



# Nützliches Know-how für Publishing-Praktiker

Die unabhängige Schweizer Fachzeitschrift «Publisher» bietet sechs Mal im Jahr ein Konzentrat an Praxiswissen aus den Bereichen Gestaltung, Bildbearbeitung, Layout, Prepress-Workflow und Digitaldruck. Egal, ob Sie den Publisher im Rahmen eines Jahresabos oder eines Zweijahresabos kennenlernen, es erwartet Sie in jedem Fall ein attraktives Begrüssungsgeschenk!



**Begrüssungsgeschenk  
Jahresabo**

## Jahresabo: TypoTuning und Publisher-Archiv

Wenn Sie den Publisher für ein Jahr (EUR 64.00 inklusive Jahres-DVD) abonnieren, erhalten Sie gratis TypoTuning 1 im Wert von EUR 25.00 und die Jahres-DVD

2006 im Wert von EUR 42.00: TypoTuning 1 Basics ist der erste Band aus der Buchserie von Ralf Turtschi. Mit 13 Regeln und realen Beispielen lernen Sie wie Fehler vermieden werden und dadurch die Gestaltung verbessert wird. Mit der Jahres-DVD 2006 verfügen Sie über das vollständige Archiv mit sämtlichen Ausgaben der Fachzeitschrift Publisher von 1993 bis 2006 im Acrobat-PDF-Format. Darüber hinaus enthält die DVD Themenbereiche zu Design, InDesign, PDF, Photoshop, Farbmanagement und weiteren Themendossiers. In den Themenbereichen sind alle Einzelartikel ab dem Jahr 2000 thematisch geordnet.



**Begrüssungsgeschenk  
Zweijahresabo**

## Zweijahres-Abo: Pantonefächer geschenkt!

Wenn Sie den Publisher jetzt für zwei Jahre (EUR 128.00 inklusive Jahres-DVD) abonnieren, schenken wir Ihnen ein Set Pantonefächer «Formula Guide C+U». Diese umfassen die erweiterte Farbpalette der 1124 Pantone-Farben je auf ungestrichenem und gestrichenem Papier und bieten gegenüber den alten Fächern grössere Farbfelder.

## Ja, ich möchte den Publisher kennenlernen

### Jahresabo

- Ich abonniere den Publisher im Rahmen eines «AboBold» für ein Jahr zum Preis von EUR 64.00 und erhalte dazu **TypoTuning 1 Basics** und die **Jahres-DVD 2006** als Begrüssungsgeschenk.

### Zweijahresabo

- Ich abonniere den Publisher im Rahmen eines «AboBold» für zwei Jahre zum Preis von EUR 128.00 und erhalte dazu das Set **Pantone Formula Guide C+U** als Begrüssungsgeschenk.

Vorname, Name \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Strasse \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Einsenden oder faxen an: Digipress GmbH, Schulgasse 5, CH-8400 Winterthur, sekretariat@publisher.ch, Fax +41 (0)52 269 18 31

## E-MAIL VS. RSS-FEED –

### WAS IST DAS KOMMUNIKATIONSMITTEL DER ZUKUNFT?

*Allein der projektbezogene E-Mail-Verkehr hat oft einen riesigen Daten- und Informationswust zur Folge. Jochen Baumann und Daniel Wiegand, die Inhaber der FirstSquare GbR, haben sich deshalb Gedanken zu Kommunikationsalternativen gemacht. Am Beispiel des RSS-Feeds zeigen sie, wie man beim Informationsaustausch die Übersicht behalten kann.*

#### Steigende Bandbreite – Fluch oder Segen?

Die Internetverbindungen werden immer schneller, die Kosten stetig geringer, die heimischen Festplatten immer größer. Datenintensive Unterhaltungsportale wie YouTube profitieren seit Langem von dieser Entwicklung. Die Nutzer speichern Medien aller Art und jeder Größe auf ihren Rechnern und verschicken sie an Bekannte oder Kollegen – per E-Mail natürlich. Das vervielfacht den Verkehr auf der Datenautobahn eminent.

Anderes Beispiel: Viele global agierende Firmen arbeiten in dezentralen Strukturen. Teammitglieder sind mitunter über den gesamten Erdball verteilt. Ihr Hauptkommunikationsmittel: die E-Mail.

#### Nachteile der E-Mail-Kommunikation

Über Projektmailinglisten findet oft genug unnötiger Mailverkehr statt, der die Kommunikation aufbläht und verkompliziert. Die Archivierung der Mails, die Datenspeicherung, gegebenenfalls die Ak-

tualisierung des Projektstandes gestalten sich zeitaufwendig. Zudem besteht die Gefahr, dass essenzielle Informationen verloren gehen.

Eine weitere schwer kalkulierbare Größe sind die Mailserver. Ein unachtsam verfasster Mail-Betreff, ein unerlaubtes Dateiformat als Anhang – nur allzu schnell landet man auf der Spam-Liste des Empfängers.

#### Auf zu neuen Ufern

Natürlich hat sich die E-Mail zu Recht durchgesetzt. Der Großteil der Korrespondenz und Dokumentation lässt sich damit sehr gut abbilden.

Im Internet entwickeln sich neue Wege, gerade seit dem Aufkommen von Web 2.0 und Ajax. Eine Technologie hat sich besonders hervorgetan: XML – die Basis für RSS-Feeds. In einem RSS-Feed, auch bekannt als News-Feed, werden die Daten in einer genormten Struktur aufbereitet und dem Nutzer zur Verfügung gestellt. Anschließend kann es in unterschiedlichen Ausgabemedien betrachtet werden.

RSS-Feeds werden bisher meist als reine Informationsquellen genutzt. Die Erzeugung erfolgt in der Regel automatisch. Beispielsweise wird ein neuer Eintrag im Newsfeed erstellt, wenn ein Artikel in den Onlineshop eingepflegt wurde.

RSS-Feeds lassen sich aber auch sehr gut als Projektwerkzeug einsetzen. Die Beteiligten tragen den Status, die Änderungen und Informationen direkt in ein Projekt-Feed ein, das allen Personen zur Verfügung steht. Weiterer Vorteil: Man kann zusätzliche Attribute in entsprechenden Kategorien zuordnen. So können Informationen für verschiedene Nutzer einfach und flexibel gesteuert werden. Das RSS-Feed lässt sich überall und zu jeder Zeit aufrufen und archivieren.

#### Fazit

Als Hauptkommunikationsmittel wird das RSS-Feed der E-Mail keine Konkurrenz machen – als unkomplizierte Alternative in der Projektkommunikation allemal.

□ Daniel Wiegand, Jochen Baumann



Beispiel eines RSS Feeds



**Daniel Wiegand**

FirstSquare Baumann & Wiegand GbR  
info@firstsquare.de  
www.firstsquare.de