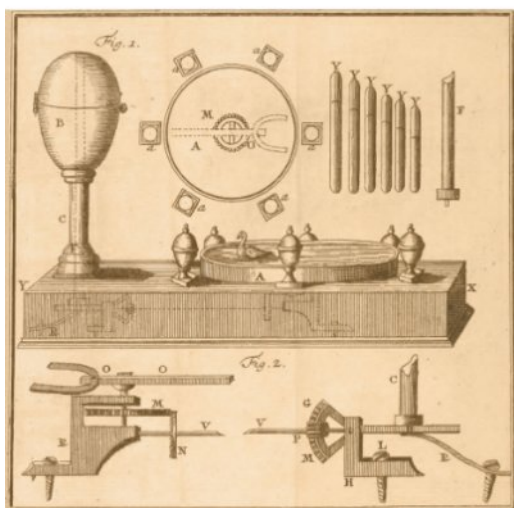
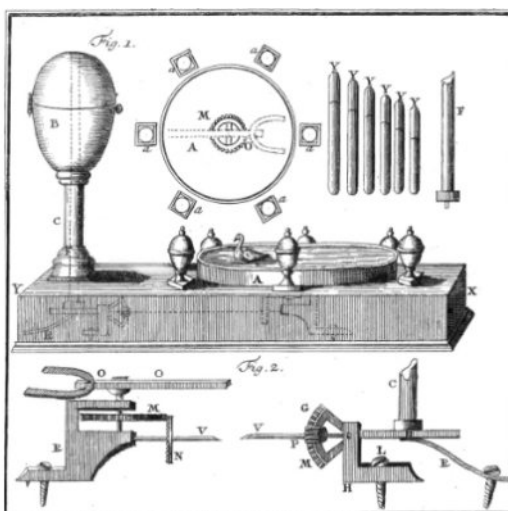
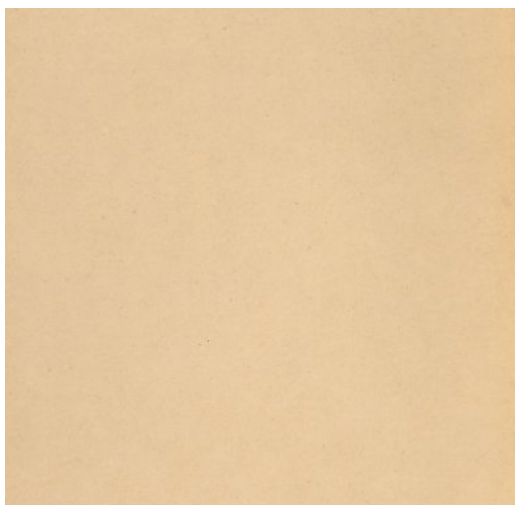


Abbildung: Das Panel FARBE mit dem Hauptmenü

Kapitelabschlussbilder

Für ein Buchprojekt mit mehreren Kapiteln suchte ich eine Möglichkeit, dass jedes neue Kapitel auf einer rechten Buchseite beginnt. Jeder Kapiteltext endete gleichwohl auf einer rechten Seite. Das bedeutete aber, dass zwischen den Kapiteln eine leere linke Buchseite vorhanden war. Um diesen Platz nicht zu verschenken und dem Leser zu signalisieren, dass nun ein neues Kapitel beginnt, habe ich auf diesen linken Seiten eine Grafik eingefügt. Diese war immer gleich und orientierte sich am Thema des

Buches. Eine leere weiße Seite kam dafür auch nicht in Frage. Damit diese Grafik wirkt, wurde ein passender Hintergrund gewählt, den man mit einer MASTERSEITE steuern kann. Um die Grafik herum wurde an allen vier Seiten der gleiche Text platziert, mit zwei unterschiedlichen Farben. Die s/w - Grafik stammte aus einem alten Buch und wurde aufbereitet. Dazu platziert man sie auf den verwendeten Hintergrund und vergibt im Panel EBENEN den Ebenenmodi „Multiplizieren“. So bekommt sie eine passende Anmutung.



Arbeiten mit einem Mock-up

Lernen von den Profis

Nicht jeder, der mit den Programmen der Affinity-Suite arbeitet, ist Grafiker oder Designer. Aber auch ausgebildeten Fachleuten fehlen manchmal die Ideen zu einem Projekt. Sei es für die Gestaltung eines Druckproduktes oder einer Internetseite. Hier helfen sogenannte Mock-ups, von Designern gestaltete Layouts, die sich meist einem speziellen Thema widmen. Für verhältnismäßig kleines Geld kann man sich einen solchen Prototyp kaufen. Mock-ups werden oft zu Testzwecken verwendet, um ein Layout zu testen, um Ideen und Anforderungen optisch darzustellen.

Hier werden bei professionellen Aufträgen Kundenwünsche berücksichtigt und ihm zur Ansicht präsentiert. Der Privatanwender kann mit einem solchen Mock-up ein Design erstellen, wenn er selbst keine passende Idee hat. In der Szene gibt es verschiedene Modelle. So dient ein „Wireframe“ nur ganz grob der Visualisierung eines Vorhabens, während das „Mock-up“ einen Schritt weiter geht. Hier kommen erweitert schon Farben, Grafiken und Schriften zum Einsatz. Am Ende wird dann ein Projekt mit Hilfe des „Prototyps“ komplett dargestellt.

Affinity-Photo und der Designer

Nun gibt es Anbieter, die zu den unterschiedlichsten Themen solche Mock-ups anbieten. Meist sind diese in einer Photoshop-Datei auf mehreren Ebenen zusammengefasst. Manchmal findet man in einem solchen Angebot auch eine Tutorial-Datei, leider meist in englischer Sprache. Allerdings kann man sich diese online übersetzen lassen. Wer Affinity-Photo besitzt, kann sich die mitgelieferte PSD-Datei anschauen und je nach Wunsch einzelne Elemente exportieren. Denn vielleicht benötigt man nicht alle Elemente. Das Arbeiten an so einer Datei kann schon viel Spaß machen. Je nachdem ob man mit reinen Bitmap-Dateien arbeitet oder lieber mit vektorbasierten Grafiken, kann man sich im Affinity-Designer auch eigene ARTBOARDS anlegen. Und genau hier

kommt dann wieder das Thema „Organisieren“ in das Blickfeld, denn mit Hilfe der Artboards können solche Mock-ups auch erstellt werden. Ich halte dieses Vorgehen sogar für sinnvoller, denn in vielen Fällen werden Bitmap- und Vektordaten in einem Projekt kombiniert.

Das „Print Mock-up“ Paket

Wenn sich jemand intensiver mit einem Mock-up für den Druck eines Buches beschäftigen möchte, kann ich das Paket „[Print Mock-up](#)“ von DESIGNCUTS empfehlen. Es ist zwar nicht ganz billig (Steuern kommen noch dazu), aber wer ernsthaft an seinem eigenen Buch arbeiten möchte und dem ein wenig die Ideen fehlen, ist mit diesem Angebot hervorragend aufgestellt. Im Paket enthalten sind viele unterschiedliche Formate (Poster, Bücher, Flyer) und unterschiedliche Größen (A3, A4, A5, quadratisch), gesammelt in 8 Photoshop-Dateien. Ein kleineres und günstigeres Paket findet man unter dem Angebot „[Book Mock-up Vol1](#)“. Hier kann man den Hintergrund, Smart Objekte und Grafiken ändern.

Andere Mock-ups

Wenn man sich mit diesem System einmal näher beschäftigt, wird man bei DESIGNCUTS viele weitere Grafikangebote zu den unterschiedlichsten Themen finden. Und hier sind Profis am Werk, die sicherlich prozentual am Kauf beteiligt werden. Wer hier kein Geld ausgeben möchte, kann sich zumindest für das eigene Projekt viele Ideen holen.

Der Lerneffekt

Mit Hilfe solcher Designs kann man auch die eigene Lernkurve steigern. Bei den günstigen Angeboten bis USD 5,00 kann man nichts verkehrt machen. Vielen Anwendern, die mit dem Affinity-Publisher nur gelegentlich gestalten, fehlen meist die passenden Grafikelemente.



Abbildung: Das große Buch-Mock-up „Print Mock Up Pack“.

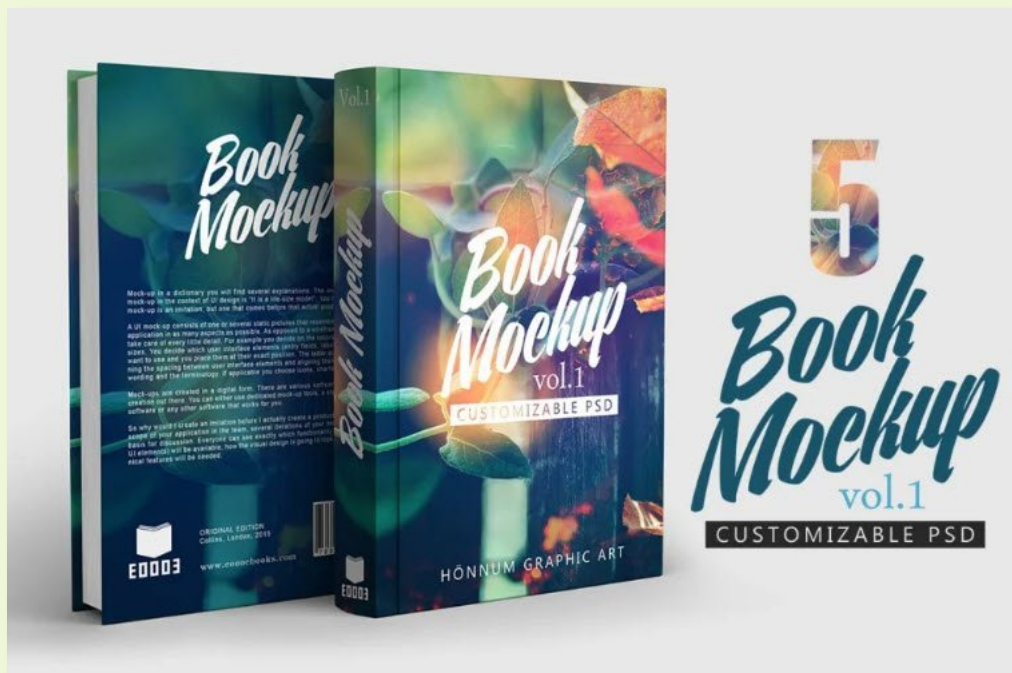


Abbildung: Das kleinere Paket „Book Mockup Vol 1“.

Weihnachtskarten

Es ist einfach, sich im Laden die passenden Glückwunschkarten für die Weihnachtszeit zu besorgen. Aber diese werden immer unpersönlich sein. Ein anderer Weg sind fertige Online-Vorlagen, die man personalisieren kann. Wer sich mit Hilfe des Affinity-Publishers an dieses Thema herantraut, wird viel Freude daran haben, die eigenen Glückwunschkarten zu gestalten. Und dabei muss es nicht bleiben. Man kann sich sogar die eigene Verpackung für Geschenke gestalten oder die bekannten kleinen Schildchen selbst erstellen, die man an die Geschenke unterm Weihnachtsbaum legt.

Mit den geeigneten Druckvorlagen kann man sich alles auf dem eigenen Drucker ausgeben oder man bemüht eine günstige Druckerei, die auch kleinere Mengen anbietet. So kosten zum Beispiel 25 Postkarten im Din-A6-Format keine € 16,00. Die Verpackung für Weihnachtsgeschenke lässt man am besten als Posterdruck im Format Din-A2 drucken. Hier kosten 5 Poster nicht mehr als € 16,00. 25 kleine Schilder, die man an Geschenke heftet, kosten im Din-A7-Format (falten auf A8) etwa € 10,00. Das alles lohnt sich natürlich nur dann, wenn man eine große Familie und viele Geschenke hat. Alle benötigten grafischen Elemente findet man u.a. bei Pixabay.

Bei der Gestaltung gibt es ungezählte Möglichkeiten und gerade hier sind die Geschmäcker so verschieden. Im Affinity Publisher oder Designer hat man schnell das Format für eine Grußkarte eingestellt. Etwas kniffliger wird es, den richtigen Stil zu finden. Arbeitet man nur mit realen Fotos oder nutzt man Vektoren? Lässt man in einer Druckerei produzieren, kann man über das Papier nachdenken. Von einfach über Chromokarton bis hin zu hochwertigem Strukturpapier ist alles möglich. Einige Anbieter bieten auch eine Veredelung mit Gold, Silber oder Effektlack an. Dann wird es aber schnell richtig teuer. Ob man eine Weihnachtskarte mit Familien-Bildern gestaltet oder lieber den klassischen Weg geht, bleibt hier natürlich jedem unbenommen. Genauso verhält es sich mit dem Text auf der Karte. Wählt man

Standardformulierungen oder einen Text in Reimform? Das alles ist nicht auf Weihnachtskarten beschränkt, die man einem Geschenk beilegt oder verschickt. Lädt man Personen zu einem Weihnachtsessen ein, kann man auch für die Einladungen kreativ werden.

Der Brauch, Weihnachtskarten zu verschicken, stammt aus England. Sir Henry Cole verkaufte im Dezember 1843 eintausend Karten, meist an den Adel. Starke Verbreitung fand dann der Versand durch die Einführung der Briefmarke. Etwa dreißig Jahre später wurde der Brauch auch in Deutschland populär.



Abbildung: Motiv einer alten Weihnachtskarte um 1900



Abbildung: Geschenkverpackung selbst gemacht. Um die passende Größe zu erreichen, setzt man das Motiv mehrfach neben und untereinander. Je nach Größe der Geschenke reicht der Druck als Poster auf einem A3 oder A2 Bogen. Dabei darf das Posterpapier nicht zu dick sein.



Abbildungen: Verschiedene Postkartenmotive. Personalisiert kann man das eigene Foto mit einbauen und mit Hilfe eines Pfadtextes den eigenen Namen mit integrieren. Weniger aufwendig sind Vektorbilder. Bei der Farbgebung sind hier Komplementärfarben wichtig, damit die Vektordatei besser zur Geltung kommt.

Georg Walter

Affinity Publisher

Der praktische Einstieg



Superpreis
Buch mit 314 Seiten
€ 13,80

Das Affinity Publisher Einsteigerbuch

Die digitale Fassung meines Buches können Sie sich ab sofort zu einem super Preis von meiner [Internetseite](#) downloaden. In 12 Kapitel lernen Sie die Möglichkeiten des Publishers kennen. Geschrieben für die Version 1 bietet es auch viele Informationen für Anwender der Version 2. In einigen Workshops werden Sie Schritt für Schritt zum Ziel gebracht. Ob für Flyer, Visitenkarten oder Bücher. Hier ist für jeden etwas dabei!

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

19



19
2024

IMPRESSUM

MAGAZIN62 - Digitale Ausgabe
Herausgegeben von 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.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

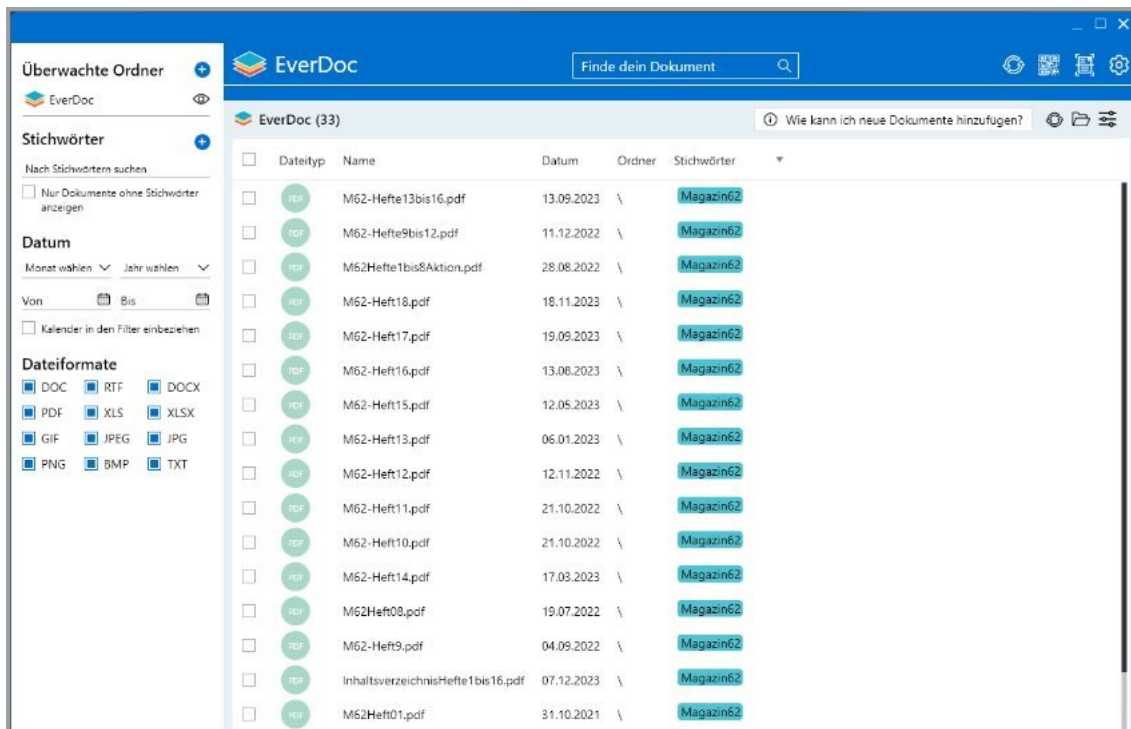
Überall wo man hinschaut, ist die „Künstliche Intelligenz“ in aller Munde. In den Medien wird intensiv darüber berichtet. Chancen, Risiken und Ängste sind hier die Schlagworte, mit denen kritisch auf das Thema „KI“ geschaut wird. Dazu wurde eine erste Studie aus Bayern veröffentlicht, auf die ich in diesem Heft eingehen möchte. Was das für die Affinity-Suite bedeutet, kann ich derzeit noch nicht sagen. Die Firma Serif wird sich diesem Thema sicherlich widmen müssen, denn Adobe hat schon vorgelegt. Dazu habe ich mir Photoshop Elements angesehen, hier sind einige KI-Funktionen in der neuesten Version implementiert. Sicherlich wären diese Ansätze auch für Affinity interessant.

Dieses Heft ist wieder voll von Tipps, Ideen und Hintergrundinformationen. Im Besonderen darf ich auf ein Thema aufmerksam machen, das immer wieder bei Facebook nachgefragt wird. Wie kann man in der Affinity-Suite ein Puzzle gestalten? Ich habe mich dieser „Puzzlemania“ einmal angenommen und ein, so finde ich, sehr schönes Tutorial darüber geschrieben. Es lädt förmlich zum Nachmachen ein. Dazu biete ich auch ein Asset mit den Puzzle-Teilen an. Interessant dürften sicherlich auch die Informationen über „Bildunterschriften“ und „Quellenangaben“ sein. Zum Thema Plakate habe ich nochmals einige Überlegungen aufgeführt, die man teilweise auch auf andere grafische Arbeiten anwenden kann. Wichtig sind hier Überlegungen, die man unbedingt für eine Auftragsarbeit berücksichtigen muss.

Ich glaube, dass dieses Heft wieder sehr abwechslungsreich und informativ geworden ist, und irgendwie habe ich den Eindruck, dass einem die Themen nie ausgehen werden. Dafür sorgen zum Einen die Fragen in den bekannten Facebook-Gruppen und der Wunsch vieler Leser, auch einmal etwas zu den hintergründigen Themen im Bereich Grafik und Publishing zu lesen. Darüber freue ich mich sehr!

Ihr Georg Walter

Über den Tellerrand geschaut Dokumentenverwaltung mit EVERDOC



Die Windows-Software der Firma ABELSSOFT ist aus meiner Sicht ein Kleinod der Softwarekunst. Für derzeit unter € 30,00 bekommt man eine einfache Dokumentenverwaltung, die man nicht nur für Affinity-Projekte einsetzen kann. Nach dem Start zieht man einfach seine zu verwaltenden Dateien in das Programmfenster und sie werden blitzartig aufgelistet. Dabei werden die Originaldateien nicht angetastet, vielmehr werden Dateikopien in einen vorher zu definierenden Ordner kopiert. Hier sollte man sich einen eigenen Ordner auf einer Festplatte anlegen. Dieser Ordner wird auf dem Windows-Desktop automatisch abgelegt. Zu den Dateiformaten, die unterstützt werden, gehören WORD, PDF, EXCEL, RTF und die wichtigsten Bildformate wie PNG, JPG und BMP, wobei das TIFF-Format nicht dabei ist. Auch Fotos kann man mit EVERDOC verwalten, sie sogar mit einem Text verschlagworten.

Für jede Datei kann man ein farbiges Stichwort vergeben und nur danach suchen lassen. Sind PDF-Dokumente indiziert, lassen sich sogar Textstellen in den Dateien finden. Was die Software außerdem interessant macht, ist eine Backup-Funktion und die Möglichkeit, die erfassten Dateien mit Cloud-Speichern wie DROPBOX, ONEDRIVE und GOOGLE-DRIVE zu synchronisieren. Man kann also seine Dateien auch über einen Online-Zugriff einsehen. Genial. Zudem ist es möglich, weitere Ordner anzulegen. Bei der Installation wird ein eigener Drucker-treiber angelegt, über den man zum Beispiel aus WORD heraus, Dokumente direkt in den Ordner von EVERDOC kopiert und diese automatisch im Programm erfasst werden. Die Software kann man direkt beim [Hersteller](#) ordern, oder auf der Plattform [ASHAMPOO](#).

Professionelle Inhalte



Abbildungen: Die PAGE mit einigen Heft-Covern

Jeder Gestaltungsprozess im Zusammenhang von Layout und Design wurde in der Vergangenheit und natürlich auch heute in Fachmagazinen, im Internet und in Büchern beschrieben und erklärt. Mein Magazin62 ist da keine Ausnahme. Im professionellen Bereich der Grafikbranche findet man seit vielen Jahren die **PAGE** und den Schweizer **PUBLISHER**. Diese Magazine informieren immer aktuell über die Gegebenheiten am Markt, vermitteln Wissen, geben Tipps und zeigen Trends auf. Für den Affinity-Nutzer sind die Inhalte zwar manchmal auch interessant, sie wenden sich aber eher an die Gestaltungsprofis, die jeden Tag damit zu tun haben. Ein Blick auf die Internetseiten der Angebote lohnt sich aber bestimmt. Das gilt auch für Bücher. Eine kleine Übersicht von Publikationen zur Vermittlung von Grundlagenwissen finden Sie auch bei mir auf der Website.

Wenn man hier nur ein Werk herausstellen möchte, dann empfehle ich das Buch „Grafik und Gestaltung“ von Markus Wäger. Es deckt so ziemlich jedes Gebiet zur Gestaltung von Publikationen ab. Diesen über 700 Seiten dicken Wälzer sollte man aber in der gedruckten Version genießen, am Bildschirm ermüdet man schnell beim Lesen. Eine weitere Quelle zum Erlernen von Inhalten ist YouTube. Da findet man gerade für die Affinity-Programme genügend Videos. Leider gibt es hier nur wenige Anbieter, die das didaktisch gut und professionell zeigen. Interessant sind auch zwei neue Bücher am Markt, die sich mit Inhalten auseinandersetzen. „Nachhaltiges Grafikdesign“ von Pia Weißenfeld und „Content matters“ von Bianca Fritz. Das zweitgenannte Buch beschäftigt sich zwar mit Inhalten, hier aber mehr im Online- und Social-Media-Bereich. Wenn man den Affinity-Publisher eben genau für Menschen in dieser Zielgruppe einsetzt, können diese Publikationen sehr hilfreich sein. Es ist natürlich auch klar, dass der „Gelegenheitspublisher“ vielleicht vor den Kosten eines solchen Buches erst einmal zurückschreckt, aber diese Publikationen erweitern den Wissenshorizont ungemein.



Abbildungen: Zwei lezenswerte neue Bücher

Die Metapher

Eine Metapher (griechisch=Übertragung) kann man als Stilmittel verstehen, wenn man etwas bildlich beschreiben möchte. Im klassischen und traditionellen Sinn meint man die Bedeutungsübertragung eines Wortes in eine bildliche Darstellung, die Metapher ist also ein „sprachliches Bild“. Man beschreibt etwas mit Hilfe eines Bildes.

Durch die Nutzung einer solchen Metapher kann man Lesern einen komplexen Sachverhalt besser vermitteln, eine Botschaft senden, man sollte sie aber nicht nur als schmückendes Beiwerk sehen. Wenn man über Menschen mit einem Herz aus Gold schreibt, über das Leben als Marathon, über einen Menschen, der ein Fels in der Brandung ist oder wenn man nach langer Zeit das Licht am Ende eines Tunnels sieht, kann man all diese Beschreibungen mit einem Bild erklären.

Auf der Suche nach einem passenden Foto für ein Buchcover oder den Aufmacher eines Flyers kann man sich an solchen Metaphern orientieren. Zu berücksichtigen ist hier meist der Inhalt einer Publikation oder eine zu vermittelnde Botschaft. Findet man ein passendes Bild, dass den Inhalt, die Botschaft zusammenfassend darstellen kann?

Etwas banal, aber passend, wäre das Foto eines Gärtners bei der Arbeit, wenn man in einem Krimi über den Mörder schreibt – „Der Mörder ist immer der Gärtner“. Manchmal kann man sich auch auf typische Floskeln im Volksmund beschränken, um ein aussagekräftiges Bild zu finden. Eine Floskel bedeutet nicht viel, kann aber eine bestimmte Aussage untermauern oder eine gewisse Dramatik erzeugen.



Abbildung: Metapher zur Beschreibung über das Auf und Ab an der Börse mit Hilfe einer Achterbahn.



Abbildung: Metapher zur Beschreibung des Internets als Datenautobahn.



Abbildung: Metapher über einen langen Weg, den man zurückgelegt hat, mit Hilfe eines Tunnelbildes.

Pixelmania

Grobe Pixelkunst

Als Gestaltungsmittel kann auch das gute alte „Pixel“ genutzt werden. Im Computerzeitalter liegt diese Idee nah. Als kleinste digitale Einheit kann man ihn auch dermaßen vergrößern, dass er sich nahtlos als Gestaltungselement in ein Design einfügt. Ob als Wort oder einzelner Buchstabe, damit signalisiert man einen modernen und digitalen Charakter. Im Internet findet man unter dem Begriff „Pixel Font“

genügend Quellen, um sich eine solche Schrift auf den eigenen Computer zu laden. Wer sich die gestalterische Arbeit nicht machen möchte, findet vielleicht bei einem [Pixelfont-Generator](#) die richtigen Einstellungen. „Pixel Art“ beschreibt eine zweidimensionale Verarbeitung, „Voxel Art“ das dreidimensionale Pendant.



DER MENSCH ALS COMPUTER

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, agestas eget, sagittis ac, 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. In hac habitasse platea dictumst. Vivamus sit amet sem vitae tellus ultricies consequat. Integer tincidunt tellus eget justo. Class aptent taciti sociosque ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos.

Morbi pellentesque, maual interdum porta tincidunt, neque orci molestie mauris, vitae lacus dolor felis at nunc. Maecenas eu diam a leo porta interdum. In non massa quis odio feugiat sagittis. Quisque ac lorem. Maecenas ut sem sed ipsum suscipit malesuada. Nulla quis dui quis ante fermentum interdum. Proin eget est a augue vehicula mattis. Pellentesque sed nisi at risi scelerisque iaculis. Phasellus orci. Nulla adipiscing. Suspendisse et leo vel elit ullamcorper gravida. Proin tempor, ligula ut tincidunt tempor, mauris nibh feugiat odio, nec tincidunt erat orci dictum purus. Etiam luctus odio. Aliquam adipiscing urna a felis. Quisque sed elit in eros aliquet ultrices. Donec at

Einen Artikel in einer Fachzeitschrift kann man mit einem großflächigen Foto beginnen. Darüber setzt man mit Hilfe eines Pixel-Fonts den Kapiteltext. In abgewandelter Form funktioniert das auch mit einem Falzflyer. Sollte ein solches Foto einmal mehr Farben als gewünscht haben, oder farblich nicht so recht passen, kann man das Foto markieren und mit einer einzigen Farbe über das Panel „Farbfelder“ einfärben. Hat man das Foto in einen „Rechteckigen

Bilderrahmen“ geladen, muss man es zum Einfärben im Panel „Ebenen“ markieren. Markiert man nur den Rahmen, lässt es sich nicht einfärben. Um auf einer Doppelseite Spannung aufzubauen, kann man ein Foto auch so platzieren, wie auf der Folgeseite zu sehen ist. Die Überschriften sind sehr groß und in einer Pixelschrift gesetzt, farblich mit einer Farbe aus dem Foto formatiert.



Abbildung: Eine Doppelseite mit geteiltem Foto. So wird eine bestimmte Spannung erzeugt. Es werden 2 Bilderrahmen mit dem gleichen Foto benutzt, mit den Verschiebepfeilen jeweils an den linken oder rechten Rand geschoben.



Abbildungen: Ein und das selbe Foto. Links das Original, in der Mitte und rechts mit einer Farbe eingefärbt.

Der Pixelfont

Der Online-Generator



Für die Gestaltung einer Headline oder einem ausgefallenen Wort kann man sich einem Generator bedienen, den man im Internet findet. Auch wenn dieser in englischer Sprache vorliegt, sind die vielen Einstellungen fast selbsterklärend. Am Beispiel von **TEXTSTUDIO** erkläre ich die einzelnen Möglichkeiten.

Der Reiter Text: Hier gibt man den gewünschten Text ein. Jederzeit sieht man ganz oben den Text mit den Einstellungen, die beim Start automatisch vorhanden waren. Im Reiter unten steht die aktuelle Schriftart, rechts daneben kann man über das Symbol mit den 9 Punkten eine andere Schrift wählen. Im rechten Bereich sind weitere Einstellungen möglich, wie die Zoom-Stufe oder der Zeichenabstand. Kaum zu sehen befinden sich ganz rechts kleine „Zurück-Pfeile“ mit denen man eine Änderung rückgängig machen kann. Alleine die Auswahl an Schriften ist beeindruckend.

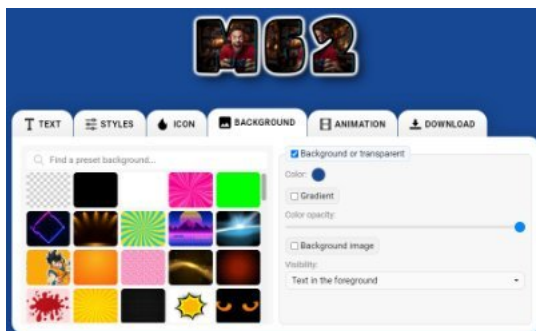
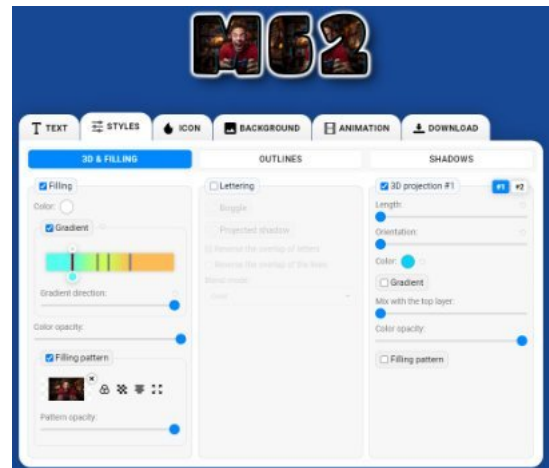
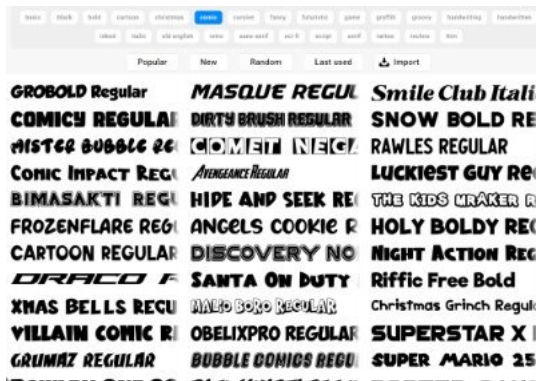
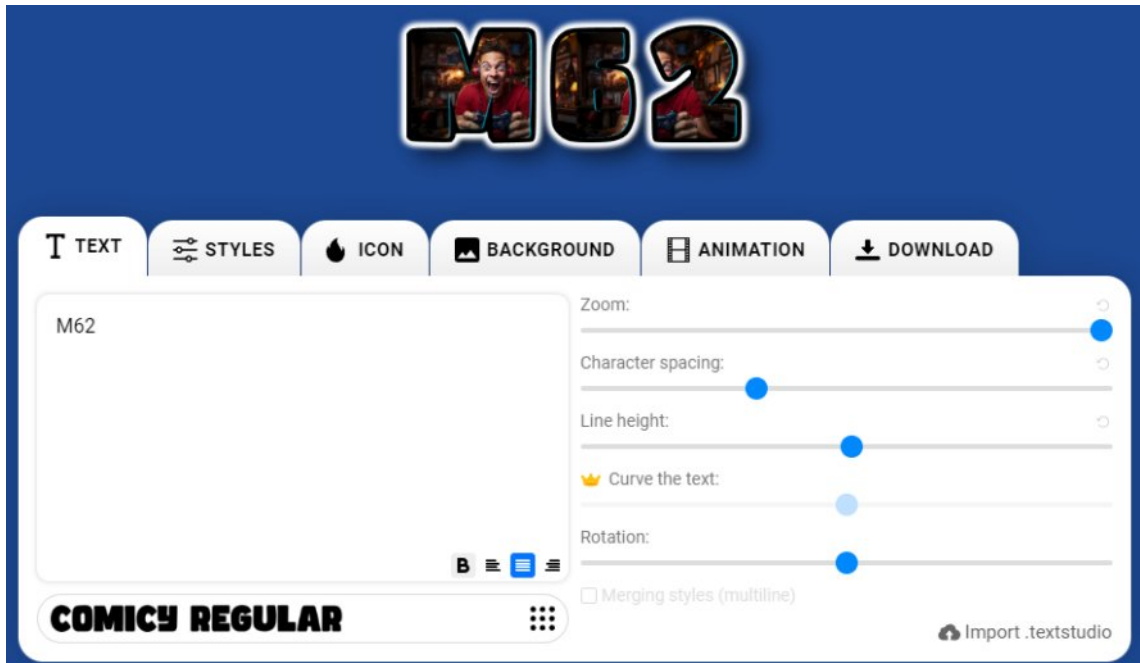
Der Reiter Styles: In diesem Reiter werden alle Einstellungen zu den Farben, Verläufen, Schatten und der Art, wie der Text dargestellt wird, gemacht. Die Schrift lässt sich im Raum drehen. Zusätzlich kann ein Foto in den Text geladen werden.

Der Reiter Icon: Hier kann man einem Text ein vorgegebenes Icon oder ein Symbol von der Festplatte voranstellen. Das ist mehr eine Spielerei, weniger eine Möglichkeit, um ein ansprechendes Logo zu entwerfen.

Der Reiter Background: Jederzeit ist das Wort oben sichtbar. Der Hintergrund, bei mir Blau, wird aus den Voreinstellungen verwendet. Man kann eine eigene Farbe wählen oder auf Transparent stellen. Man kann auch ein Bild als Hintergrund einladen. Weitere Hintergründe stehen zur Auswahl bereit.

Der Reiter Animation: Hier lässt sich der Text animieren. Für eine Print-Headline ist das natürlich nicht sinnvoll. Später, im Download-Reiter kann man die Animation zum Beispiel als GIF-Datei abspeichern.

Der Reiter Download: Hier stehen einem verschiedene Formate zur Verfügung. Allerdings ist die Qualität des Downloads auf „Medium“ beschränkt. Erst wenn man sich anmeldet, stehen höhere Auflösungen zur Verfügung. Für eine Online-Publikation mit 96 oder 144 DPI reicht die Qualität aber aus. Zudem lässt sich die ganze Arbeit auch abspeichern, um sie beim nächsten Mal wieder zu laden.



Hier zu sehen sind die Reiter „Text“, „Styles“ und „Background“, dazu die sehr umfangreiche Schriftenliste, die keine Wünsche offen lässt.

Bildunterschriften

Richtig platzieren

Die Bildunterschrift, auch Bildlegende, Bilduntertitel oder Bildbeschriftung genannt, bezeichnet einen Text, der direkt unter einem Foto, einer Grafik oder einer Illustration platziert wird. Sie informiert den Leser, was oder wer auf dem Bild zu sehen ist, denn nicht jeder erkennt sofort, was abgebildet wird.

Lesestudien belegen es immer wieder. Man schaut in Publikationen zuerst auf die Abbildungen. In diesen Studien werden sogenannte „Blickverlaufsstudien“ durchgeführt, man erkennt über Kameras, wohin der Blick eines Lesers zuerst fällt. Wohin aber geht der nächste Blick? Genau, bei Zeitungen und Zeitschriften auf den erklärenden Text darunter. Leider vergessen das viele Autoren und verspielen so eine Möglichkeit, Leser zusätzlich zu informieren. Man könnte nun meinen, es würde ausreichen, auf eine Abbildung im Fließtext hinzuweisen. Bei viel Text ist das aber nicht hilfreich, denn wenn sich ein Leser erst auf die Suche nach dem passenden Foto machen muss, verliert er eventuell die Lust, weiter zu lesen.

Regeln für korrekte Bilduntertitel

Wenn man einige Regeln beherzigt, kann man nichts falsch machen. Jedes abgebildete Motiv wird mit einer Bildunterschrift versehen. Dabei muss man wissen, welche Fragen sich ein Leser zu einer Abbildung stellen würde. Mit dem richtigen Text beantwortet man sie alle. Die Bildlegende kann ruhig mehrere Zeilen umfassen, ideal wären vielleicht 2-3 Zeilen, wenn man viel erklären muss. Steht eine Grafik alleine, kann der Text auch über das Ende des Motivs nach rechts hinausgehen. Er muss nicht bündig abschließen. Je nach Platz kann der Text auch rechts neben dem Foto stehen. Eine Bildlegende muss vom normalen Fließtext abgesetzt stehen, damit man sie direkt vom normalen Text unterscheiden kann. Steht sie zu nah am Fließtext, erschwert dies beim Lesen.

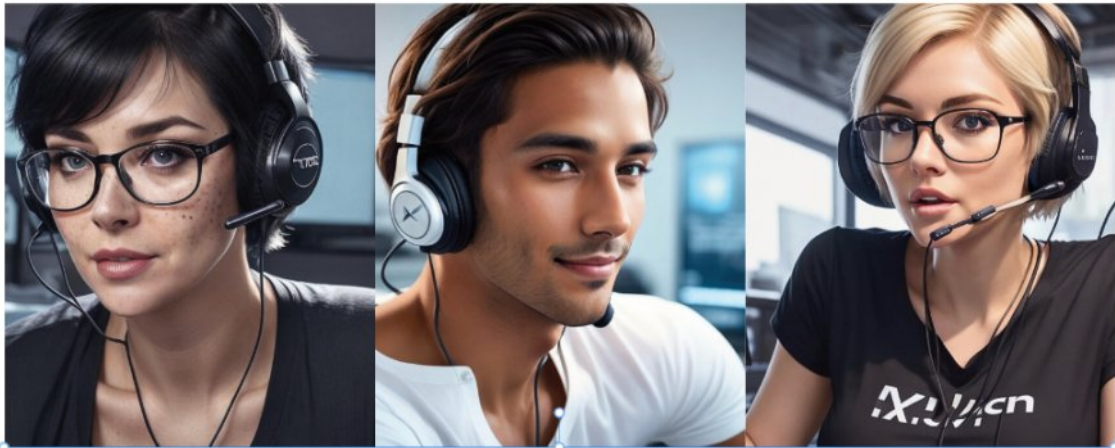
Es versteht sich auch von selbst, dass die Rechtschreibung stimmt und dass Zahlen korrekt wieder-

gegeben werden. Man achte auch auf die korrekte Schreibweise von Namen. Hier ist es sehr wichtig, dass die Bildtexte in der Publikation einheitlich gleich dargestellt werden. Wenn ein Foto mit der Person Paul Peter Schmidt abgebildet ist, schreibt man den Namen auch komplett aus. Zeigt ein weiteres Foto diese Person nochmal, nutzt man den gleichen Beschreibungstext. Am Ende einer Bildunterschrift steht kein Punkt. Sind mehrere Personen auf einem Bild abgebildet, wird der Text eingeleitet mit „v. l. n. r.“, von links nach rechts. Etwas vom Text abgesetzt wird ein Bildnachweis formuliert, dieser kann in Klammern stehen. Hierzu gibt es sogar ein Gesetz (§ 63 UrhG), wie das auszusehen hat.

Ich habe mir angewöhnt, in jedem Bildtext das Wort „Abbildung:“ mit Doppelpunkt voranzustellen und dieses FETT zu formatieren. So sieht man direkt, worum es sich handelt. In wissenschaftlichen Texten sieht man es oft, man kann das auch abkürzen, wie „Abb.“ oder, wenn man in einer Publikation fortlaufende Bildnummerierungen nutzen möchte, dies mit „Abb. 01, Abb. 02“ zu beschreiben. Hier muss man natürlich kontrollieren, dass man keine Nummer doppelt vergibt. Aus meiner Sicht spricht auch nichts dagegen, Bildlegenden kursiv zu setzen.

Das richtige Format

Je nach Publikation müssen einige Textformatierungen für den Text einer Bildlegende berücksichtigt werden. Dies setzt man im Affinity-Publisher am besten über einen Textstil fest. Nutzt man eine Serifen-Schrift für den Fließtext, kann man für eine Bildlegende eine serifenlose Schrift nutzen. Diese sollte um 1-2 Punkte kleiner sein. Ist der Fließtext 11 Punkt groß, kann der Text für die Bildunterschrift 9-10 Punkt groß sein. Wie oben erwähnt, kann der Text auch kursiv gestellt werden. Bildtexte sollten sich nicht am Grundlinienraster ausrichten.



Unsere Mitarbeiter (v. l. n. r.) sind für Sie da: Ramona, Torben, Sibille



Ramona

Betreuung rund um Ihren Vertrag
Ruf: 0123/789-10

Torben

Betreuung in technischen Fragen
Ruf: 0123/789-11

Sibille

Auftragsabwicklung
Ruf: 0123/789-12

Ein Tipp:

Damit der Bildtext nicht zu nah am Motiv platziert wird, kann man den Textrahmen in der Weise formatieren, dass er in der Höhe etwas größer als der eigentliche Text ist. Bei einem einzeiligen Bildtext setzte ich die Höhe auf 8 mm und der Text wird

mittig ausgerichtet. Schiebt man den Textrahmen direkt unter das Bild, bleibt genug Platz zwischen Bild und Text. Zu sehen in der oberen Abbildung. Möglich sind auch Spaltentexte, wie in der unteren Abbildung zu sehen ist.

Plakate für Werbezwecke

Die Vernissage

Ein Anruf, eine Anfrage und schon hat man einen neuen Auftrag. Es ist schön, wenn es so läuft. Hier könnte es allerdings sein, dass man seit längerer Zeit diese Art von Projekt nicht mehr bekommen hat, und somit muss man sich damit einige Zeit auseinandersetzen. Wenn man zehn Grafikern dieselbe Aufgabe stellt, werden die Ergebnisse unterschiedlich ausfallen. Das liegt zum Einen an der Ausbildung des Grafikers und zum Anderen an seinem Wissen, bezüglich klassischer Gestaltungsmittel. Dazu kommen immer die Vorgaben des Auftraggebers, die berücksichtigt werden müssen. In einem Meeting können vorab in einem Brainstorming die Eckdaten erfasst und geklärt werden und welche Bildmotive zur Verfügung gestellt werden können. Hier ist Beratung wichtig, denn es gibt Fälle, da kennen sich die Verantwortlichen mit dem Druckprozess nicht so aus. Man benötigt halt immer hochauflösende Fotos.

Die Vorgaben

Meist geht es um Werbepлакate, ihre Größe muss mit den Gegebenheiten vereinbar sein. Ein A2-Plakat macht wenig Sinn, wenn es zu groß für den Ort der Werbung ist. Auf der anderen Seite kann man sich auch auf ein größtmögliches Format einigen, um dann Plakate in mehreren Größen drucken zu lassen. Dazu kommen vielleicht noch Werbeflyer, hier muss die Optik mit dem Plakat übereinstimmen. Vielleicht hat der Veranstalter auch eine eigene Hausdruckerei, deren Vorgaben gleichwohl beachtet werden müssen.

Die Absprachen

Sind die Abmessungen der Werbeträger bekannt, kann man sich an die Ausarbeitung machen. Zuerst ist hier mit dem Veranstalter abzuklären, ob und welche Ausschnitte von Bildern und welche Texte verwendet werden sollen. Dann müsste hier ein Fotograf und wenn nötig ein Werbetexter beauftragt werden. Zweitgenannter ist meist aber nicht nötig. Vielleicht ist ja auch eine Plakatserie erwünscht. Dann müssen die Motive vom Veranstalter ausge-

sucht werden. Das sollte man niemals alleine entscheiden, denn wenn es nicht gefällt, fängt man wieder von vorne an.

Das Plakat selbst

Es spricht nichts dagegen, dass man sich Ideen aus Fachpublikationen oder dem Internet holt. Man muss für ein Plakat das Rad nicht neu erfinden. Wichtig ist nur, dass später alles im „angemessenen Rahmen“ passt. Alle Angaben auf einem Plakat, das gilt auch für andere Drucksachen, müssen später „freigegeben“ werden. Ich habe es schon erlebt, dass ein Plakat in einer Druckerei gedruckt werden sollte und dem Drucker auffiel, dass gar keine Ortsangabe vorhanden war. Hier klärt man das natürlich mit dem Kunden ab und lässt sich neue Daten schicken. Hat man alle Fotos und Texte zusammen, die verwendet werden sollen, kann man sich ans Werk machen. Dabei muss man bei der Bilderwahl nicht unbedingt auch alle einsetzen.

Anhand der Abbildungen auf der rechten Seite sieht man, wie man so ein Plakat „aufbauen“ kann. Wichtig ist, dass eine Botschaft transportiert und eine bestimmte Spannung erzeugt wird. Die Leute müssen Lust bekommen, dorthin zu gehen. Eine Möglichkeit ist, ein ausgesuchtes Motiv großflächig zu platzieren und die Textinformationen passend anzuordnen. Dabei ist es so gut wie nicht möglich, den Geschmack aller Leute abzubilden.

Das geht einfach nicht. Also sucht man sich Motive heraus, von denen man überzeugt ist, dass sie wirken werden. Im Beispiel oben rechts ist als Motiv ein lesender Mann abgebildet. Das ist zwar ein Gemälde, das Motiv könnte aber eine gewisse Langeweile signalisieren oder suggerieren, dass es sich eher um eine Lesung handeln könnte. Soll man laut Auftraggeber eine Plakatserie entwerfen, müssen die Informationen alle an der gleichen Stelle stehen. Nur das Motiv wechselt. Das klingt einfach, aber die Kunst ist, auch den richtigen Ausschnitt zu wählen.



Abbildungen: Plakate mit verschiedenen Motiven für eine mögliche Plakatserie



Abbildungen: Zwei Varianten des Plakates

Die Quellenangaben

In wissenschaftlichen Arbeiten sind Quellenangaben Pflicht. Sie kommen immer dann zum Einsatz, wenn man fremdes Gedankengut in seinen Ausarbeitungen nutzt. Ab und an hört man, dass jemand ein Plagiat in einer Doktorarbeit begangen hat. Man kann dieses Wort mit „Urheberrechtsverletzungen“ bezeichnen. Im Internet findet man dazu einige Tools, die prüfen, ob so ein Plagiat vorliegt. Eine Quellenangabe erfolgt zuerst im Text oder in einer Fußnote am Ende einer jeden Seite. Studierende lernen, wie man das richtig macht. Was aber unbedingt beachtet werden muss, ist am Ende einer Publikation ein „Literaturverzeichnis“ in alphabetischer Reihenfolge anzulegen. Alle hier gemachten Informationen finden Sie auch im Internet bei [„Studyflix.de“](https://www.studyflix.de). Viele Sachverhalte werden auf dieser Website in Videos gezeigt.

Zitierstile

Die Art, wie man Quellen korrekt angibt, hängt vom „Zitierstil“ ab. Hier unterscheidet man die „Harvard Zitierweise“, den „APA-Stil“ und die „Deutsche Zitierweise“.

Die Harvard Zitierweise

Hier wird eine Quelle in Kurzform direkt im Fließtext benannt. Eine Fußnote braucht man nicht. Genannt werden müssen der Verfasser, das Erscheinungsjahr und die Seitenzahl. Die drei Angaben werden direkt hinter einem Zitat in Klammern gesetzt. Das Zitat immer in Anführungszeichen setzen. Beispiel: *„Die Druckmaschine wurde erstmals von Ottmar Mergenthaler in Berlin gezeigt.“* (Müller 2021: 112). Nutzt man ein indirektes Zitat, schreibt man es so: (vgl. Müller 2021: 112). Hier gilt es zusätzlich zu beachten, dass mehrere Autoren eines Buches auch benannt werden müssen. Bei vielen Autoren kann man in der Quellenangabe ein *„et al.“* (lat. und andere) angeben, damit sind dann alle Autoren gemeint.

Der APA-Stil

APA ist die Abkürzung von *„The Publication Manual of the American Psychological Association“*. Es handelt sich

hier um ein *„Autor-Jahr-Zitiersystem“*. Es soll das Wiederfinden von Quellen im Literaturverzeichnis vereinfachen. Auch hier gilt, dass Fußnoten nicht benötigt werden. Beispiel: *„Die Druckmaschine wurde erstmals von Ottmar Mergenthaler in Berlin gezeigt.“* (Müller, 2021, S.112). Bei APA kann man die Seitenzahl auch weglassen, sie hilft einem Leser allerdings, die jeweilige Quelle im Literaturverzeichnis besser wiederzufinden. Bei einer Publikation, die von zwei Autoren geschrieben wurde, kommt ein *„&“* zwischen die Namen. (Müller & Krause, 2021).

Die deutsche Zitierweise

Bei dieser Zitierweise, und das kennen die meisten, wird eine Quelle mithilfe einer „hochgestellten Zahl“ in den Fußnoten angegeben. Im Fließtext wird eine Zahl (hochgestellt) mitten im Text hinter einem Wort eingefügt oder AM ENDE EINES SATZES HINTER DEM SATZZEICHEN. Das ist ganz wichtig. Viele machen das falsch. In der Fußnote steht dann die gleiche Zahl (hochgestellt) mit der ausführlichen Quellenangabe.

Das Literaturverzeichnis

Hier werden alle Quellen ausführlich und vollständig benannt, und zwar sortiert nach den Nachnamen der Verfasser.

Zusatz bei Internetquellen

Für ein Buch, das ich einmal für einen Verein gestaltet habe, wurden Quellen in den Fußnoten angegeben. Dabei wurde oft aus Wikipedia zitiert. Am Ende eines jeden Eintrags stand dann der Hinweis: *„Zuletzt gelesen am 23.08.2020“*. Da Einträge bei Wikipedia stetig erweitert und auch verändert werden, macht diese Angabe Sinn, denn dann kann niemand behaupten, man hätte falsche Angaben gemacht.

Tipps im Umgang mit dem Affinity-Publisher

Je länger man sich mit einem Projekt beschäftigt, umso mehr gewöhnt man sich an eine bestimmte Arbeitsweise und versucht diese zu optimieren. Dies gilt auch für die Arbeit an meinen Magazinen. Dabei entsteht so eine Ausgabe nicht über Nacht, oft dauert es mehrere Wochen, denn nicht immer sprudeln einem die Ideen nur so heraus.

Ideen

Wenn ich zu einem bestimmten Thema etwas schreiben und dies mit Grafiken untermauern möchte, suche ich mir im Internet die passenden Bilder zusammen und speichere sie als Screenshot ab. Da können schon mal zu einem einzigen Thema mehrere Grafiken zusammenkommen. Anhand dieser Bildersammlung, sie dient nur als Vorlage und Inspiration, erstelle ich dann eigene Screens für das Magazin.

Die Sammeldatei

Für jedes Magazin lege ich eine zusätzliche „Sammeldatei“ an. Diese leere Publisher-Datei hat dieselben Einstellungen und Maße wie das spätere Heft. So kann ich ausprobieren, meine eigenen Grafiken erstellen und sehen, wie es später im Heft wirkt. Damit ich Texte verständlich formulieren kann, verwende ich den Papyrus Autor. Meines Wissens ist es das einzige Programm, was Texte auf die Qualität der Lesbarkeit hin untersucht.

Quellen im Browser sammeln

Zu Recherchezwecken für ein neues Heft lege ich mir in meinem Browser einen eigenen TAB an. Hier werden alle Links gesammelt, die mir relevante Infos bieten. Die Texte für das Heft schreibe ich im Papyrus Autor, hier notiere ich mir auch die Links aus dem Internet, die oft als Verlinkung im Heft Verwendung finden. So geht nichts verloren. Hier gilt es später, nachdem das gesamte Heft fertiggestellt wurde, nochmals alle Links zu überprüfen.



Abbildung: Screenshot von Buchstaben aus dem Internet um z.B. ein Asset mit eigenen Ideen zu erstellen

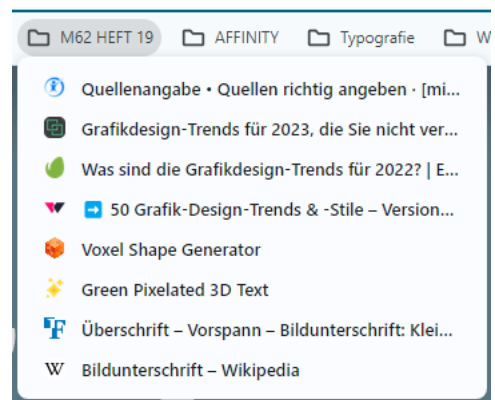


Abbildung: Tab im Browser mit Links zu Themen des aktuellen M62-Heftes

Tipps im Umgang mit dem Publisher

Je länger man sich mit einem Projekt beschäftigt, umso mehr gewöhnt man sich an eine bestimmte Arbeitsweise und versucht diese zu optimieren. Dies gilt auch für die Arbeit an meinen Magazinen. Dabei entsteht so eine Ausgabe nicht über Nacht, oft dauert es mehrere Wochen, denn nicht immer sprudeln einem die Ideen nur so heraus.

Ideen

Wenn ich zu einem bestimmten Thema etwas schreiben und dies mit Grafiken untermauern möchte, suche ich mir im Internet die passenden Bilder zusammen und speichere sie als Screenshot ab. Da können schon mal zu einem einzigen Thema mehrere Grafiken zusammenkommen. Anhand dieser Bildersammlung, sie dient nur als Vorlage und Inspiration, erstelle ich dann eigene Screens für das Magazin. Für jedes Magazin lege ich eine zusätzliche „Sammeldatei“ an. Diese leere Publisher-Datei hat dieselben Einstellungen und Maße wie das spätere Heft. So kann ich ausprobieren, meine eigenen Grafiken erstellen und sehen, wie es später im Heft wirkt.

Abbildung: Die Stil-Analyse im Papyrus Autor wird farblich hinterlegt und zeigt, ob ein Text verständlich formuliert wurde

Puzzlemania

Gestaltung eines Puzzles

Erst kürzlich kam bei Facebook die Frage auf, wie man sein eigenes Puzzle erstellen kann. Dazu gibt es bei YouTube eine Vielzahl von Video-Tutorials mit unterschiedlichen Ansätzen. Ich habe mich dem Thema einmal angenommen und einige grundlegende Schritte in einem Tutorial zusammengefasst.

Die Idee

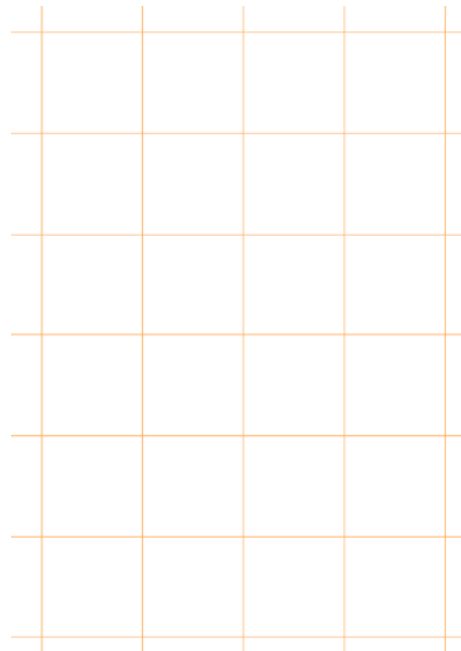
Im Internet bekam ich eine Werbung zu Gesicht, bei der das Bild der Mona Lisa mit einem Puzzle abgebildet war. In diesem Bild war nur ein einziges Puzzle-Teil herausgenommen worden. Nun ging es mir nicht darum, das Bild naturgetreu nachzubauen, vielmehr habe ich mich damit beschäftigt, wie man das mit den Affinity-Programmen umsetzen kann. Nach kurzen Überlegungen habe ich mich entschieden, das Ganze mit dem Affinity-Publisher umzusetzen, weil man hier Formen in Bilderrahmen umwandeln kann. Das ist mit dem Designer nicht möglich.

Das ganze Puzzle

Bevor man sich an das ganze Puzzle macht, muss man das Foto in der gewünschten Größe in den Publisher importieren. Nun rechnet man aus, wie groß die einzelnen Puzzle-Teile sein müssen. Man teilt die Breite und die Länge des Bildes in 4 und 6 Einheiten. Dabei kann es sein, dass die Länge der Teile größer ist als die Breite. Ich schlage vor, dass man die Höhe des Bildes so anpasst, dass genau 6 gleichgroße Teile untereinander passen. Damit ich nicht zu viele Puzzle-Teile nachbauen musste, habe ich mir eine Matrix mit 4 Teilen waagrecht und 6 Teilen senkrecht erstellt. Diese Matrix besteht aus Hilfslinien in einem gleichmäßigen Abstand von 34 mm x 34 mm. **Tipp:** Man braucht sich die einzelnen Orte der Hilfslinien nicht auszurechnen. Zeichnen Sie einfach ein farbiges Rechteck von 34 x 34 mm und vervielfältigen Sie es so, dass jedes Rechteck an das nächste grenzt. Nun zieht man aus dem Lineal heraus Hilfslinien und dockt sie an den Kanten der



Das original Werbebild aus einem japanischen Katalog

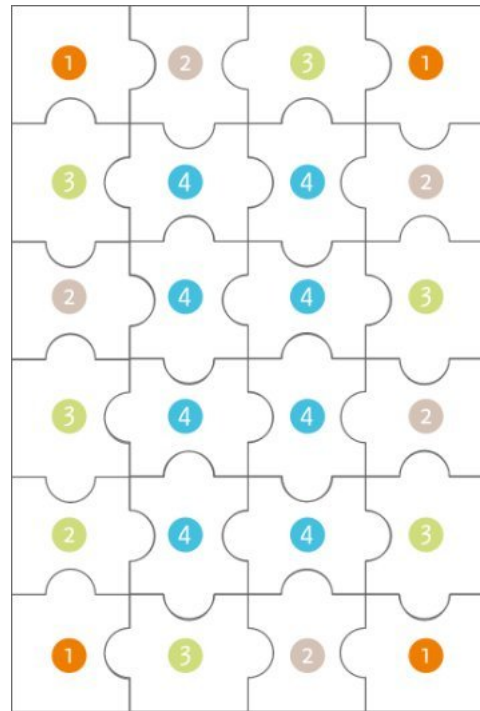


Die Matrix mit 24 Feldern, aus Hilfslinien erstellt.

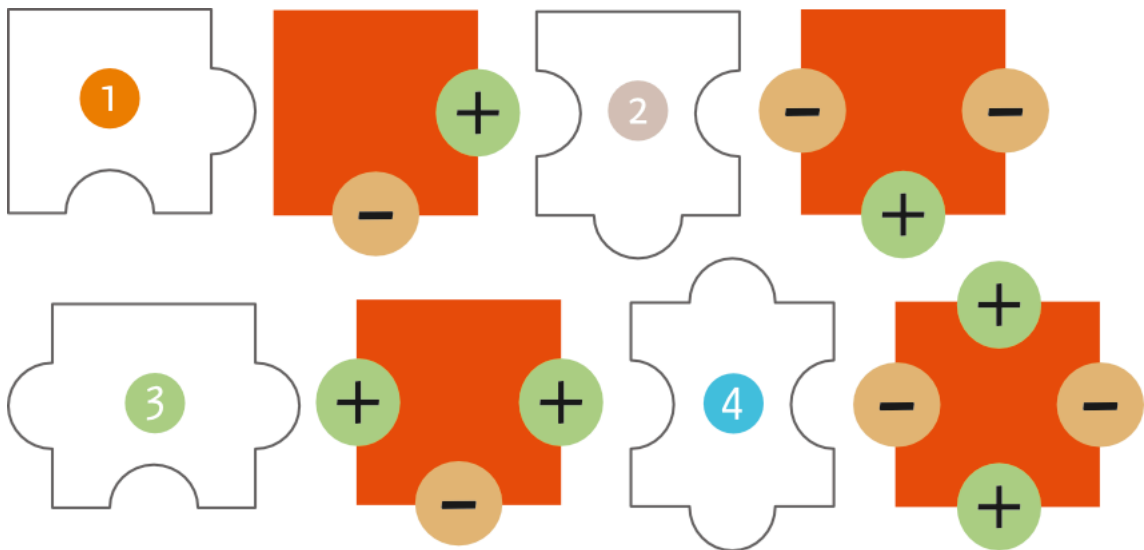
Rechtecke an. So entsteht das Gitter. Die Rechtecke können dann wieder gelöscht werden. **Wichtig:** Meine Angaben von 34 mm sind entstanden, weil ich die Größe des Bildes der Mona Lisa auf eine passende Größe für dieses Tutorial gesetzt habe. Vielleicht müssen Ihre Werte größer sein, weil das Gemälde vielleicht auf Din A4 gedruckt werden soll. Die Matrix (Rechtecke) bleibt aber immer gleich groß.

Die Puzzle-Teile

Man mag es nicht glauben, aber man kommt bei dem ganzen Puzzle mit 4 verschiedenen Teilen aus. In der Grafik rechts unten kann man sehen, wie man vorgehen muss. Für jedes Puzzle-Teil zeichnet man ein Rechteck und die nötigen Kreise. Je nach Form des Puzzle-Teils werden die Kreise am Rechteck mittig angeordnet. Über die „Boolschen Funktionen“ **Hinzufügen** oder **Subtrahieren** werden die Kreise vom Rechteck addiert oder abgezogen. Markieren Sie dazu das Rechteck und den gewünschten Kreis – jetzt mit der rechten Mouse-Taste das Kontextmenü aufrufen und über GEOMETRIE die passende Funktion wählen. In der Menüleiste findet man die gleichen Funktionen auch als Symbole, das geht schneller.



Das Puzzle besteht aus nur 4 verschiedenen Teilen. Durch Kopieren und Drehen der Teile erhält man ein ganzes Puzzle. Die farbigen Zahlen zeigen die Anordnung.



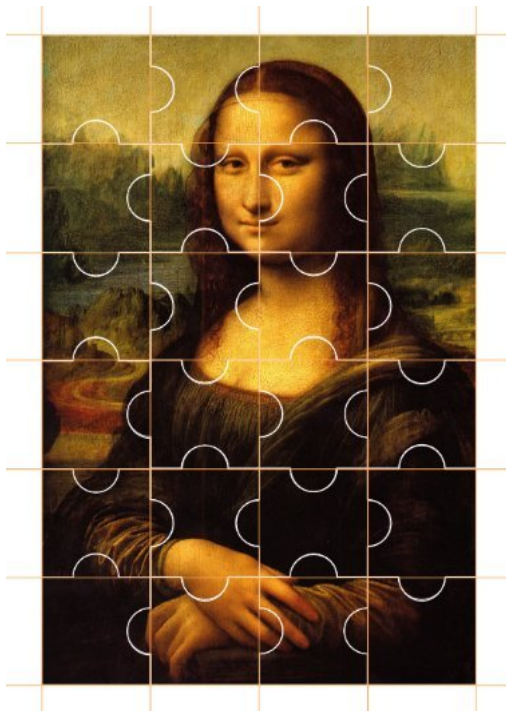
Die 4 verschiedenen Puzzle-Teile. Rechts daneben die jeweiligen Kreise, um diese vom Rechteck abzuziehen oder zu addieren. Hier sollte man immer zuerst den Kreis (grün) addieren und zum Schluss den Kreis (beige) abziehen.

Das Puzzle-Konstrukt

Von Anfang bis Ende bleibt die Matrix aus Hilfslinien bestehen. So können alle Puzzle-Teile angeordnet werden und später auch das Bild der Mona Lisa, das man in den Hintergrund setzt. Die Puzzle-Teile werden vervielfältigt und jeweils passend gedreht und innerhalb der Matrix angeordnet. Wenn man im Publisher die „Magnetische Ausrichtung“ eingeschaltet hat, sollte alle Teile wie von selbst an den Hilfslinien „einschnappen“.

Die Kontur der Puzzle-Teile

Zuerst muss man verstehen, dass die Puzzle-Teile KEINE FÜLLFARBE haben. Sonst kann man das Bild dahinter ja nicht sehen. Markieren Sie alle Kontur-Teile und vergeben Sie eine Kontur von 1 pt. Wichtig: Damit die Konturen im Endergebnis gut aussehen, vergibt man den Konturen eine GRAUE FARBE, nicht Schwarz. Ich wählte dazu ein 75-90% Schwarz. Damit das zum Schluss realistisch wirkt, legt man auf die Konturen eine „Gaußsche Unschärfe“ über das Panel

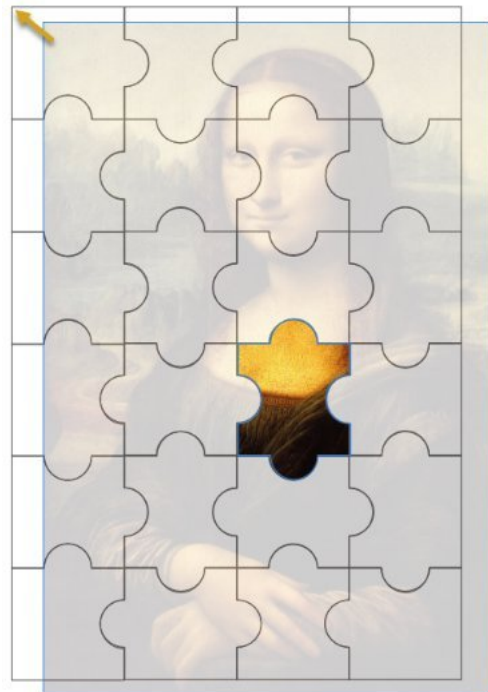


Alle Puzzle-Teile sind vervielfältigt und mit Hilfe der Matrix angeordnet. Dahinter wird das Bild platziert.

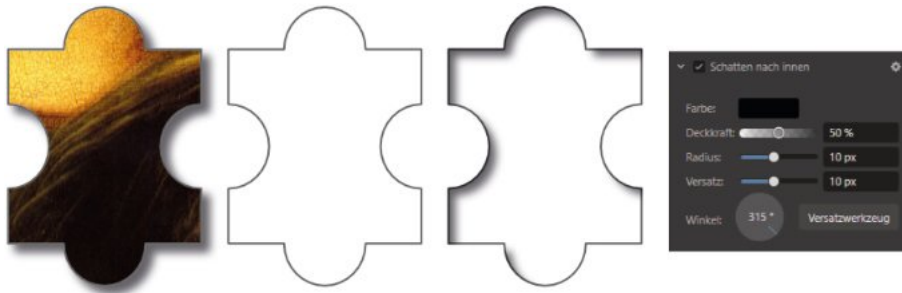
QUICK FX. Diese Unschärfe sollte sehr klein gehalten werden. Vielleicht maximal 1-1,5 Pixel. Das hängt ein wenig von der Größe des ganzen Puzzles ab.

Das herausgenommene Puzzle-Teil

JETZT KOMMT DER WICHTIGSTE TEIL der ganzen Arbeit! Wählen Sie das Puzzle-Teil, was später „herausgenommen“ werden soll. Duplizieren Sie es im Panel Ebenen. Die Kopie BLEIBT AN ORT UND STELLE. Klicken Sie mit der Mouse diese Kopie an und machen Sie daraus mit der rechten Mouse-Taste einen BILDERRAHMEN. Markieren Sie nur dieses Puzzle-Teil (Kopie) und importieren Sie das Bild in diesen Bilderrahmen. Über die 4 Pfeile im Bilderrahmen (Puzzle-Kopie) wird das Bild in der Matrix ganz nach oben links verschoben, bis es bündig mit dem anderen Bild passt. So wird gewährleistet, dass im Puzzle-Teil auch der richtige Bildausschnitt platziert ist. **Tipp:** Ist das importierte Bild zu klein, wählt man den Bilderrahmen an und stellt oben im Kontextmenü die Größe auf 100%.



Das Puzzle-Teil wird zu einem BILDERRAHMEN, das Bild nochmals importiert und links oben ausgerichtet.

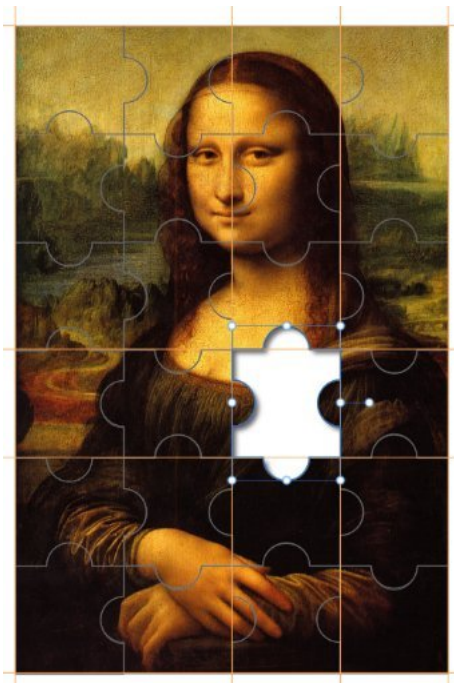


Für den Effekt des fehlenden Puzzle-Teils benötigt man eine Kopie des Puzzles und eine weiße Version. Diese weiße Version bekommt einen weißen Schatten NACH INNEN mit dem Radius 10 und Versatz 10.

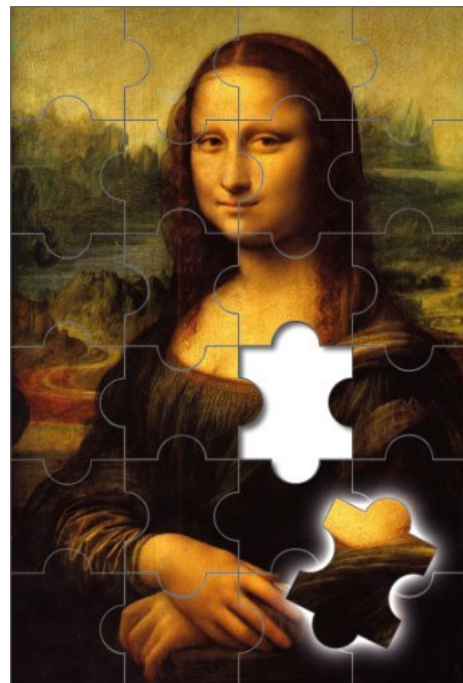
Das weiße Puzzle-Teil

Machen Sie nochmals eine Kopie vom eben erstellten Puzzle-Einzelbild mit dem Foto darin. Ziehen Sie es aus dem Puzzle-Konstrukt heraus. Es wird später als Einzelteil des Puzzles benötigt. Markieren Sie jetzt die zurückgebliebene Kopie des Puzzle-Teils in der Matrix und vergeben Sie diesem

Teil die Füllfarbe Weiß. Damit es realistisch aussieht, vergeben Sie dem weißen Teil einen SCHATTEN NACH INNEN, vielleicht mit den Werten 10 Pixel für Radius und Versatz. Zum Schluss zieht man das „beiseitegelegte“ Puzzle-Teil in das Puzzle und vergibt ihm einen SCHEIN NACH AUSSEN.



Ein einziges Puzzle-Teil wird dupliziert und mit der Füllfarbe Weiß versehen.



Das fertige Bild

Grafikdesign

Jährliche Trends im Überblick

Jedes Jahr findet man im Internet auf zahllosen Plattformen Tipps zu bevorstehenden Trends im Grafikdesign. Dabei lassen sich die Ideen nicht auf alles anwenden, da gewisse Vorgaben nicht verändert werden können oder dürfen. Bei den aufgelisteten Vorschlägen sieht man aber, mit was sich die Fachleute beschäftigen. Und für den Einsteiger oder Semi-Profi bietet sich hier an, etwas von den Profis zu lernen. So kann man für eigene Publikationen eine Idee aufgreifen und schauen, ob sie ins eigene Konzept passt.

Für das Jahr 2023 wurde der RETRO-Stil als Trend neu entdeckt. Stile der 90er-Jahre und der 2000er-Jahre waren wieder „in“. Dichte und farbenfrohe Designs dieses Stils waren im Kommen. RETRO FLAT, ein Designstil aus den 1960er- und 1970er-Jahren war gleichwohl wieder „trendy“. Hier kommen helle Farben, kühne Elemente, flache Designs und eine ausgeprägte Typografie zum Einsatz. Dieser Stil vermittelt nicht nur die Vergangenheit, sondern auch eine „optimistische“ Haltung. Werden in Designs Symbole der Astrologie und Wahrsagerei verwendet, spricht man von einem „mystischen Design“. In diesen Designs tauchen Abbildungen der Sonne, der Mond, Talismane, Blumen und andere Zeichen auf. Dadurch soll eine „versteckte“ und „tiefer“ Bedeutung einer Botschaft, ein Gefühl von Frieden, Ruhe und Hoffnung vermittelt werden.

Manchmal unterschätzt kommt der Typografie eine immer stärkere Rolle im Grafikdesign zu. Der Stellenwert von Schriftarten steigt. Dabei lassen sich Schriften nicht einfach nur abbilden, sie werden zu grafischen Elementen. Sans-Serif-Schriften sind schon seit Jahren „Up to Date“. Sie strahlen eine gewisse Leichtigkeit und ein modernes Erscheinungsbild aus. Man fällt im Grafikdesign auf, wenn man große und fett gedruckte Schriften verwendet.

Seit Jahren schon behauptet sich ein Trend, der „Minimalismus“. Weniger war immer mehr! Hier

wird eine Klarheit, Leichtigkeit und Übersichtlichkeit vermittelt, dabei werden nur wenige grafische Elemente verwendet. Auch im Farbmanagement kommen immer wieder neue Trends zu Tage. Im Jahr 2023 wünschte man sich auffällige Farben, die Aufmerksamkeit erregen sollten. Ich meine, dass sich knallige Farben mit einem „minimalistischen“ Design nicht so recht vertragen. Im Kommen sind auch Illustrationen, sie waren immer schon ein „Hingucker“ und Grafiken im „3D-Modelling“. Im Speziellen wurden 3D-Grafiken zur Visualisierung von Produkten, Videospielen und Filmen eingesetzt.

Und dann findet man in der Fachsprache den Begriff des „Organic Shapes“. Hier soll die Natur geometrisch nachgeahmt werden, wobei auch unregelmäßige Konturen verwendet werden können. Hauptelemente sind Bäume, Wolken, Berge, Blumen und Pflanzen, vorherrschend sind bei dieser Art der Darstellung erdige Farben und die Farbe Grün, da sie in Pflanzen vorkommt. Hier lässt sich im Grafikdesign eine gewisse „Umweltfreundlichkeit“ abbilden.

Trends für das Webdesign

Hier wäre ich etwas vorsichtig und ich schaue mir genau an, wer die Trends im Webdesign propagiert. Da ist für 2023 die Rede von einem „Dunkelmodus“, dunkle Webseiten, die angeblich für das Auge freundlicher daherkommen. Animationen sollen für das moderne „Interface“, also die Benutzerführung im Trend liegen, weil sie mit dem Besucher intensiver interagieren. Wer sich hier nicht auskennt, sollte die Finger davon lassen. Ganzseitige Überschriften sind in Mode gekommen. Sie erstrecken sich über den ganzen Bildschirm. Animierte und gemusterte Cursor sollen bei der Findung von anklickbaren Elementen helfen. Webseiten scrollen nach unten und werden dabei noch animiert. Hier muss man klar abgrenzen, nicht alle Trends kann man für Internetseiten anwenden.



RETRO FLAT, ein Designstil der 1960er- und 1970er-Jahre



Schriften werden zu einem grafischen Element



3D-Grafiken zur Visualisierung von Produkten



ORGANIC SHAPES zur Darstellung der Natur

Chancen und Risiken von KI

Die Medienwelt wird sich verändern



In einer bayerischen Studie von XPLR:Media und der Denkfabrik 1E9 wurden zehn KI-Experten und 176 Medienschaffende zu den Möglichkeiten von KI befragt. Hier stellt sich heraus, dass die Künstliche Intelligenz schon Einzug in die Unternehmen gehalten hat. 78 Prozent der Befragten gaben an, dass man schon mit KI-Tools arbeitet, 96 Prozent der KI-Nutzer setzen diese Tools regelmäßig ein. Meist zur Textgenerierung und zum Generieren von Bildern und Videos.

30 Prozent gaben an, dass diese Tools im Unternehmen einen hohen Stellenwert haben. Anwender und Experten kommen zu dem Schluss, dass KI in Zukunft eine große Bedeutung für die Medienbranche haben werden. Diese Tools werden die Art der Generierung von Inhalten nachhaltig prägen. Die Wahrnehmung von Marken und die Reichweite von Medien wird sich verändern. Auch die Berufsbilder in der Branche werden sich verändern.

Veränderungen in der Medienwelt

Das alles passiert nicht von heute auf morgen. Dies geschieht durch schrittweise Anpassungen von Unternehmensprozessen, bei denen KI-Tools in bestehende Workflows integriert werden. Hier gilt es im Besonderen darauf zu achten, dass man der bevorstehenden Inhaltsflut Herr wird und Wichtiges vom Rest trennen kann. Zusätzlich gilt es herauszu-

finden, was Fake ist und was nicht. Jobs werden verschwinden und Neue werden entstehen.

Chancen für die Medienbranche

Die Arbeitsprozesse werden sich in Medienunternehmen verändern. Redaktionelle Arbeit wird sich verändern, wie auch die Arbeit im Marketing, im Kundenservice und im Vertrieb. Das gilt auch für andere Branchen. Innovationen werden zunehmen und es werden neue Geschäftsfelder entstehen. Inhalte lassen sich noch besser auf die Bedürfnisse von Kunden und neue Zielgruppen abstimmen.

Risiken für die Medienbranche

Wenn man nicht gegensteuert und sich der Herausforderung annimmt, können Verluste beim Umsatz und in der Reichweite bisheriger Angebote entstehen. Durch KI kann die Qualität von Inhalten leiden, billige und nicht nachrecherchierte Informationen führen zu einem Vertrauensverlust.

KI und der Journalismus

Massenhaft gefälschte Texte werden die Meinungsbildung beeinflussen, es wird politische und gesellschaftliche Herausforderungen geben. Dies wird hochautomatisch in überzeugender Qualität erfolgen, bei gleichzeitig niedrigen Kosten. Die Suche nach der Wahrheit wird eine Herausforderung sein. Und es gilt, überzeugend Falschmeldungen und die

Wahrheit auseinanderzuhalten, der breiten Öffentlichkeit zu vermitteln.

KI und die Politik

Schon jetzt müssen sich in der EU 27 Länder zusammenraufen, um einheitliche Standards im Umgang mit KI zu schaffen. Das ist schwer genug. Es wird Länder geben, deren Regierungen, hier im Besonderen die Diktaturen und autokratisch geführten Staaten, die gezielt und bewusst Fakenews in die Welt transportieren.

Handarbeit

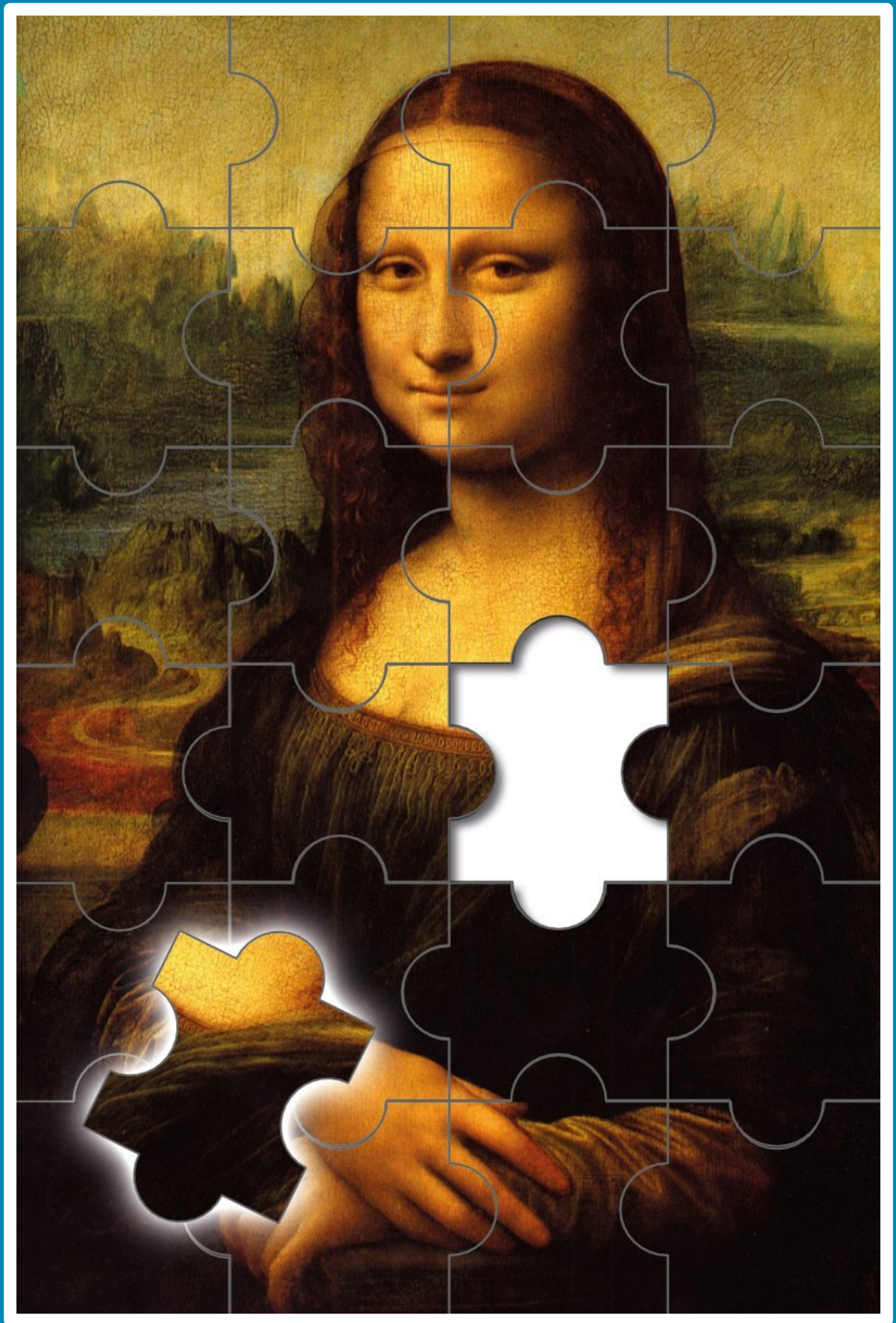
Einer Dokumentation im Fernsehsender PHEONIX konnte ich entnehmen, dass derzeit in Bangladesch hunderte von Menschen vor Computern sitzen und im Auftrag Texte für die Künstliche Intelligenz erfassen.

Bilder und Texte mit KI erstellen

Das Generieren von KI-Inhalten wird durch Computeralgorithmen möglich gemacht. Je nach Inhalt werden Generatoren eingesetzt, wobei es auch hier qualitative Unterschiede gibt. Nach ersten Tests kann ich hier schon sagen, dass man Geld für die Inhalte bezahlen muss, nicht wissend, ob das, was hinten herauskommt, auch den Erwartungen entspricht. Einige Anbieter bieten monatlich eine bestimmte freie Bildermenge an. In vielen Fällen muss man sich vorher anmelden, erst dann darf man Bilder auch kommerziell nutzen. Am besten probiert man es einmal aus. Über die Google-Suche findet man garantiert den passenden Generator. Hier möchte ich keine Empfehlungen geben. Hier sollte man auch beachten, wem das generierte Bild oder der Text gehört.



Abbildungen: Am Beispiel der hier abgebildeten Bilder kann man erahnen, was KI alles möglich macht. Die Abbildungen auf Seite 9 gehören auch in diese Sparte. Es sind keine echten Menschen. **Quelle:** Pixabay.





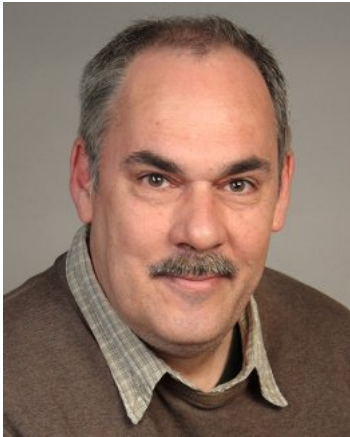
M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

20

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



20
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.

Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser.

Es ist schon erstaunlich, was aus meinem Affinity-Projekt mit meinen digitalen Heften geworden ist. Daran habe ich im Sommer 2021, als ich begann, nie gedacht. Auslöser war sicherlich der Hype um die Affinity-Suite, aber auch mein Einsteigerbuch zum Publisher, das im September 2020 auf den Markt kam. Ist das alles schon so lange her? Nun lesen Sie mittlerweile das M62-Heft Nr. 20, auch ein Sonderheft ist kürzlich erschienen. Vereinzelt Anfragen bezüglich einer Druckversion oder gar eines ABOs der Hefte musste ich verneinen, da es logistisch einfach keinen Sinn gemacht hätte, alles auf PRINT zu stellen. Zudem hätte ich preislich nicht so günstig sein können, wie bei den Online-Versionen. Umso mehr hat es mich gefreut, dass sich ein Leser aus Österreich die Mühe gemacht hat, alle Hefte und mein Buch auf dem heimischen Drucker auszugeben und alles zu handlichen Büchern gebunden hat. Respekt!

Viele meiner im Laufe der letzten 3 Jahre geschriebenen Artikel sind aus meiner täglichen Arbeit heraus entstanden. Auch einige Themen in den Affinity-Gruppen bei Facebook wurden behandelt. Heute frage ich mich, wie ich in der Zeit insgesamt 516 Seiten schreiben konnte. Ungezählte Stunden habe ich mit Recherchen, Screenshots, Tüfteln und Ausprobieren verbracht. Mit jeder Ausgabe sind neue Leser und Leserinnen dazugekommen, nicht selten wurde ich auch privat angeschrieben, um ein Problem zu lösen. Also, näher kann man am Leser einfach nicht dran sein.

Zudem wuchs auch meine Internetseite mit vielen unterschiedlichen Informationen stetig an. Wenn etwas mehr Zeit übrig bleibt, werde ich diese weiter ausbauen und erweitern. Sollten Sie eine interessante Website kennen, lassen Sie es mich wissen. Hier versuche ich aber auch, die „Spreu vom Weizen“ zu trennen, denn nicht jedes Online-Angebot hält das, was es verspricht.

Für diese aktuelle Ausgabe habe ich wieder sehr interessante Themen gefunden und ich darf Ihnen wie immer recht viel Freude beim Lesen und Ausprobieren wünschen!

Ihr Georg Walter



Hier zu sehen ist das komplette Angebot meiner bisher erschienen M62-Hefte, inkl. meinem ersten Sonderheft. Das sind insgesamt 21 Hefte mit einer Gesamtseitenzahl von 516 Seiten.



Ein Leser und Anwender hat sich alle M62-Hefte und mein Einsteigerbuch zum Affinity Publisher zu Hause ausgedruckt, gebunden und daraus fertige Bücher gemacht. Eine sehr schöne Arbeit.

Die Schriftmacher

Typografische Gestaltungskünstler

Über eine Gruppe von Gestaltern habe ich bisher in meinen Heften noch nicht berichtet. Und doch gehören sie zur Gilde der Grafiker und Gestalter dazu. Es geht um die Erschaffer von Schriften. Man hört nicht viel über sie, aber ohne sie wäre die moderne und digitale Kunst sehr viel ärmer. Schaut man sich deren Werke und Schriften an, wird man schnell feststellen, dass diese Menschen oft konventionelle Pfade verlassen und wahre Typo-Kunstwerke erschaffen haben. Dem französischen Schriftgießer, Typografen, Drucker und Verleger Claude Garamond (1499-1561) verdanken wir die Schriftart „Garamond“. Der britische Graveur und Typograf William Caslon (1692-1766) entwickelte die besonders lesbare Schrift „Caslon“. Sie wurde 1776 für den Erstdruck der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung verwendet. Auch der Name John Baskerville (1706-1755) ist uns durch seine gleichnamige Schrift bestens bekannt.

Jan Tschichold (1902-1974) gilt heute als einer der wichtigsten Vertreter der funktionalen Typografie. Seine Arbeiten gehören zu den Klassikern des Grafikdesigns. Sein Nachlass steht im Internet in der „Deutschen Nationalbibliothek“ frei zur Verfügung. Eine seiner vielen Schriften nennt sich „Sabon“, die man bis heute bei Linotype erstellen kann. Max Miedinger (1910-1980) war ein Schweizer Grafiker und Typograf. Er entwickelte 1956 die bis heute sehr bekannte Schrift „Helvetica“. Hermann Zapf (1918-2015) war ein deutscher Typograf und Schriftgestalter. Er entwickelte die „Palatino“, die „Optima“ und die „Zapf Dingbats“.

Kurt Weidemann (1922-2011) war wohl der bekannteste deutsche Grafiker und Typograf. Im Jahr 1950 begann er eine Lehre als Schriftsetzer. Nach der Lehre studierte er an der staatlichen Akademie der bildenden Künste in Stuttgart. Zwischen 1964 und 1983 hatte er dort sogar eine Professur inne. Nebenher arbeitete er als freiberuflicher Grafiker, Buchgestalter und für verschiedene Werbeagenturen.

Otto „Otl“ Aicher (1922-1991) war ein deutscher Grafikdesigner, der u.a. die Schrift „Rotis“ entworfen hat. Seine Geschichte sollte man einmal bei Wikipedia nachlesen. Er war mit den Geschwistern Scholl befreundet. Berühmt wurde er als Gestaltungsbeauftragter der Olympischen Spiele 1972 in München. Er gestaltete die Uniformen der Ordnungskräfte, die Programmhefte, Plakate bis hin zu den Parkscheinen und das Wegweiser-System mit Piktogrammen. Er gehört zu den Wegbereitern des „Corporate Design“.

Adrian Frutiger (1928-2015) war ein Schweizer Typograf. Er entwickelte 1957 die Schrift „Univers“ und 1975 die „Frutiger“. Milton Glaser (1929-2020) war ein amerikanischer Grafikdesigner, der 1966 mit einem Poster für Bob Dylan bekannt wurde. Manfred Klein war ein Künstler aus Berlin (1932-2018). Er kreierte hunderte von Schriften, digitalisierte sie später und stellte die meisten [kostenlos im Internet](#) zur Verfügung.

Erik Spiekermann, Jahrgang 1947, ist ein bekannter deutscher Typograf und entwickelte u.a. die Schriften „FF Meta“ und „ITC Officina“. Neville Brody, Jahrgang 1957, sorgte in den 1980er-Jahren mit seinen innovativen Arbeiten für Aufsehen. Er gestaltete viele Plattencover, u.a. für Depeche Mode und Cabaret Voltaire. Er gilt durch seine mutigen und bis zur Unleserlichkeit reichenden Entwürfe als radikaler Erneuerer der Typografie. Er gestaltete grafische Arbeiten für die Magazine „The Face“ (1981-1986) und „Arena“ (1987-1990). Prägend für seine damaligen Arbeiten war die jugendliche Punk-Subkultur. Vincent Connare, Jahrgang 1960, entwickelte 1994 für Microsoft die Schriftart „Comic Sans MS“.

Eduardo Recife, Jahrgang 1980, ist ein Künstler aus Brasilien der abstrakte Bilder gestaltet und mit seinen Schriften, der „Misprint-Serie“, weltweite Aufmerksamkeit erlangte.



CLAUDE GARAMOND



WILLIAM CASLON



JOHN BASKERVILLE



JAN TSCHICHOLD

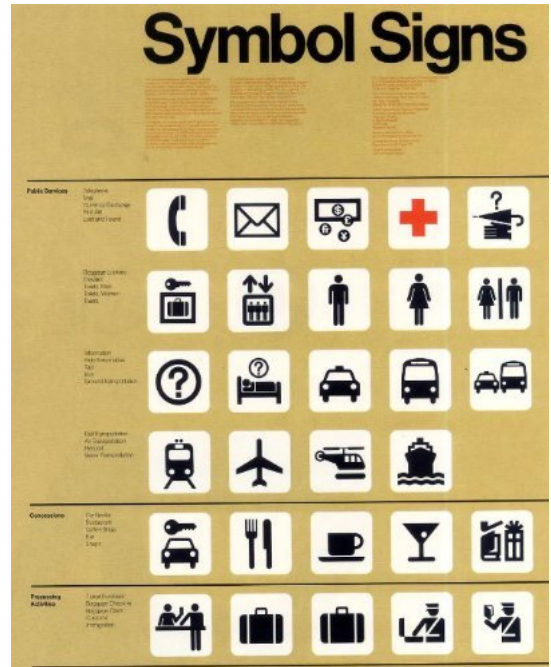


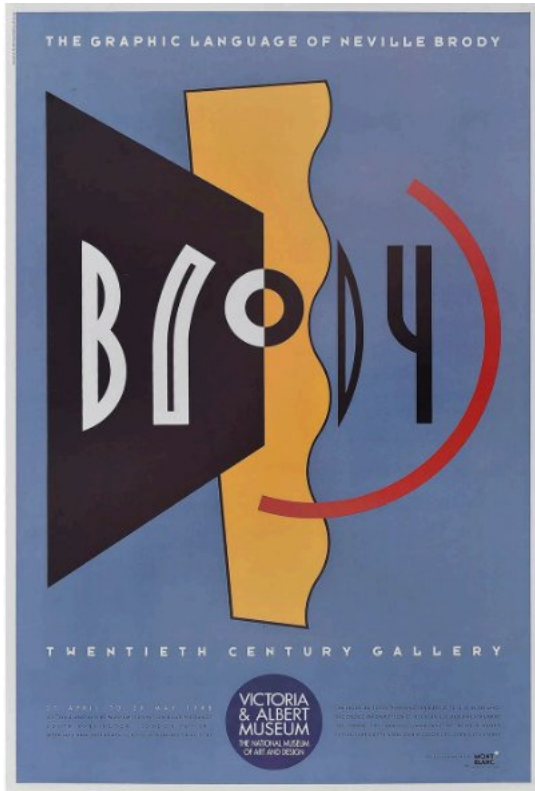
Rechts: Schriftenauswahl von Manfred Klein

Old Newspaper Types
 Geo Sans Light
 OPTIMUS PRINCEPS
STENCILIA
 Bodoni XT
 Folks
 Roman Serif
 ULTRA CONDENSED SANS SERIF
 Santana



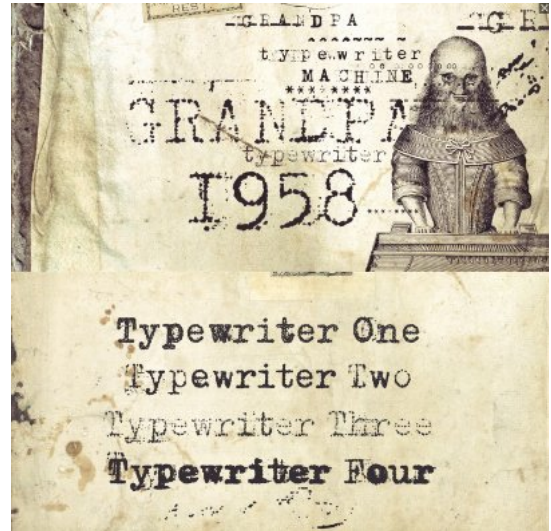
Arbeiten von Otl Aicher





Arbeiten von Neville Brody





Arbeiten von Eduardo Recife



Rückblick

Fachzeitschriften gestern und heute

Anhand einer Mitglieder-Zeitschrift, die seit über hundert Jahren herausgegeben wird, kann man sehr gut erkennen, wie sich das Magazin über die Jahrzehnte hinweg verändert hat. Erstmals erschienen im Jahr 1918, war es eher eine Loseblattsammlung und schon damals war zu erkennen, dass es nicht billig war, dieses Magazin in einer bestimmten Auflage an die Leser/Leserinnen zu bringen. Das ging damals nur deswegen, weil einige Mitwirkende die Kosten aus eigener Tasche bezahlt haben.

Die zu dieser Zeit eingenommenen Mitgliedsbeiträge reichten für diesen Posten nicht aus. Vieles hing an der Redaktion und deren Leitung. Anfänglich kam hier keiner aus der Druckbranche, das Internet gab es noch nicht. In der Gestaltung war man gleichwohl eingeschränkt, denn Drucksysteme, wie wir sie heute kennen, gab es noch nicht. So waren zwangsläufig auch die Titel-Cover der Hefte aus heutiger Sicht eher einfallslos gestaltet. Hier wurden meist Fotos von Vereinsmitgliedern abgedruckt. Später kamen dann ausgebildete Grafiker hinzu, die die Covergestaltung und auch die Optik der Heftinhalte modernisierten.

Über die vielen Jahre hinweg veränderten sich die Magazine in ihrer Aufmachung und der Art und Weise, wie die Inhalte präsentiert wurden. Dazu muss man wissen, dass es manchmal nicht ganz einfach war, Fachautoren für solch ein Projekt zu begeistern. Die Inhalte mussten ja fachgerecht formuliert werden. Aus diesem Grund griff man dann auf Fachartikel anderer Magazine zurück, die vielleicht noch übersetzt werden mussten, weil sie aus Holland, den USA oder dem Vereinigten Königreich stammten. Gerade nach den beiden Weltkriegen wollten viele wieder zu einem normalen Leben zurückkehren, dazu gehörte dann auch wieder die geliebte Fachzeitschrift. Zudem war es nach dem Mauerbau in der ehemaligen DDR gar nicht so einfach, an genügend Papier heranzukommen. Da

konnte es schon einmal sein, dass eine Magazinausgabe auf verschiedenem Papier gedruckt wurde. Bis in die 1980er-Jahre hinein wurden diese Magazine meist in Schwarz/Weiß gedruckt, für Sonderausgaben bemühte man schon mal eine Sonderfarbe. Immer die Kosten im Blick war man hier aber oft sehr eingeschränkt. Um Geld zu sparen, waren auch die Magazin-Formate anders wie heute, sie waren kleiner. Das änderte sich erst mit dem Einzug des Computers. Es entstanden neue Berufsgruppen und modernere Gestaltungsmöglichkeiten. Das Desktop-Publishing war auf dem Vormarsch.

In der Vergangenheit waren es viele Jahre lang immer dieselben Redaktionsmitarbeiter, die dieses Projekt am Leben hielten. Im Computerzeitalter wechselten die Redaktionen dann sehr häufig schon nach zwei bis drei Jahren. Das sieht man den Inhalten und der Gestaltung der Magazine auch an. Warum das so war, lässt sich nicht eindeutig klären. Die Heftformate wurden größer, bis sich das umgängliche DIN-A4-Format durchsetzte. Aber auch die Inhalte änderten sich. Eng beschriebene Magazine gehörten der Vergangenheit an, es wurde „luftiger“ gestaltet. Hier folgte man durchaus den modernen Gestaltungsregeln.

Gleichzeitig ist in der heutigen Zeit aber auch zu erkennen, dass immer weniger Autoren bereit sind, einen Beitrag unentgeltlich zu schreiben, ganz abgesehen davon, dass man heute kaum noch Fachleute findet. Denn das hatte bisher den Reiz eines solchen Fachmagazins ausgemacht. So verwundert es nicht, dass man heute mehr und mehr mit dem „Weißraum“ spielt und zudem die Überlegung anstrengt, aus Kostengründen im Druck auf Online-Versionen auszuweichen. Es werden dann nur noch Magazine mit weniger Seiten gedruckt, zusätzliche Inhalte können dann über einen Login online abgerufen werden.



Abb. 1: Die Zeitschrift des Magischen Zirkels von Deutschland, eine Heftausgabe aus dem Jahr 1941.

Abb. 2: Die Zeitschrift des Magischen Zirkels von Deutschland, eine Heftausgabe aus dem Jahr 1961.



Abb. 3: Die Zeitschrift des Magischen Zirkels von Deutschland, eine Heftausgabe aus dem Jahr 2022.



Comic-Figuren Zeichnen mit dem Designer

Auch wenn ich kein versierter Zeichner bin, möchte ich hier doch einmal das Thema Comic aufgreifen. Professionell werden digitale Comics natürlich mit einem Zeichenstift und Tablett gezeichnet. Das Thema eignet sich aber hervorragend, um den Umgang mit dem Werkzeug ZEICHENSTIFT und dem KNOTENWERKZEUG zu üben. Dazu habe ich mir eine Vorlage aus dem Internet heruntergeladen und sie einfach nachgezeichnet. Die Vorlage wird in einem neu angelegten Dokument mittig angeordnet und in der Ebenpalette auf „Schützen“ eingestellt. So kann nichts verrutschen. Bevor die Werkzeuge aber zum Einsatz kommen, habe ich alle Farben mit der FARBPIPETTE in einer globalen Farbpalette gesammelt. So kann man die Figur jederzeit „umfärben“.

Das Zeichnen der Außenumrisse: Im allerersten Schritt muss man die „magnetische Ausrichtung“ ausschalten. Wenn man genau hinschaut, kann man sich beim Zeichnen der Figuren einiges an Arbeit sparen. Einen Arm braucht man nicht zweimal zu zeichnen, eine Ausführung reicht aus. Von diesem Arm wird dann später eine Kopie erstellt und „horizontal gespiegelt“. Das Gleiche macht man mit den Augenbrauen, Augen, den Sommersprossen und den Füßen. Beim Kopf habe ich auch nur die Hälfte gezeichnet, dann kopiert und gespiegelt. Beide Kopfhälften werden passend zusammengesetzt und über die „Geometrie“ addiert. So entsteht ein einziges Vektorelement. Tipp: Speichern Sie Ihre Arbeit in regelmäßigen Intervallen ab, sonst geht vielleicht etwas verloren.

Nacharbeiten: Wenn man mit dem ZEICHENSTIFT Konturen nachzeichnet, werden diese meist „spitz“ gezeichnet. Das kann man für ein grobes Nachzeichnen so lassen. Später, wenn man die Feinheiten der Linienführung anpassen möchte, kann man mit dem KNOTENWERKZEUG einzelne Knoten auswählen und in „glatt“ oder „smart“ umwandeln, somit die Konturen noch verfeinern. Dazu markiert

man einen Knotenpunkt und wählt oben in der Kontextleiste die gewünschte Einstellung. Jederzeit kann man diese Umwandlung mit STRG+Z zurücknehmen. Stellt man fest, dass ein Knoten fehlt, klickt man einfach auf den Pfad und ein neuer Knoten wird an dieser Stelle eingefügt.

Wichtig: Hat man ein Element nachgezeichnet, was hinter einem anderen liegt und muss dieses anpassen, kann man es in der Ebenpalette markieren und auf „unsichtbar“ stellen. Es bleibt aber markiert und kann nun mit dem KNOTENWERKZEUG weiter bearbeitet werden.

Die komplette Figur: Sind alle Elemente gezeichnet, werden sie zusammengesetzt. Dazu kann man die originale geschützte Figur verwenden. Ich bin hier so vorgegangen, dass ich die Figur zuerst mit den einzelnen Konturelementen zusammengesetzt habe und erst dann alle Farben übertragen habe. Hier kann es sein, dass man erneut nacharbeiten muss. Speziell bei den Elementen, die weitere Elemente beinhalten. Das trifft zum Beispiel auf den Arm zu. Hier sind zwei weitere Elemente zusätzlich integriert.

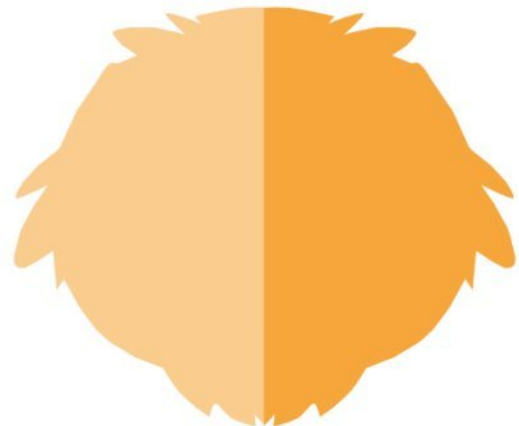
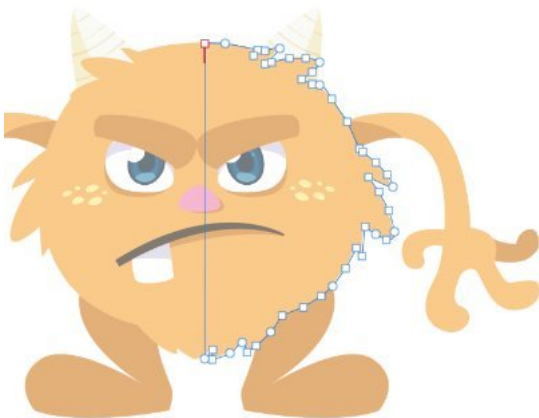
Das Panel Ebenen: Schnell wachsen die Eintragungen im Panel an und es wird irgendwann etwas unübersichtlich. Hier kann ich nur empfehlen, Gruppen zu bilden und diese mit einer Ebenfarbe zu versehen. Solange man die Vorlage nachzeichnet, können fertige Elemente ausgeschaltet werden. Unbedingt beachtet werden muss auch die richtige Reihenfolge der Elemente. Dazu schaut man sich die Vorlage am Schluss noch einmal genau an.

Artboards: Für diese Art von Zeichnung lege ich zwei Artboards an. Eines für die Zeichnung selbst und eines, in dem ich alle gezeichneten Einzelelemente sammle. So geht nichts verloren und man behält die Übersicht, was schon fertig ist, und was nicht.



Dieses Originalbild dient als Vorlage zum Nachzeichnen. Zuerst sollte man feststellen, welche Elemente nachgebaut werden müssen. Dann erstellt man mit der Farbpipette zuerst die Farbpalette

Hier zu sehen ist die eigens angelegte „Globale Farbpalette“ mit 12 Farben



Die Vorlage wird geladen und über die Deckkraft abgeschwächt. Zusätzlich wird sie „geschützt“, damit sie nicht „verrutscht“. Gezeichnet werden die Konturen NUR EINER KOPFHÄLFTE. Dann kopiert man diese und spiegelt sie. Hier muss man genau arbeiten, damit keine Lücke zwischen den Hälften entsteht

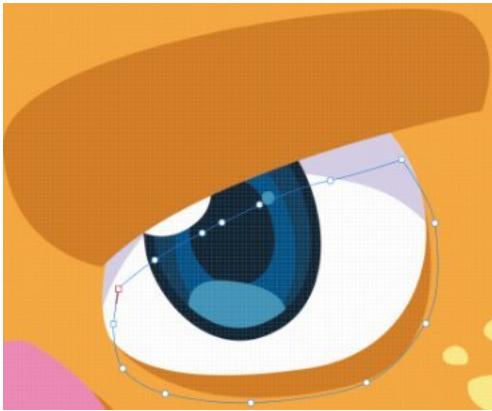




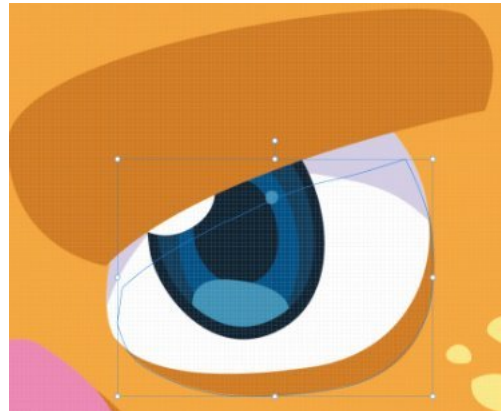
Nach und nach werden nun die einzelnen Elemente, wie Nase, Sommersprossen und Mund nachgezeichnet



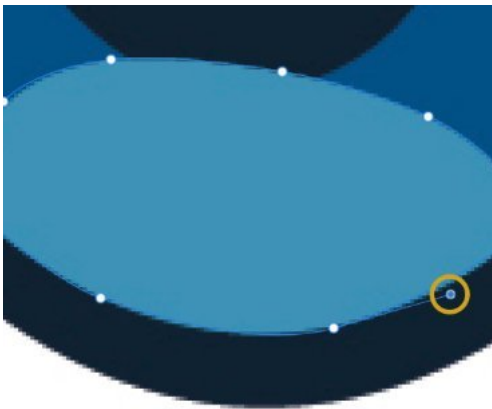
Den Augen sollte man sich zum Schluss widmen, denn diese sind komplexer aufgebaut



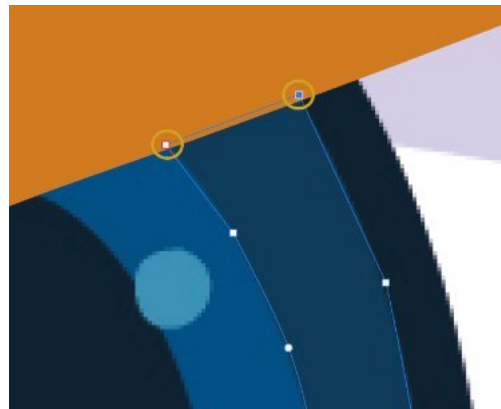
Der braune Schatten unter dem weißen Auge muss angepasst werden. Dazu markiert man dieses Element in der Ebenenpalette und schaltet es aus.



Das Element bleibt weiterhin markiert und kann nun angepasst werden. Was man hier sieht, ist der braune Schatten der Vorlage, an der man sich orientieren kann.



Bei glatten oder smarten Knoten kann man einzelne Anfasser „ziehen“ um die Kurve genauer zu platzieren



Einzelne Knoten kann man über ein Objekt hinaus setzen, wenn dieses Objekt zum Schluss darüber steht.

Comic-Schriften

Sprechblasen selbst gestalten

Auf dem Markt tummeln sich viele unterschiedliche Comics, die meist einen eigenen Stil haben. Davon gibt es sicherlich hunderte. Passend zu einer Comic-Figur benötigt man noch einen Schriftzug, bestehend aus nur einem Wort. Dieser kann auf verschiedenste Art und Weisen gestaltet sein. Im Internet findet man dazu auch passende Comic-Schriftarten. Hier möchte ich nur anhand eines Beispiels erklären, wie man sich so eine Sprechblase selbst erstellen kann. In den Werkzeugen der Affinity-Programme findet man rechteckige und elliptische Sprechblasen. Hier kommen sie nicht zum Einsatz, weil sie meist ganze Sätze enthalten. Wir bedienen uns erneut einer Vorlage, die nachgezeichnet wird. Anhand einer sternförmigen Sprech-

blase zeige ich, wie man sie schnell nachzeichnen kann. Dazu kann man aus den Werkzeugen den STERN wählen, hier nutze ich das Werkzeug ZEICHENSTIFT. Generell sei einmal angemerkt, dass der ZEICHENSTIFT ziemlich mächtig ist. Mit ihm lassen sich ganz grob Konturen einer Vorlage nachzeichnen, um sie dann später mit dem KNOTENWERKZEUG zu verfeinern. Wenn man hier anhand verschiedener Aufgaben diese beiden Werkzeuge benutzt, ist man später für fast jede Herausforderung gewappnet. Man muss halt nur üben, üben, üben. Es gibt natürlich auch Anwender, denen sich keine Gelegenheit bietet, so etwas zu machen. Wenn man diese Dinge aber lernen möchte, setzt man sich einfach hin und MACHT.



Credit: Comic Figuren Vektoren von Vecteezy. Abbildungen von Diana Johanna Velasquez.

Die ersten Schritt

Laden Sie die Vorlage in Ihr Dokument, diese wird im Panel EBENEN auf „schützen“ gestellt und die Deckkraft heruntergesetzt. So kann man beim Nachzeichnen besser erkennen, was man selbst zeichnet. Die Ränder der Sprechblase sind innen zwar abgerundet, zeichnen Sie mit dem ZEICHENSTIFT an den Außenlinien entlang aber einen Stern. Ist man damit fertig, markiert man mit dem KNOTENWERKZEUG

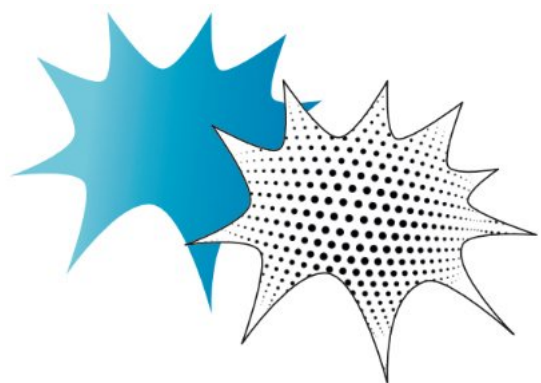
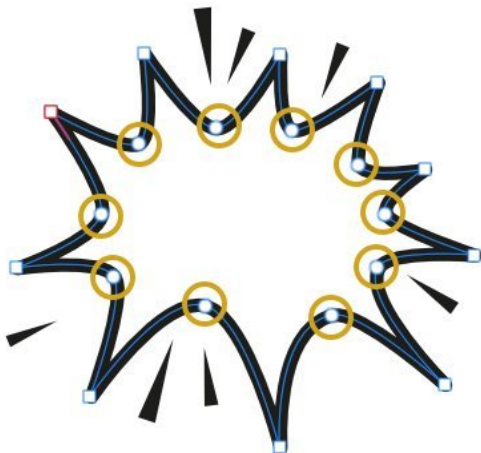
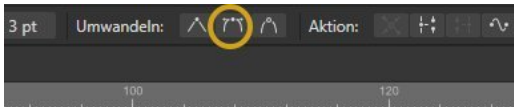
die innenliegenden Verbindungen und wandelt sie oben in der Kontextleiste in ein „glattes Element“ um. In den meisten Fällen passen die hier erzeugten Rundungen schon sehr gut und müssen nicht verschoben werden. In den wenigen Ausnahmen justiert man den Knoten mit dem KNOTENWERKZEUG nach. Machen Sie sich von dem fertigen Stern 2 zusätzliche KOPIEN für den späteren Hintergrund.



Die Vorlage wird in das Dokument geladen, geschützt und dann die Deckkraft heruntergesetzt.



Mit dem ZEICHENSTIFT werden nun die „Zacken“ in einem Arbeitsschritt nachgezeichnet.

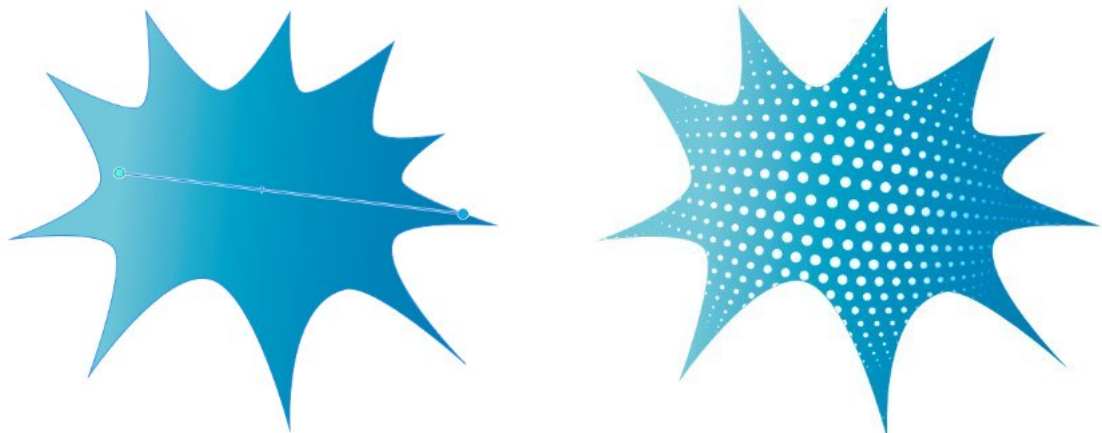


Links: Hier werden die inneren Knotenpunkte „geglättet“ und somit „abgerundet“. Rechts sind 2 Kopien zu sehen, die für den Hintergrund der Sprechblase benötigt werden. Die kleinen Dreiecke um den Stern herum werden mit dem Werkzeug DREIECK gezeichnet, kopiert und passend gedreht und in der Größe angepasst.

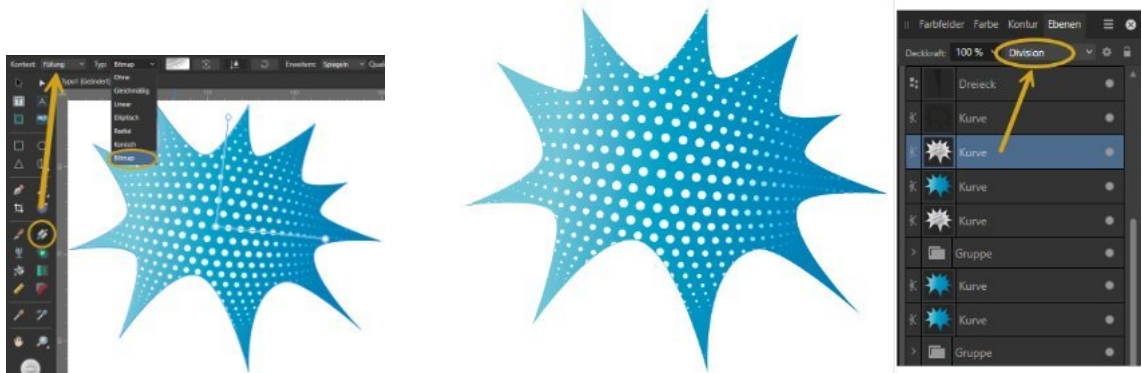
Der Hintergrund

Für den Hintergrund der Sprechblase werden zwei zusätzliche Sterne benötigt, die man nachgezeichnet hat. Einer dieser Sterne wird mit einem Farbverlauf gefüllt, der andere mit einem Punktraster-Bild. Für beide Schritte nutzt man das WERKZEUG FÜR VERLÄUFE. Das Punktraster-Bild findet man bei

[Vecteezy](#). Suchen Sie hier beim Anbieter nach „Punktraster“. Beide gefüllten Sterne werden übereinandergelegt, wobei der Stern mit dem Verlauf das untere Objekt ist. Versehen Sie das obere Punktraster-Bild im Panel EBENEN mit dem Ebeneneffekt „Division“. Die Punkte verschmelzen nun mit dem Verlauf.



Links: Der Verlauf besteht aus 2 Farben, die sich ähneln, hier ein helleres und ein dunkleres Blau. Rechts: Der Stern mit dem Punktraster liegt über dem Stern mit dem Verlauf und bekommt den Ebeneneffekt „Division“ zugeordnet.

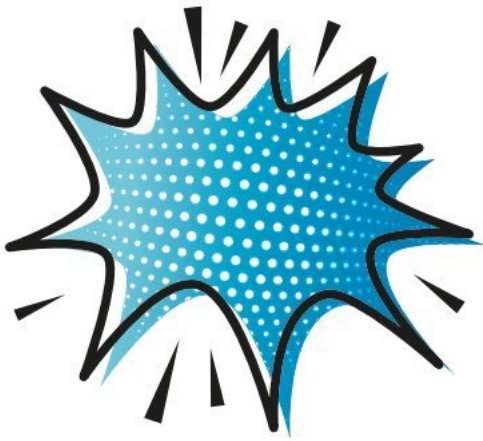


Links: Das Punktrasterbild wird über das WERKZEUG FÜR VERLÄUFE in den Stern geladen. Dazu wählt man oben im Kontextmenü „Füllung“ aus und den Typ „Bitmap“. Jetzt kann man das Bild von der Festplatte laden. Rechts: Der Stern mit dem Verlauf (unten) und der Stern mit dem Punktraster (oben) liegen übereinander. Dem oberen Stern (Punktraster) wird der Ebeneneffekt „Division“ zugeordnet.

Tipp: Je nach Punktrasterbild kann es sein, dass man den Ebeneneffekt anpassen muss. Meine Angaben gelten nur für ein Bild mit weißem Hintergrund und farbigen Punkten.

Die letzten Schritte

Ordnen Sie den nachgezeichneten Stern (ohne Füllung) mit den beiden Hintergrundbildern so an, dass der Hintergrund etwas nach rechts und unten versetzt ist. Die Stärke der Kontur habe ich auf 2 Punkt gesetzt. Je nach Größe kann man diese noch anpassen. Wichtig: Achten Sie hier darauf, dass im Panel KONTUR „mit Objekt skalieren“ gewählt wird.



Alle Elemente des Sterns werden zusammengesetzt. Die kleinen Sterne ganz außen werden extra gezeichnet.

Die Schrift

Für die Schrift gilt dasselbe Vorgehen, wie bei dem Stern. Benötigt wird eine typische Comic-Schrift, die man in vielen Variationen im Internet findet. Gehen Sie im Internet auf die Suche nach „Comic Font“. Ein typisches Comic-Wort geben Sie mit Hilfe des „Grafik-Text-Tools“ ein.



Oben sind die beiden Text-Zustände zu sehen, unten das fertige Wort mit dem integrierten Punktrasterbild.



Fertig!

Über den Tellerrand geschaut

Das Online-Lektorat

FAQ Über uns Anmelden Suchen

Scribbr Lektorat & Korrekturlesen Plagiatsprüfung Zitierhilfen Wissensdatenbank Hochladen

Hallo :)
Wir verhelfen dir zum Erfolg

Mit unserer umfangreichen [Wissensdatenbank](#), der besten [Rechtschreibprüfung](#), unseren [Zitiergeneratoren](#), dem [Lektorat & Korrekturlesen](#) deines Dokumentes und unserer [Plagiatsprüfung](#).

Lektorat & Korrekturlesen
 Wir verbessern Rechtschreibung, Grammatik und Stil deiner Hausarbeit, Bachelorarbeit oder Masterarbeit.

Plagiatsprüfung
 Vergewissere dich mithilfe unserer Plagiatsprüfung, dass dein Text kein versehentliches Plagiat enthält.

Zitiergenerator
 Nutze unsere Zitiergeneratoren für APA, Harvard, Fußnoten und mehr, um Zitate und Literaturverzeichnisse zu erstellen.

LINK

Diesmal geht es in dieser Rubrik nicht um das Vorstellen einer Software. Wer Texte und Bücher schreibt, muss sich schnell mit dem Thema Rechtschreibung auseinandersetzen. Aber nicht nur das. Wie schreibt man eine wasserdichte wissenschaftliche Arbeit? Wie zitiert man richtig? Wie werden Anführungszeichen korrekt gesetzt. Jeder der seine Texte in einem Textprogramm wie Word oder Papyrus Autor schreibt, muss wissen, dass die Korrekturhilfen dieser Programme nicht hundertprozentig arbeiten können. Nun hat auch nicht jeder Autor in der Verwandtschaft oder im Bekanntenkreis jemanden, der das alles perfekt beherrscht. Es gibt aber Menschen, die beschäftigen sich den ganzen Tag mit dieser Thematik. Sie lektorieren Texte und lesen Korrektur, sie sind versiert in Grammatik und

Rechtschreibung. Es gibt für all diese Zwecke im Internet eine hervorragende Anlaufstation, die ich hier kurz vorstellen möchte. Dabei sind viele dort angegebene Dienste bis zu einer bestimmten Textmenge kostenlos. Das ist ja schon mal erfreulich.

Auf der Internetseite von [Scribbr](#) findet man ein Lektorat mit Korrekturlesen, eine Plagiatsprüfung und einen Zitiergenerator, der einem das Leben wesentlich einfacher macht. Aber nicht nur das. Wer möchte, kann den Übersetzer bemühen oder sich bestimmte Schreibregeln in einer [Wissensdatenbank](#) genauer ansehen. Das Angebot von Scribbr richtet sich auch an Studierende, die eine Bachelor- oder Masterarbeit schreiben. Und wer lieber Videos schaut, findet deren Kanal bei [YouTube](#).

Affinity-Photo

Luminanz-Rauschen verringern

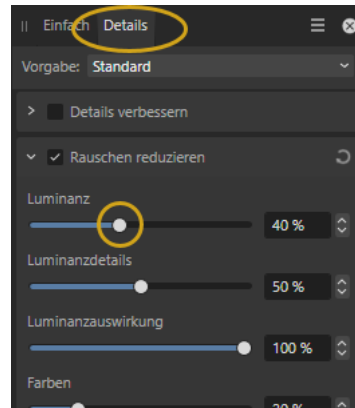
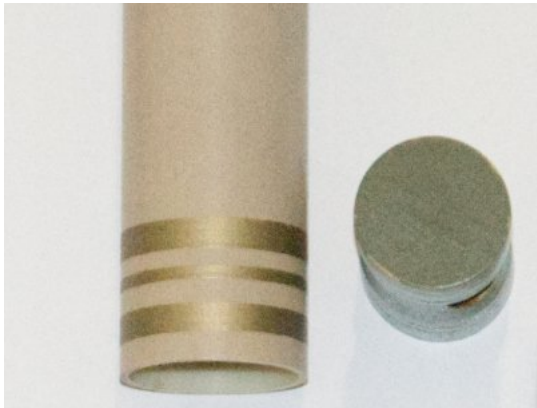


Auf der Suche nach Themen für ein M62-Heft kommt einem manchmal der Zufall zur Hilfe. Für ein Projekt wurden mir Fotos geschickt, die alle nicht optimal aufgenommen wurden. In jedem Bild war ein starkes Rauschen zu sehen. Vor dem Weiterverarbeiten musste ich dieses Rauschen entfernen. Hier hilft Affinity-Photo weiter. Dafür muss man in die DEVELOP PERSONA wechseln, denn nur hier stehen einem die Hilfsmittel zur Verfügung. Über das Menü „Fenster-Details“ ruft man das Panel DETAILS auf. Hier kann man entweder ein Rauschen reduzieren oder hinzufügen. Setzen Sie ein Häkchen bei „Rauschen reduzieren“. Über den Schieberegler „Luminanz“ wird nun das Rauschen verringert. Je nach Stärke muss man den Regler weiter nach rechts ziehen.

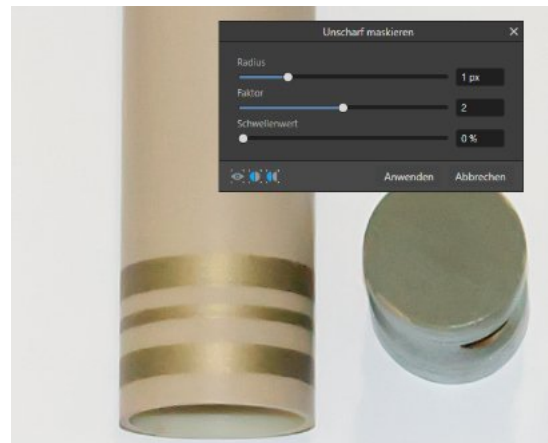
Ein Foto nachschärfen: Hat man das „Rauschen“ verringert, sollte man sich das Foto nochmal genauer ansehen. Oft bleibt das korrigierte Foto etwas „flau“. Hier hilft ein Nachschärfen. Dazu wechselt man zurück in die PHOTO PERSONA und wählt über das Menü „Filter-Scharfzeichnen-Unscharf maskieren“ die Einstellungen aus. Über die Werte „Radius“ und

„Faktor“ wird das Foto „scharf gemacht“. Dabei sollte der Radius nicht zu groß sein. Beginnen Sie mit „1 Pixel“ und setzen sie den Faktor hoch. In vielen Fällen bekommt man bei einem Faktor von 2-4 schon recht gute Ergebnisse. Da jedes Foto anders ist, kann man hier keinen generellen Wert empfehlen. Man muss es ausprobieren. Ein sehr gutes Tutorial zu diesem Thema findet man bei [YouTube](#).

Bildrauschen kurz erklärt: In einem Foto ist ein Rauschen (Helligkeitsrauschen) manchmal mehr, manchmal weniger zu sehen. Es entsteht durch zufällige Schwankungen der Ladungshöhe einzelner Zeilen auf dem Bildsensor einer Kamera. Je kleiner der Bildsensor, desto deutlicher das Rauschen. Dies ist bei digitalen Kompaktkameras größer ausgeprägt, als bei digitalen Spiegelreflexkameras. Weit aus problematischer ist das Farbrauschen. Hier werden falsche bunte Pixel sichtbar, die einem Betrachter sofort auffallen. Das hängt mit der eingestellten Empfindlichkeit einer Kamera zusammen. Je höher diese eingestellt ist, umso mehr sieht man dieses Rauschen, bei flächigen Motiven mehr als bei Detailfotos.



Hier sieht man links ein starkes Rauschen. In der DEVELOP PERSONA wird dieses Rauschen im Panel Details verringert.



Das Rauschen wurde entfernt, allerdings wirkt das Foto unscharf. Mit „Unschärf maskieren“ wird dieses Problem beseitigt.

Die Makrofotografie: Wenn man für ein Projekt Fotos geliefert bekommt, darf man nicht davon ausgehen, dass sie von einem professionellen Fotografen gemacht werden. Deshalb muss man bei Detailaufnahmen einige Dinge berücksichtigen. Mit etwas Fingerspitzengefühl kann man auf einige wichtige Details aufmerksam machen. Das setzt natürlich voraus, dass man weiß, worüber man spricht. Wenn jemand als Amateur Fotos machen soll, muss er auf einiges achten. Er muss nah genug

an ein Objekt herangehen, nur so bekommt man detailnahe Bilder. Vielleicht ist auch ein Stativ nötig, um „Wackler“ zu vermeiden. Zu empfehlen sind immer auch ein sicherer Stand beim Fotografieren, vielleicht auch ein Fernauslöser und auf jeden Fall die Spiegelvorauslösung (SVA, Schwing Spiegel einer Spiegelreflexkamera VOR der Aufnahme hochklappen). Einen guten Ratgeber findet man im Internet beim „[Ratgeber-Fotografie](#)“.



Affinity-Designer

Text- oder Zahlen mit dem Werkzeug Messer schneiden

In einer Facebook-Gruppe kam die Frage auf, wie man für eine Geburtstagskarte eine Zahl so anlegt, dass man mehrere Fotos in die Zahl einkopiert. Um das umzusetzen, benötigt man das Werkzeug MESSER aus dem Designer und später den Publisher, um alle zugeschnittenen Segmente in Bilderrahmen umzuwandeln. Denn das kann der Designer nicht. Umgedreht fehlt das Werkzeug MESSER im Affinity-Publisher.

Zum 75. Geburtstag legen wir im Designer mit dem Grafiktext-Werkzeug die Zahl 7 und 5 extra an. Natürlich müssen Sie hier entscheiden, welche Zahlen Sie benötigen. Vergessen Sie später auch den PUNKT hinter der Zahl nicht.

Eine Zahl zurechtschneiden: Wählen Sie eine Zahl und markieren Sie sie. Wählen Sie im Designer das Werkzeug MESSER und schneiden Sie zuerst alle Segmente waagrecht, später dann die senkrechten Segmente. Man kann das entweder freihändig machen oder die Zahlen in einer Matrix mit Hilfslinien gleichmäßig schneiden. Achten Sie darauf, dass, sobald das Werkzeug gewählt wurde, oben in der Kontextleiste „gerade Linie“ ausgewählt ist. Möchte man einen geraden „Messerschnitt“ durchführen, hält man beim Schneiden die SHIFT-Taste gedrückt. Wichtig: Bei einem unsauberen Schnitt kann man jederzeit mit dem KNOTENWERKZEUG jedes geschnittene Segment nachjustieren. Wenn man mehrmals schneidet, darf das fertig geschnittene Segment nicht erneut mit ausgewählt werden.

Den Punkt zurechtschneiden: Für den Punkt wählt man das Werkzeug KREIS und schneidet diesen dann in vier Teile. Später im Publisher werden auch hier alle Segmente in Bilderrahmen umgewandelt.

Die Weiterbearbeitung im Publisher: Hat man alle Segmente zugeschnitten, müssen diese in Bilderrahmen umgewandelt werden. Hier nutzt man den Publisher, da diese Funktion im Designer nicht vorhanden ist. Die Segmente kann man im Designer markieren und über die Zwischenablage in den Publisher einladen. Im Publisher werden alle Segmente markiert und über die rechte Mouse-Taste in Bilderrahmen umgewandelt.

Fotos in Segmente laden: Wie oben im Text schon mal angemerkt, empfehle ich, jede Zahl einzeln zu bearbeiten. Hier empfehle ich auch, jedes einzelne Segment zu markieren, um es mit einem Foto zu füllen. Es gibt auch die Möglichkeit, alles mit dem „Platzierungswerkzeug“ zu automatisieren. Dies ist aber nicht sinnvoll, da bedingt durch die Anordnung der Segmente im Panel EBENEN Segmente in einer Zahl leer bleiben und Fotos in die zweite Zahl „rutschen“.

Es kann sogar sein, dass neue Seiten eingefügt werden und Fotos dort platziert werden. Warum das so ist, konnte ich bisher nicht herausfinden. Es hat vermutlich etwas mit der Hierarchie der Segmente im Panel EBENEN zu tun. Hat man alle Fotos eingefügt, kann man auch hier jedes Foto nachjustieren, damit die perfekte Ansicht entsteht.

Jede Form kann „geschnitten“ werden: Natürlich bieten sich auf diese Art und Weise weit aus mehr Möglichkeiten der Gestaltung an, um die unterschiedlichsten grafischen Elemente zu schneiden und zu füllen. So wäre es auch möglich, keine Bilder in die Segmente zu laden, sondern diese in Textrahmen umzuwandeln und mit Text zu füllen.



Hier zu sehen sind die einzelnen Segmente, die im Affinity-Designer zugeschnitten wurden



Hier zu sehen sind die Fotos, die in die einzelnen Segmente im Affinity-Publisher importiert wurden



Hier zu sehen ist ein Beispiel mit Segmenten, die nur senkrecht geschnitten wurden

Etiketten gestalten

Aufkleber für den Eigengebrauch

Ob Gläser für Erdbeermarmelade, Behälter für Gewürze, Beschriftungen für das eigens gebraute Bier, den gesammelten Sand aus der Sahara oder eine Flasche Wein als Geschenk für einen geliebten Menschen, mit eigens gestalteten Etiketten verleiht man Flaschen, Gläsern und Behältern eine einheitliche und ganz persönliche Note. Dabei lässt sich das Einsatzgebiet jederzeit erweitern. Für den professionellen Einsatz von Etiketten spielen andere Kriterien eine Rolle, im Privatbereich kann man diese (fast) vernachlässigen. Alleine die Klebefähigkeit und das Material eines Etiketts spielen bei Firmenaufträgen eine wichtige Rolle. Hier gelten verstärkt Anforderungen für den Outdoor-Bereich, wie „spritzwassergeschützte“ und „abriebsichere“ Etiketten. Benötigt man privat nur einige wenige Aufkleber, kann man diese auf vorgestanzten Vorlagen am heimischen Drucker ausgeben. Hier

sind dank der Affinity-Suite keinerlei Grenzen gesetzt. Diese Privatvorlagen haben aber einen Nachteil. Sie sind generell in Weiß gehalten. Möchte man hier farbig drucken, sollte man sich die Spezifikationen genau ansehen. Wichtig: Beachten Sie, dass die Etiketten auf der Rückseite „geschlitzt“ sind. So lassen sie sich leichter vom Trägermaterial abnehmen. In vielen Druckereien findet man bei einer gewissen Auflagenhöhe die verschiedensten Formen. Ob oval, eckig, rund oder quadratisch, hier bleiben kaum Wünsche offen. Bei Sonderwünschen muss man berücksichtigen, dass hier extra eine Stanzform angelegt werden muss, das schlägt sich auf den Preis nieder. Interessant sind auch Adressen-Etiketten, die auf Rolle gedruckt werden. Dies wäre ideal für Briefeschreiber oder wenn man regelmäßig Pakete und Päckchen verschickt. Man lässt einfach die eigene Adresse auf Rolle drucken.

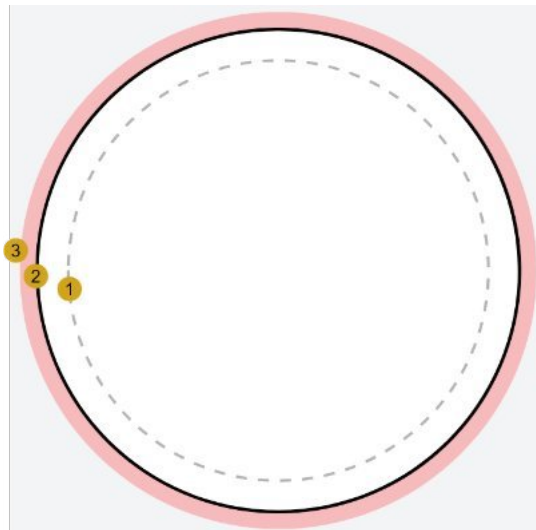


Abb. Eine Online-Vorlage für ein rundes Etikett. Der Bereich bis (1) wird bedruckt. Der Bereich bei (2) ist die Stanzung des Aufklebers und bis zum Bereich (3) kann ein Hintergrund gesetzt werden. So ist man auf der sicheren Seite, dass beim Stanzen der Hintergrund nicht „blitzt“.



Abb. Bei einigen Online-Anbietern kann man sich eine Vorlage laden und seine Elemente dort platzieren.



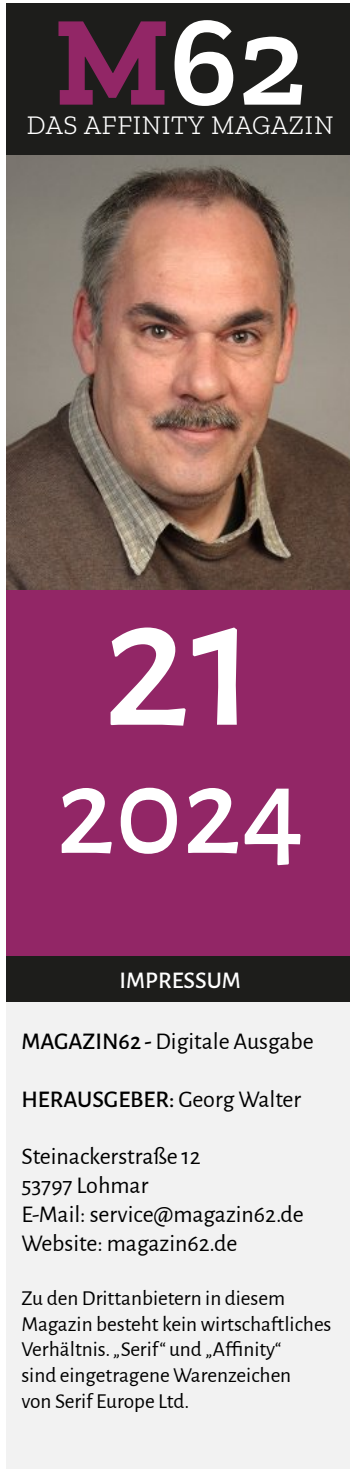


M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



21



M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

21
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 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 umschaun. 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



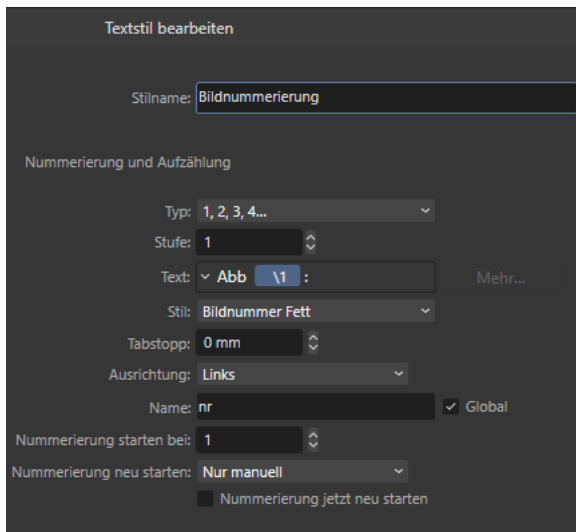
Abb 4: Das ist das Bild Nr. 4



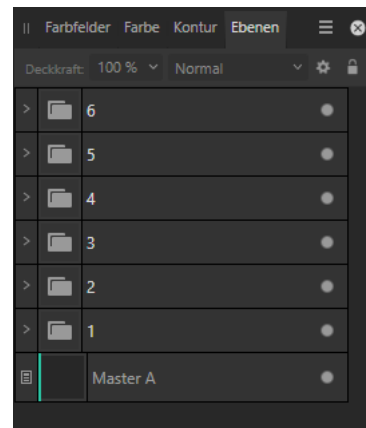
Abb 5: Das ist das Bild Nr. 5



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

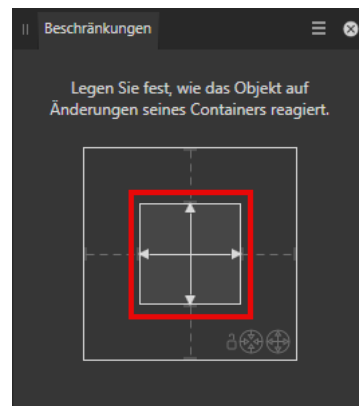


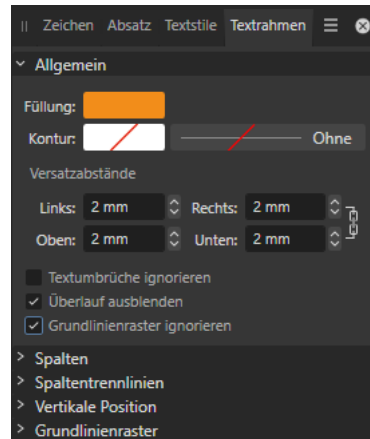
Abb. 1: Pedro streicht die Außenfassade des Gebäudes

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 Mühlen 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

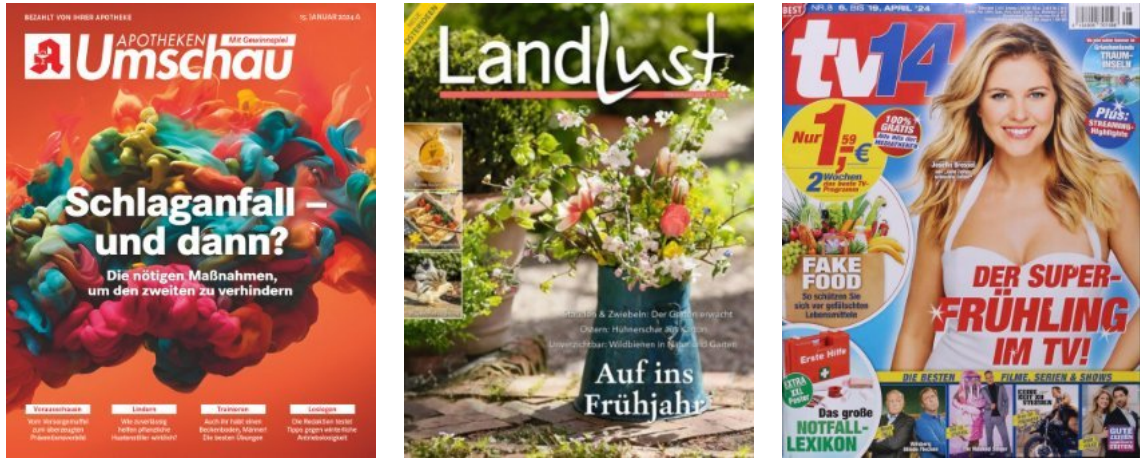


Abb.: Unterschiedliche Zeitungs-Cover. Das Copyright liegt bei den Verlagen.

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, Wanderrouen 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



DE STADTVERWALTUNG

Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisi. Morbi consetetur maugis quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Morbi nisi 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 lacus tempus, eros lectus eleifend massa, quis sollicitudin erat magna non leo. Vestibulum vel metus. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisi vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, suscipit semper, congue eu, est. Quisque malesuada volutpat enim. Vestibulum leo sem, mollis a, mattis bibendum, feugiat facilisis, nisi. Nam scelerisque odio.

DER BÜRGERMEISTER BERICHTET



Quisque commodo facilisis tellus. Integer sodales lorem sed nisi. Morbi consetetur maugis quis odio. Ut dolor lorem, viverra vitae, viverra eu, euismod nec, enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Morbi nisi 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 lacus tempus, eros lectus eleifend massa, quis sollicitudin erat magna non leo. Vestibulum vel metus. Donec sagittis velit vel augue. Fusce in nisi vitae massa venenatis rhoncus. Praesent orci velit, lobortis eget, suscipit semper, congue eu, est. Quisque malesuada volutpat enim. Vestibulum leo sem, mollis a, mattis bibendum, feugiat facilisis, nisi. Nam scelerisque odio.

NAHERHOLUNG IN UNSERER REGION



KINDER-VITA-SCHULE



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

NOTIZEN FÜR ALLE FÄLLE

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



UNSERE TITEL-STORY / STADTPARTNER-SCHAFTEN



Sed interdum, nisi ut consequat tristique, lacus nulla porta massa, sed imperdiet sem nunc vitae orci. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae. Pellentesque sit amet metus. Nullam interdum posuere ligula. Aenean volutpat ultrices ligula. In tincidunt. Aenean viverra suscipit tellus.

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

DI FEUERWEHR BERICHTET



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

SENIOREN MACHEN SPORT



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



VERANSTALTUNGEN



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

SENIOREN TREFFEN SICH

Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis nibh, et amet laculla est turpis non tellus. Nunc a mauris. Proin eget ligula. Nam cursus libero. Vestibulum velit orci, bibendum eget, mollis et, 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 area sit amet quam condimentum pulbitur. Aenean area elit, accumsan id, consequat venare, lobortis vitae, ligula. Quisque vitae velit ac sapien placerat suscipit.

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

IMPRESSIONEN UNSERER STADT-FAHRMÄRKT



Abbildung: Suspendisse leo Praesent tempus justo aliquam ac, accumsan sed posuere quis, ac. Nulla pretium lacus. Cras non venenatis. Donec laoreet sem et odio. Cras tunc nunc nunc per nibh et magna du parturisi moris, nunc et id nulla. Nulla a nulla sed nisi lacus pretium. Sed egestas nunc nulla. Mauris ornare eros. Quisque et sagittis ac magna sollicitudin sodales. Donec nulla justo, adipiscing sit amet, feugiat ac, lac. In ac ornare, risus.

Umgebung! unserer Region

CHE ÖFFNUNGSZEITEN UNSERER GLEISERKAMMER



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

DER RICHTIGE NOTRUF

DER RICHTIGE NOTRUF
POLIZEI 110
FEUERWEHR & RETTUNGSDIENST, NOTARZT, 112
ÄRZTLICHER BEREITSCHAFTSDIENST, 19697
GIFT NOTRUF BONN: 0228-19240

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

Die unterschiedlichen Spalten-Layouts der einzelnen Seiten



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-Dialogs 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.

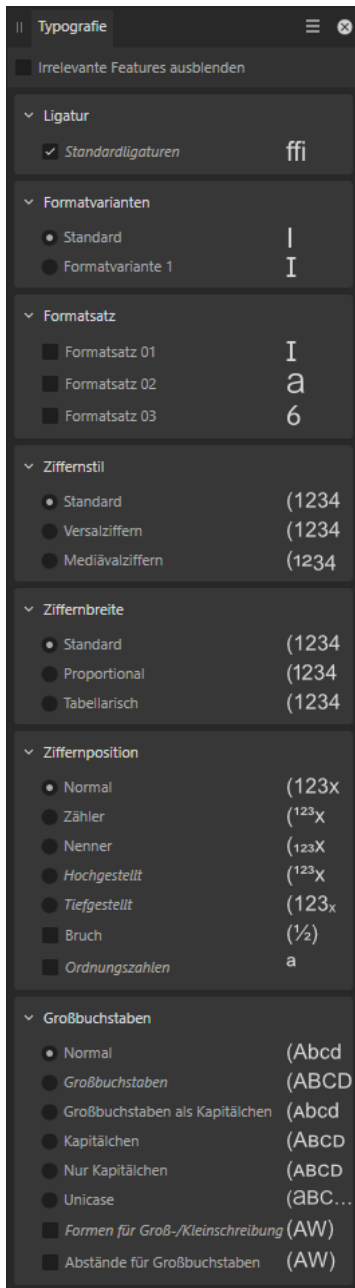
Das neue QR-Code Tool

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.

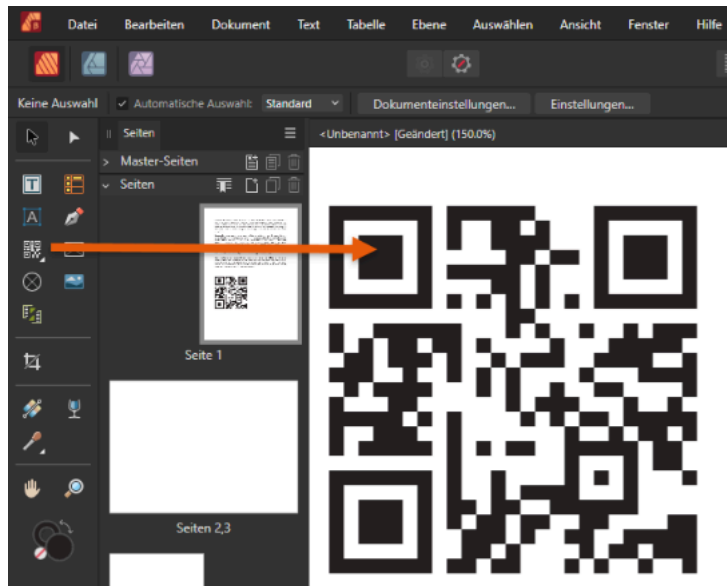
Das QR-Code Tool lässt sich über die Werkzeugleiste aktivieren. Dann zieht man einfach den Rahmen auf, bis die gewünschte Größe erreicht ist. Die Größe lässt sich jederzeit ändern. Auch die Farbe kann eingestellt werden. Ist der Code markiert, sieht man oben in der Menüleiste den Eintrag „Payload“. Hier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

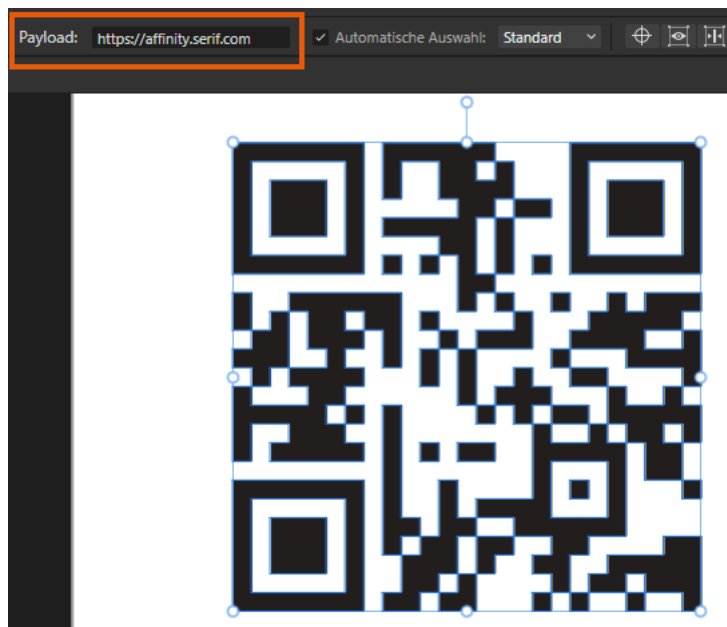
Hier bitte ich um Verständnis, dass ich die Informationen zu den Punkten 3 und 4 aus dem Affinity-Forum übernommen habe und auf die einzelnen Einträge nicht näher eingehe. Hier bitte ich um Geduld, denn diese Einträge werden sicherlich in der offiziellen deutschen Version erklärt werden.



Das neue Panel TYPOGRAFIE



Das QR-Code Werkzeug in der Werkzeugpalette



Über den Eintrag „Payload“ wird der gewünschte Code eingegeben

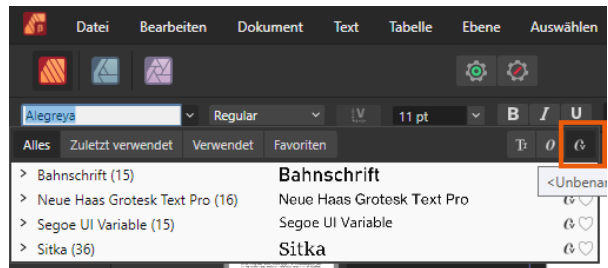
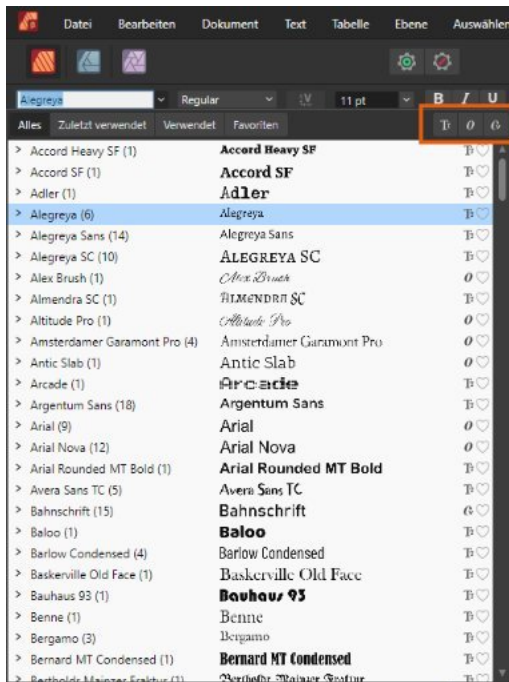
Neue variable Fonts

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

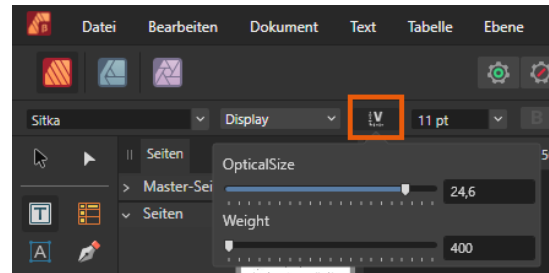
oder Condensed vorhanden sind, können variable Fonts eine kontinuierliche Bandbreite von Stilen innerhalb einer einzigen Datei bieten. Diese Flexibilität wird durch die Integration von Achsen ermöglicht, die verschiedene Aspekte der Schrift steuern, wie zum Beispiel Gewicht, Breite, Neigung, optische 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

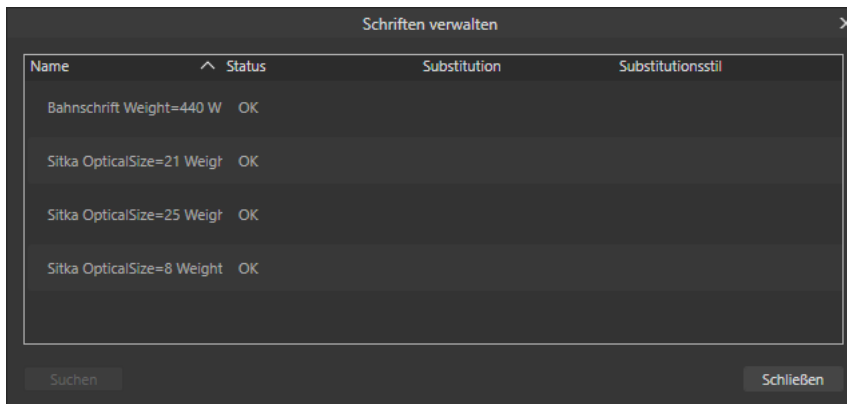


Variable Fonts finden Sie oben links im Bereich zur Auswahl von Schriftarten. Markiert sehen Sie 3 neue kleine Symbole über die man entweder TrueType, OpenType oder variable Schriften auswählen kann. Vorausgesetzt, man hat einen Text markiert. Hier ist auch schnell ersichtlich, welche variablen Fonts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

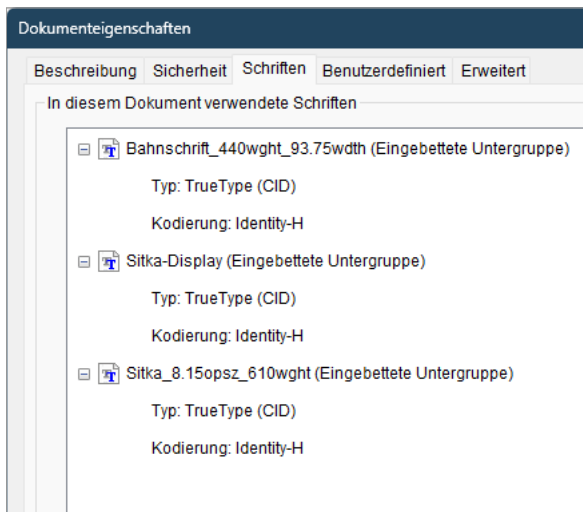
Suspendisse sem lorem, ornare non, vestibulum ut, tei convallis aliquet eros. Nunc nec nulla eget urna conv. eros at augue. Integer feugiat nisi vitae velit. Cras c pulvinar. Etiam velit orci, pellentesque at, porttito Donec in odio sed nisl venenatis feugiat. Phasellus sod dignissim, justo turpis ornare felis, in imperdiet pei imperdiet, quam a gravida pulvinar, est sem faucibu pede turpis id ante. In facilisis sodales arcu. Mauris ti 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 («»)

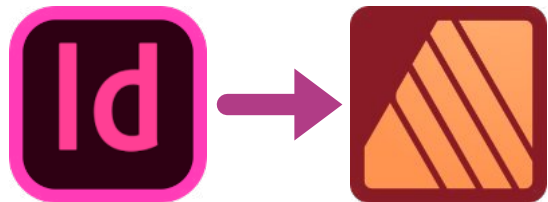
Einfache französische Anführungszeichen

ALT + 0139 sowie ALT + 0155 (‹›)



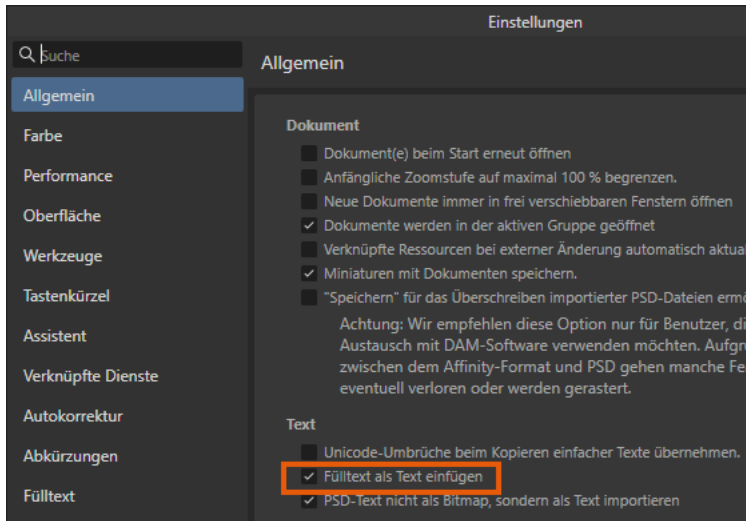
Copy und Paste

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.



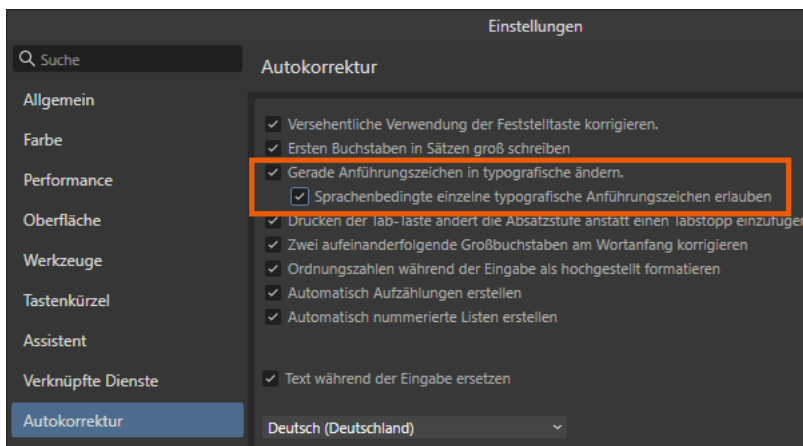
Einfügen im Publisher

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.



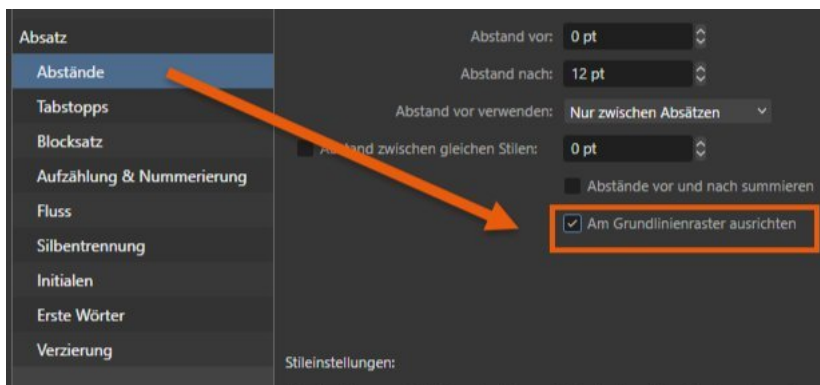
Fülltext lässt sich nicht bearbeiten

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.

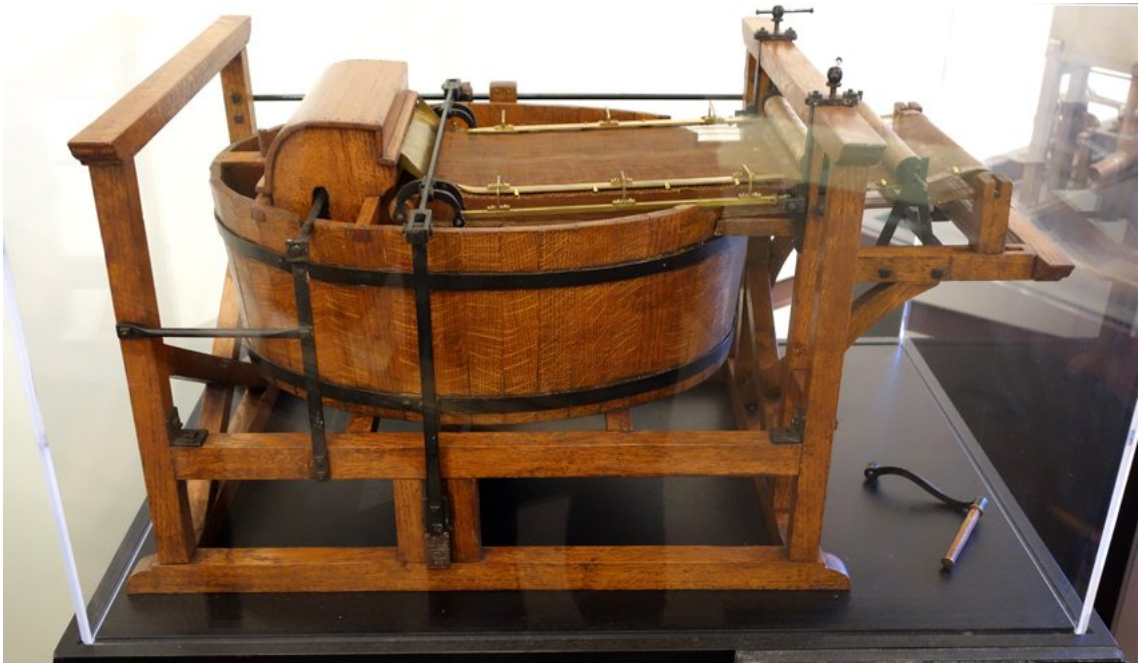
Fotopapier: Fotopapier ist speziell für den Druck von Fotos entwickelt worden und ist in verschiedenen Oberflächen erhältlich, darunter glänzend, matt und seidenmatt.

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





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 vertrösten 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 Zeichenanzahl 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

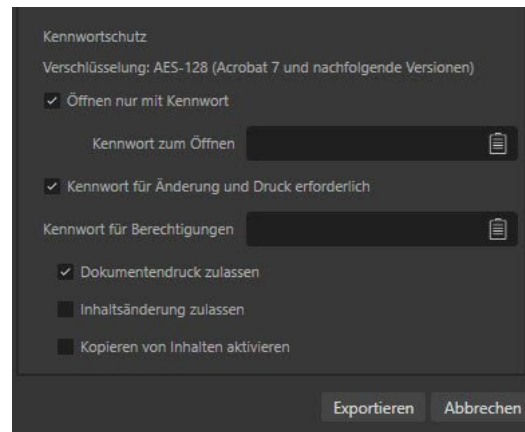
Möchte man ein Publisher-Projekt als PDF-Datei weitergeben und diese gleichzeitig schützen, kommen entweder Wasserzeichen mit ins Spiel, oder eine Passwort-Abfrage, die man über den Export-Dialog steuern kann. Man muss sich aber darüber im Klaren sein, dass es eine hundertprozentige Sicherheit nicht 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

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.

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

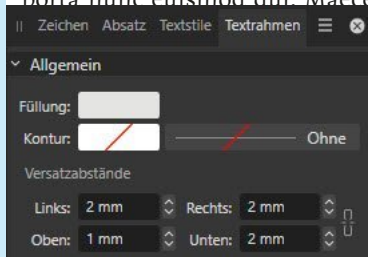
Irgendwo muss man bei der Formatierung von Textrahmen auch Grenzen setzen. So ist es nicht möglich, einem Textrahmen mit mehreren Spalten unterschiedliche farbige Hintergründe zuzuordnen. Auch die Formatierung mit einem Hintergrundbild ist nicht möglich. Das macht in den seltensten Fällen auch Sinn. 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.



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

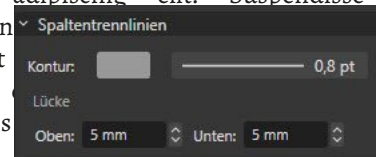
Textrahmen mit gleichbreiten Spalten

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.
lputate. Morbi

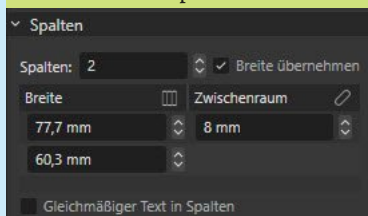
massa nunc, convallis a, commodo gravida, tincidunt sed, turpis. Aenean ornare viverra est. Maecenas lorem. Aenean euismod iaculis dui. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nulla quam. Aenean fermentum, turpis sed volutpat dignissim, diam risus facilisis 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 elefend, felis eu
t nisl, vitae congue leo
sto a turpis posuere
tum tincidunt lorem.
putate. Morbi massa
ravidia, 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 Auswahlménü auf oder wenn man mehr Feintuning möchte, über das kleine V-Symbol, wo man mit Schiebereglern 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

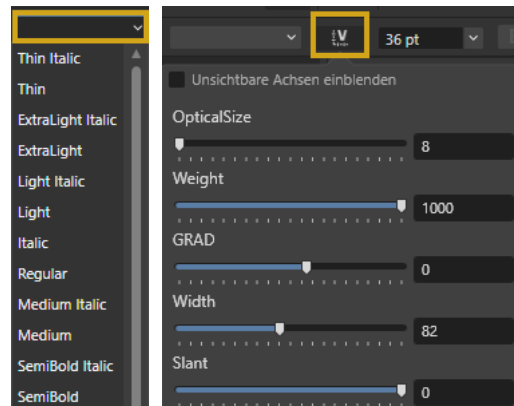
Optical Size 8, Weight 1000,
GRAD Null, Width 82, Slant Null

Roboto Flex

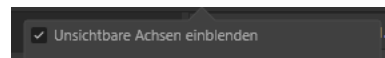
Optical Size 144, Weight 775,
GRAD 150, Width 60, Slant -10

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 Kegelerverein, 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: [FlowerOrnaments](#)

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 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 laculis pede, vel tincidunt lacus nisi 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 vulpate

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. Donec sit amet in leo. In velit Vivamus turpis pede, dignissim sed, scelerisque nec, pretium sit amet, dui. 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 sit lacus. Duis vulpate 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 dui libero. Praesent tortor, bibendum vehicula, accumsan sed, adipiscing a, pede. Nullam et tortor. Suspendisse tempor leo quis 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 nec 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 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 laculis pede, vel tincidunt lacus nisi 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 vulpate

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. Donec sit amet in leo. In velit Vivamus turpis pede, dignissim sed, scelerisque nec, pretium sit amet, dui. 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 sit lacus. Duis vulpate 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 dui libero. Praesent tortor, bibendum vehicula, accumsan sed, adipiscing a, pede. Nullam et tortor. Suspendisse tempor leo quis 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 nec 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.



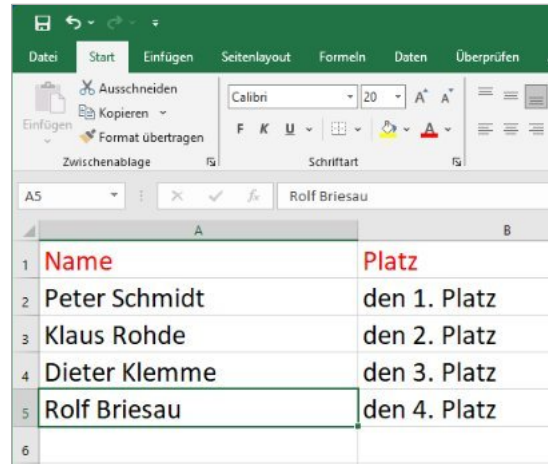
Ein reines Graustufen-Foto

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.

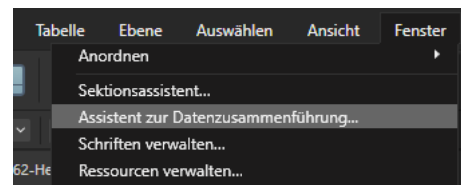
Nun ruft man den Assistenten zur Datenzusammenführung im Menü „Fenster auf“. Hier lädt man die passende Excel-Tabelle. Nachfolgend zieht man leere Textrahmen im Dokument auf, die man jederzeit formatieren kann, und fügt die Felder der Excel-Tabelle über das Panel „Felder“ ein. Hier sind es 2 Textrahmen, 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.

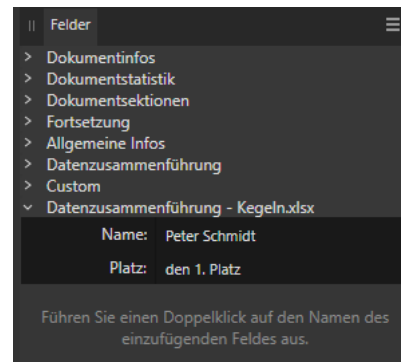


Name	Platz
Peter Schmidt	den 1. Platz
Klaus Rohde	den 2. Platz
Dieter Klemme	den 3. Platz
Rolf Briesau	den 4. Platz

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.

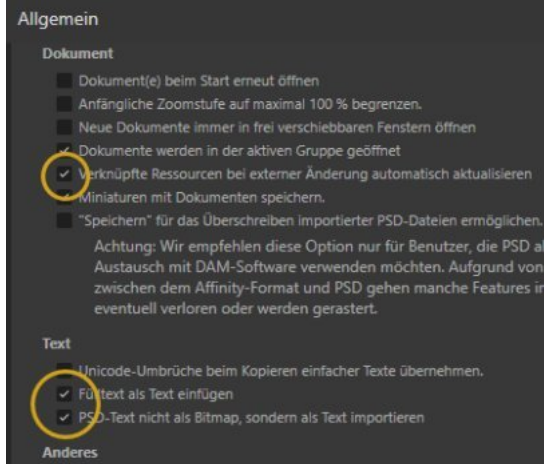
Der Bereich „Allgemein“

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.

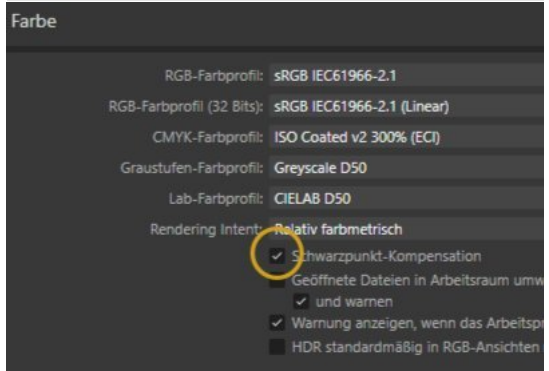
Der Bereich „Farbe“

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.

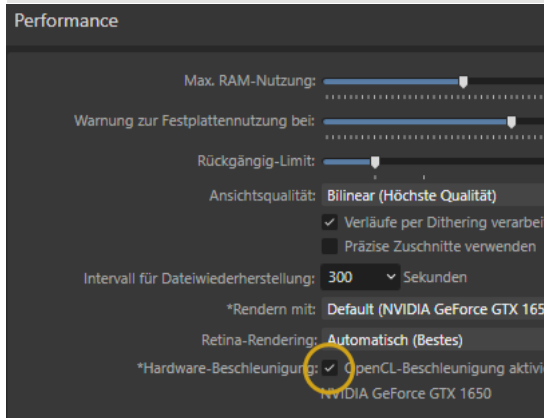
Bereich „Allgemein“



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.

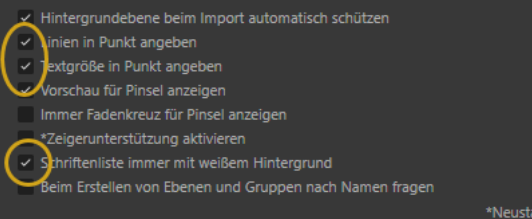
Der Bereich „Oberfläche“

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.

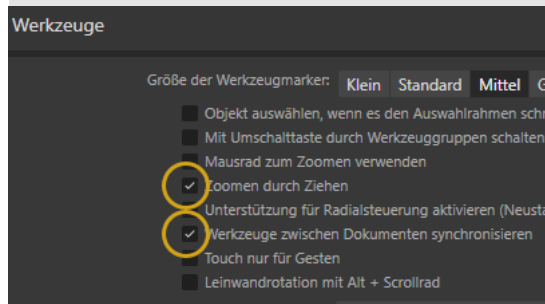
Der Bereich „Werkzeuge“

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 Lupenfunktion 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.

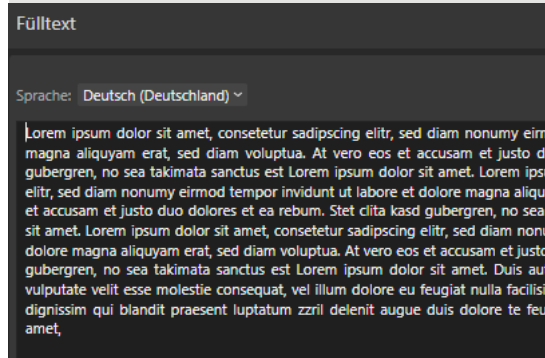
Bereich „Oberfläche“



Bereich „Werkzeuge“



Bereich „Fülltext“



Der Bereich „Fülltext“

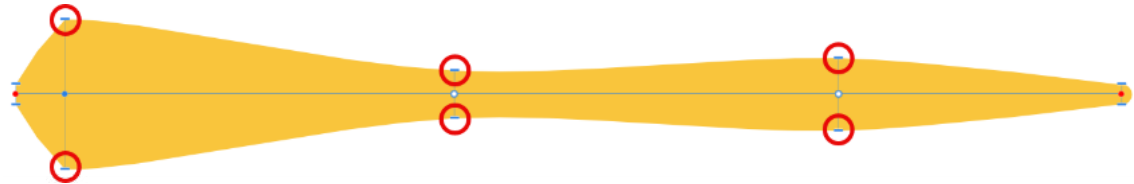
Über das Menü „Text-Fülltext einfügen“ kann man einen Dummy-Text in einen Textrahmen einfügen. Über die Einstellungen wählt man entweder einen eigenen Text, den man dort erfassen kann, oder einen integrierten Standardtext. Hier muss man nicht viel Text eingeben, denn dieser wird je nach Größe des Textrahmens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

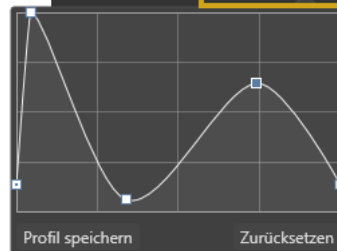
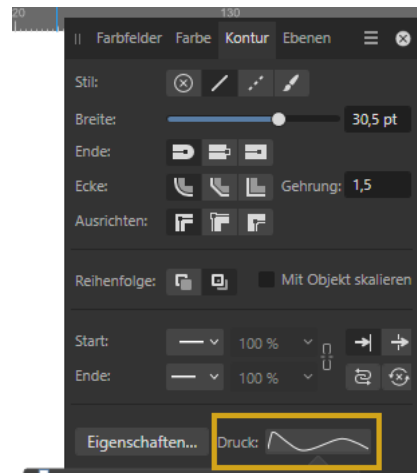
Sobald man das Werkzeug gewählt hat, stehen oben in der Kontextleiste folgende Einstellungen zur Verfügung.

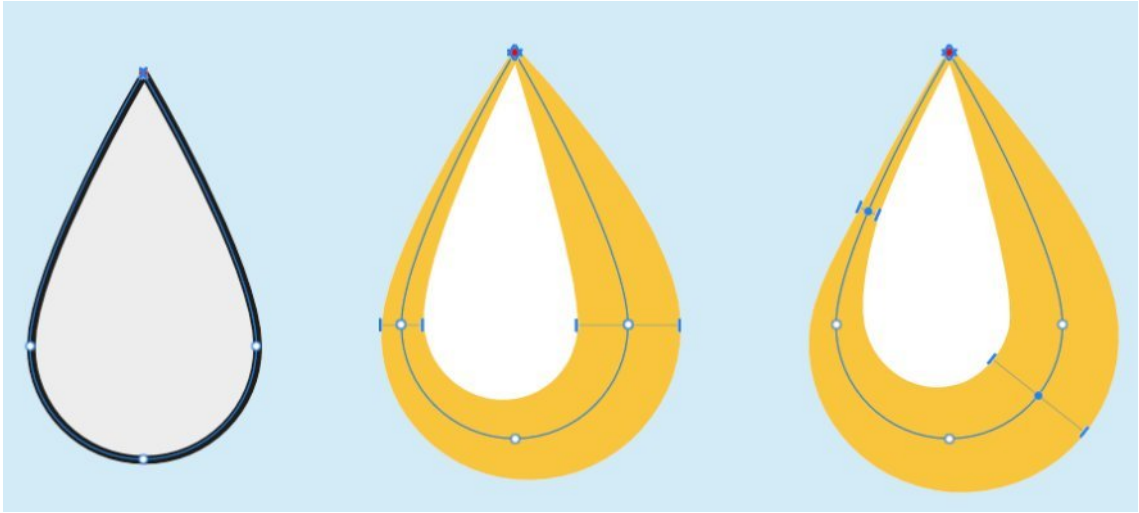
Linienbreite sperren: Die maximale Breite kann nicht größer sein als die eingestellte Linienbreite (100%). Möchte man das nicht, darf diese Option nicht aktiviert sein.

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.



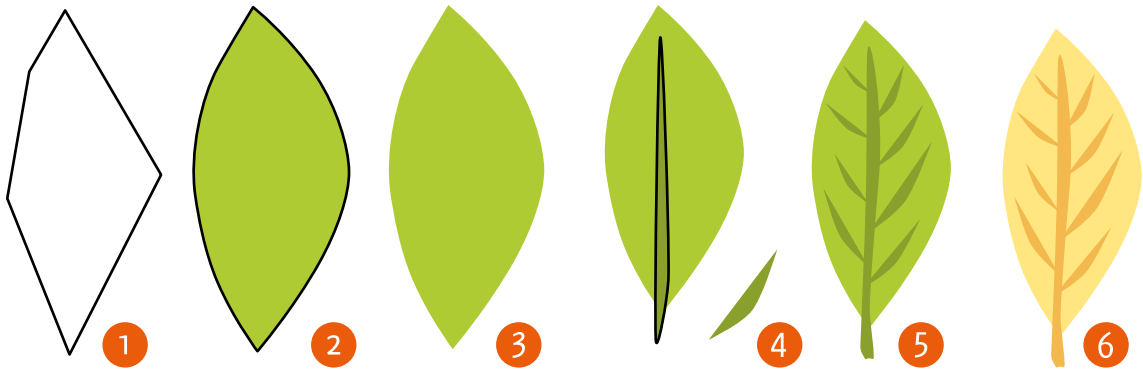
Hier ein Beispiel mit dem Werkzeug „Spirale“. Hier muss man allerdings wissen, dass man für die Verbreiterung an einer Stelle einen NEUEN KNOTEN setzen muss. Dazu muss man NICHT das KNOTENWERKZEUG wählen, es geht auch mit dem Werkzeug KONTURBREITE. Links die originale Spirale, in der Mitte die Verbreiterung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



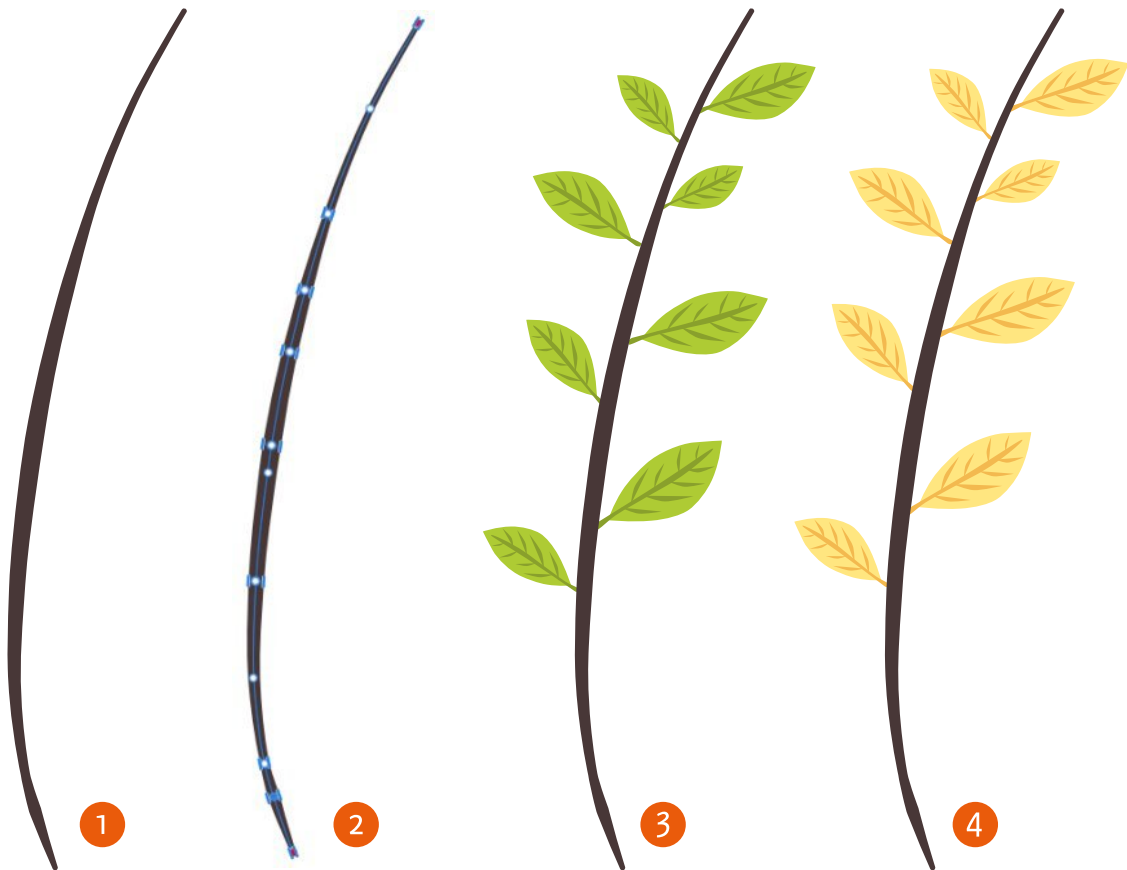
Designer: Blätterwald

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)

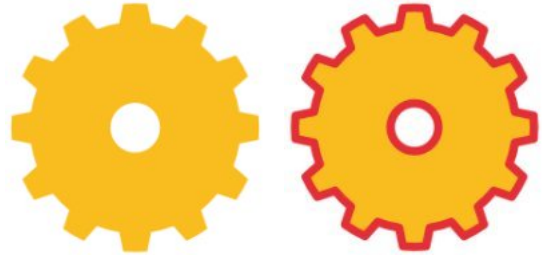


Designer: Das Werkzeug „Umrandung“

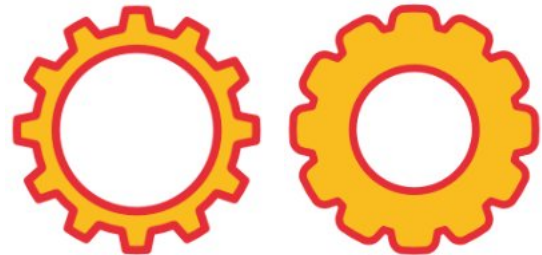
In der Hilfe steht, dass man mit dem Werkzeug „Umrandung“ im Designer die Kontur einer Kurve oder Form in einem bestimmten Abstand zu ihrem Objekt platzieren kann. Diese Beschreibung ist ziemlich abstrakt und man kann sich darunter nicht recht etwas vorstellen. Um herauszufinden, wie sich dieses Werkzeug 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.



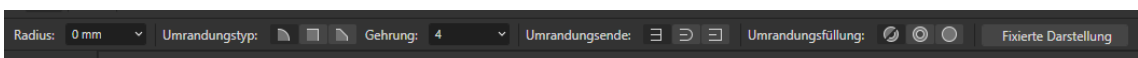
Das normale Werkzeug „Zahnrad“, nur mit Füllung und mit Füllung und Kontur



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 Kugelkopfmaschine 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 vergraulte 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 verschief 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.

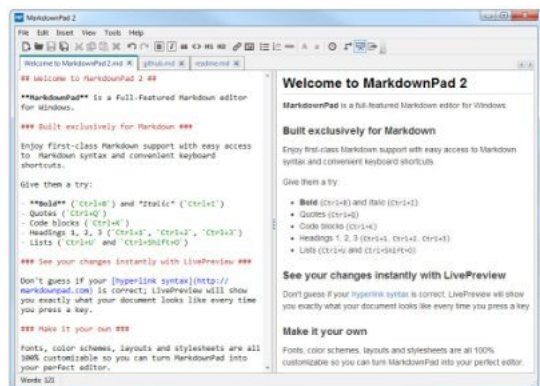
Der amerikanische Autor Peter McWilliams stellte im Jahr 1983 die These auf, dass man in zehn Jahren keine Tastaturen mehr benötige. Er brachte zur Texterfassung das Thema Spracheingabe ins Spiel. Etwas kurios glaubte er zudem, dass Anwender keine Drucker mehr benötigten, sondern diese Funktion über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

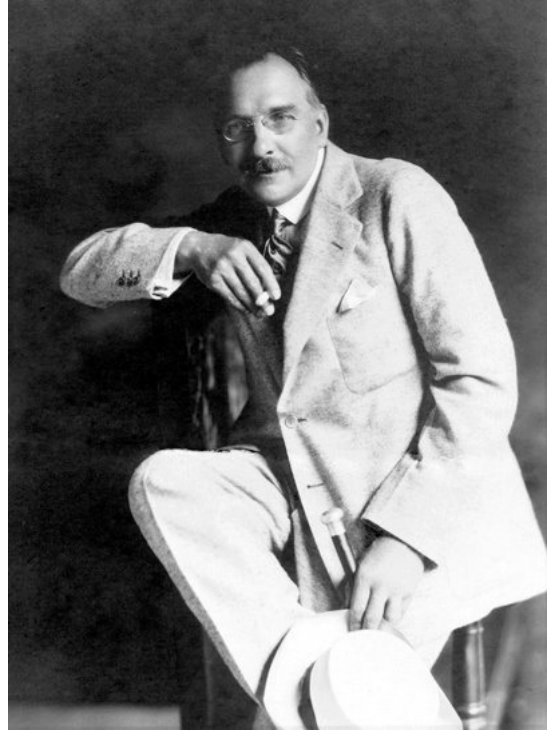
1. Stellen Sie Text ein „#-Zeichen“ voran, wird er als 1. Überschrift identifiziert.
2. Stellen Sie Text ein „##-Zeichen“ voran, wird er als 2. Überschrift identifiziert.
3. Stellen Sie Text ein „*-Zeichen“ voran, wird er kursiv ausgezeichnet.
4. Stellen Sie Text ein „*-Zeichen“ voran, wird er fett ausgezeichnet.

Das Buch, das niemand lesen kann

Ich möchte Ihnen hier einmal ein Buch vorstellen, das 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



M62
DAS AFFINITY MAGAZIN



23
2024

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

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 vertröstet 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-

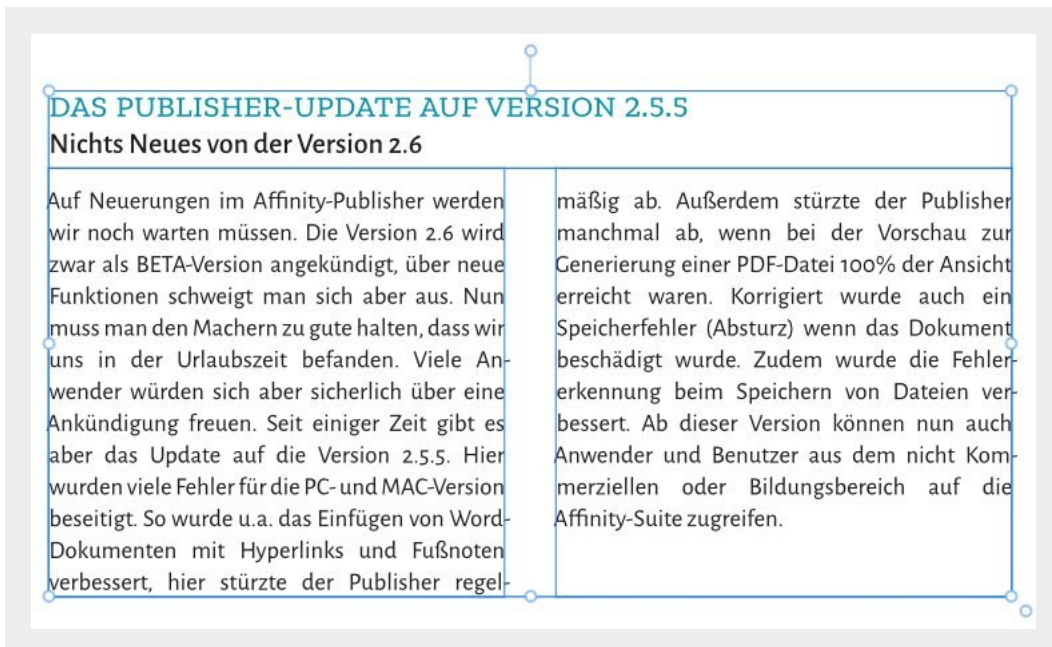
mäßig ab. Außerdem stürzte der Publisher manchmal ab, wenn bei der Vorschau zur Generierung einer PDF-Datei 100% der Ansicht erreicht waren. Korrigiert wurde auch ein Speicherfehler (Absturz) wenn das Dokument beschädigt wurde. Zudem wurde die Fehlererkennung beim Speichern von Dateien verbessert. Ab 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

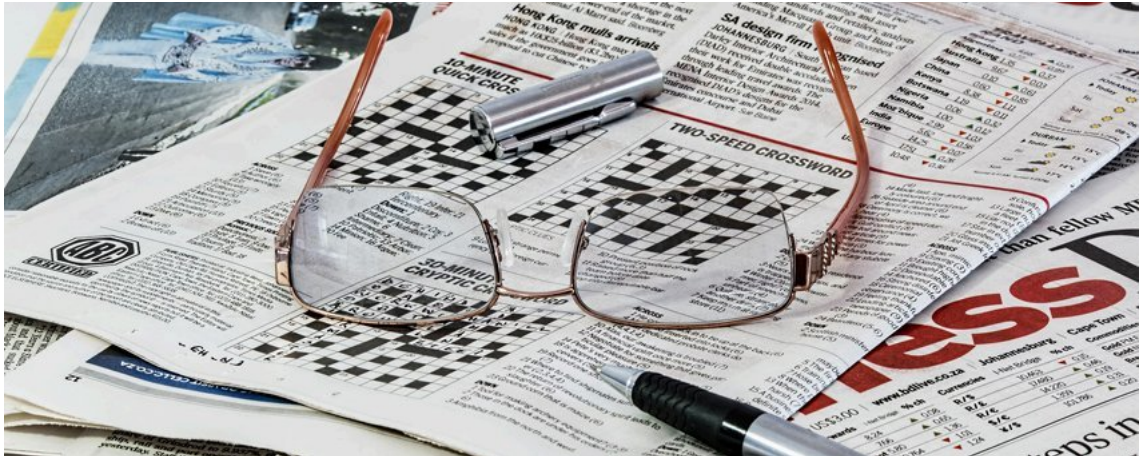
ordnet sich dem Grundlinienraster unter. Zudem wurde im Textstil bei ABSTÄNDEN der Abstand für UNTEN auf 3pt eingestellt. Entscheidend ist aber die Höhe des Überschriften-Textrahmens. Dieser ist IMMER 12pt hoch. So kann man den Spaltentext direkt andocken und die Abstände zwischen Überschriften und Spaltentext 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

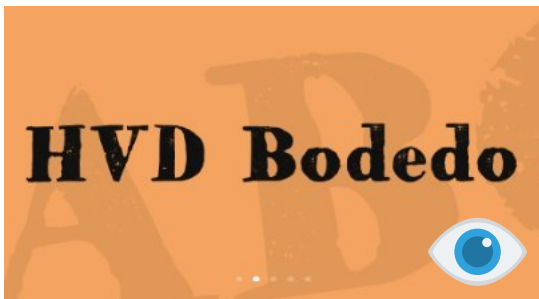
Als Blickfang in einem Magazin darf man durchaus einmal grafisch über die Stränge schlagen und ein riesiges Foto über eine Doppelseite legen. Möchte man dazu noch eine Textbotschaft vermitteln, sollte das Motiv genügend Räume bieten, um darin einen leserlichen Text zu platzieren. Natürlich sollte das 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

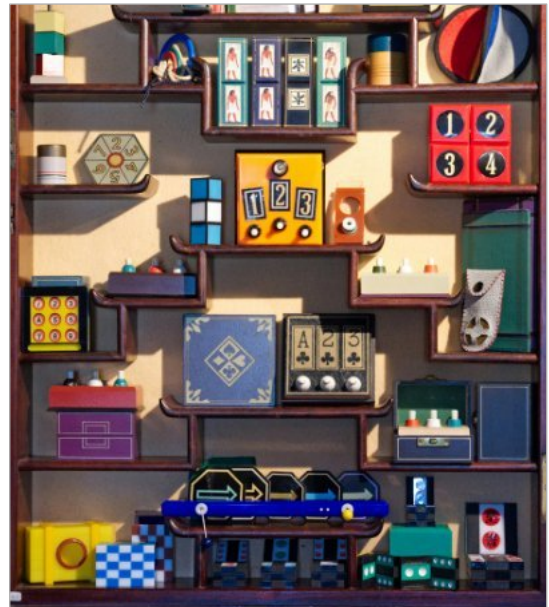
True Sketch

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 offenem Sackel

Abmessungen Boxen in rot und braun: Höhe mit Schalter 3,8 cm, Breite 9,1 cm, Tiefe 5,2 cm

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

Anordnung im Kästchen mit Klappdeckel, Kästchen (außen) mit Vitrinenglas-Clips vorne

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 Putter-Auktion.

Größtgröße: in der 1980er Jahren

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 scharrendes Geräusch. Es handelt sich um eine Box mit einem lose aufgesetzten Deckel. Bei einem zweiten Exemplar sind die Knöpfe und Zählentferner, 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

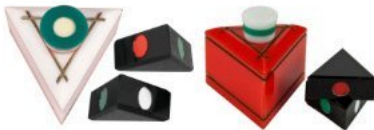
**Glas Penetration**

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 her schieben 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.

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

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

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

**Bermuda Triangle**

Ein dreieckiger Deckel und zwei identische dreieckige Kelle werden vorgezeigt. Die beiden Kelle haben einen farbigen Punkt auf jeder Seite. Der Zauberer nimmt den Deckel in die Hand, dreht ihn um und lässt einen der Kelle 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 Putter-Katalog Nr. 49 zu sehen, ferner gibt es eine Variante mit grünem Deckel und schwarzem Knopf sowie eine mit rotem Deckel und weiß-grünem Knopf.

Größtgröße: um 1970; Material: Kunststoff

Abmessungen Dreieck: Höhe mit Knopf 3,7 cm, Kantenlänge 3,7 cm

Dreiecke: Kantenlänge 2,5 cm; Höhe 1,0 cm

**Streichholz durch Plexiplatte**

In eine längliche Hülse, 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 stammt, ist ein spezielles Exemplar abgebildet, in dem sich drei Exemplare des Kunststücks in grün, rot und weiß befinden.

Material: Kunststoff und Plexiglas

Abmessungen Längliche Hülse 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 Gast 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.

Größtgröße: um 1970

Material: Kunststoff

Abmessungen gelbe Box mit Fenster:

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

Abmessungen braune und blaue Boxen:

Höhe 2,5 cm, Breite 5,5 cm, Tiefe 3,8 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 gedreht, 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 beliannt mit weißer Grundfarbe, schwarzem Innenrand und goldfarbenen Pfeil. Zu einem Exemplar wurde ein kleines Täschchen aus Filz mitgeliefert.

Material: Kunststoff

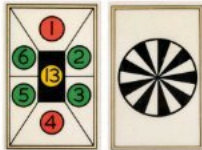
Abmessungen:

Durchmesser 4,6 x 2,0 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, zerriss 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 zurückbehaltenen 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 Zauberer 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 13. 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 Rinkhuyzen / 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 freispringende 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, Handarbeit
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 Rinkhuyzen / 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 0,3 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 ausgeliehen, die Seriennummer aufgeschrieben wurde und der Geldschein später in einer Flasche wieder auftaucht, die sich in zwei ineinander verschachtelten 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 Handspitze 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 orientalisches 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-Haus“ 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 Seidenstück, 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 angefertigt.

Gefertigt: in den 1930er-Jahren
Material: Holz
Abmessungen: Höhe 13,3 cm, Breite 8,2 cm, Tiefe 0,5 cm

Appearing Sun

Dies ist ein sehr seltenes Kunststück für Kinder, hergestellt für die Firma „Mephisto-Haus“. 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
Wolken: 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.



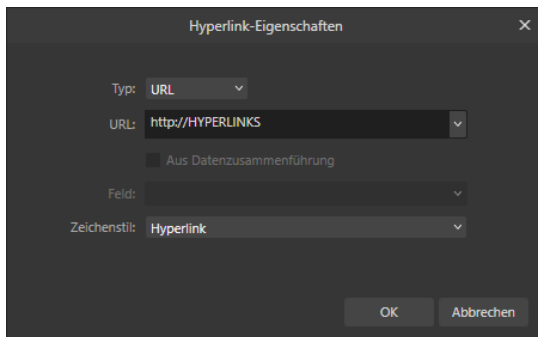
HYPERLINK BEARBEITEN: Der Hyperlink kann in einem Dialogfeld bearbeitet werden.



HYPERLINK HINZUFÜGEN: Hier kann ein neuer Hyperlink erstellt werden.

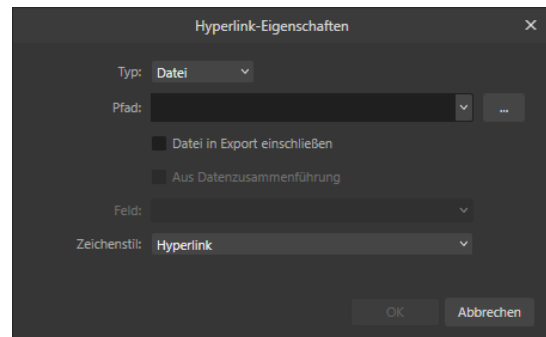


HYPERLINK ENTFERNEN: Ein markierter Hyperlink wird gelöscht.



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.

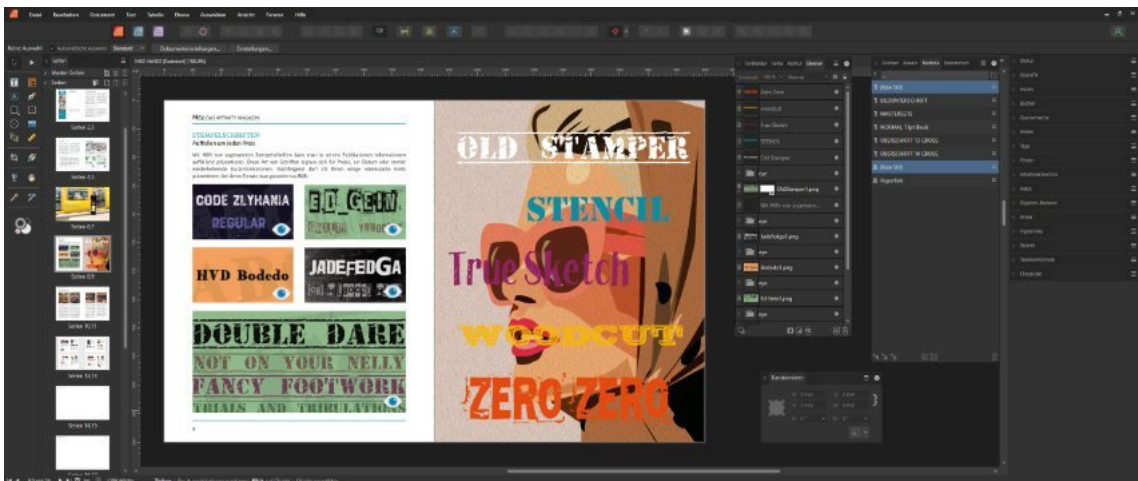
HDR10 und DisplayHDR 400 garantieren dynamische, kontrastreiche Bilder und eine realistische Bildwiedergabe. Weitere Geräte lassen sich über HDMI oder Displayport anschließen. Der sRGB-Farbraum wird auf dem FHD IPS-Display zu 99% abgedeckt. Mit Hilfe von „OnScreenControl“ kann der Monitor angepasst werden, 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!



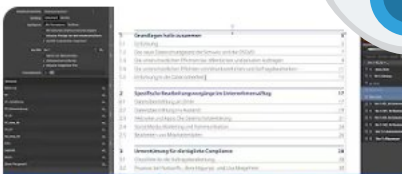
AFFINITY PUBLISHER
Mächtiges GREP-Beispiel:
Wörter zusammenhalten bzw. nicht trennen

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?



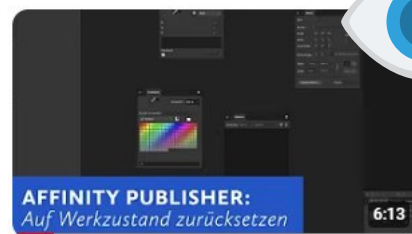
AFFINITY PUBLISHER:
360 Bilder mit 1 Klick abdunkeln

Affinity Publisher: 360 Bilder mit 1 Mausklick abdunkeln



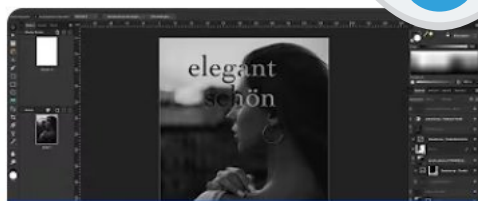
AFFINITY PUBLISHER:
So funktionieren Querverweise

Affinity Publisher: So funktionieren Querverweise



AFFINITY PUBLISHER:
Auf Werkzustand zurücksetzen

Affinity Publisher komplett zurücksetzen



AFFINITY PUBLISHER:
Spiel mit Ebenenmaske und Typografie

Affinity Publisher: Spiel mit Ebenenmaske und Schrift



AFFINITY PUBLISHER:
Publisher-Dateien verschachteln

Affinity Publisher-Dateien verschachteln



ublisher

LOGO-GENERATOREN

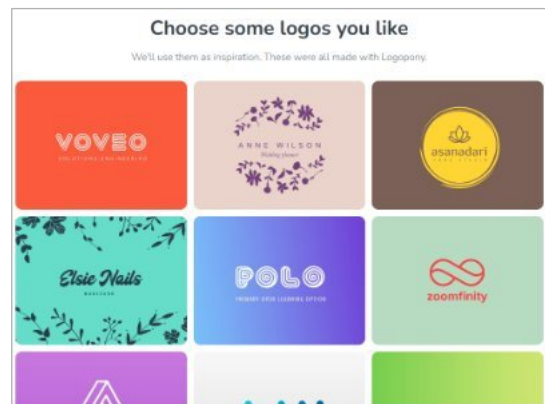
Identifikation schaffen mit Logo pony

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

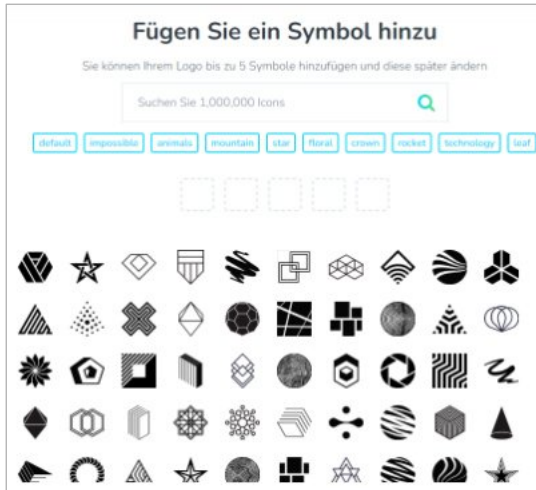
ersten Schritt einen Namen aus, dann folgt eine Auswahl an Vorlagen. Hier sucht man sich eine passende Grafik aus. Im nächsten Schritt kann man ein Symbol dazunehmen. Aus einer großen Auswahl wird man sicherlich das richtige Symbol finden. Nun folgt die Auswahl einer Farbe. Hier werden einem die wichtigsten 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



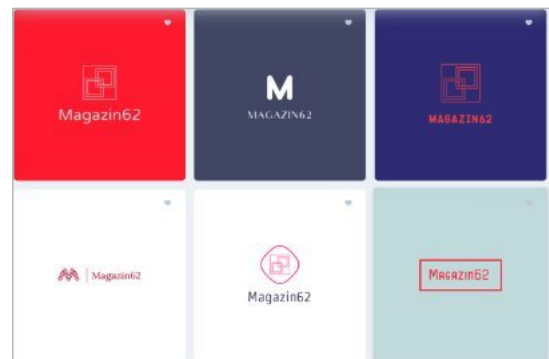
Schritt 03: Ein Symbol auswählen



Schritt 04: Eine Grundfarbe wählen



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



*Albertus Durerus Nuncius
ipsum in propriis se effin-
gebam coloribus quibus
anno M. C. XLVIII.*

24

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN



24 2024

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

The image shows a document page in Adobe Acrobat Reader. The page features a decorative border and a central illustration of a woman's face. Below the illustration, there is text in German, including a thank-you message and a list of names. The settings menu is open, and the 'Objekt-, Endformat- und Beschnittrahmen einblenden' option is highlighted with a red box. A red arrow points from the 'Seitenanzeige' option in the menu to the highlighted option in the settings.

Einleitung

Spätestens seit Howard Carter (1874-1939) im Jahr 1922 das Grabmal von Tutanchamun öffnete, besteht eine weltweite Faszination für die ägyptische Forschung. Diese hält bis heute an und so verwundert es nicht, dass dieses Thema auch in der Zauberwelt dankend aufgenommen wurde. Es entstanden viele Kunstwerke, deren Qualität und Präzision jedes Sammlerherz höher schlagen lässt. Meist dreht sich alles um das Thema „Mumien“. Viele Zauber-Handwerker und Zauberfirmen haben die Herausforderung angenommen und auf unterschiedliche Art und Weise wahre Zauberschätze kreiert. Es gibt aber auch privat entstandene Exponate von Bastlern, die gleichwohl hochwertig gefertigt wurden und den professionell gefertigten Kunststücken in nichts nachstehen. Diese lassen sich allerdings etwas schwieriger aufzuspüren. Zudem sind einige Kunststücke zu diesem Thema auch in Fachmagazinen beschrieben, allerdings findet man solche Beschreibungen eher in älteren Ausgaben.

Bei der Planung dieses Buches startete ich im November 2024 einen Aufruf im Internet. Die dann folgenden Reaktionen habe ich in keiner Weise erwartet, überwältigend. Es meldeten sich immer mehr Zauberünstler und schickten mir Fotos ihrer eigenen Kreationen. Nie gesehene Kunststücke landeten als Foto in meinem E-Mail-Postfach. Zu allen Einsendern habe ich dann Kontakt aufgenommen. So konnte ich alle diese ägyptischen Kunststücke nicht nur einscannen, vielmehr bekam ich viel Unterstützung, um alle Tricks zu klassifizieren. Damit aber nicht genug. So konnte ich auch einige schriftliche Ausarbeitungen einsehen und nach Rücksprache mit den Einsendern erlaubte man mir, die dort niedergeschriebenen Informationen zu verwenden. Das hätte ich mir so nie erträumt, denn damit kann ich mit diesem Buch allen Lesern und Leserinnen eine umfangreiche Sammlung

Seitenanzeige

Auflösung

Systemeinstellung verwenden: 96 Pixel/Zoll

Rendern

Text glätten: Für Monitor

Vektorgrafiken glätten Bilder glätten

Dünne Linien deutlicher darstellen Seiten-Cad

Seiteninhalt und -informationen

Große Bilder anzeigen

Objekt-, Endformat- und Beschnittrahmen einblenden

Logische Seitenzahlen verwenden

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

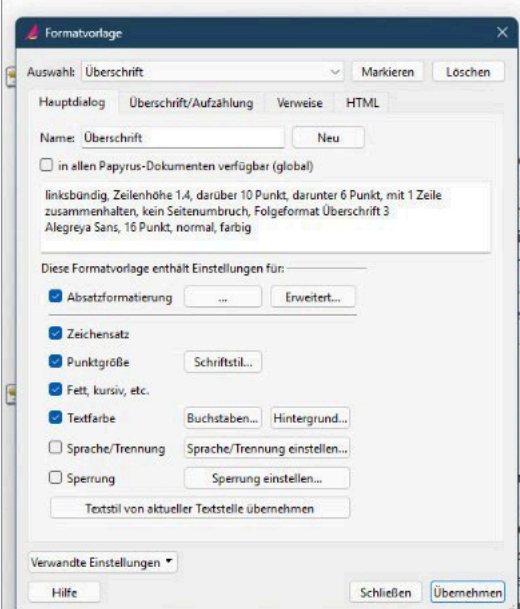
Lösungen gesucht

Wer wie ich täglich viele Stunden am Rechner sitzt, um das nötige Kleingeld für den Kühl-schrank 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-Recht-schreibung 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 frag-würdig 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 ausein-andersetzen 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 weiter-geht. Das lässt den Schluss zu, dass man sich nicht anderweitig umsehen muss.



Formatvorlage

Auswahl: Überschrift

Hauptdialog: Überschrift/Aufzählung Verweise HTML

Name: Überschrift

in allen Papyrus-Dokumenten verfügbar (global)

linksbündig, Zeilenhöhe 1,4, darüber 10 Punkt, darunter 6 Punkt, mit 1 Zeile zusammenhalten, kein Seitenumbruch, Folgeformat Überschrift 3, Alegreya Sans, 16 Punkt, normal, farbig

Diese Formatvorlage enthält Einstellungen für:

- Absatzformatierung
- Zeichensatz
- Punktgröße
- Fett, kursiv, etc.
- Textfarbe
- Sprache/Trennung
- Sperrung

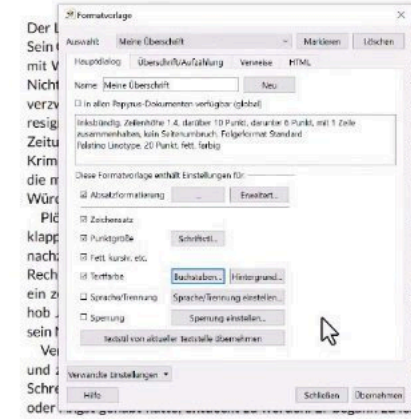
Textstil von aktueller Textstelle übernehmen

Verwandte Einstellungen

Hilfe Schließen Übernehmen

Für Spezialfälle: In "Formatvorlagen" kannst du Textformate ansehen, ändern und eigene erzeugen.

Ein rätselhafter Tipp



Der...
Sein...
mit...
Nicht...
verz...
resig...
Zeitu...
Krim...
die n...
Würd...
Plü...
klapp...
nach...
Rech...
ein z...
hob...
sein t...
Ve...
und...
Schr...
oder

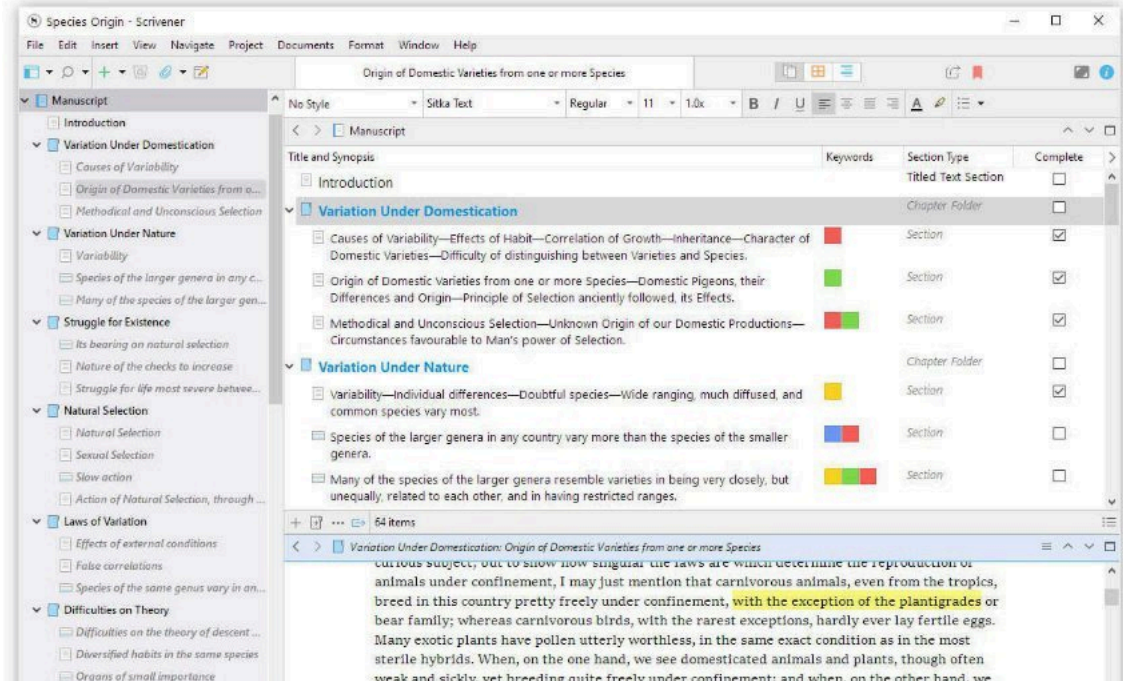
t wider...
endlich...
hon ins...
tipten...
seufzte...
mit den...
herigen...
Erfolge...
nderen...

ungstür...
auf, um...
blichen...
hen zog...
jugier...
e - nur...

rief auf...
us. Der...
in wäre...
jen und

außergewöhnliche Wirkungsmacht, welche Künstler aus mehreren Ge...
anreite. Heinrich Aldegrever. Albrecht Altdorfer. Ambrosius Bossch...

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



Species Origin - Scrivener

File Edit Insert View Navigate Project Documents Format Window Help

Origin of Domestic Varieties from one or more Species

Manuscript

Title and Synopsis	Keywords	Section type	Complete
Introduction		Titled Text Section	<input type="checkbox"/>
Variation Under Domestication		Chapter Folder	<input type="checkbox"/>
Causes of Variability—Effects of Habit—Correlation of Growth—Inheritance—Character of Domestic Varieties—Difficulty of distinguishing between Varieties and Species.		Section	<input checked="" type="checkbox"/>
Origin of Domestic Varieties from one or more Species—Domestic Pigeons, their Differences and Origin—Principle of Selection anciently followed, its Effects.		Section	<input checked="" type="checkbox"/>
Methodical and Unconscious Selection—Unknown Origin of our Domestic Productions—Circumstances favourable to Man's power of Selection.		Section	<input checked="" type="checkbox"/>
Variation Under Nature		Chapter Folder	<input type="checkbox"/>
Variability—Individual differences—Doubtful species—Wide ranging, much diffused, and common species vary most.		Section	<input checked="" type="checkbox"/>
Species of the larger genera in any country vary more than the species of the smaller genera.		Section	<input type="checkbox"/>
Many of the species of the larger genera resemble varieties in being very closely, but unequally, related to each other, and in having restricted ranges.		Section	<input type="checkbox"/>

64 Items

Variation Under Domestication: Origin of Domestic Varieties from one or more Species

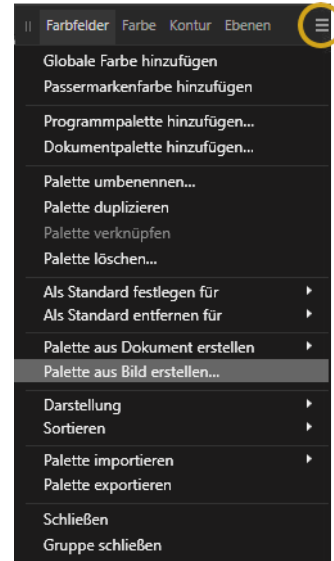
curious subject; but to show how singular the laws are which determine the reproduction of animals under confinement, I may just mention that carnivorous animals, even from the tropics, breed in this country pretty freely under confinement, with the exception of the plantigrades or bear family; whereas carnivorous birds, with the rarest exceptions, hardly ever lay fertile eggs. Many exotic plants have pollen utterly worthless, in the same exact condition as in the most sterile hybrids. When, on the one hand, we see domesticated animals and plants, though often weak and sickly, yet breeding quite freely under confinement; and when, on the other hand, we

Abb.: Die Arbeitsoberfläche von Scrivener

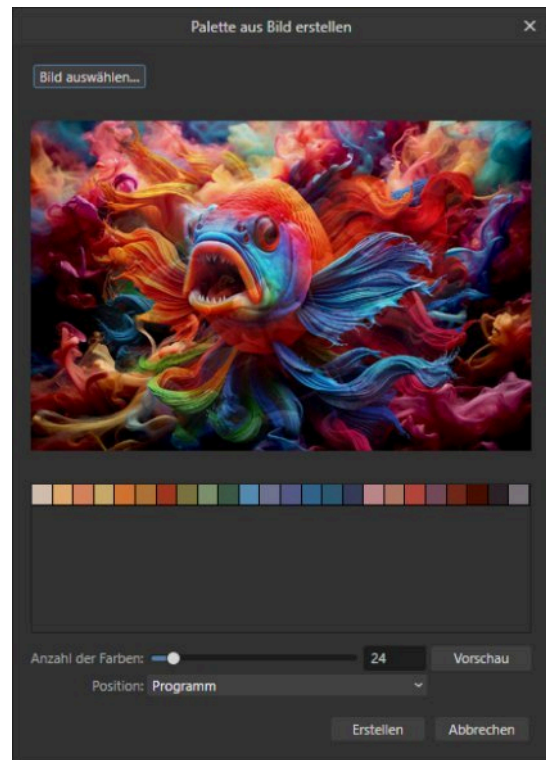
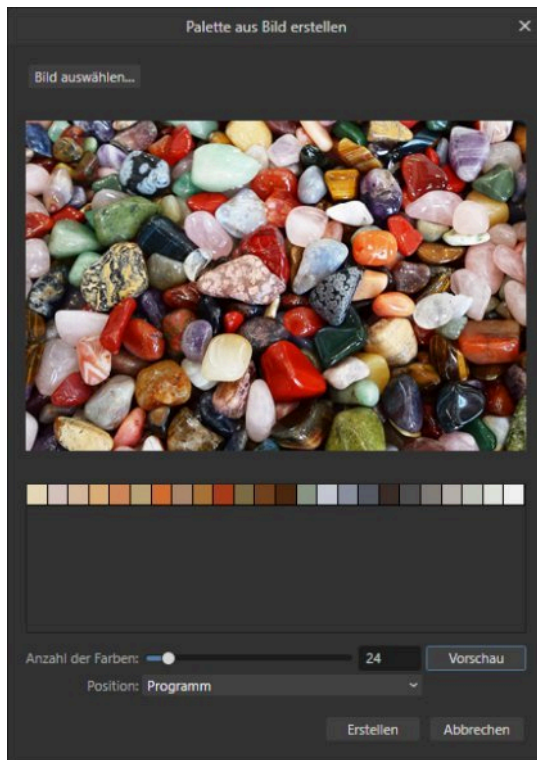
FARBTAFFELN

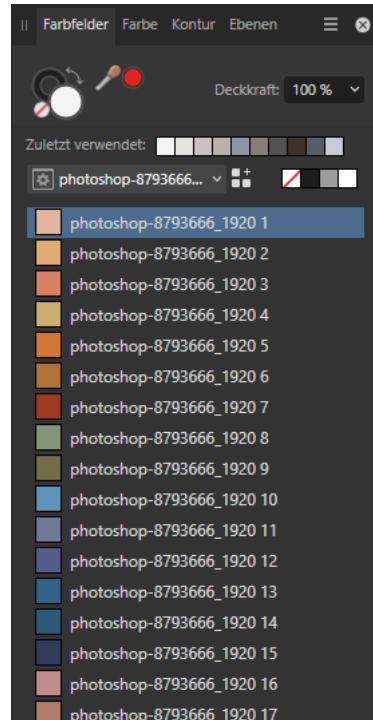
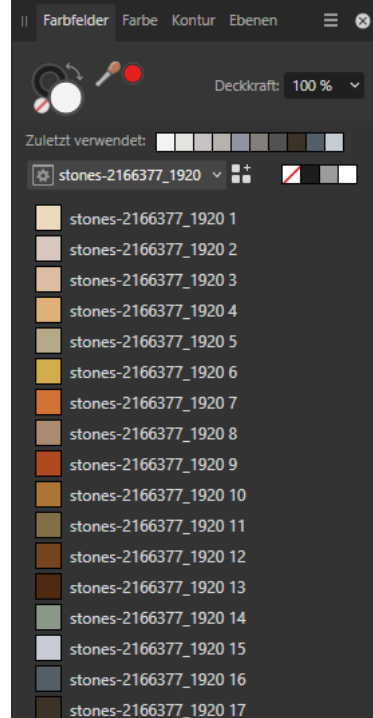
Eigene Farbkombinationen entwerfen

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 Adelligen. 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

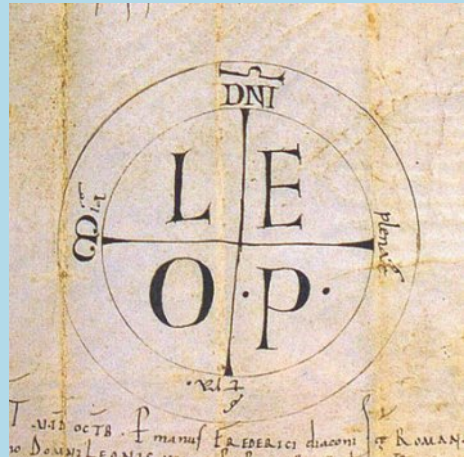


Abb.: Monogramm von Papst Leo IX.



Abb.: Monogramm von Friedrich III.



Abb.: Monogramm von Franz Josef I. von Österreich



Abb.: Monogramm von Heinrich VIII.

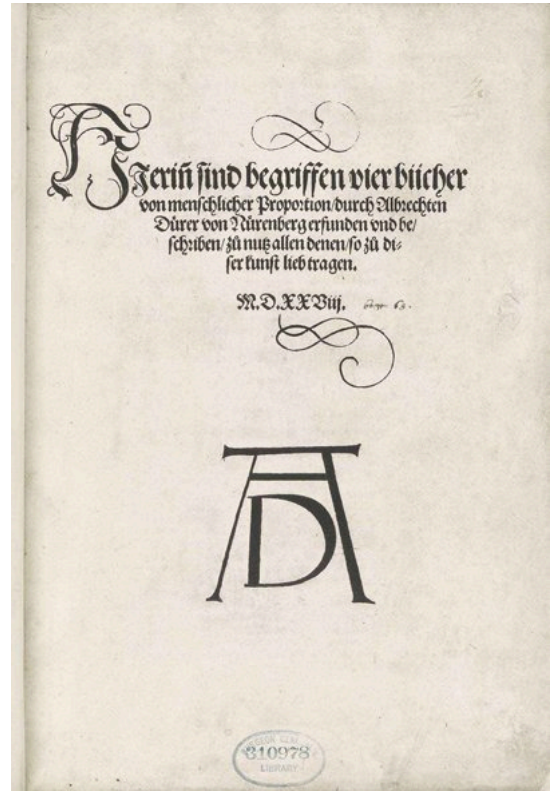


Abb.: Monogramm von Mark Twain

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



Alberus Durerus Noricus
ipsum me proprijs se effin-
gebam coloribus quatis
anno xxvii.



SPEISEKARTEN

Formate miteinander kombinieren

Früher nannte man das Gestalten einer Speisekarte in der Branche eine „Königsdisziplin“. 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.

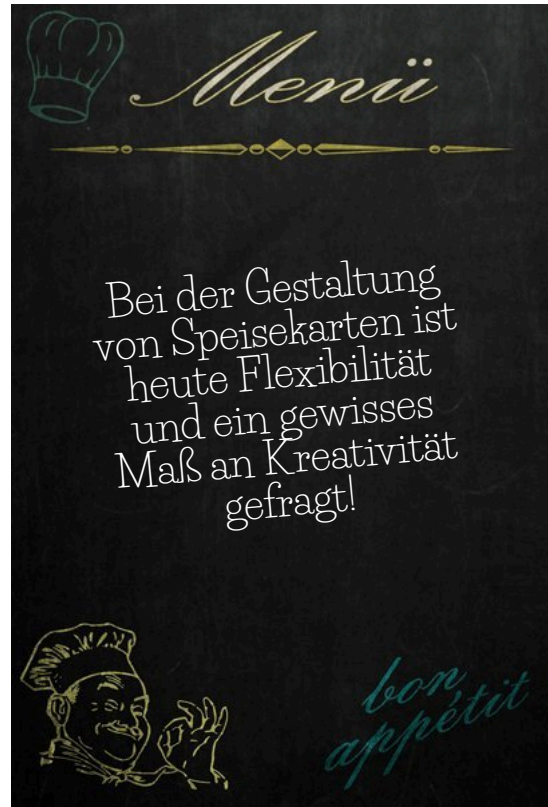
Absprachen mit dem Kunden: Es liegt in der Natur der Sache, dass jede Änderung, auch später bei Preisanpassungen, mit dem Kunden besprochen werden müssen. Jeder Schritt sollte dokumentiert werden. Dazu gehören auch die Angaben der Zusatzstoffe. Sind sie in der Word-Datei mit aufgeführt, ist alles in 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

Genauere 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.

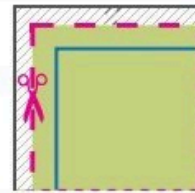
Vorlagen zum Download: Bei „Wir machen Druck“ findet der Anwender einen großen Vorteil. Zu fast jedem Druckprodukt gibt es eine Vorlage mit den genauen Maßen zum Download. Generell werden beim Anlegen der Druckdaten zwei Versionen unterschieden. Zum einen das „Endformat“ und zum anderen das „Datenformat“. 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 vonstattengeht. 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 rand-abfallende 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“.

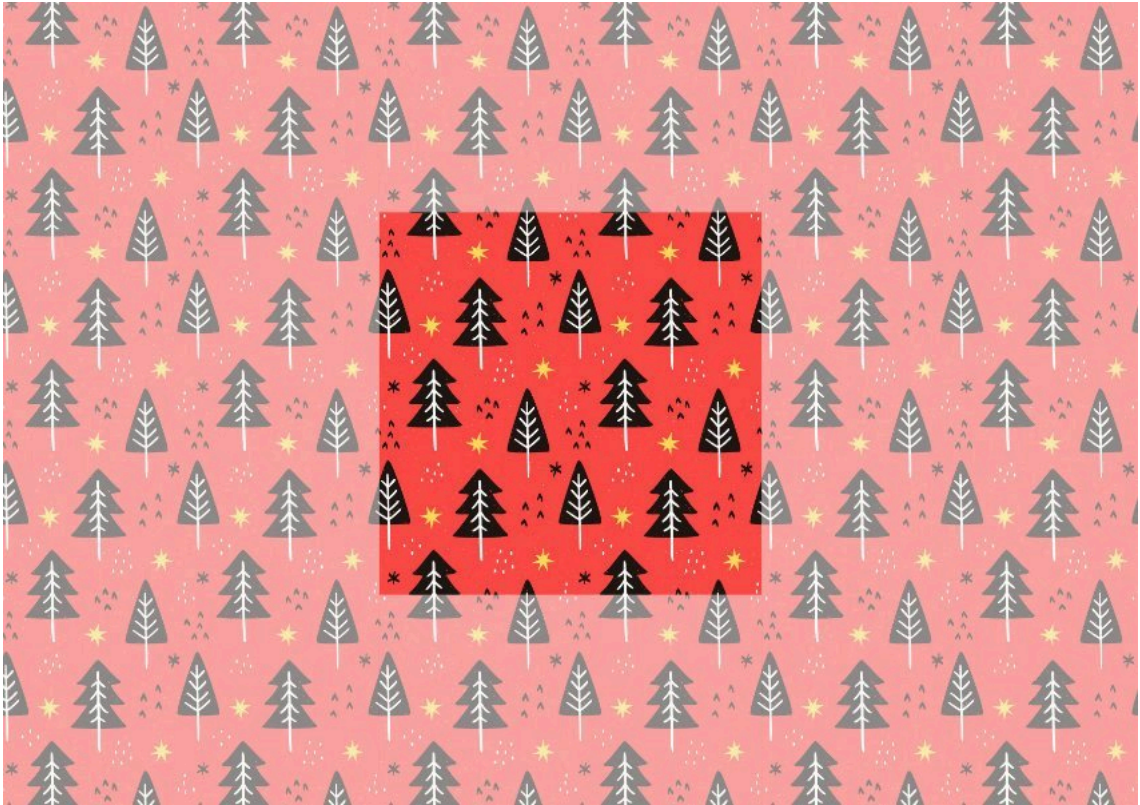


Abb.: Vervielfältigung eines Musters aus der Mitte heraus auf einem Din A2-Bogen



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

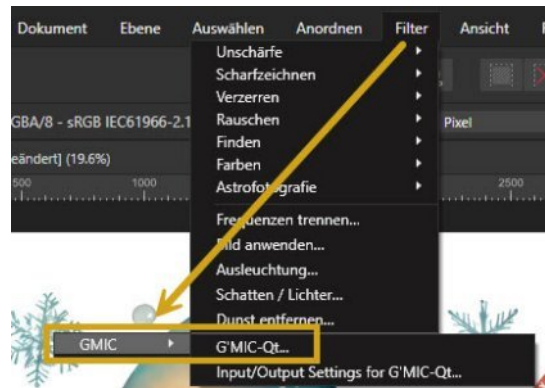


Abb.: Aufruf des Filters über das Menü „Filter“

geben. Mit den vielfältigen Schieberegler 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.

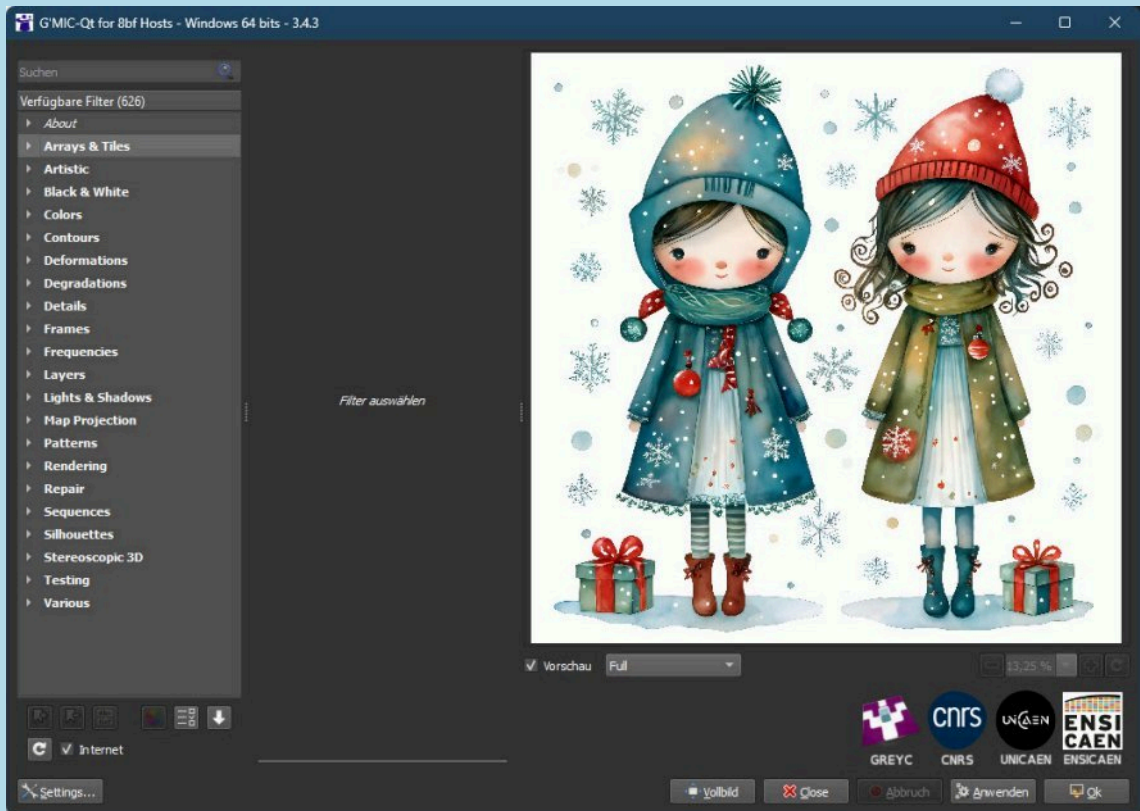


Abb.: Die aufgeräumte Oberfläche des Plugins. Links die verschiedenen Filter, rechts einige zusätzliche Funktionen

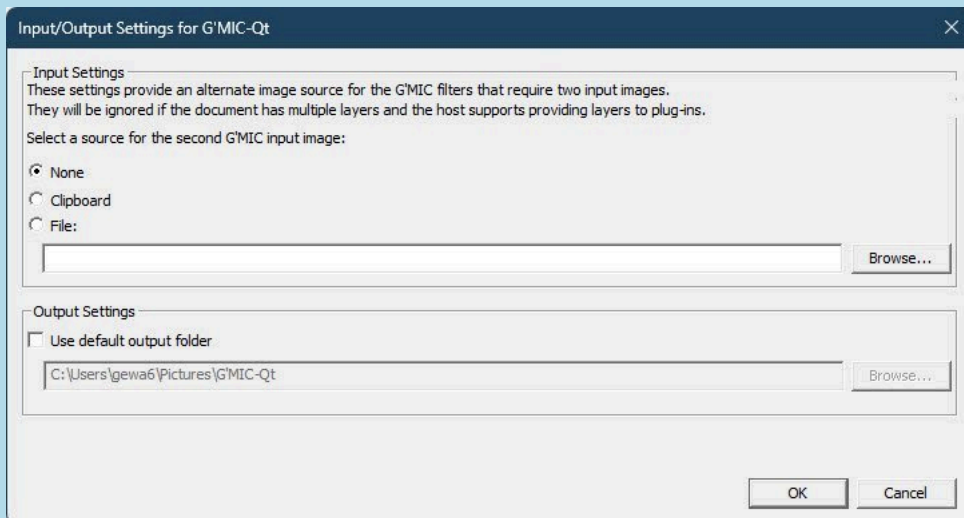


Abb.: Bei der Auswahl über das Filtermenü findet man einen zweiten Eintrag. Hier kann man Einstellungen für Overlay-Fotos und den Ausgabe-Ordner vornehmen

G'MIC-Qt for 8bf Hosts - Windows 64 bits - 3.4.3

Suchen

Verfügbare Filter (626)

- Deformations
- Degradations
- Details
- Frames
- Frequencies
- Layers
- Lights & Shadows
- Map Projection
- Patterns
- Rendering
 - 3D Blobs
 - 3D Colored Object
 - 3D Elevation
 - 3D Extrusion
 - 3D Image Object**
 - 3D Lathing
 - 3D Mesh
 - 3D Random Objects
 - ABN Filigrees
 - Algorithm A
 - Ball
 - Circle Art
 - Color Wheel
 - Construction Material Textu
 - Disco
 - Fraction Plot (Implicit)

3D Image Object

Type: Cube

Width: 1024

Height: 1024

Size: 0.5

X-Angle: 57

Y-Angle: 41

Z-Angle: 21

FOV: 45

X-Light: 0

Y-Light: 0

Z-Light: -100


Specular Lightness: 0.5

Specular Shininess: 0.7

Rendering: Gouraud

Antialiasing:

Author: David Tschumperlé Latest Update: 2010/29/12



Vorschau Full 12.28%

GREYC CNRS UNICAEN ENSICAEN

Vollbild Close Abbruch Anwenden Ok

Settings...

G'MIC-Qt for 8bf Hosts - Windows 64 bits - 3.4.3

Suchen

Verfügbare Filter (626)

- About
- Arrays & Tiles
- Artistic
- Black & White
- Colors
- Contours
- Deformations
- Degradations
- Details
- Frames
 - Droste
 - Frame [Blur]
 - Frame [Cube]
 - Frame [Fuzzy]
 - Frame [Mirror]
 - Frame [Painting]
 - Frame [Pattern]
 - Frame [Regular]
 - Frame [Relief]
 - Frame [Round]
 - Frame [Smooth]
 - Old Photograph
 - Polaroid**
 - Tunnel
 - Vignette
- Frequencies

Polaroid

Frame Size: 10

Bottom Size: 20

X-Shadow: 0

Y-Shadow: 0

Smoothness: 3

X-Curvature: 0

Y-Curvature: 0


Angle: 20

Vignette Strength: 50

Vignette Min Radius: 70

Vignette Max Radius: 95

Author: David Tschumperlé Latest Update: 2016/20/06



Vorschau Full 12.28%

GREYC CNRS UNICAEN ENSICAEN

Vollbild Close Abbruch Anwenden Ok

Settings...

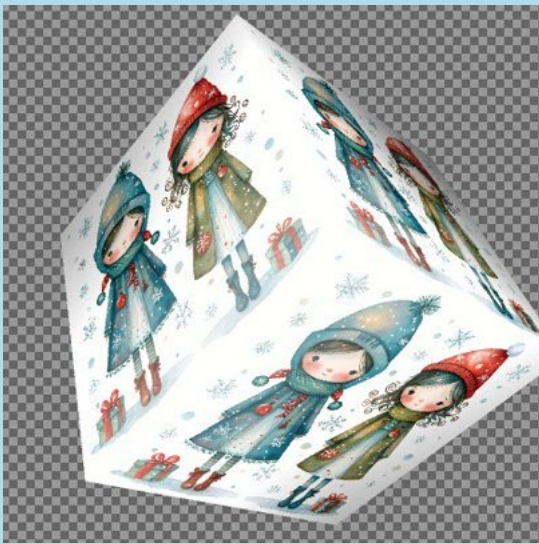


Abb.: Rendering Effekt, 3D-Image Object



Abb.: Frames, Painting Frame



Abb.: Taquin



Abb.: Frames, Polaroid



Abb.: Tiles, Puzzle



Abb.: Tiles, Loose Photos



1500

AD

Alberus Durerus Natus
ipsum ut proprius se efficit
gebam 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.

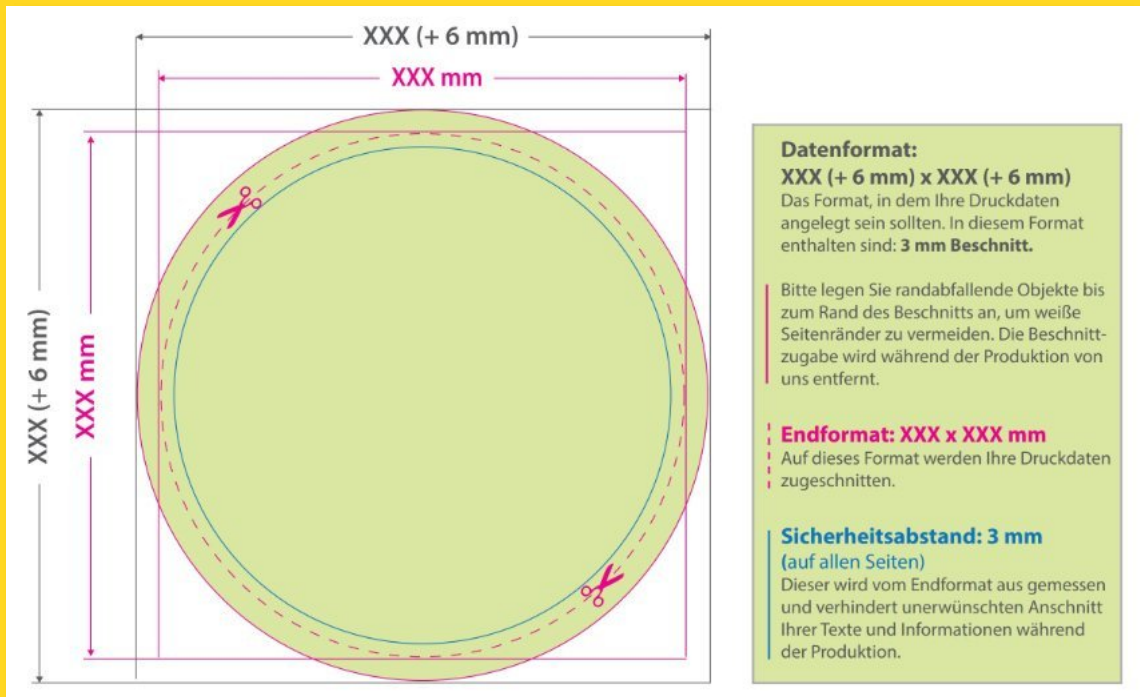


Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für runde Etiketten mit freiem Format

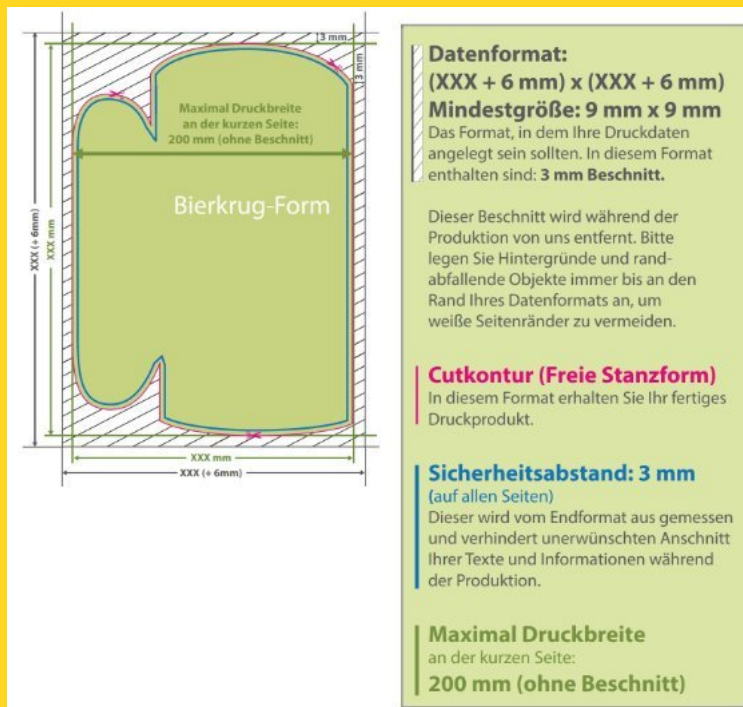


Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für einen Aufkleber im Bierkrug-Format

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.

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.

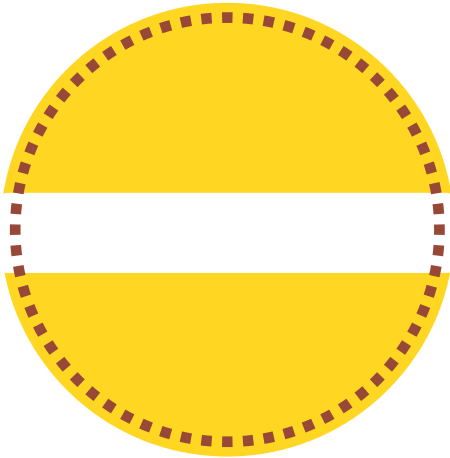


Abb.: Etikett mit unterbrochener Mitte und gestrichelter Kontur von 4 Punkt

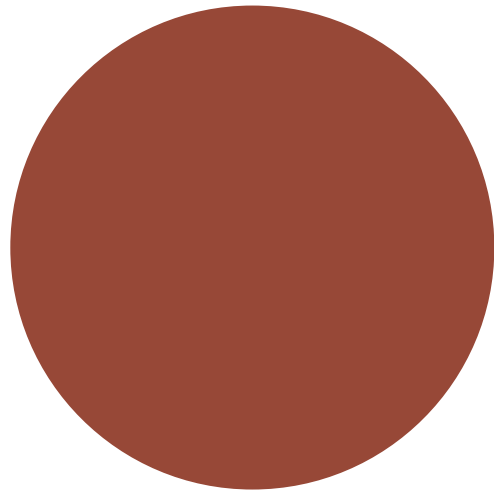


Abb.: Etikettenhintergrund inkl. Beschnitt von 3 mm

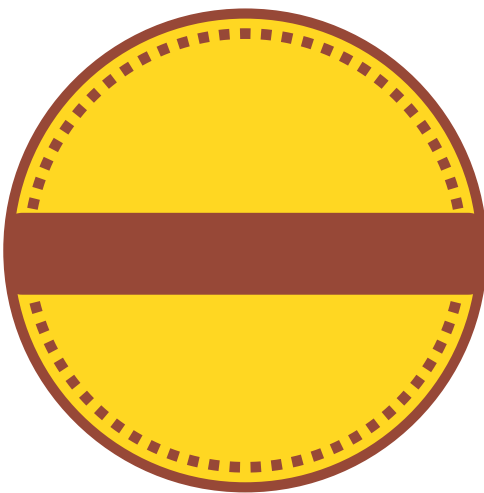


Abb.: Zusammengesetztes Etikett



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 Ansnchnitt Ihrer Texte und Informationen während der Produktion.

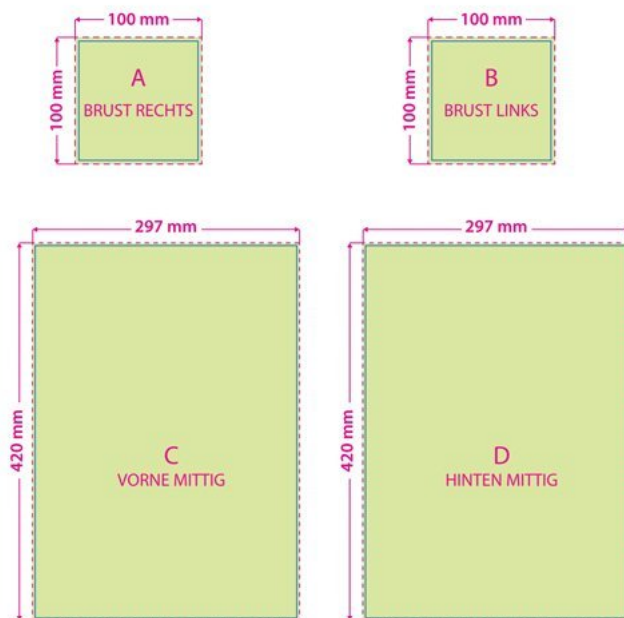
Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für die Beschriftung eines Kugelschreibers

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 Grammatik 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.

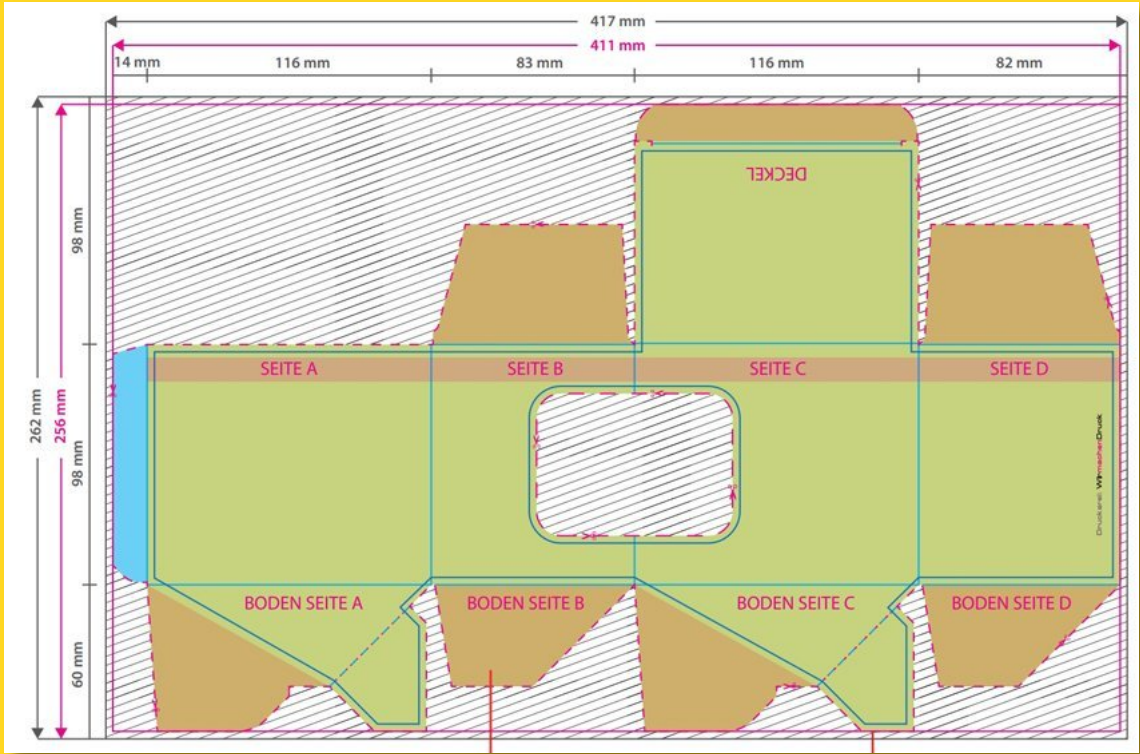


Abb.: Auszug aus einem Datenblatt (Wir machen Druck) für eine Tassen-Verpackung



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 versteht 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

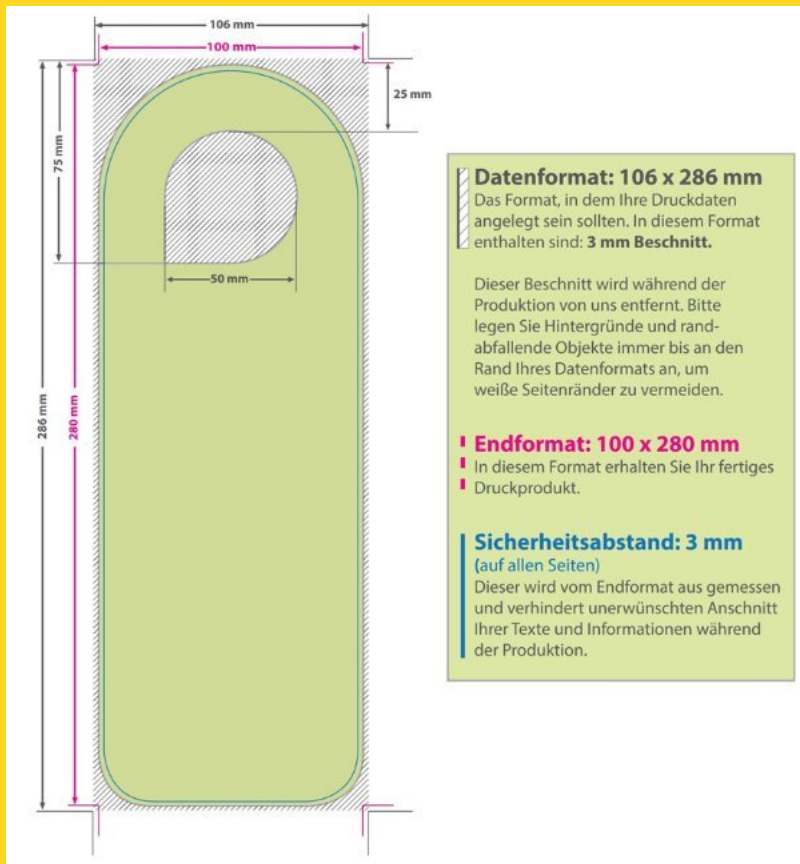


Abb. oben: Vorlage der Druckerei, Abb. unten: Beispiele von Türanhängern mit Türmotiven

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 akkurates 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.

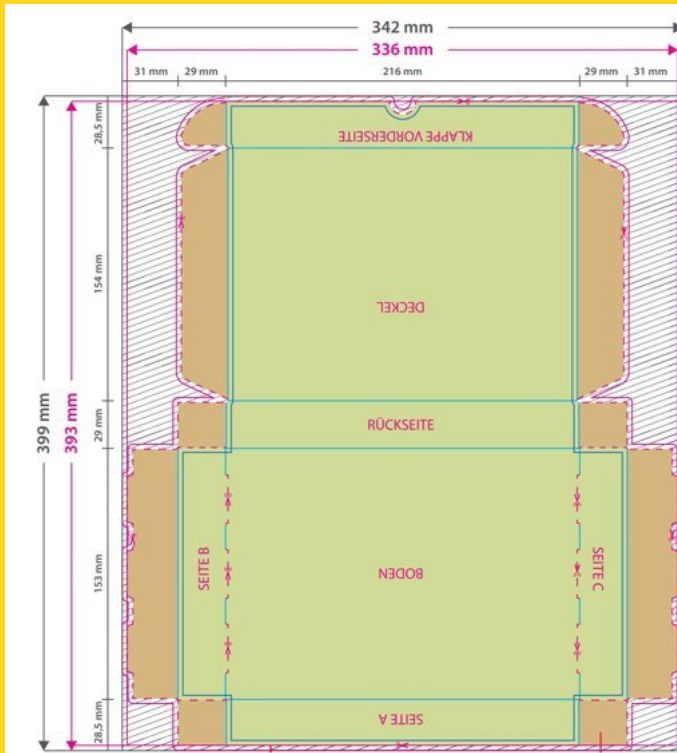
Druckvorlagen verwenden

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

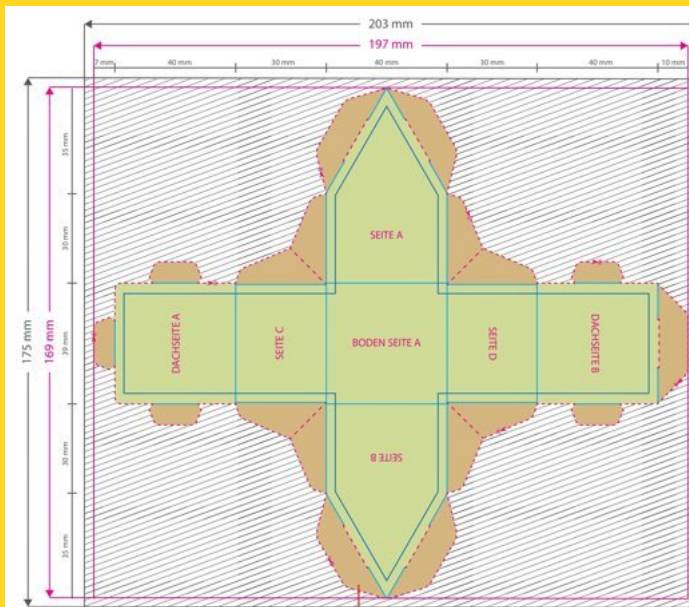
In diesem Format erhalten Sie Ihr fertiges Druckprodukt.

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 Klappeckel-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

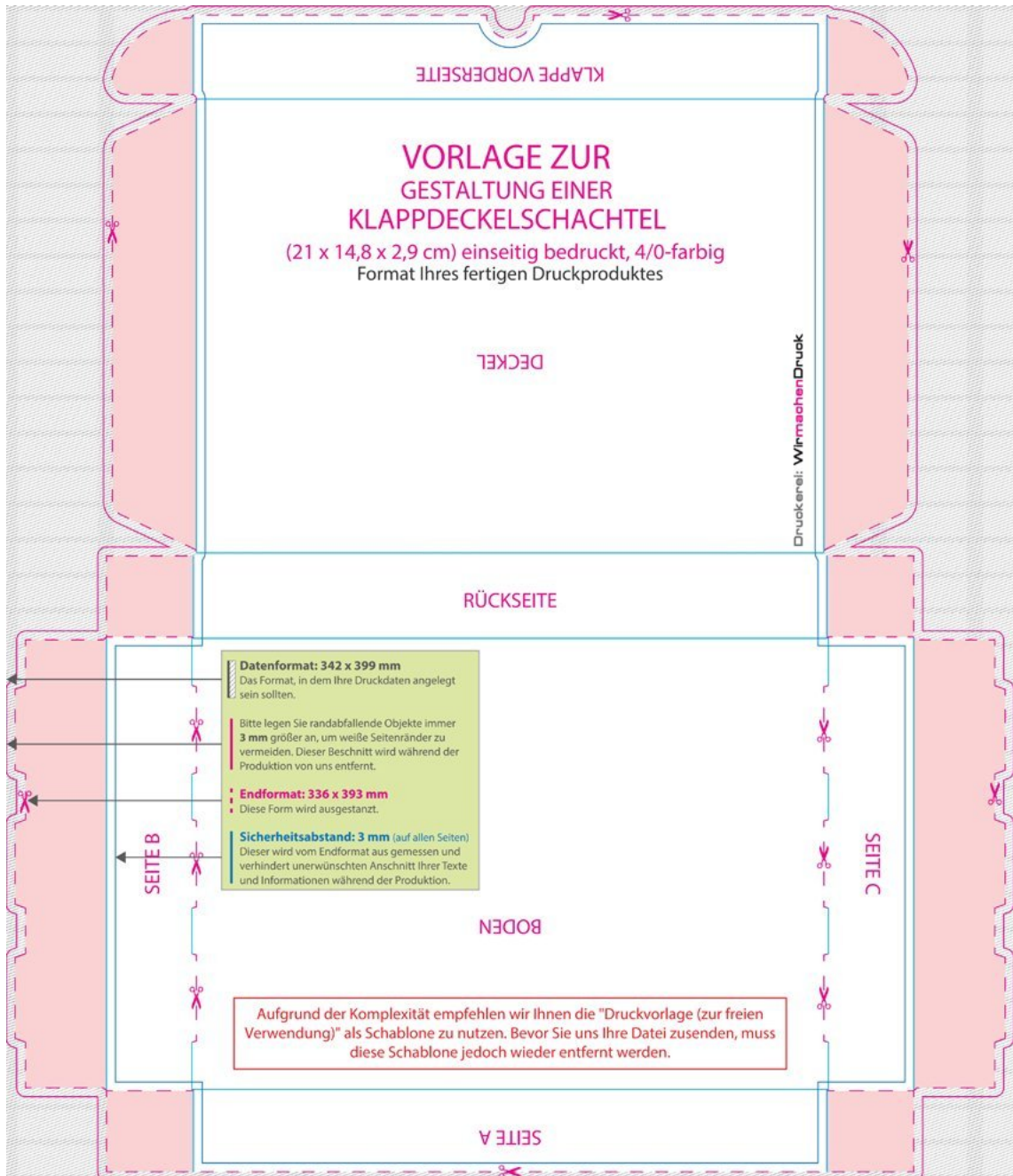


Abb.: Druckvorlage im PDF-Format (Wir machen Druck) für eine Klappdeckel-Schachtel
Die weißen Bereiche können mit eigenen Grafiken, Fotos und Texten bestückt werden

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.

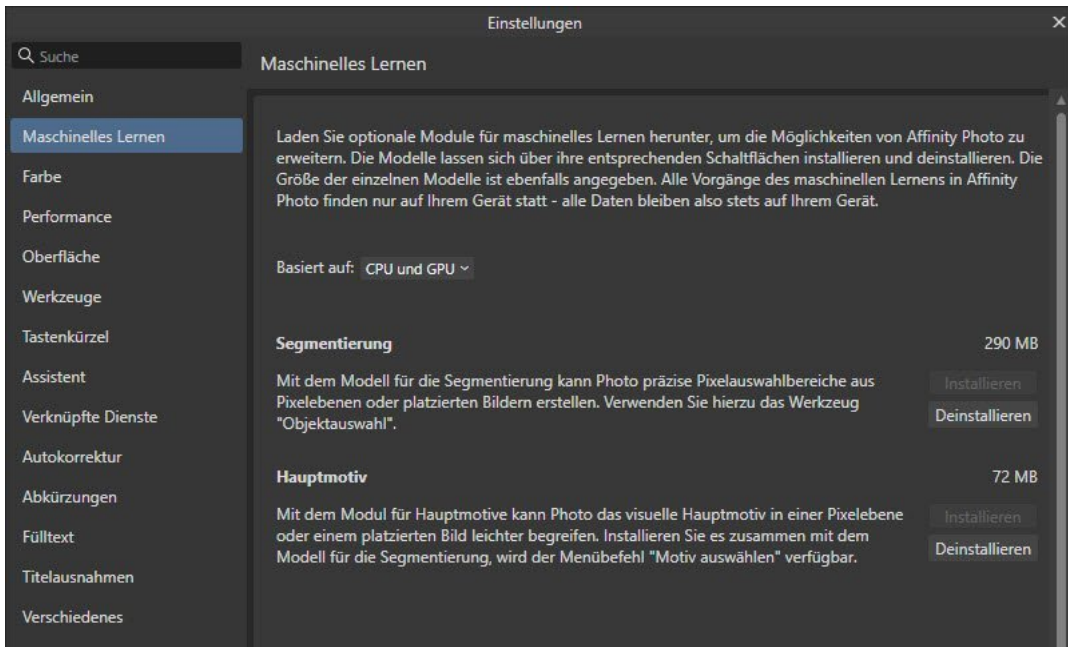


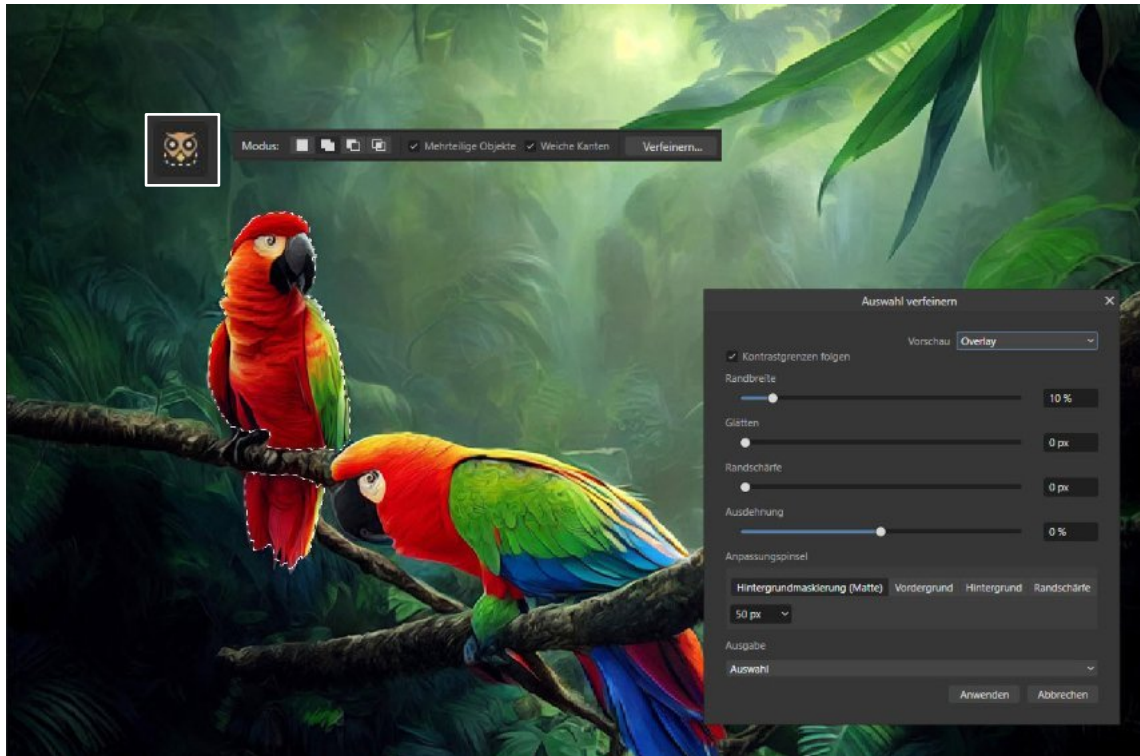
Abb.: Zusätze über die Einstellungen für „Maschinelles Lernen“ installieren

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.

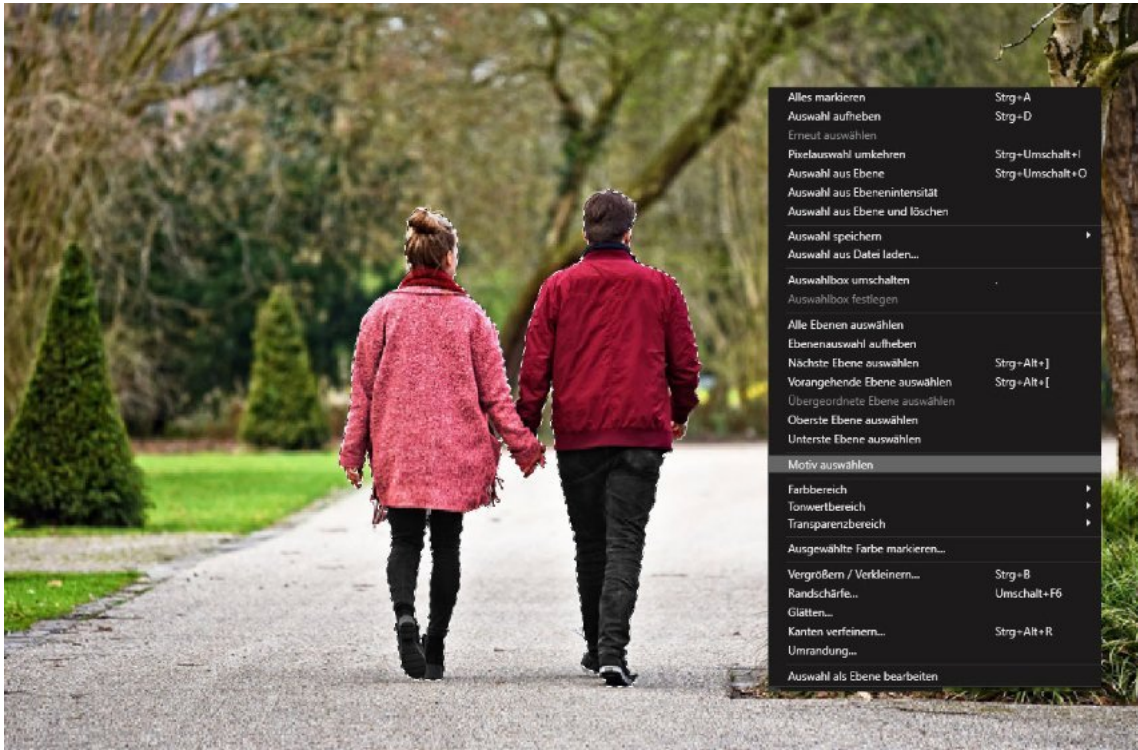
DAS OBJEKTAUSWAHL-WERKZEUG IN PHOTO



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.

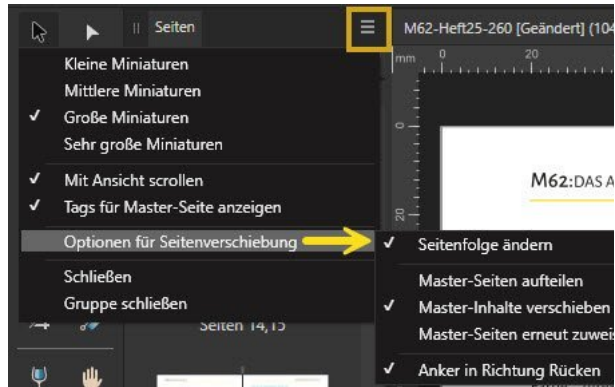


Abb.: Einstellungen im Panel Seiten

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.

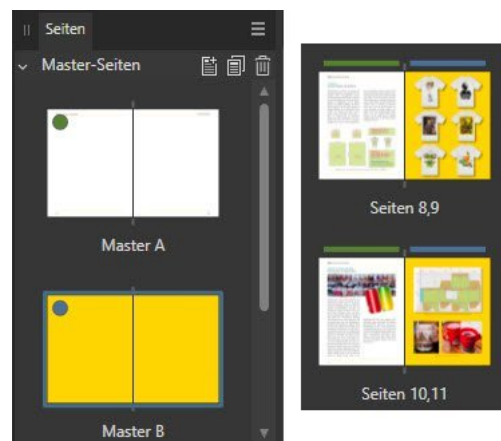
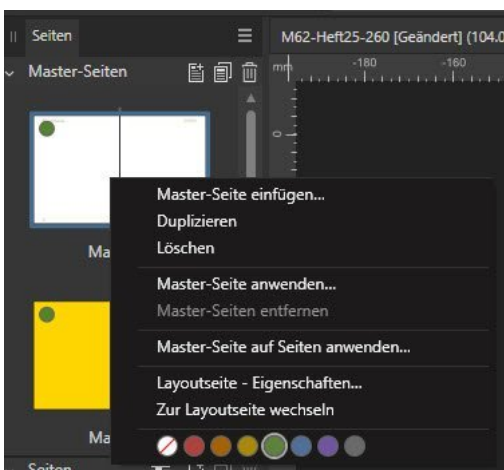


Abb.: Zuordnen von Farben auf Masterseiten, die Farben werden über den Seiten (rechte Abbildung) dargestellt

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.

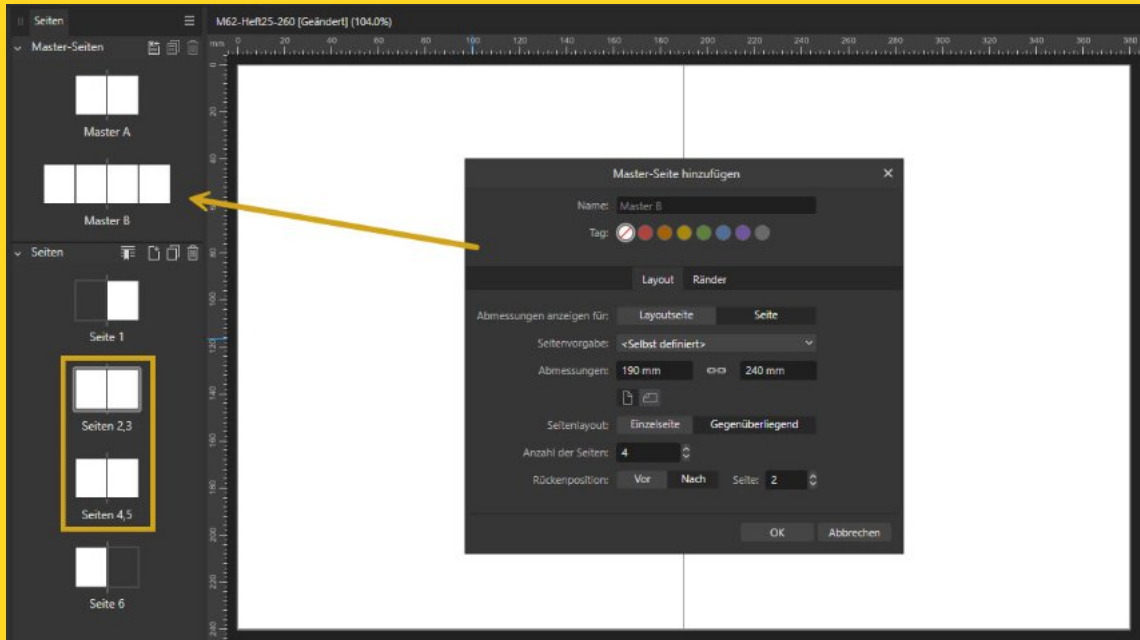


Abb.: Hier wurde eine Masterseite mit 4 Einzelseiten angelegt. Bei der Zuordnung dieser Masterseite auf die SEITEN (2 bis 5) sieht man, dass jeweils nur 2 Seiten angezeigt werden.

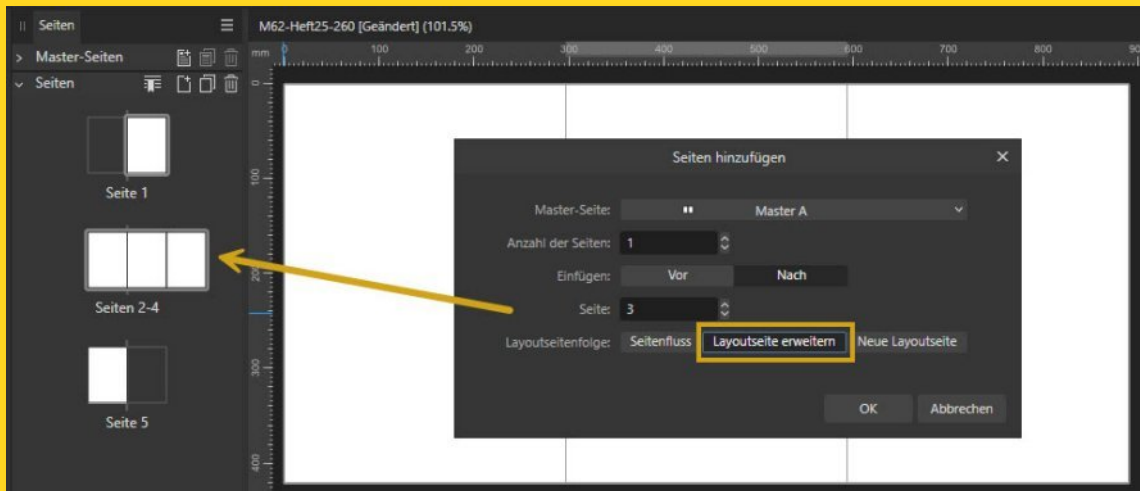


Abb.: Über das Panel SEITEN kann man auch einzelne Seiten einfügen



GENUINE DRAFT

197
1916

COLD
FILTERED

COLD
FILTERED

Miller

SINCE 1858

GENUINE DRAFT

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

Filtered Beer

Miller

M62

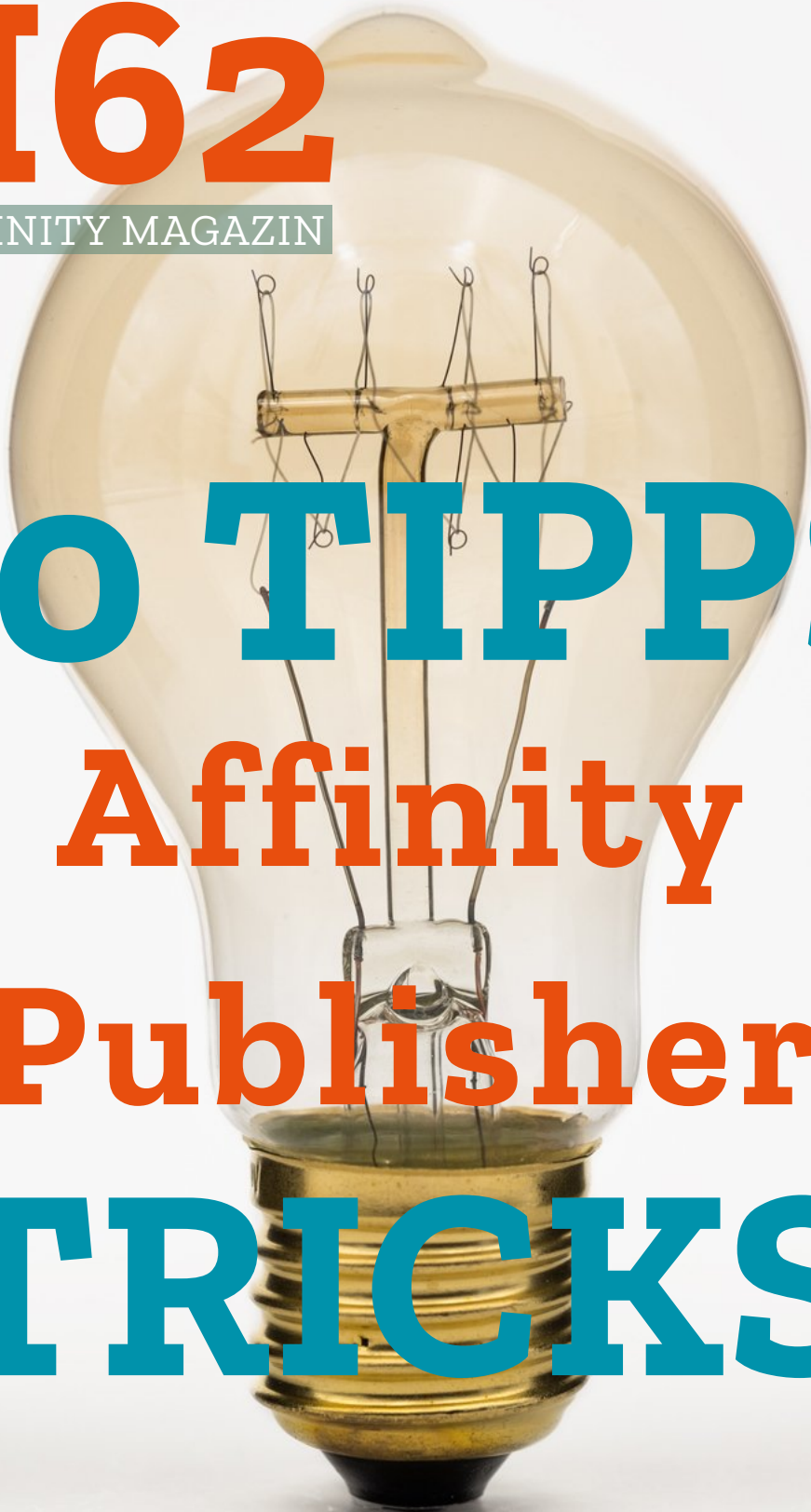
DAS AFFINITY MAGAZIN

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- UND FOTO-TEXT	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		

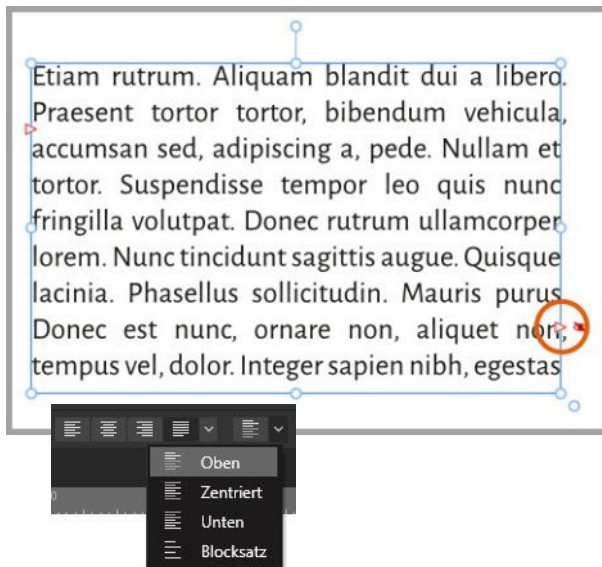


WORD UND TEXTRAHMEN

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.



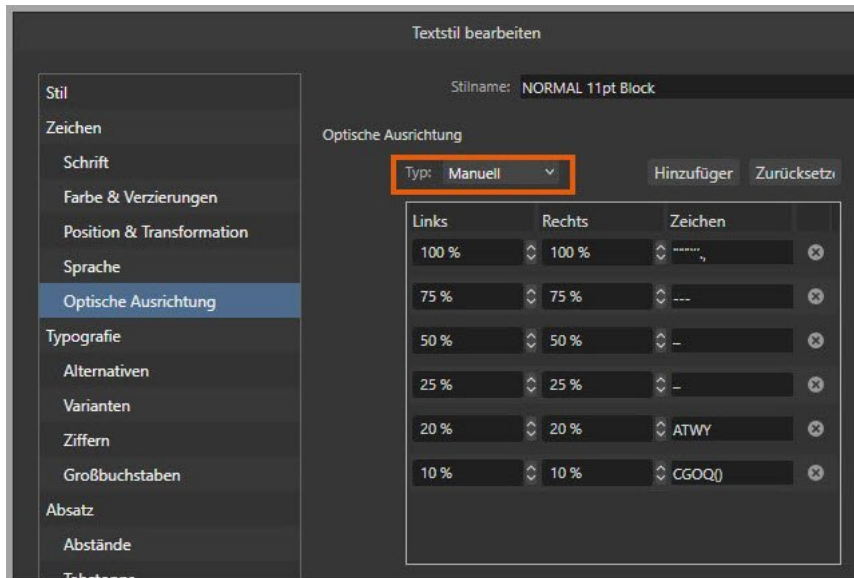
RAHMEN- UND GRAFIKTEXT UMWANDELN

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.



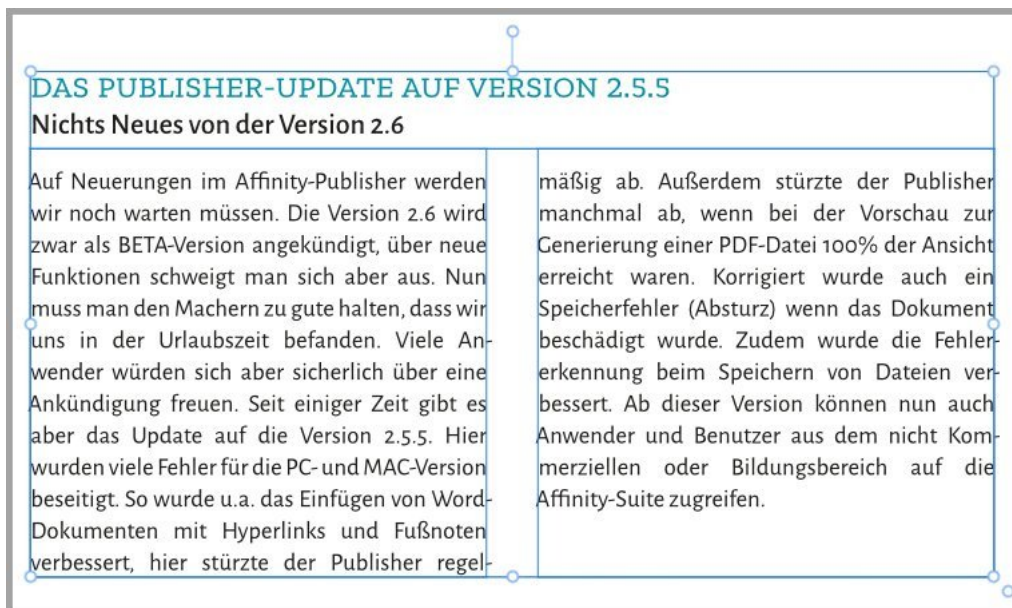
FÜLLTEXT LÄSST SICH NICHT BEARBEITEN

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 ein-spaltigen 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 In hac habitasse 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. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Sed tincidunt varius quam condimen

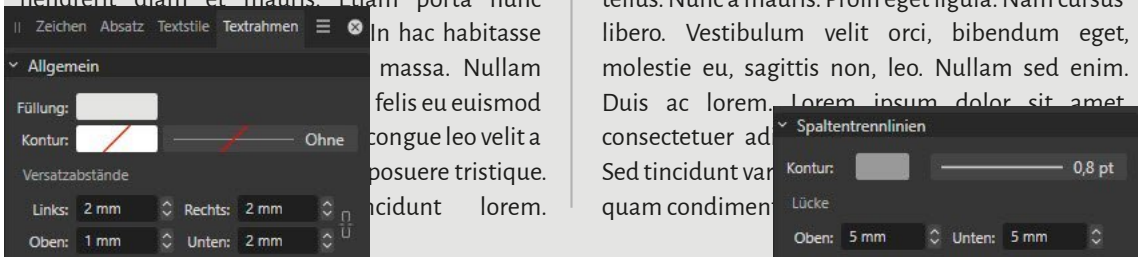
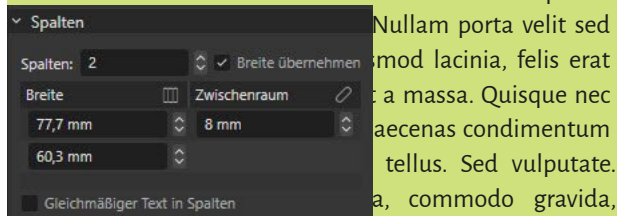


Abb.: Hier zu sehen ist ein gleichbreiter Spaltentext, die Spaltentrennlinie wurde oben und unten um 5 mm verringert. Der Textrahmen ist farbig weiß formatiert. Der Textabstand zum Rahmen wurde mit 2 mm angegeben, bedingt durch das Grundlinienraster wurde der Wert für OBEN nur mit 1 mm angegeben.

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 aecenas 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“.

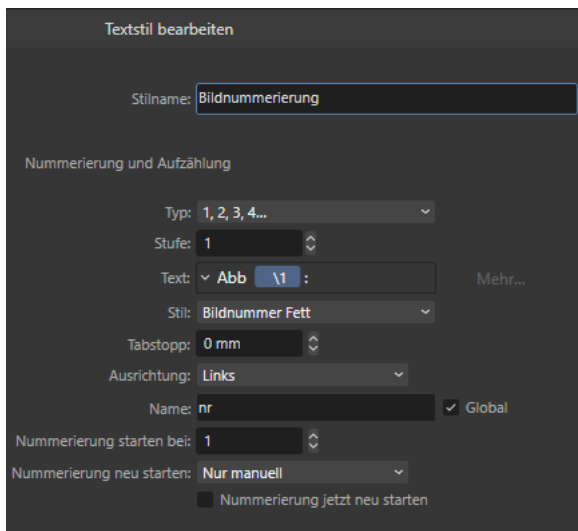


Abb.: Die korrekten Einstellungen beim Anlegen eines Absatzstils

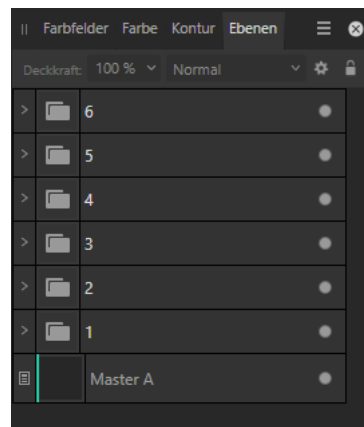
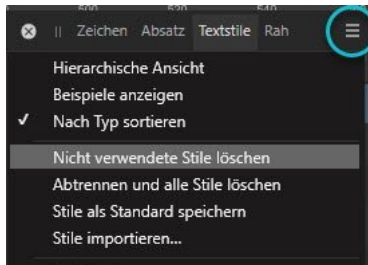


Abb.: Die korrekten Reihenfolge im Panel EBENEN



UNGENUTZTE TEXTSTILE LÖSCHEN

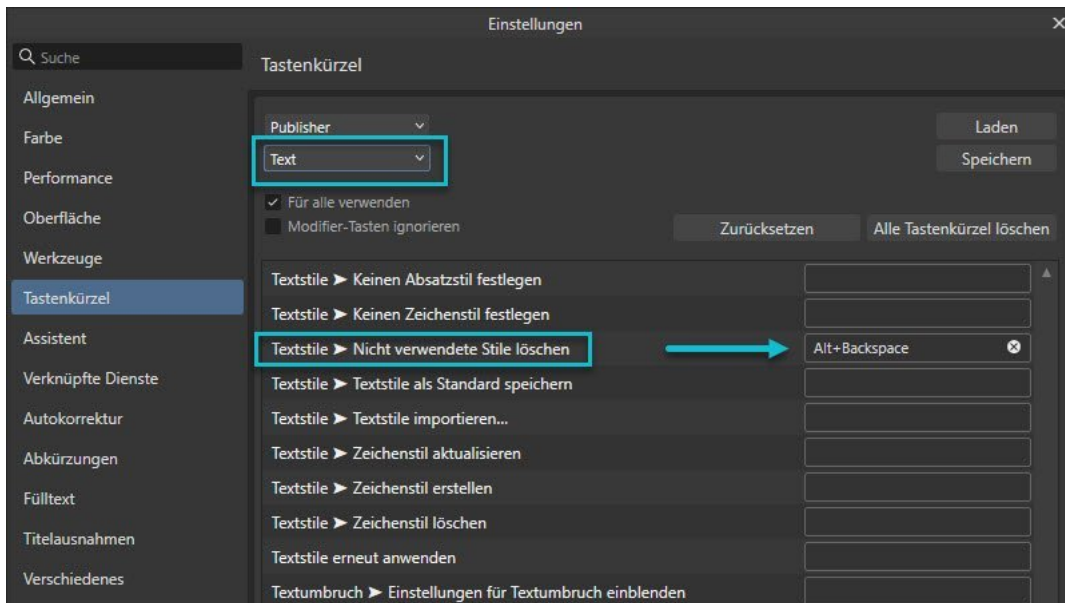
Wenn man im Affinity-Publisher Text über die Zwischenablage in einen Textrahmen lädt, entsteht automatisch im Panel TEXTSTILE ein zusätzlicher Eintrag, der aus den Vorgaben des Textprogramms übernommen wird. Formatiert man diesen Text aber mit einem eigenen angelegten Textstil, entsteht im Panel ein 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

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

ALT + ←





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.

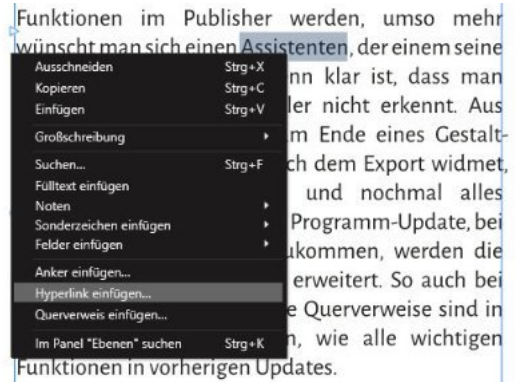


Abb.: Das Kontextmenü in einem Rahmentext



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

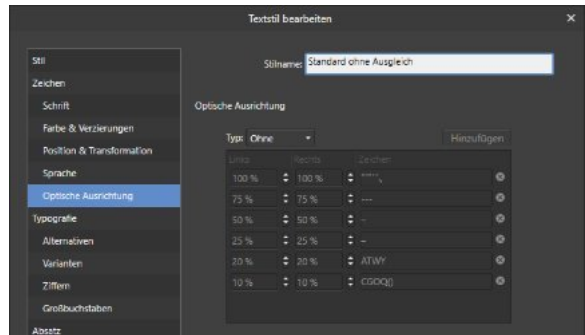
Für ein schöneres und homogeneres Schriftbild im Blocksatz kann man den „Optischen Randausgleich“ nutzen und das sollte man auch. Dabei werden Satz- und Trennzeichen am Rand des Textblocks so ausgerichtet, dass sie etwas über den Rand des Textrahmens hinausschauen. Dies gilt für Zeichen links und rechts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

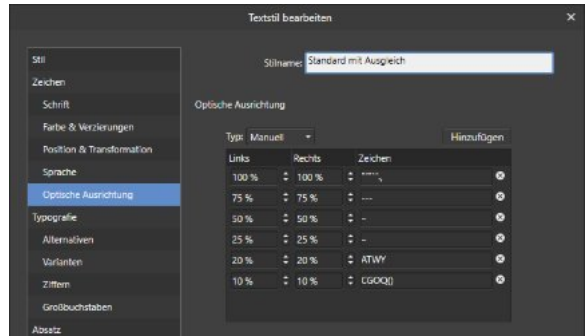
“Donec viverra” tortor sed nulla. Phasellus nec magna. Aenean vehicula, turpis in congue eleifend, mauris lorem aliquam sem, eu eleifend est odio et pede. Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus-laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui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

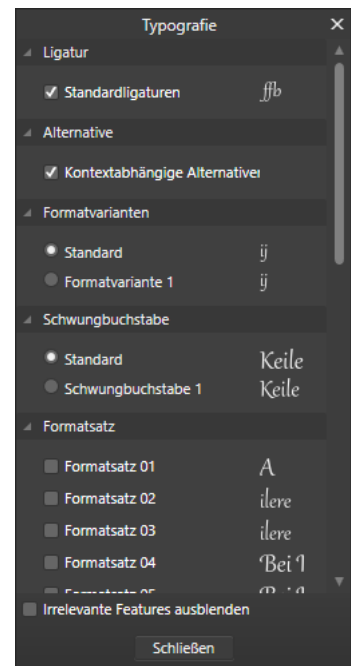


OPENTYPE & TYPOGRAFIE

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.



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

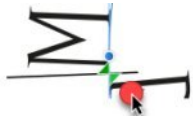
Abb.: Kreis zeichnen und Text anlegen

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 wahr. 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.

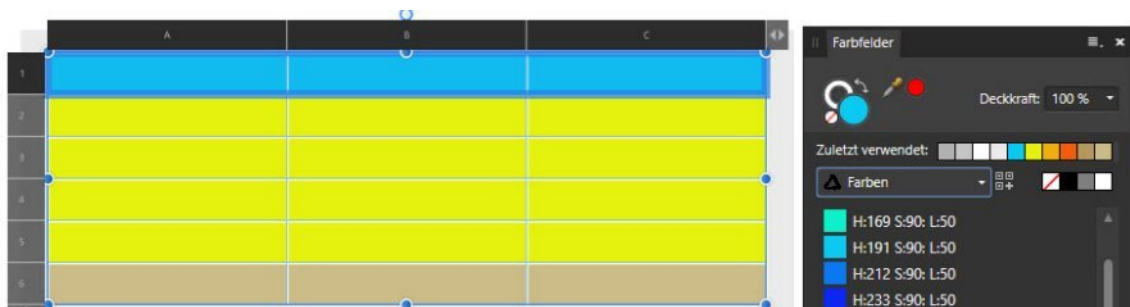


Abb.: Tabellenbereiche schnell einfärben



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.

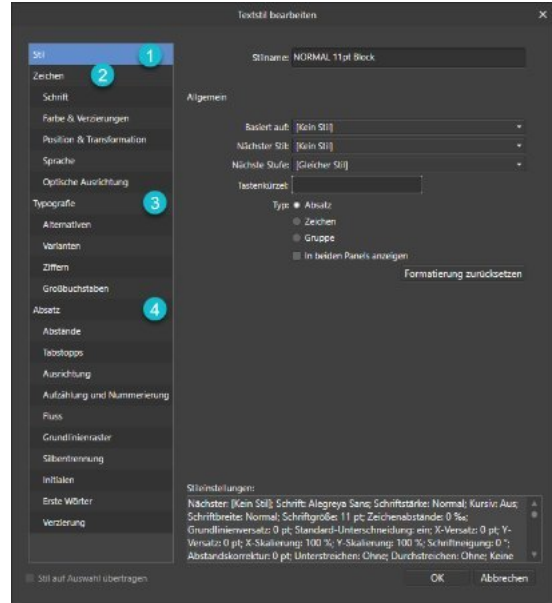


Abb.: Das Menü Textstile mit den einzelnen Bereichen: Stil (1), Zeichen (2), Typografie (3) und Absatz (4).

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 & Verzierungen 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.

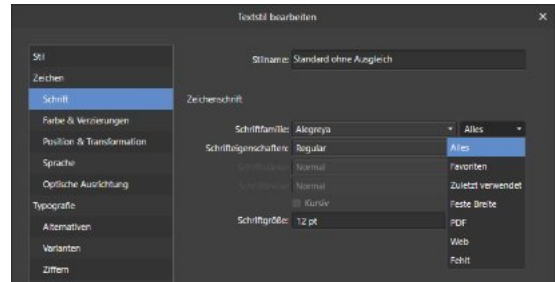
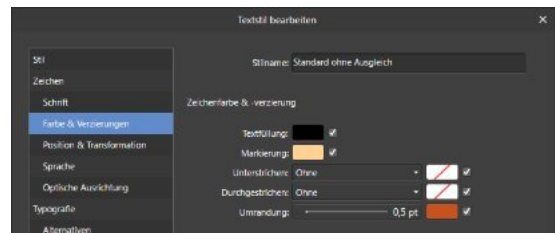


Abb.: Die Auswahl einer Schrift für den Stil mit allen zusätzlichen Einstellungen, wie Eigenschaften und Schriftgröße.



"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.

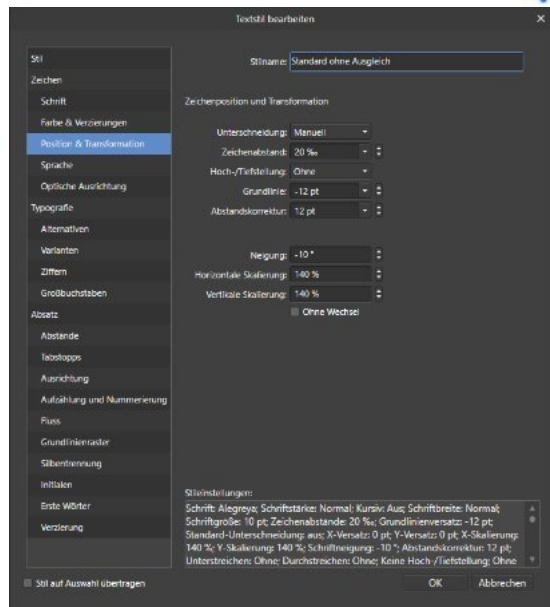
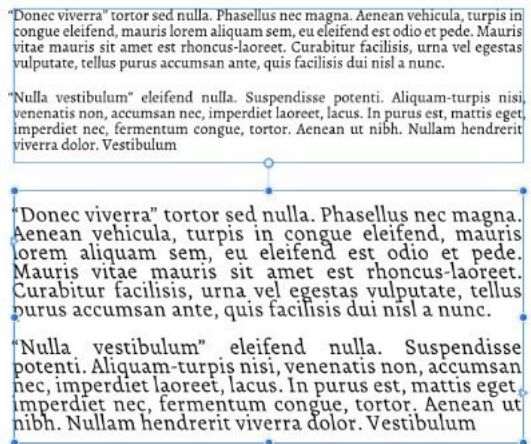


Abb.: Oben sehen Sie zwei Absätze, die den Unterschied anhand der Einstellungen sichtbar machen.



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.

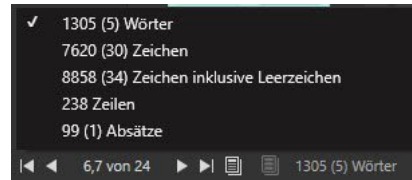


Abb.: Statistik für ein Dokument mit Überlaufertext

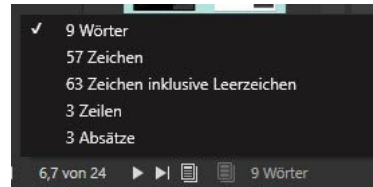
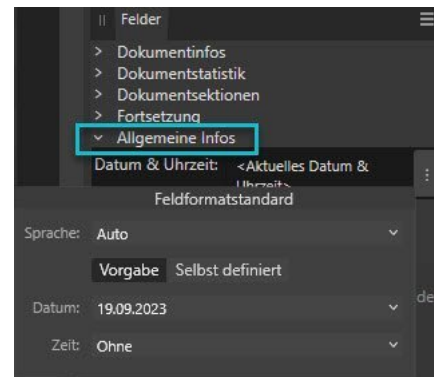


Abb.: Statistik für einen markierten Textrahmen



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.

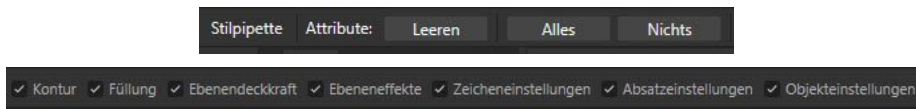


Abb.: Ansicht der oberen Menüleiste bei eingeschalteter Stilpipette.



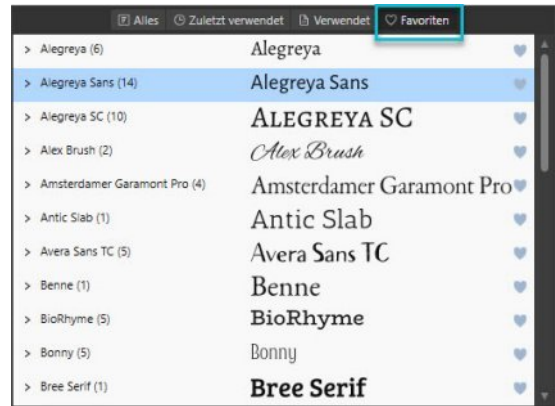
HILFSLINIEN LÖSCHEN

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.

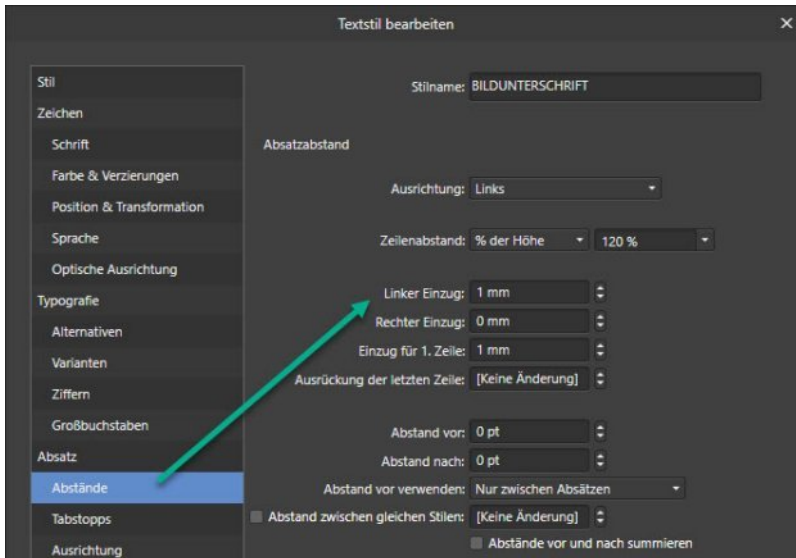


Abb.: Im Textstil den Abstand des Textes links um 1 mm einrücken

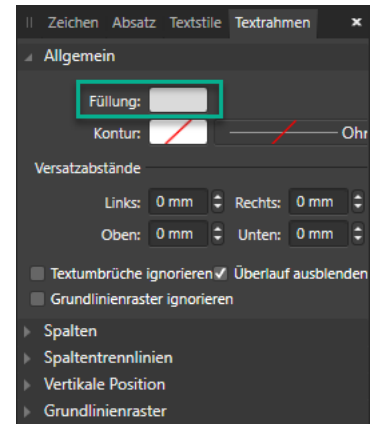


Abb.: Dem Bildtext eine Hintergrundfarbe zuordnen



Leichtathletik - 3000 Meter Hindernislauf



Leichtathletik - 100 Meter Sprint



Leichtathletik - 110 Meter Hürdenlauf

OBERN

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.

Gebrüder Grimm



Rumpelstilzchen

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 fringilla, lectus id viverra malesuada, enim mi adipiscing ligula, et bibendum lacus.

Hans Christian Andersen



Des Kaisers neue Kleider

In facilis sodales arcu. Mauris tincidunt. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos hymenaeos.

liquam dapibus ipsum vitae sem. Ut eget mauris ac nunc luctus ornare. Phasellus enim augue, rutrum tempus, blandit in, vehicula eu, neque.

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

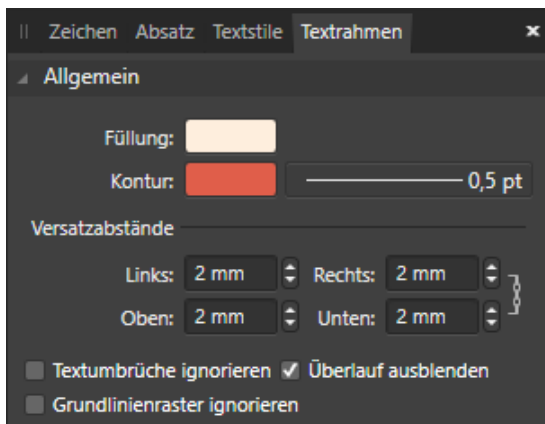


Abb.: Einen Textrahmen formatieren

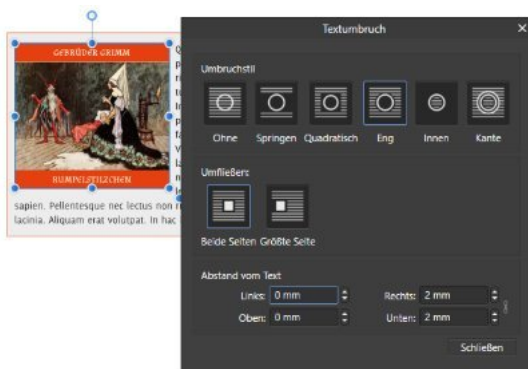


Abb.: Den Textumbruch für ein Foto festlegen

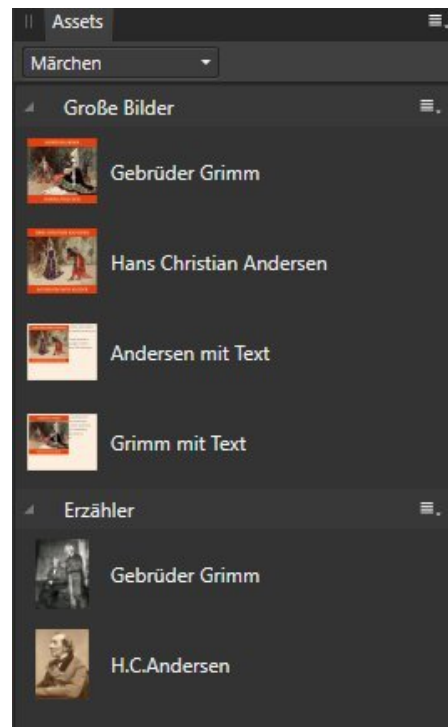


Abb.: Das Asset für das Märchen-Projekt, unterteilt in die Foto/Text - Einheiten und die Fotos der Erzähler.



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

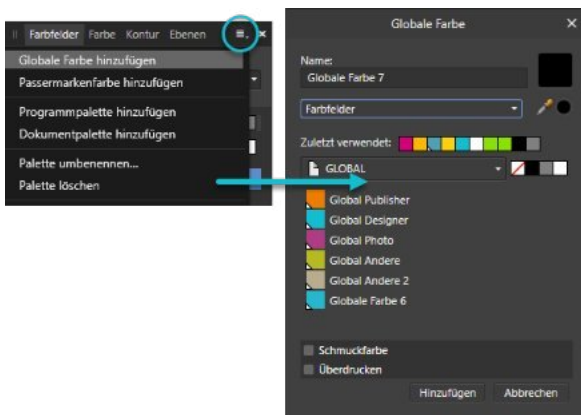


Abb. 1: Eine Globale Farbe hinzufügen

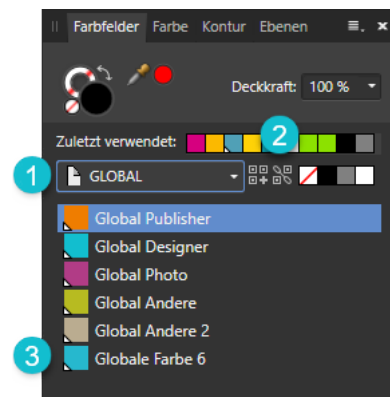


Abb. 2: Spezifikationen einer Globalen Farbpalette

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.

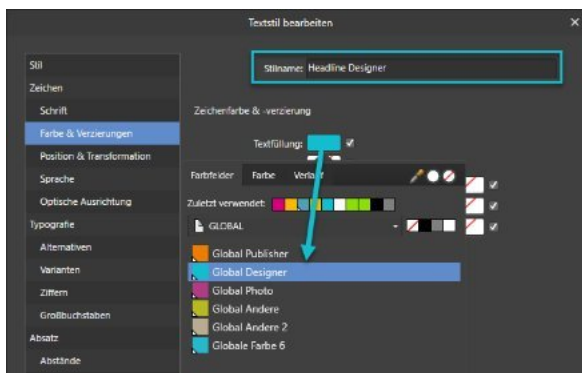


Abb. 3: Globale Farbe einem Text-Stil zuordnen

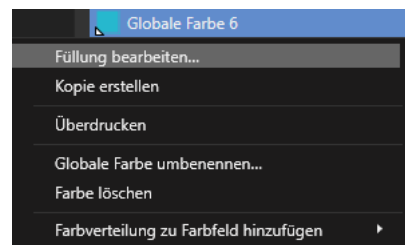


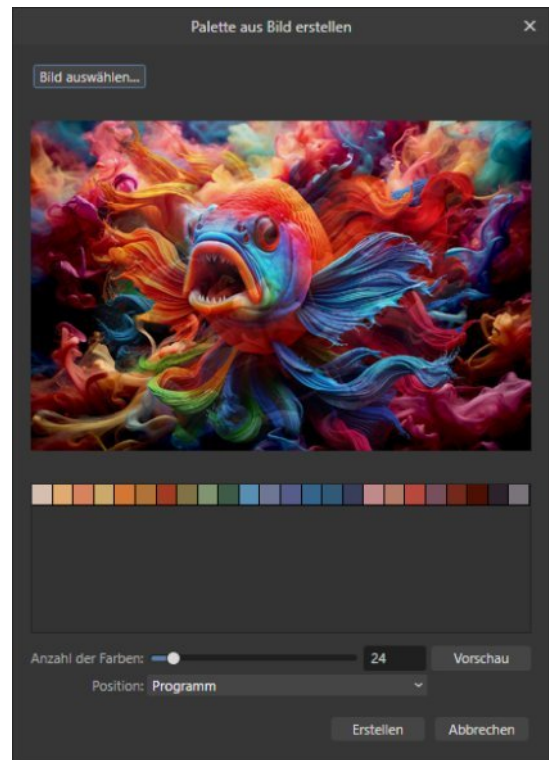
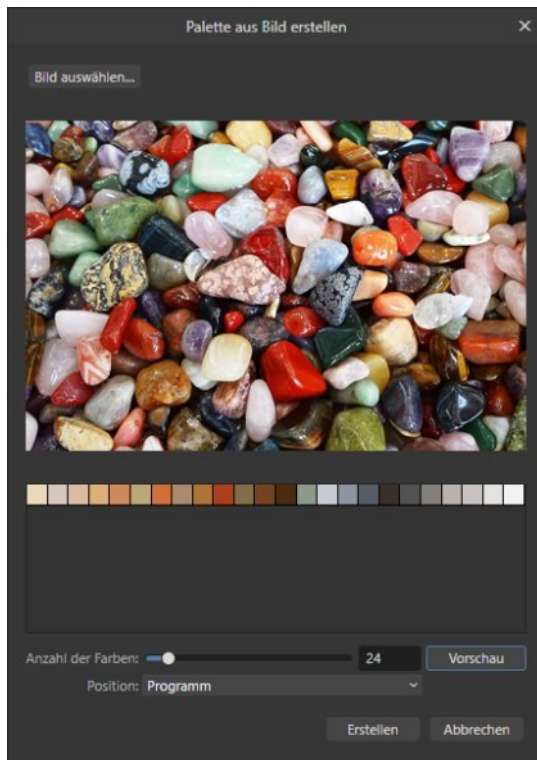
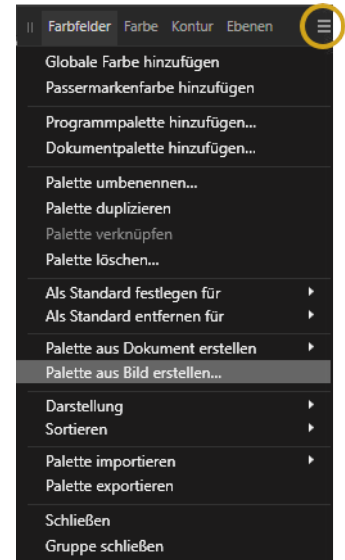
Abb. 4: Eine Globale Farbe ändern

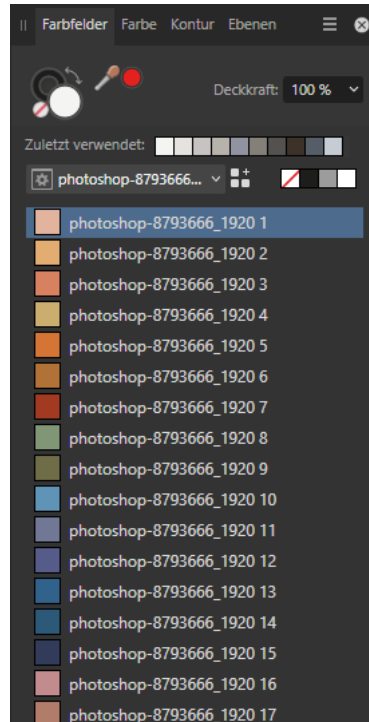
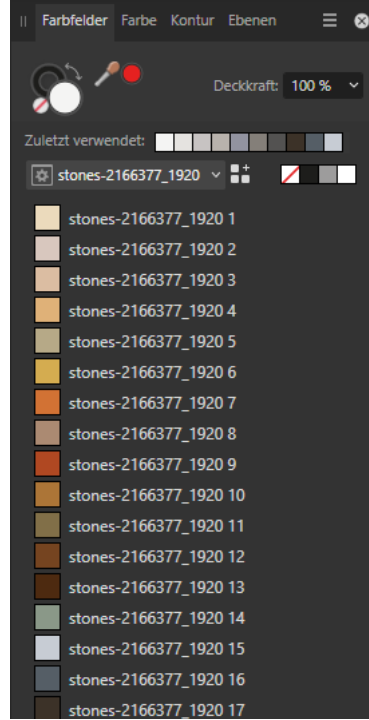


EIGENE FARBKOMBINATIONEN

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.

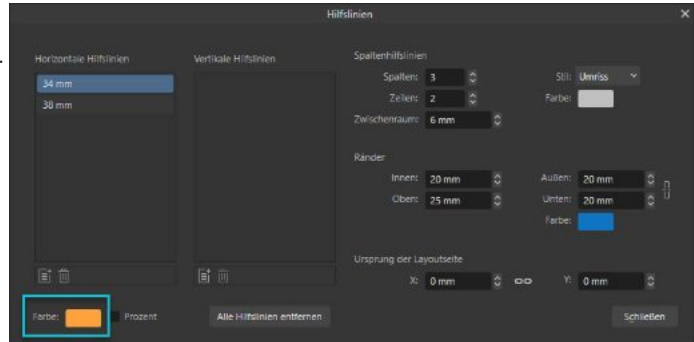






FARBEN FÜR HILFSLINIEN ANPASSEN

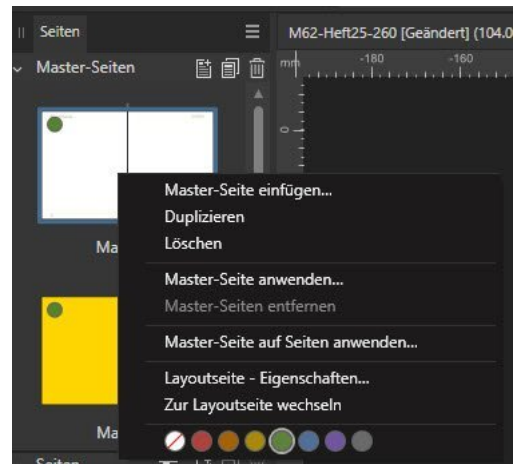
Im Publisher kann man ab Version 2.2 Hilfslinien eine andere Farbe zuzuordnen. In dem Menü ANSICHT wählt man dazu den Eintrag HILFSLINIEN oder klickt mit der Mouse auf eine vorhandene Linie. So können in einem Layout bestimmte Bereiche besser sichtbar gemacht werden.



FARBEN FÜR MASTERSEITEN VERGEBEN

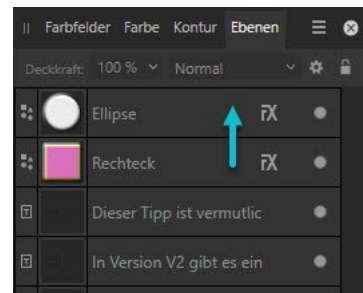
Ab Publisher-Version 2.6 gibt es auch die Möglichkeit, einer Masterseite eine Farbe zuzuordnen. Klicken Sie dazu mit der rechten Mouse-Taste auf eine Masterseite und vergeben Sie im jetzt erscheinenden Menü eine Farbe. Die zugeordnete Farbe sieht man jetzt auch als Balken über den Seiten, denen die passende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

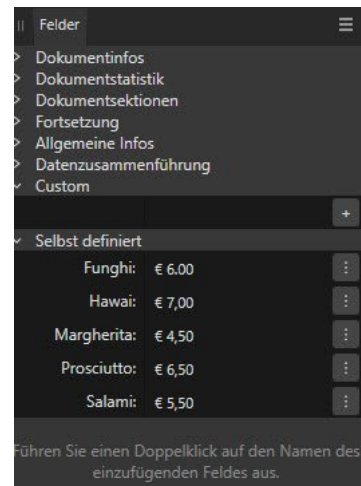


Abb.: Die drei Punkte im Panel: Über die drei Punkte kann man einen Namen löschen oder umbenennen.



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.

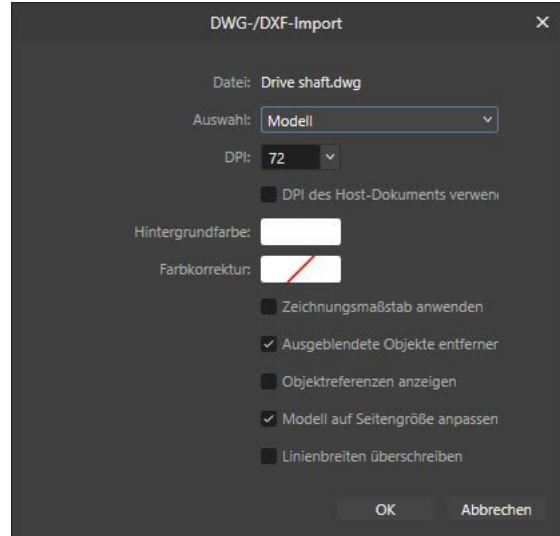


Abb.: Import-Dialog zur Auswahl von Optionen

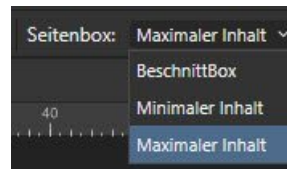


Abb.: Auswahl der anzuzeigenden Inhalte

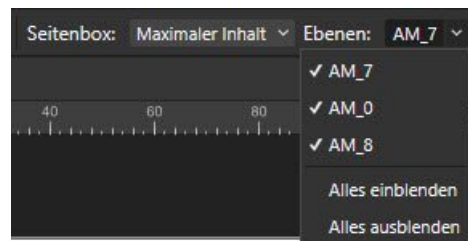


Abb.: Auswahl der anzuzeigenden Ebenen



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

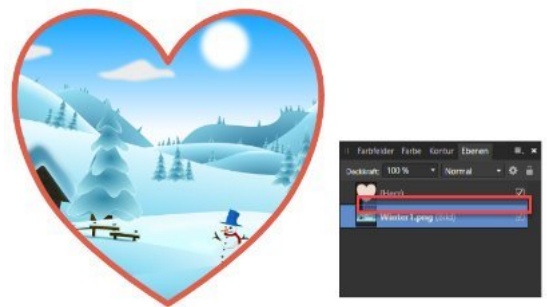


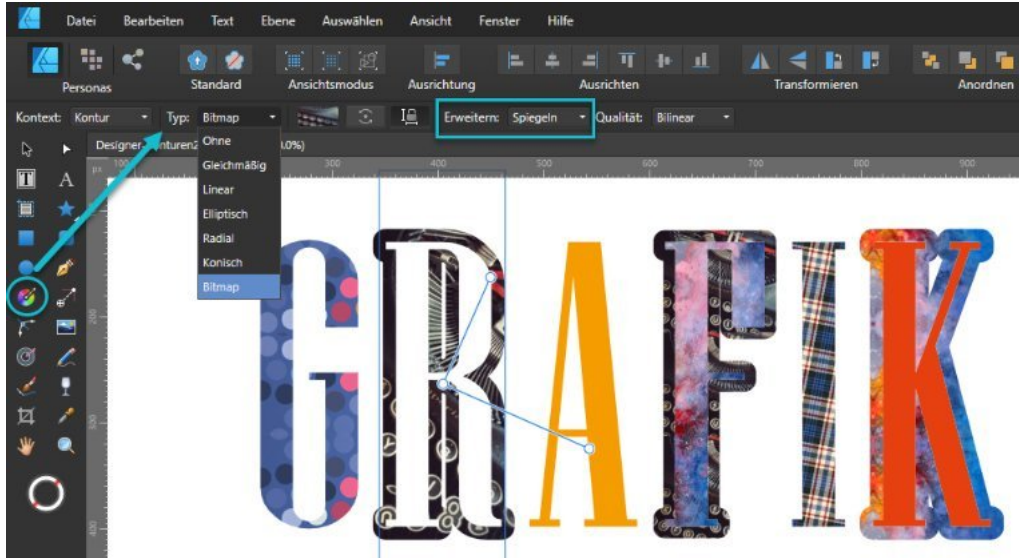
Abb. 2: Die Fotoebene auf die Grafikobjekt-Ebene ziehen



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 Füllungswerkzeug auch für die Kontur. Schreiben Sie mit dem Grafiktext-Werkzeug ein beliebiges Wort oder einen Buchstaben, weisen Sie diesem eine Füllfarbe (Panel FARBELDER) 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 Grafkwiederholung 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.

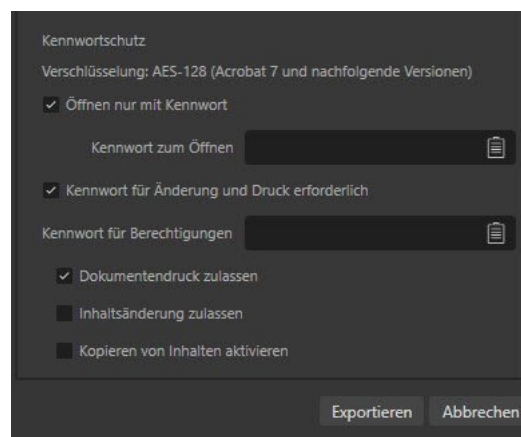


Abb.: Der Kennwortschutz im PDF-Export-Dialog



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.

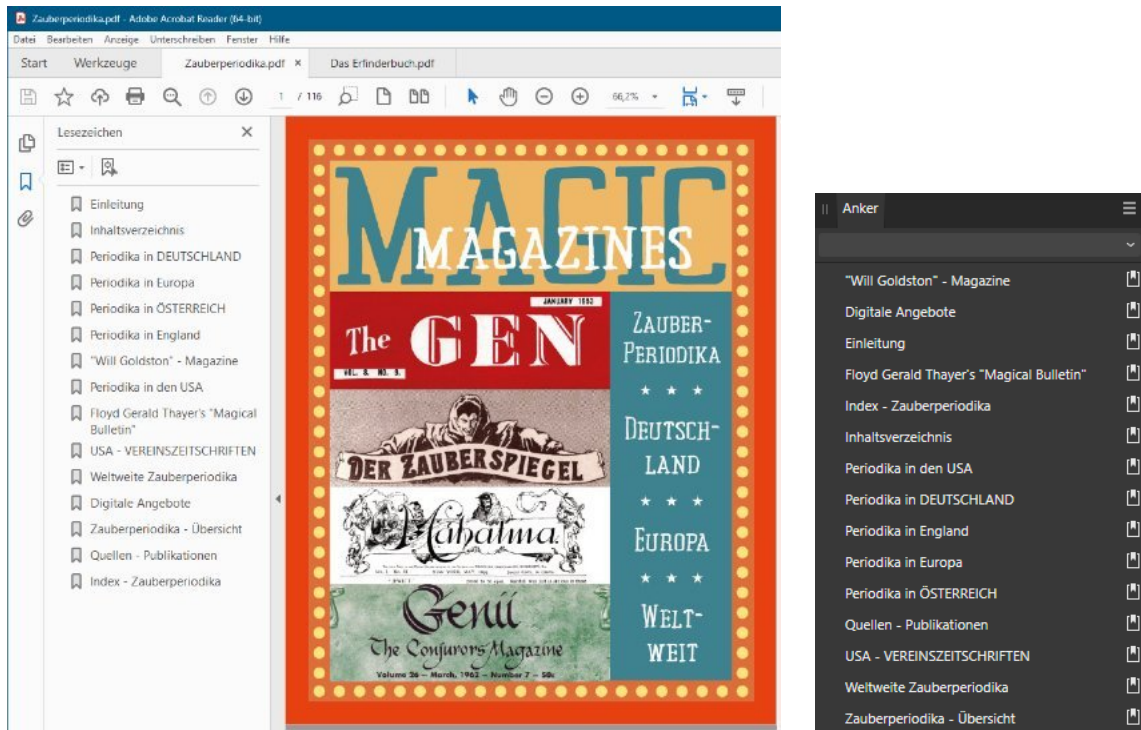


Abb.: Links: Ansicht PDF-Datei mit Inhaltsverzeichnis. Rechts: das Panel ANKER zu dieser Datei. Hier kann man sehen, dass die Einträge nach dem Export automatisch sortiert werden.



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 Auswahlmü 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

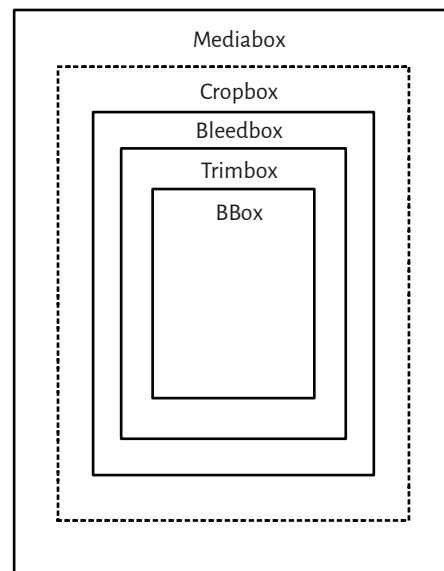
Anschnittrahmen und enthält alles, was gedruckt wird UND den Anschnitt.

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.

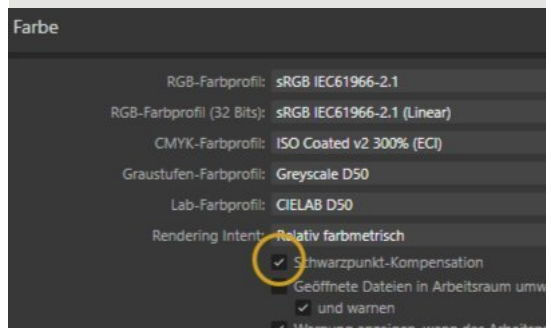
Der Bereich „Allgemein“: In diesem Bereich findet man Einstellungen für „Dokument“, „Text“ und „Anderes“. Am wichtigsten sind hier folgende Funktionen, bei denen man einen Haken setzen sollte: Bei „Dokument“ findet man den Eintrag „Verknüpfte Ressourcen bei externer Änderung automatisch aktualisieren“. 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

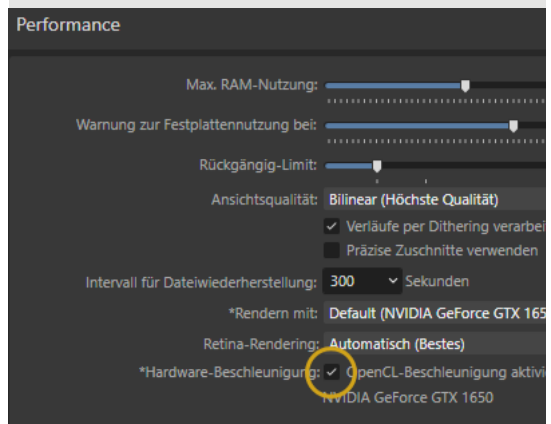
Bereich „Allgemein“



Bereich „Farbe“



Bereich „Performance“



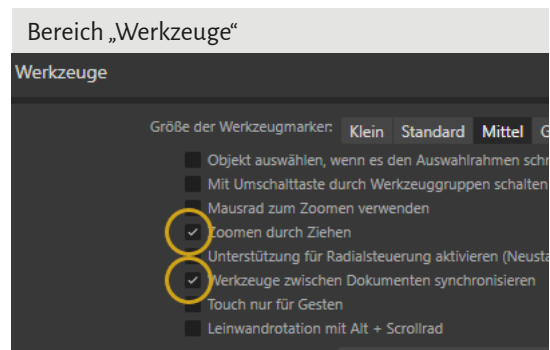
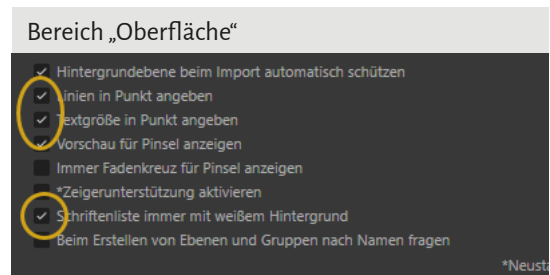
„Schwarzpunkt-Kompensation“, denn dadurch lässt sich die Detailgenauigkeit in Schattenbereichen bei Drucken steuern.

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

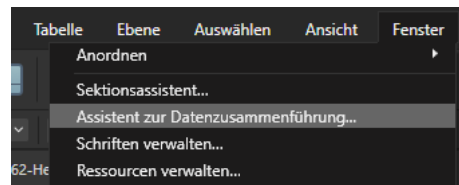


Abb.: Den Assistenten findet man im Menü „Fenster“

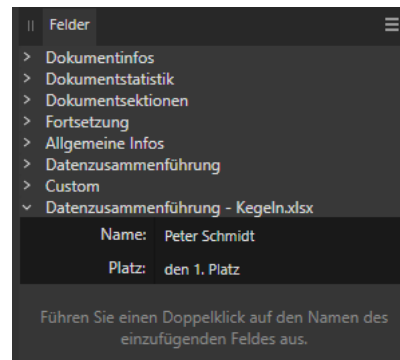


Abb.: Über das Panel „Felder“ werden die Platzhalter in den Bereich der Datenzusammenführung eingesetzt



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

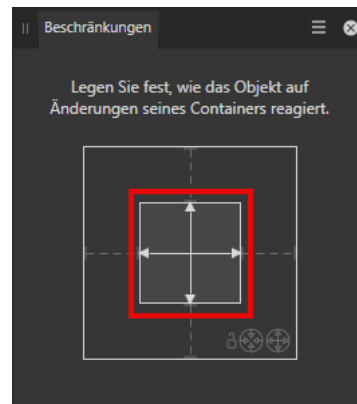


Abb. 1: Pedro streicht die Außenfassade des Gebäudes



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.

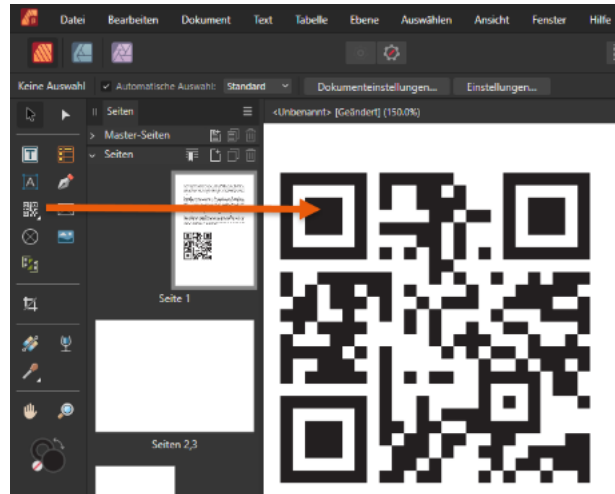


Abb.: Das QR-Code Werkzeug in der Werkzeugpalette

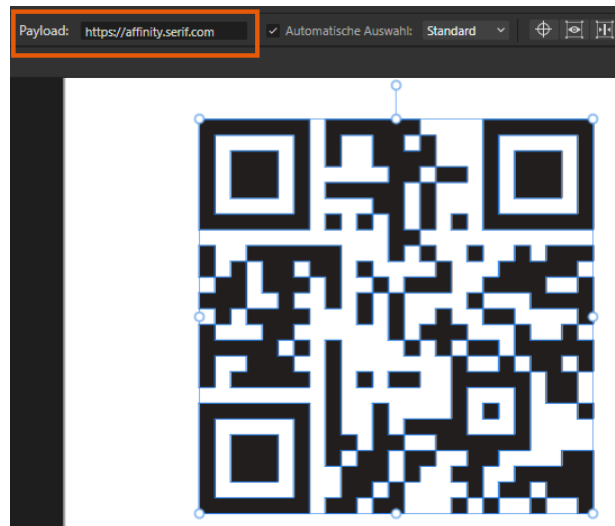


Abb.: Über den Eintrag „Payload“ wird der gewünschte Code eingegeben



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

The screenshot shows the Photoshop interface with the 'Ebeneeffekte' panel open. The 'Ebene' (Layers) panel on the left shows a stack of layers, with the top layer 'man-2425121.jpg (Bild)' selected and highlighted with a blue circle '2'. The 'Ebeneeffekte' panel on the right shows the 'Farbe überlagern' effect checked with a blue circle '3'. The 'Mischmodus' dropdown is set to 'Negativ multipliziere' with a blue circle '4'. The 'Deckkraft' slider is at 50%. The 'Farbe' is a bright blue. At the bottom, there are options for 'Mit Objekt skalieren' and 'Füllungsdeckkraft: 100%'.

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.

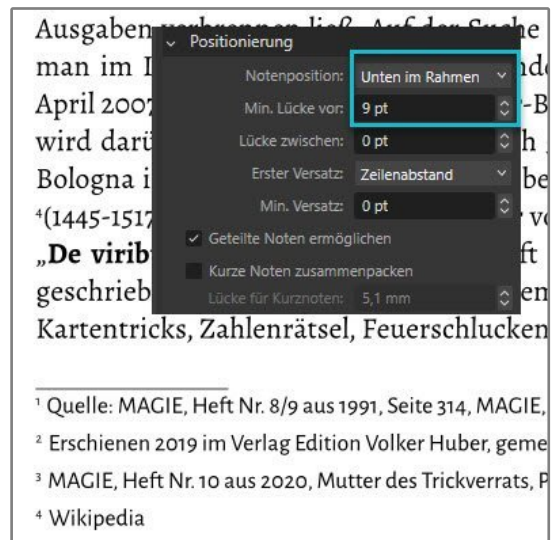


Abb.: Einstellung zur Position und Lücke zum Text



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.

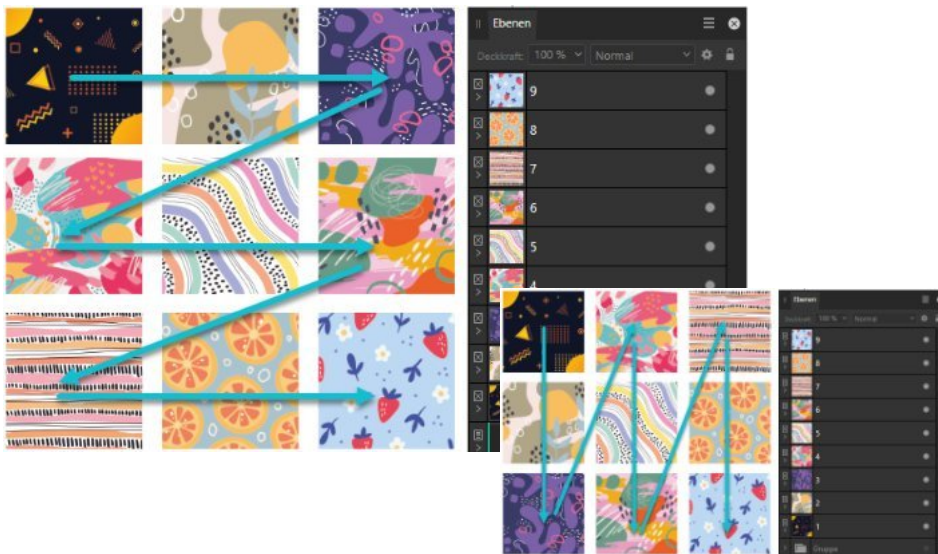


Abb. links: Anordnung beim Einfügen von links nach rechts.

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

M62

DAS AFFINITY MAGAZIN

50 TIPPS

Affinity

Publisher

TRIPS

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





M62
DAS AFFINITY MAGAZIN

27
2025

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

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, „Kolummentitel“ 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

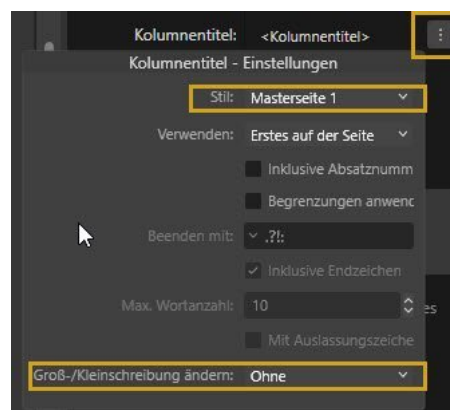
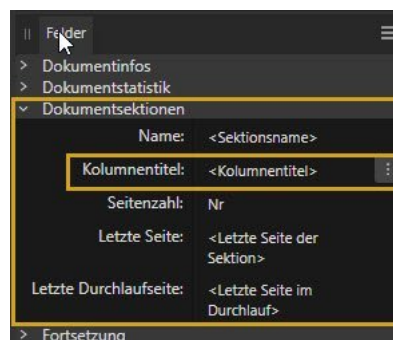
In der Affinity-Suite 2.1 wurden die Kolumnentitel eingeführt. Wenn man in einer Publikation im Fuß- oder Kopfbereich den Kapitelnamen einfügen möchte, ist dies die erste Wahl. Gegenüber dem „Sektionsnamen“ hat diese Art der Automatisierung den Vorteil, dass man den Kapiteleintrag direkt über den Text 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 Folge-seite beginnt.

FOTOS EINFÄRBen

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/

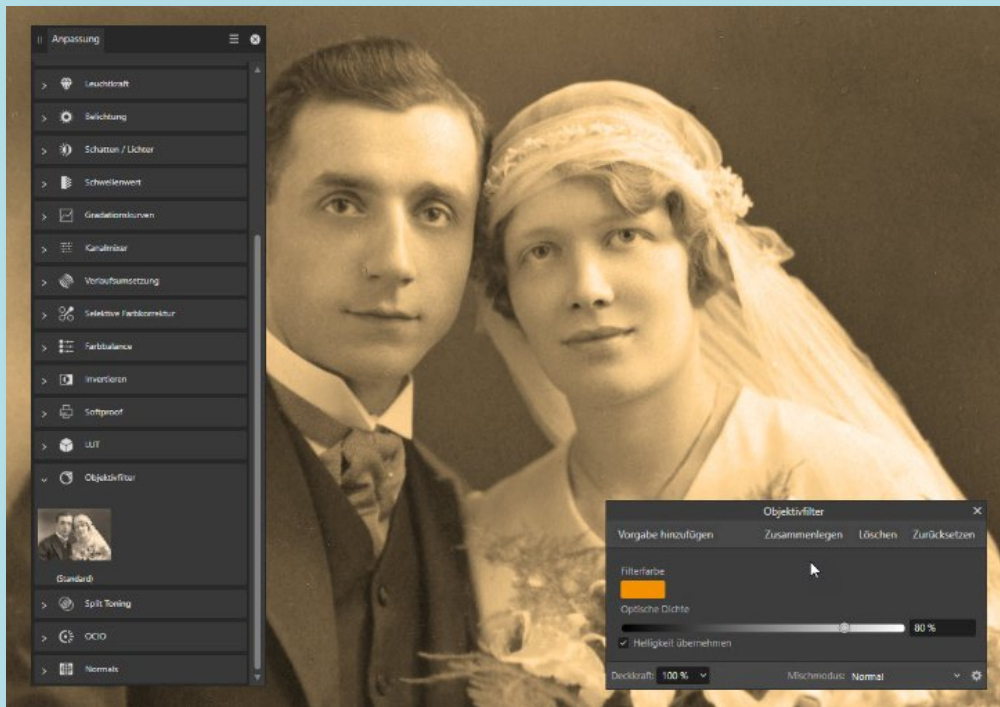
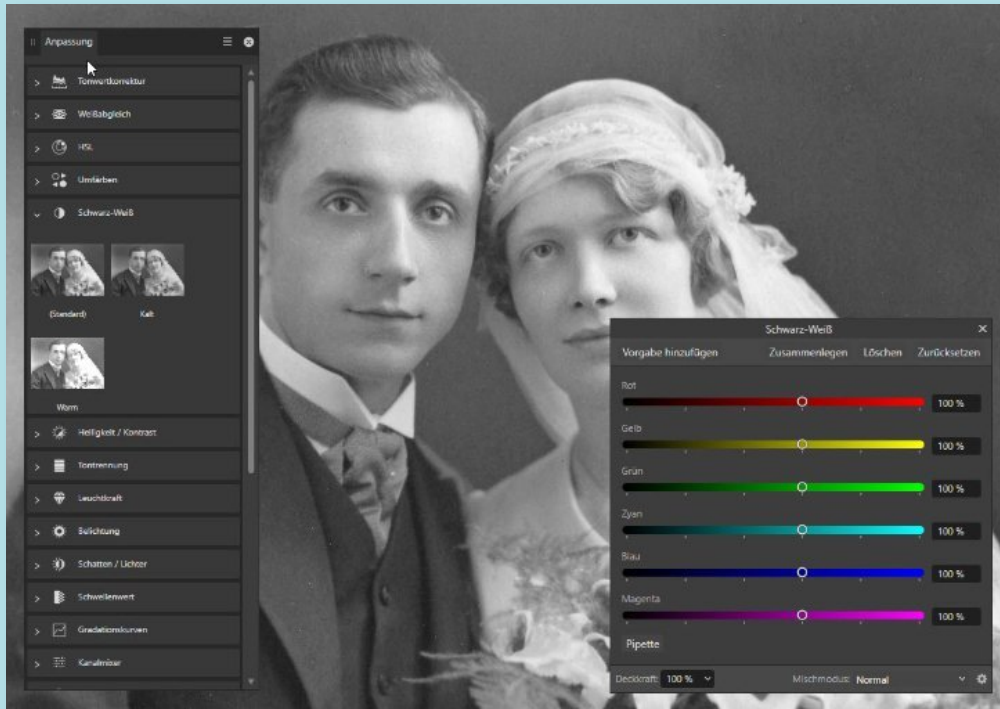


Abb.: Das Original Foto



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

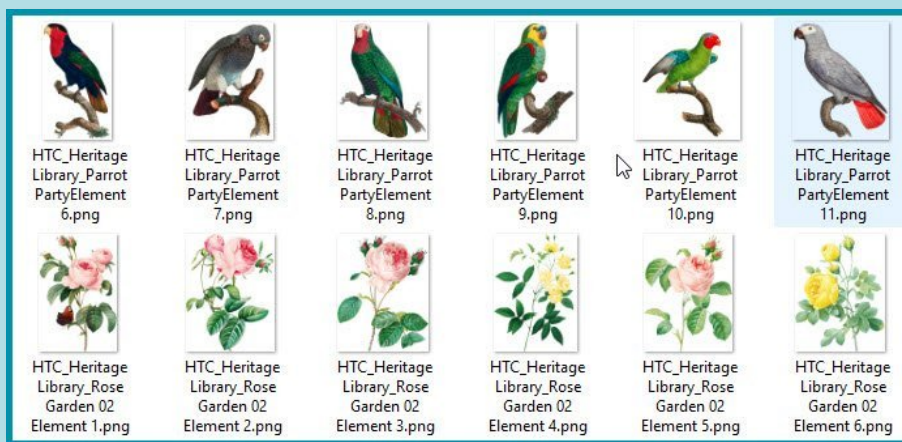


Abb.: Abgelegte freigestellte Motive in einem eigenen Ordner

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 umschaun. 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

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.

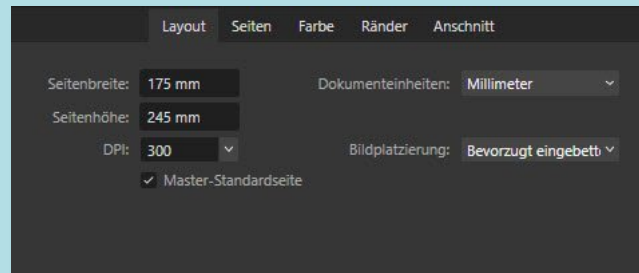


Abb.: Legen Sie das Layout auf 175 x 245 mm fest

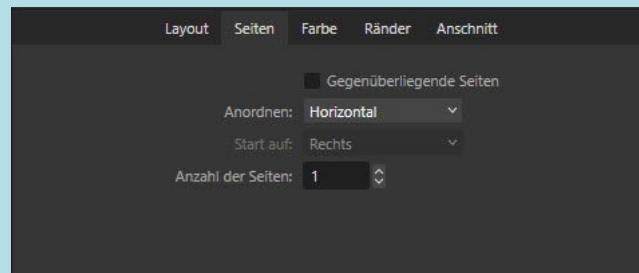


Abb.: Nehmen Sie den Haken bei „Gegenüberliegende Seiten“ raus

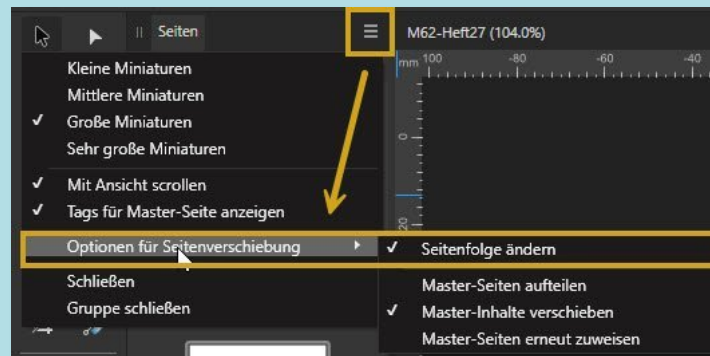


Abb.: Achten Sie im Panel SEITEN auf die richtigen Einstellungen

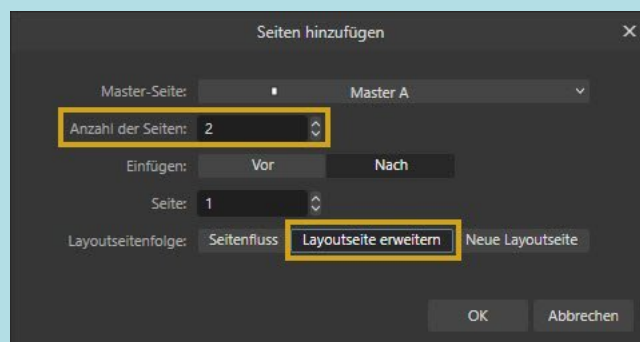


Abb.: Anlegen von 2 weiteren Seiten, mit der Layout-Erweiterung



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

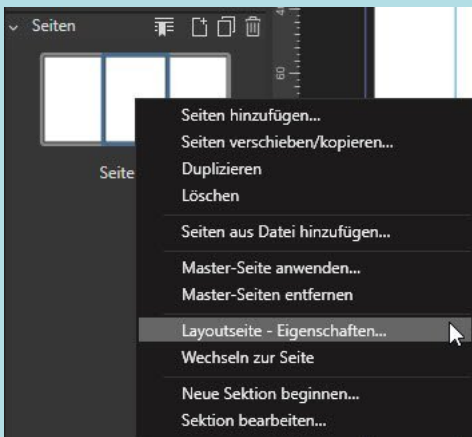


Abb.: Mit der rechten Mouse-Taste werden im Panel SEITEN die Eigenschaften der Layoutseite aufgerufen

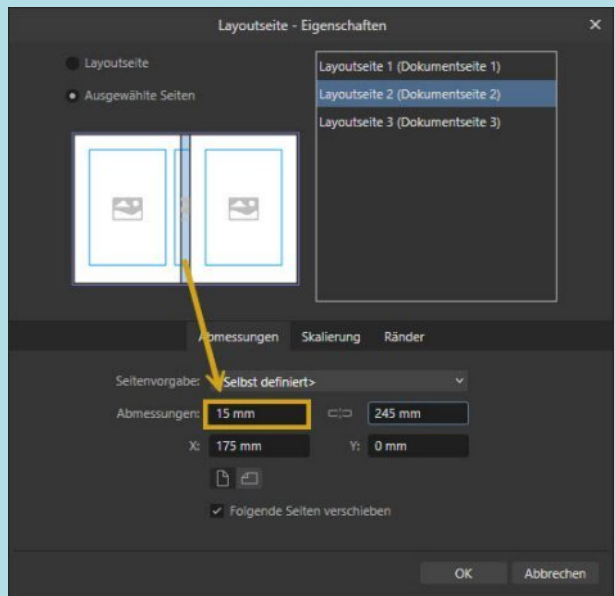


Abb.: Der mittlere Steg wird markiert und auf 15 mm eingestellt

WICKELFALZ-FLYER AUF DIN A4

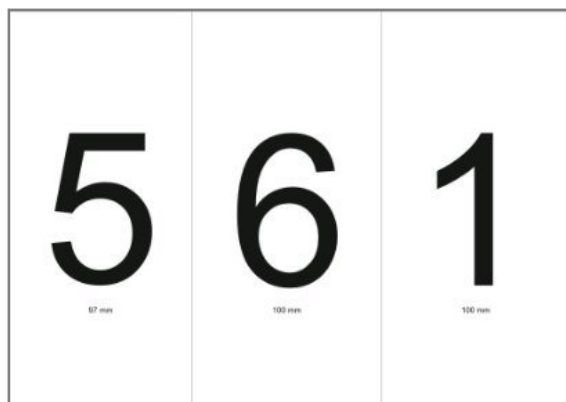
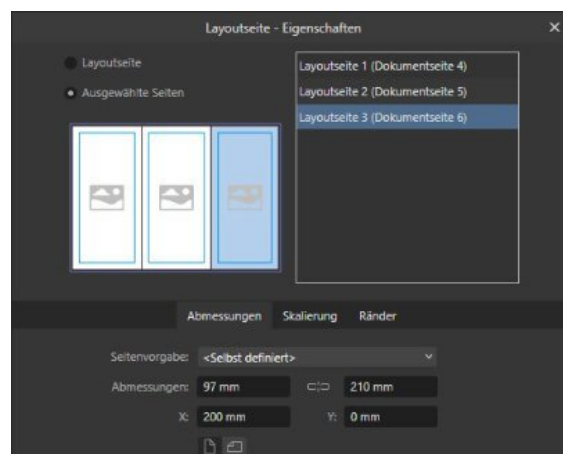
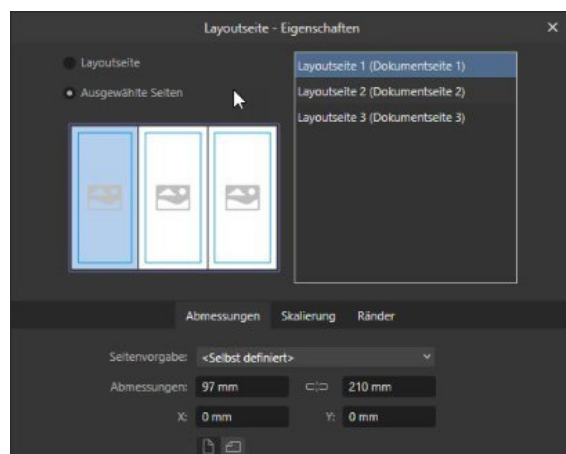


Abb.: Die Vorderseite des Wickelfalz-Flyers



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 „Dokumenteninfos“ 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

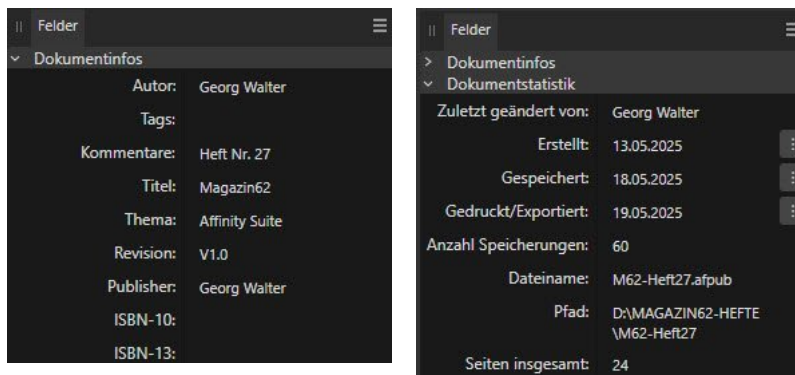
Für ein Impressum schreiben Sie ganz normal alle Infos in ein Textfeld. Mit einem Doppelklick markieren Sie den Eintrag, der als Feld definiert werden soll. Jetzt rufen Sie mit der rechten Mouse-Taste ein Menü auf und wählen „Text in Feld umwandeln“. In einem kleinen Menü sehen Sie nun den markierten 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 „Dokumentinfos“ und „Dokumentenstatistik“ aufrufen

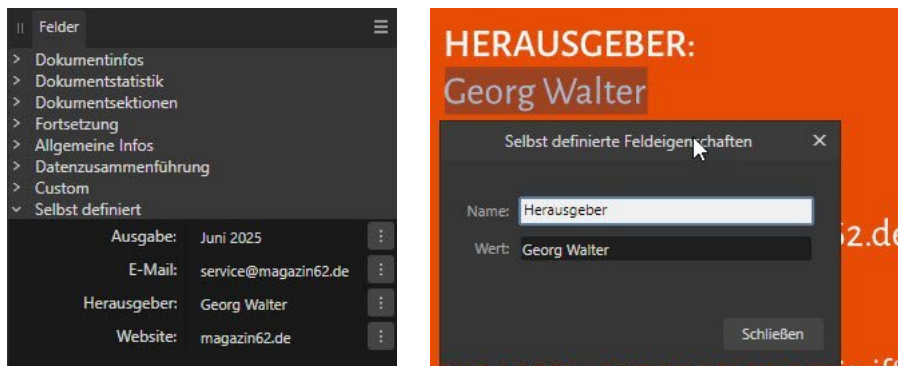


Abb.: Eigene Felder anlegen

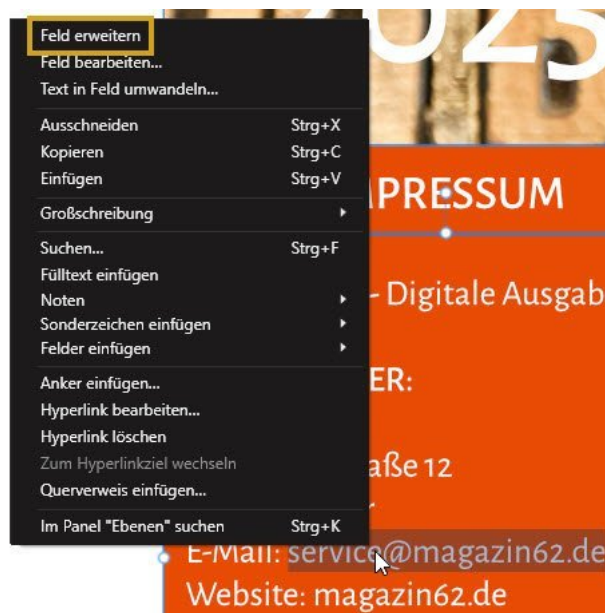
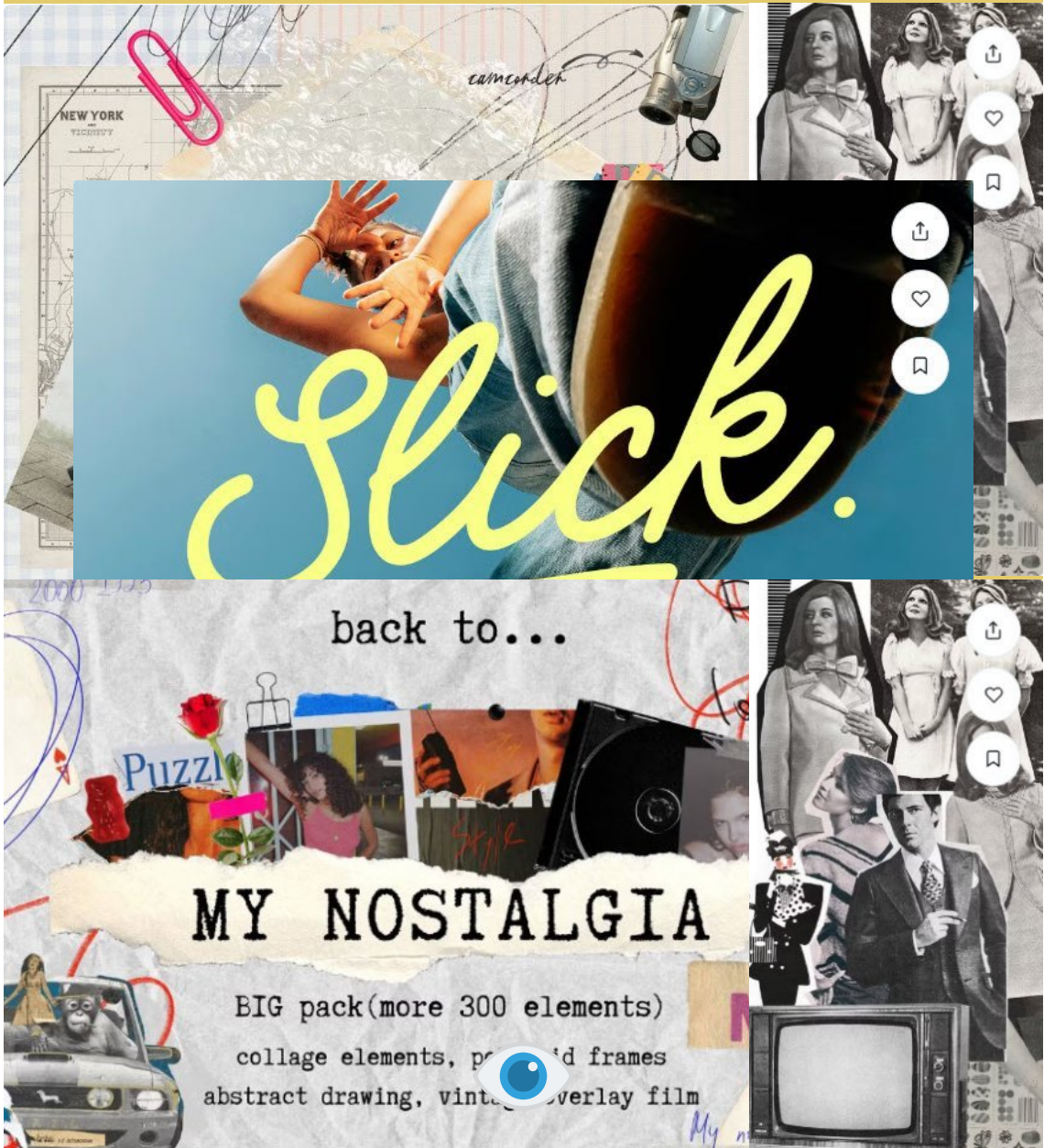


Abb.: Ein FELD in Text umwandeln

Creative Market

EIN ELDORADO FÜR GESTALTER



KLONEN MIT AFFINITY-PHOTO

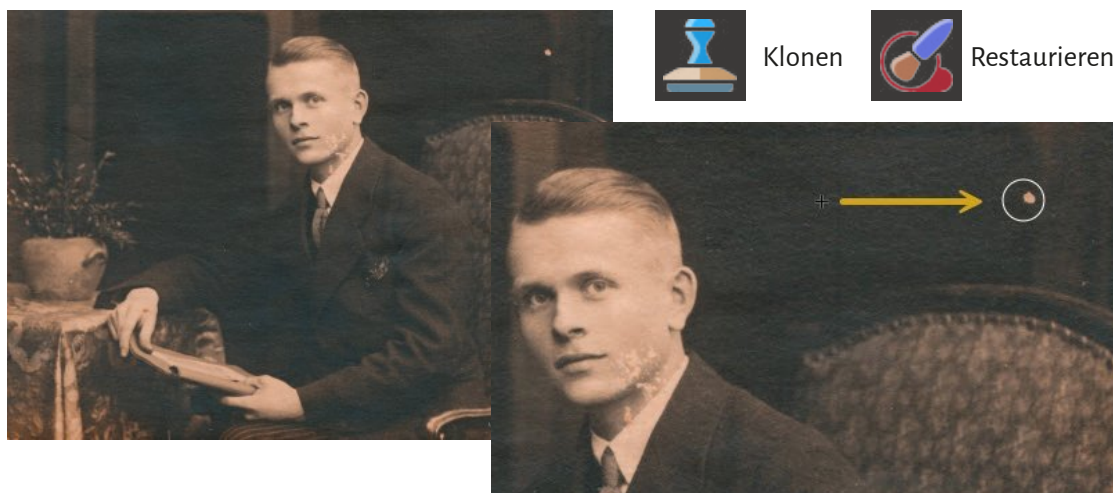


Abb.: Das original Foto, Retusche mit dem Klonen-Werkzeug

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

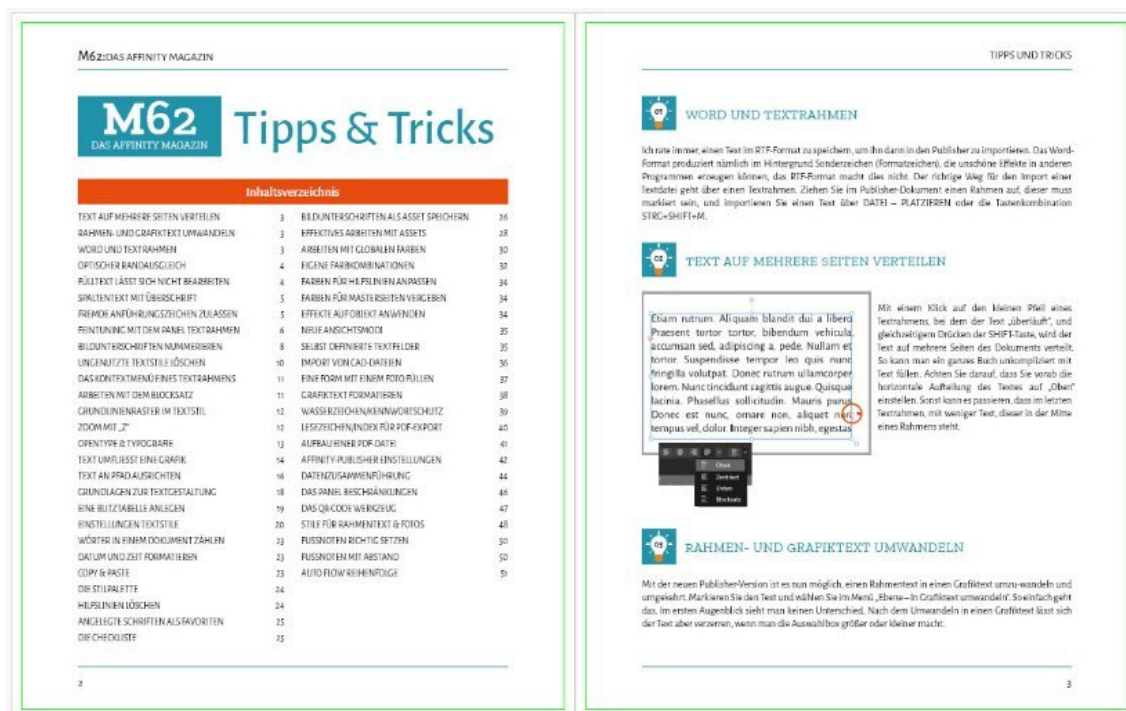


Abb.: Anzeige des Anschnitts mit einem farbigen Rahmen

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 „Seitananzeige“ 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



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 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

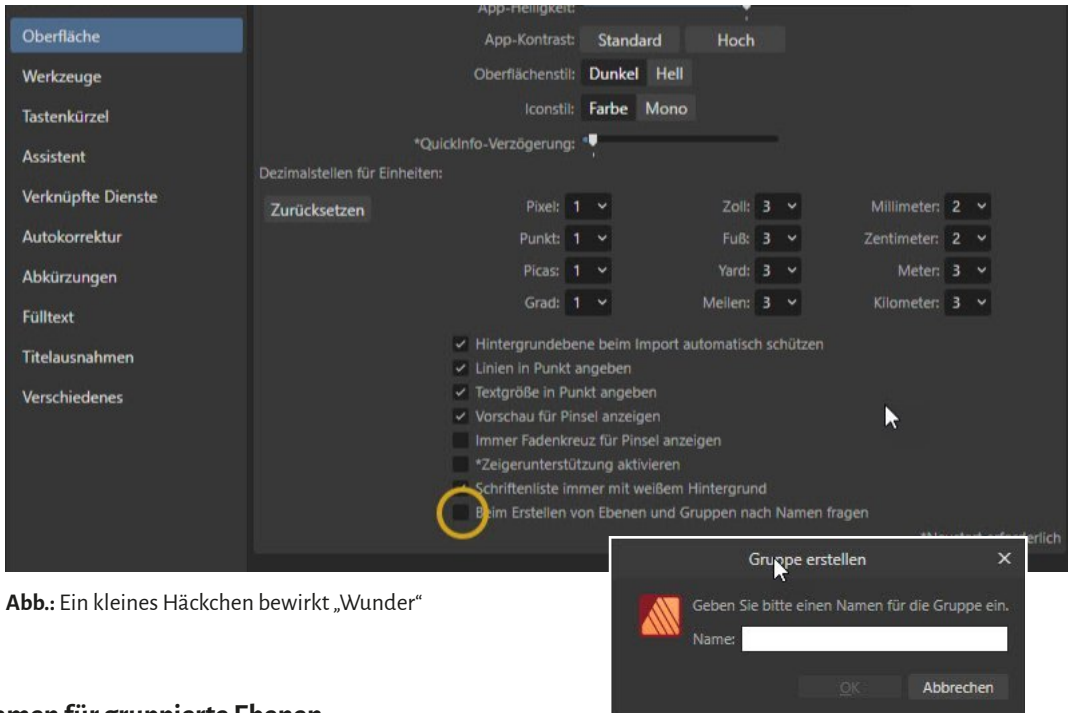


Abb.: Ein kleines Häkchen bewirkt „Wunder“

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.

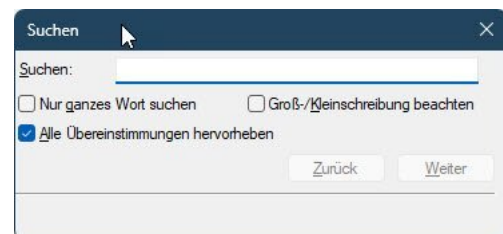
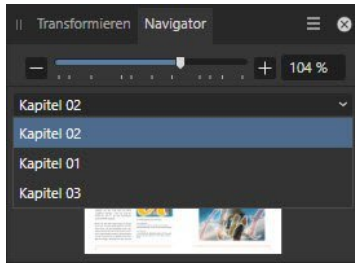


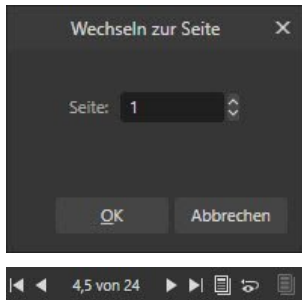
Abb.: Das Suchfeld in der Publisher-Hilfe



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 MACAZIN / 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 MACAZIN / 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.

Video hinzufügen

Datei öffnen

Dateipfad

OK Abbrechen

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 „Abspiele-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.

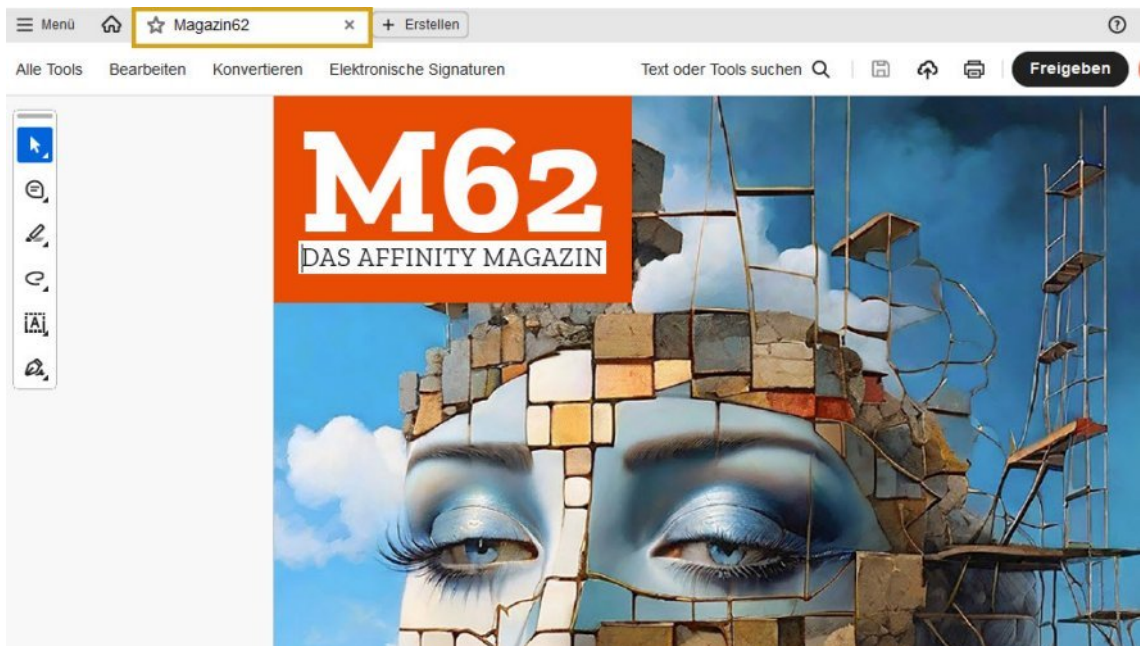


Abb.: Das Affinity-Feld „Titel“ wird im PDF-Viewer angezeigt

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.



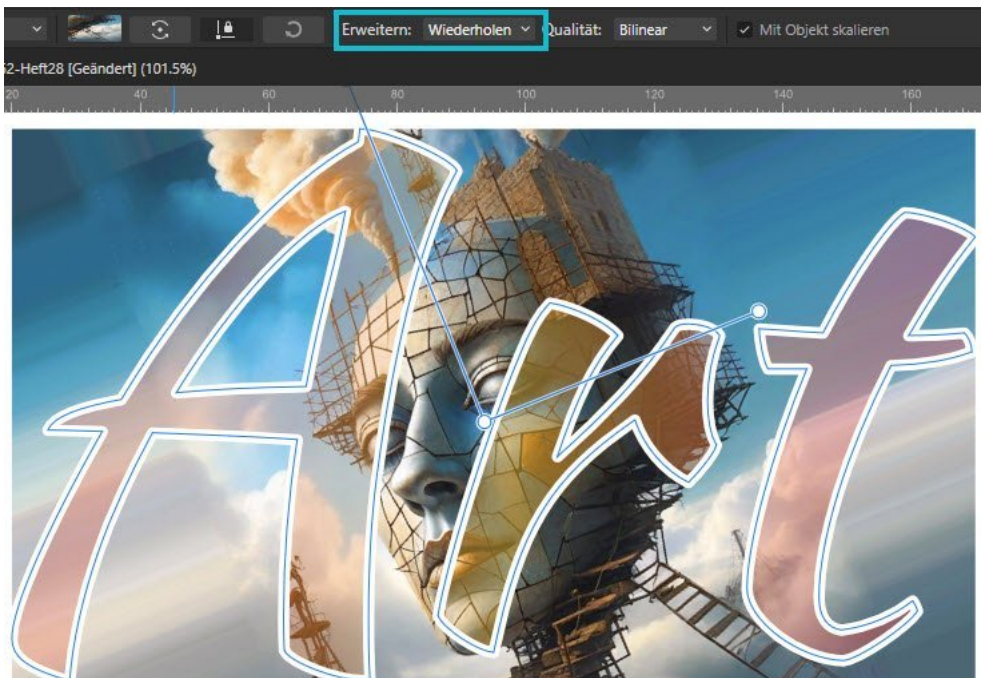
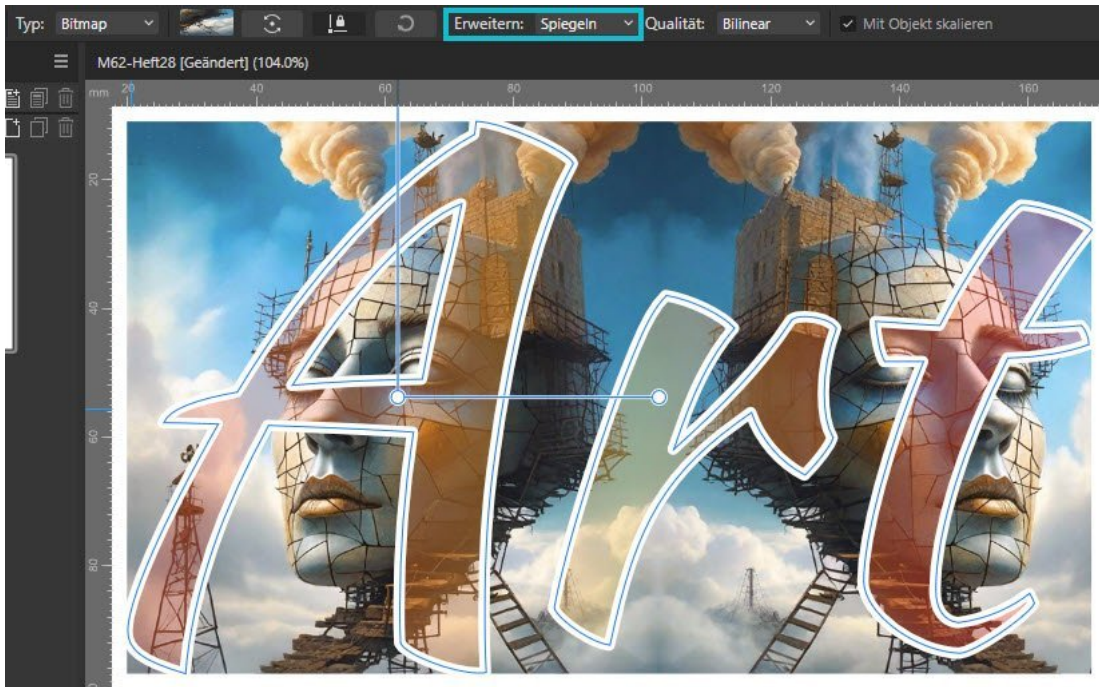
Zur Erklärung des Verlaufswerkzeuges:

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

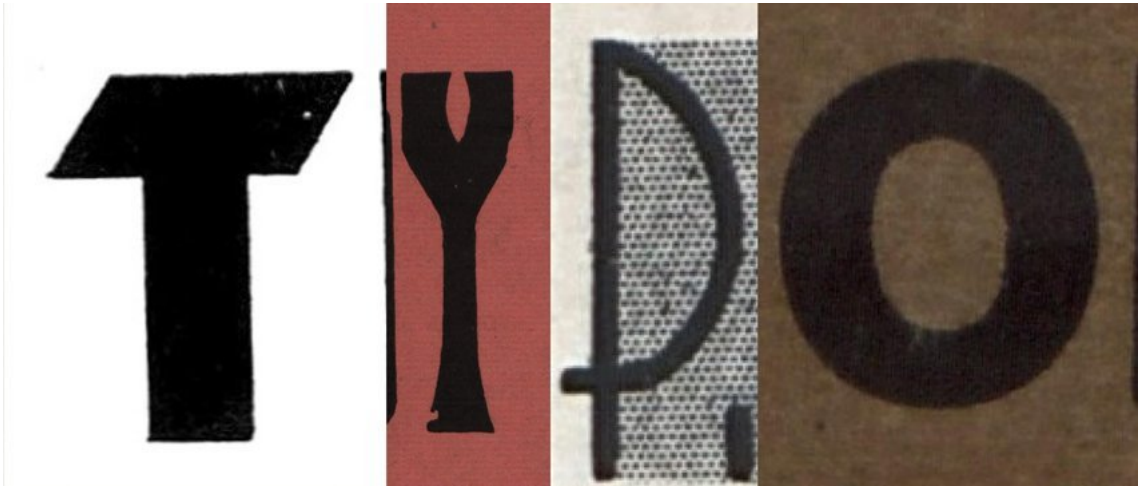
Über ein Menü, dass man auf der Website oben rechts aufrufen kann, werden verschiedene Einstellungen gemacht. So kann man die Hintergrundfarbe ändern, die Schriftarten auf

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.



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.

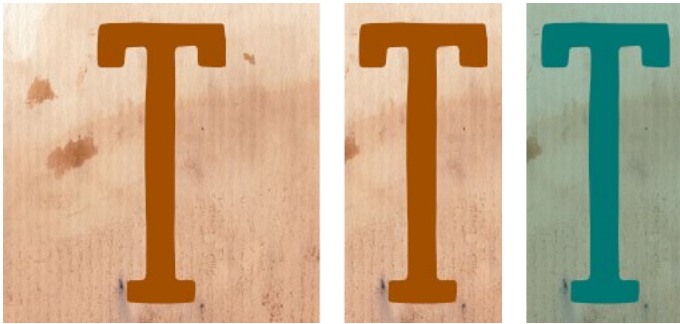


Abb.: Ein Beispiel



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.

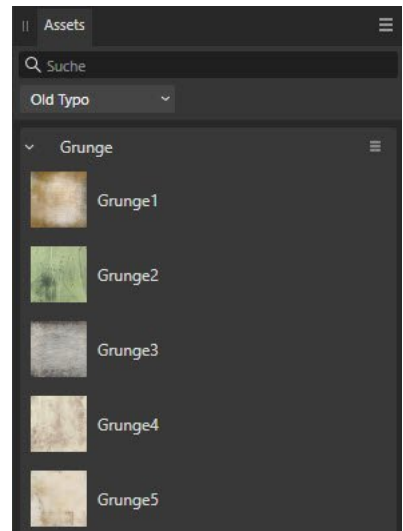
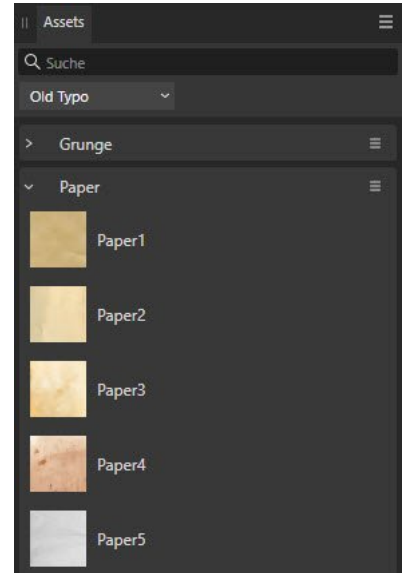


Abb.: Asset „Old Typo“ mit den Unterkategorien „Grunge“ und „Paper“

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



Der Flöten- Spieler

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.

Mach es anders

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 Könnler 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.

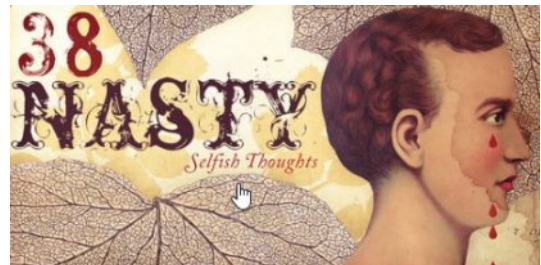
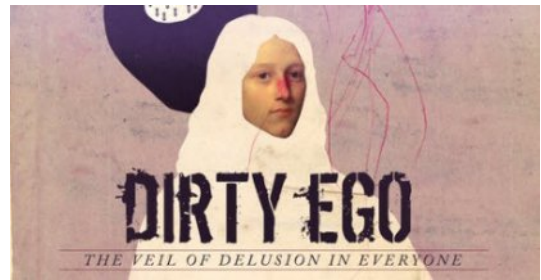
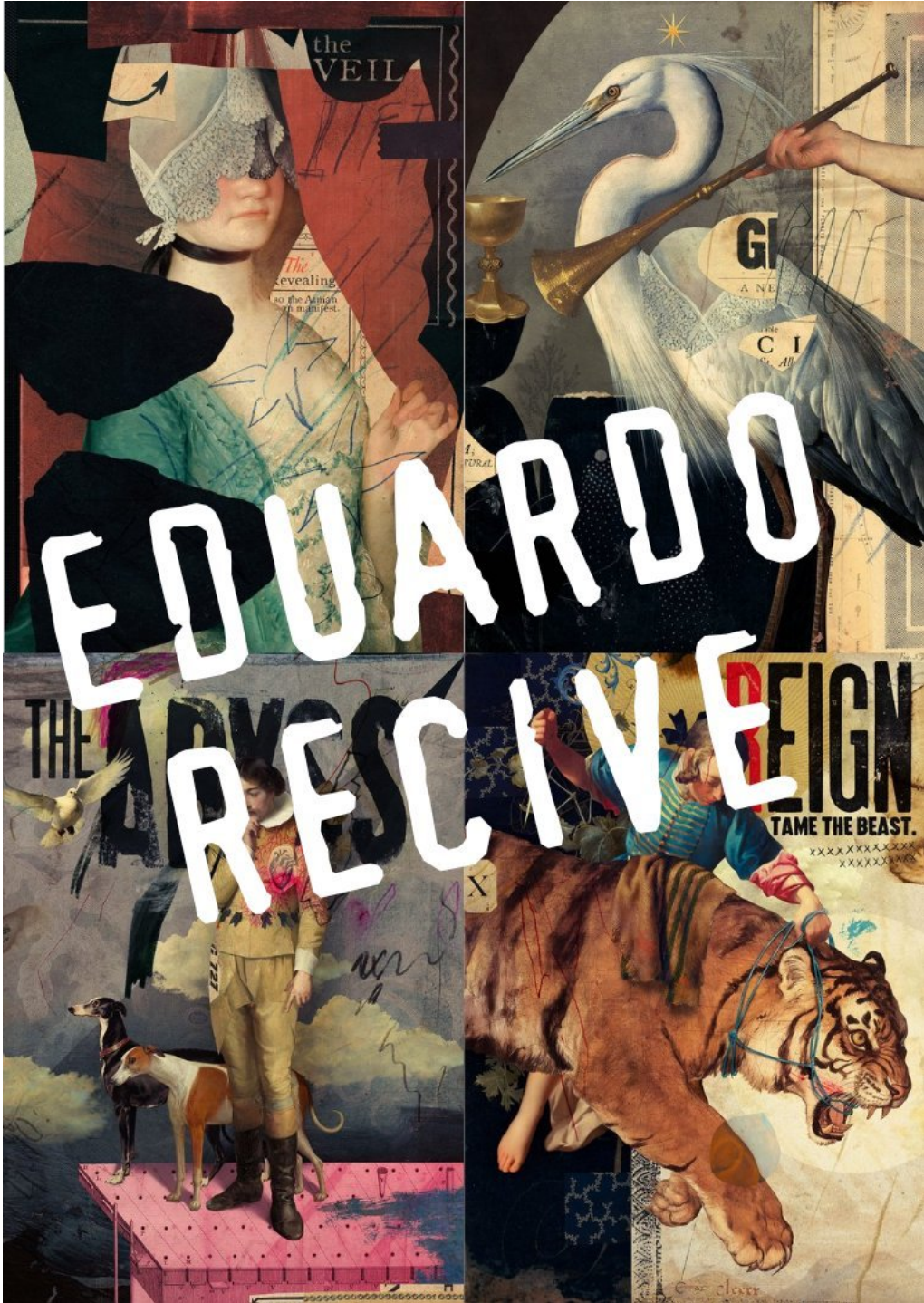


Abb.: Freeware-Schriften von Eduardo Recive



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



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

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 Kundestamm 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 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.

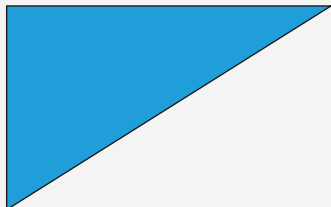
Elemente der Vorlage



45
TOUREN
in Europa und
weltweit



GEWINN-
SPIEL
Schlafsack DownWool
Nature Comfort
von Gruezi bag
Infos auf Seite 40



NEU

NEU
CAMPING & REISE

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

MAGAZIN

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

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

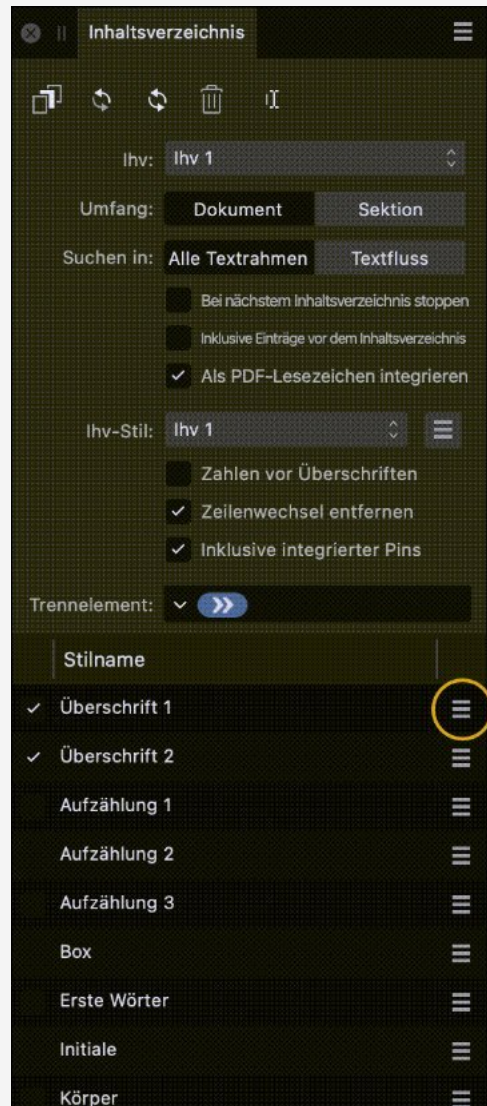


Abb.: Um alle Seitenzahlen bei mehreren Stil-Einträgen anzeigen zu lassen, muss man rechts in das Menü gehen

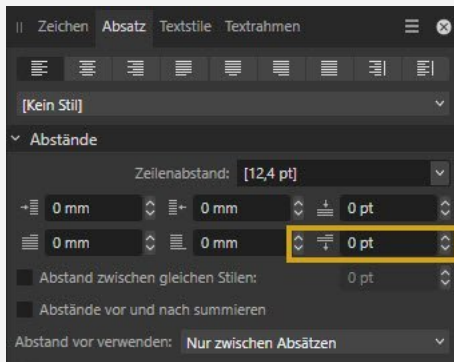
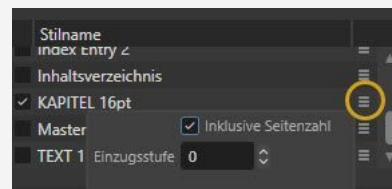


Abb.: Nach der Aktualisierung des Inhaltsverzeichnisses muss man immer wieder den Wert bei „Abstand nach“ auf NULL stellen



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“.

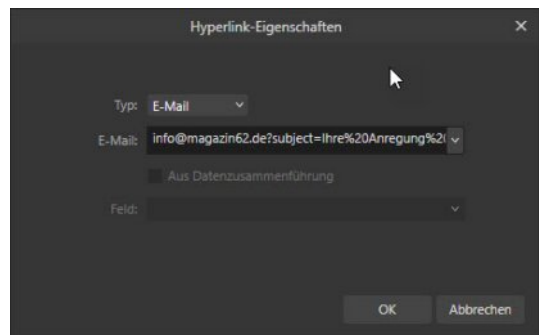


Abb.: Das Panel HYPERLINKS mit dem Typ „E-Mail“

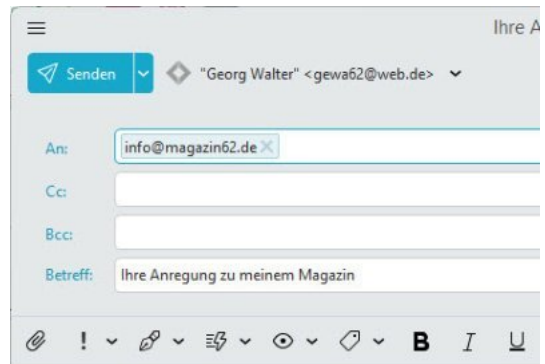


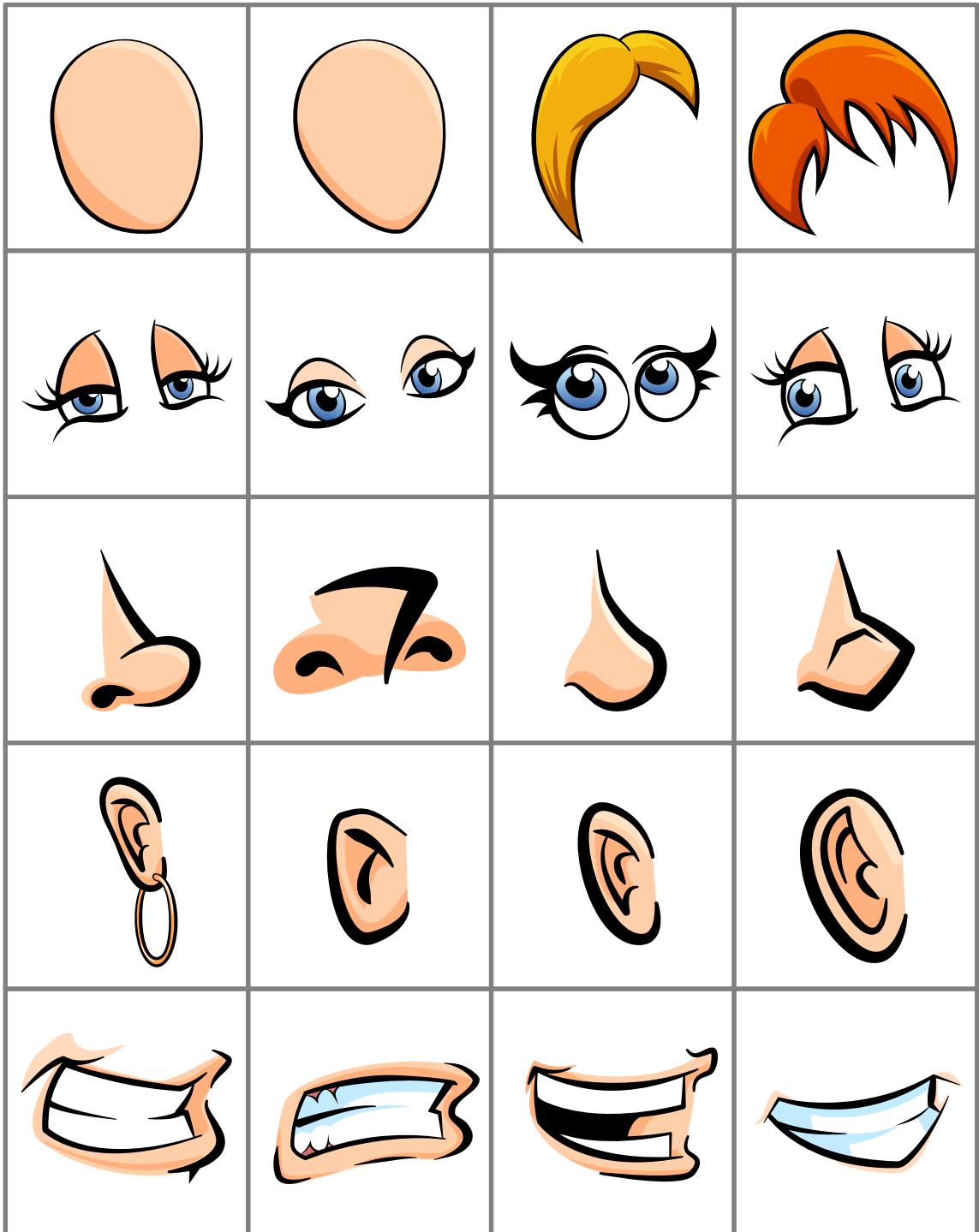
Abb.: Der Betreff-Eintrag im E-Mail Programm

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 FELDER an, jeweils mit dem Namen der Funktion im Unternehmen und als Wert, den

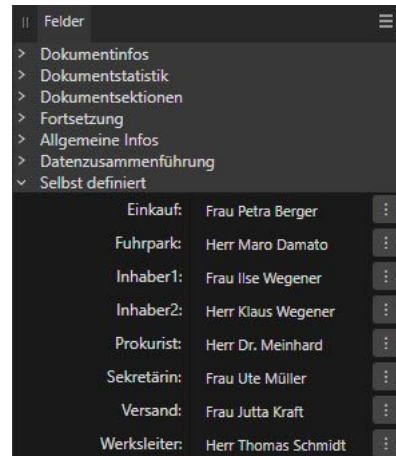


Abb.: Selbstdefinierte Felder mit den Namen der Personen in einer Firma

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.

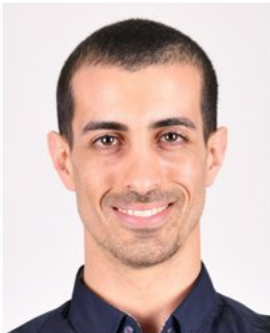
Die Firma Wegener GmbH - Personalliste



INHABERIN
Frau Ilse Wegener



INHABER
Herr Klaus Wegener



PROKURIST
Herr Dr. Meinhard



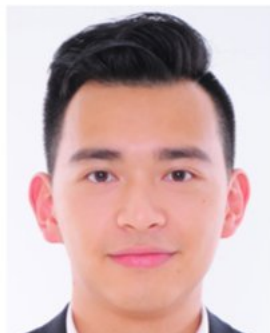
SEKRETARIAT
Frau Ute Müller



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 zusammengenagelt 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 Ingredienzen, 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 komfortablere 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 Metall Dosen 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 Mainzelmännchen 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 hair, wearing a dark shirt, is leaning over a chessboard in a dimly lit room. The scene is illuminated with a strong blue light, creating a dramatic and focused atmosphere. The man's hand is positioned over a chess piece, suggesting a critical moment in the game. The chessboard and pieces are clearly visible, with the lighting highlighting the textures and colors of the pieces.

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

Grimstone
Vintage Blackletter

PARTY BLOCK PARTY
AN EXCITING DISPLAY TYPEFACE

RAMBLER

TALL

Skribblugh Round

RAMPART
REG - ROUND - CONDENSED - BOLD

HANDCRAFTED

INTRODUCING THE STANDOUT FONT COLLECTION

Bouncy Calligraphic

LANCE
A FREE HANDWRITTEN FONT DUO
SANS & SERIF

BRITISH POSTCARDS
25 Beautiful Borders for Photoshop
EASY FOR PERSONAL AND COMMERCIAL USE

BRIXTON
100s OF STYLISTIC ALTERNATIVES
PART OF THE BRIXTON COLLECTION

SCRIBBLING TOM
Creative Handcrafted Font
BY TOM CHALKY

petal brush font

TALL PEN FONT
SANS AND SERIF

Casual Line Script
A New Handwritten
With 100s Of Stylistic
Alternatives

HECTIK
FREE FONT

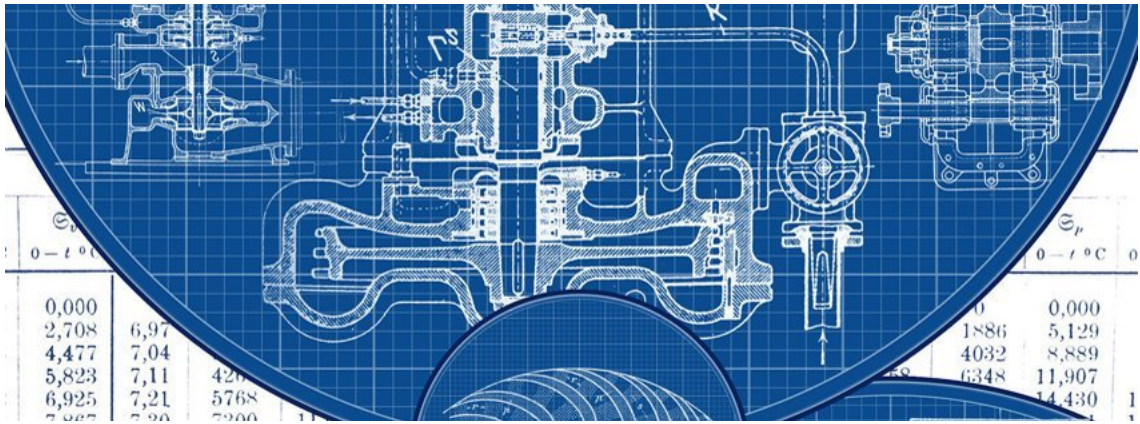
ÜBER DEN TELLERRAND GESCHAUT CAD Programme



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 Programm 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 Einsteigervariante 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 düpieren, 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.

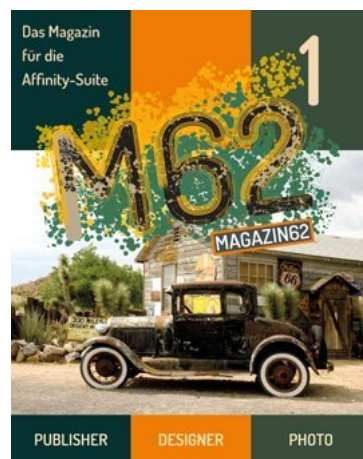


Abb.: Das Cover des 1. Heftes

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**

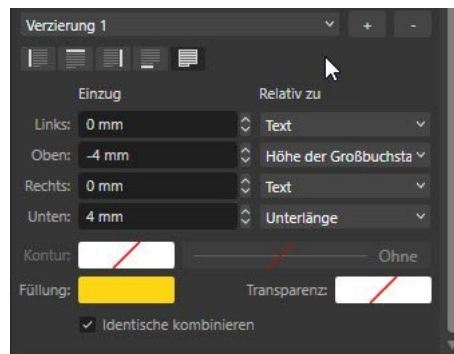
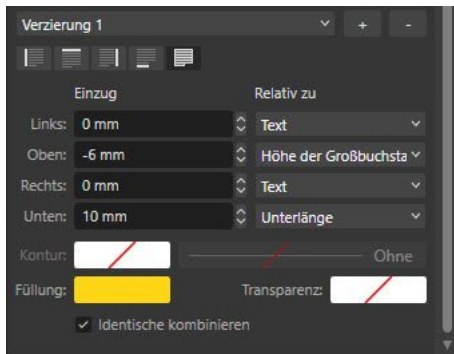
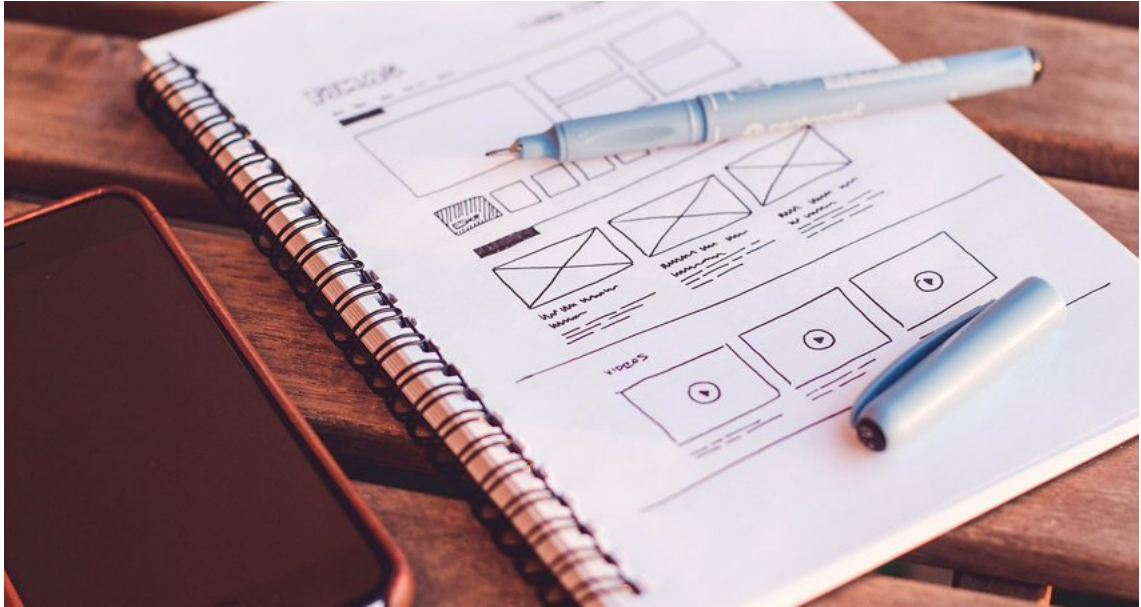


Abb.: Hintergrundfarbe setzen im Panel ABSATZ, bei Verzierung, Minusswerte oben, Pluswerte unten

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.

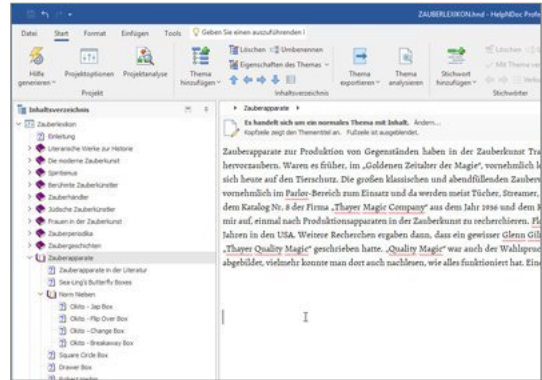


Abb.: Die Oberfläche von HelpNDoc, mit Kapitelbaum

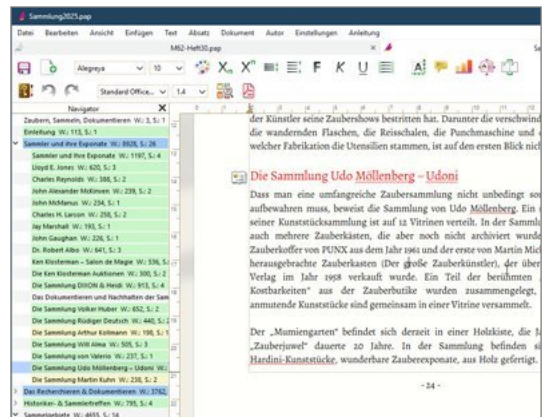


Abb.: Die Oberfläche von Papyrus Autor, mit Kapitelbaum

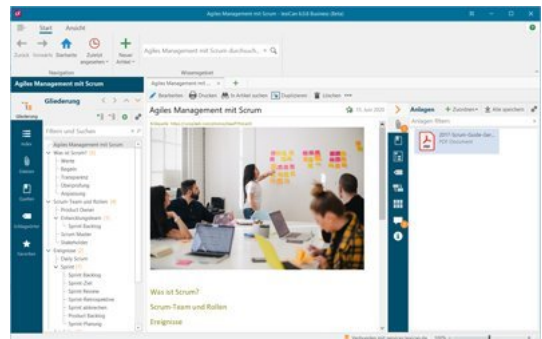


Abb.: Die Oberfläche von Lexican, mit Kapitelbaum

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

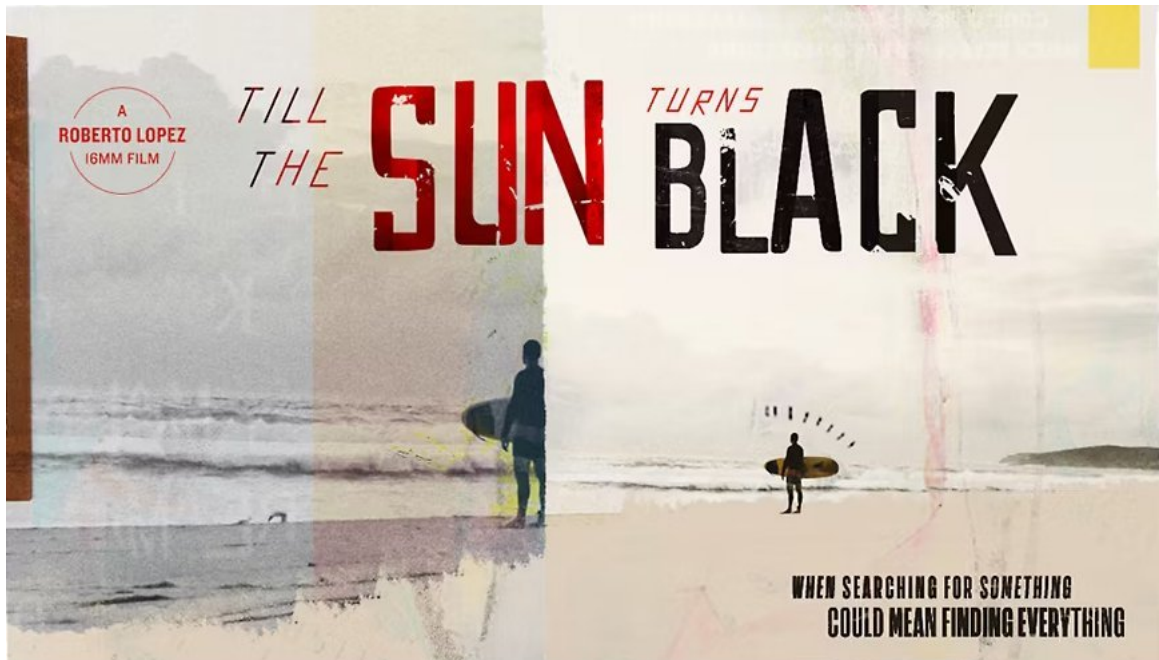
Designstudio, das Poster und Drucke herstellt

Kate Bingaman-Burt

Illustratorin von Anzeigen und Kritzeleien

Die Unvollkommenheit

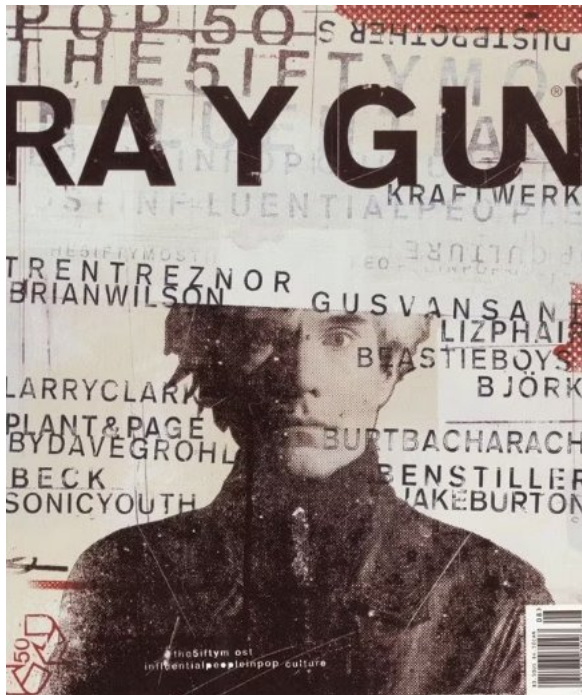
Das heutige Publikum legt oft Wert auf Echtheit statt Perfektion. „Dirty Design“ greift diesen Wandel auf, indem es Fehler und Unvollkommenheiten offen zur Schau stellt und so eine nachvollziehbare Ästhetik schafft, die die Authentizität widerspiegelt, nach der Menschen in ihrem Online- und Offline-Leben 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, das 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, Verketteten 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 Korbatits
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 Sytsem, 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, Verkettungen 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 Korbatits](#)
[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, Kolummentitel
 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 hair, wearing a dark shirt, is shown in profile, looking down intently at a chessboard. He is in the process of moving a piece. The scene is dramatically lit with a strong blue and purple light, creating deep shadows and highlighting the contours of his face and the chess pieces. The chessboard is in the foreground, and the background is dark and out of focus.

GAME OVER