



e-Publishing ziet ù door de bomen het bos nog?

“Hoe kan je als vormgever of als maker van een digitale publicatie op een efficiënte manier een effectieve keuze maken uit het ruime aanbod aan e-Publishing tools?”

*Projectverantwoordelijke
Ann Debeuf
Projectmedewerker
Serge Van Camp*

Korte projectnaam: **e-Publishing**

18/09/2017 tot 16/09/2018

S274 / S191 / TZ

Digitaal publiceren // wildgroei // noden vs mogelijkheden

Projectverantwoordelijke: Ann Debeuf (20%)

Projectmedewerker: Serge Van Camp (10%)

Disclaimer

De projectverantwoordelijke heeft zich ten doel gesteld voor een zo betrouwbaar mogelijke uitgave te zorgen. Niettemin is zij niet aansprakelijk voor onjuistheden die eventueel in deze uitgave voorkomen.

Copyright

© 2018 AP Hogeschool, Grafische & Digitale media, Antwerpen. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, elektronisch op geluidsband of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van AP Hogeschool.



e-Publishing, ziet u door de bomen het bos nog?

Korte projectnaam: e-Publishing

Projectverantwoordelijke: Ann Debeuf - ann.debeuf@ap.be

// e-Publishing, een containerbegrip

“Digitaal publiceren” is een heel ruim begrip. Een “E-book” of “e-Publicatie” wordt als een algemene term gebruikt, en kan verwijzen naar allerlei bestandsformaten, waardoor er al snel **spraakverwarring** ontstaat.

Alleen al het *soort* publicatie kan **heel divers** zijn, zowel naar bestandsformaat toe, naar gebruik toe, verspreiding, inhoudelijk, ... Het kan gaan over een eenvoudig jaarrapport, maar evengoed een uitgebreide brochure of een content-managed online catalogus.

Het aanbod om digitale publicaties te maken (offline/online) is zo mogelijks nog groter. Hierbij hebben de lezer (= de *gebruiker*), de maker (= *vormgever*/grafisch ontwerper) en de opdrachtgever (*eindklant* of communicatiebureau) verschillende belangen.

Bovendien is er een zeer **snelle evolutie** in gebruik (consumenten) van digitale bestanden, van desktop naar mobiel en in ‘the cloud’.

De workflow wordt steeds meer hybride, de grafisch vormgever wil graag een totaalpakket aanbieden aan de klant en de klant verwacht ook dat dit snel en goedkoop kan. Als een klant vraagt “kan je een e-Publicatie maken voor mij en hoeveel mag dat kosten?” moet je écht meer weten. Sommige e-Publicaties zijn in een wip gemaakt, anderen zullen dagen kosten.

In dit kader rijst de vraag: **“hoe begin je er aan?”**

De kleine ondernemer heeft soms nood aan een snelle, instapbare oplossing zonder grote investeringen. De kostprijs van programma's is hierbij een concrete investering, maar het (markt) onderzoek naar de mogelijke oplossingen, en de onvermijdelijke leercurve die hierbij hoort, is waarschijnlijk meer doorslaggevend dan die kostprijs.

// Probleemschets

Je wil een interactief document maken, maar je weet niet wat de mogelijkheden zijn, laat staan de beste of snelste manier om er de juiste uit te pikken.

Misschien weet je op welke device je publicatie zal gelezen worden, bijvoorbeeld de iPad, maar je weet niet hoe je dit kan realiseren, of wat de voor- en nadelen zijn bij bepaalde keuzes. Of je weet dat je een digitaal boek wilt publiceren, maar weet niet welke tools hiervoor bestaan.

Hoe kan je kiezen, als je niet weet wat voor interactieve bestanden er bestaan, of hoe ze te maken?

En hoe kan je aan de klant de juiste keuze aanbieden, als je door het bos de bomen niet ziet?

Absolute waarheden zijn er alvast niet, en er zijn geen kant-en-klare oplossingen. Helaas.

Er zijn daarentegen veel keuzes te maken en veel zaken af te wegen.

Wij zullen proberen aan de hand van de juiste vragen, je zo snel mogelijk op weg te helpen.

Er is heel veel verwarring in **terminologie** en taalgebruik rond digitale publiceren en digitale boeken. Daarom gaan we eerst wat definiëren: wat is een digitale publicatie precies? Wat verstaan we exact onder interactiviteit en animatie?

// Doelgroep van deze publicatie

Deze tekst is in eerste plaats bedoeld voor de **makers** van de digitale publicaties, de vormgevers, de grafisch ontwerpers.

Geen high-end solutions, maar *die* publicaties die om een *kleinschalige aanpak* vragen.

Zoals uit onze rondvraag is gebleken, zullen vele bedrijven - indien mogelijk - een totaalaanpak aanbieden aan de klant. Eén workflow, één content-based aanpak voor alle mediakanalen, van mobile tot print. Dat is inderdaad veelal de beste oplossing.

Maar daarnaast zijn er ook een pak digitale publicaties waar dit niet voor opgaat. Of het nu gaat om een overkill, of er is de tijd noch de middelen, er is en blijft een marktaandeel waar vraag is naar (snelle) digitale publicaties.

Dit is dan ook onze **focus**. We behandelen onder meer die documenten die traditioneel geprint werden, of waar reeds geprinte versies van bestaan. De **vertaalslag van print naar digitaal** zal hierbij een belangrijke plaats innemen. Een technische oplossing is één zaak, de digitale publicatie een meerwaarde geven, is zeker even belangrijk.

Om digitale publicaties te maken heb je niet noodzakelijk **InDesign** nodig, maar omdat veel, zo niet alle vormgevers met InDesign werken, zal dit vooral aan bod komen.

// Wat mag je verwachten?

We geven een overzichtje van de **soorten publicaties** en de **bestandsformaten** die in omloop zijn, met de meest relevante kenmerken. Vervolgens bekijken we hoe we deze kunnen verspreiden of **publiceren**.

En wat maakt dat je publicatie een **meerwaarde** heeft ten opzichte van zijn geprinte broertje?

We bespreken een paar **cases**, ook weer kort en to-the-point.

De resultaten van twee **surveys** worden besproken, zodat er een beeld wordt geschetst van de sector van de digitale publicaties, en dit zowel van de kant van de lezer als van de kant van de maker.

We trachten vervolgens alles zo beknopt mogelijk op een rij te zetten aan de hand van een **decision-making-model**. We bundelen alle behandelde topics in een soort checklist, een paar korte vragen, die jou - hopelijk - op weg helpen om snel keuzes te maken voor je digitale publicatie.

Een goed onderzoek neemt de proef op de som. Wat beter dan dit document, ons onderzoek en onze tool, omzetten naar de mogelijke digitale oplossingen, elk met zijn sterktes maar ook met zijn beperkingen? The proof of the pudding is in the eating! Neem ze er zeker bij!

Je vindt alle (test)outputs gebundeld op

» <http://epublishingproject.ap.be>

Bladerbare PDF op Issuu

» https://issuu.com/anndebeuf/docs/1718_digipub_white_paper_2018_05_31

Bladerbare PDF op Flipsnack (in twee delen - d.i. een beperking op gratis publicaties)

» https://www.flipsnack.com/epublishingwhitepaper/1718_digipub_white-paper_2018_06_10-deel1.html

» https://www.flipsnack.com/epublishingwhitepaper/1718_digipub_white-paper_2018-deel2.html

Bladerbare PDF op Yumpu.com

» <https://www.yumpu.com/s/enq7hcMUuGKkN8TW>

Publish Online (via Adobe InDesign)

» <https://indd.adobe.com/view/3c48784b-83f2-48d0-9794-9c229225a039>

De snel-op-weg-lijst hebben we als toemaatje in een **informatieve affiche** gegoten, die ter beschikking is voor ieder die het wil gebruiken!

Je vindt een preview op de laatste pagina.

// Inhoudstafel

Wat is ‘een digitale publicatie’?	p.6
Definitie	p.6
Wat met ‘apps’?	p.6
En wat met ‘Epub’ en ‘Ebook’?	p.6
Wat is ‘interactiviteit’?	p.6
Het bos in stukken gehakt	p.7
Soorten publicaties en de relevante kenmerken	p.7
Bestandsformaten die in omloop zijn	p.9
Soorten devices + trends	p.11
Online en offline converteren	p.12
Soorten verspreiding of publiceren	p.12
Wat nu?	p.14
De beleving	p.15
Afgestemde content	p.15
Navigatie	p.15
Vormgeving	p.15
Werkveld: wat zeggen zij?	p.16
De leeservaring - resultaten enquête	p.18
Cases - best practice	p.19
Catalogus Moernaut	p.19
Restyling Healthness voor online toepassing, Gicom.	p.20
Casestudy Blondé magazine	p.20
Deze pudding, euh, ik bedoel studie	p.21
Wat werkt waar wanneer? ~ een overzicht.	p.23
Welke boom hak je eerst om?	p.24
Aan de slag met onze checklist!	p.24
Conclusie.	p.28

1. Wat is 'een digitale publicatie'?

1.1. Definitie

Een e-Publicatie of een digitale publicatie is 'iets' (tekst, afbeelding, beeld- of geluidsdrager) dat **publiek** wordt gemaakt en dat op een **scherm** (van een tablet, een e-reader, een computer, een smartphone, ...) wordt gelezen.

Het is op één of andere manier **online** beschikbaar, via een website, een server of een e-store, maar is vaak ook offline beschikbaar en bruikbaar.

Het is iets dat **af** is en **op zichzelf staand**, eerder lineair opgebouwd, met een duidelijk begin en einde, een 'kop en staart' zeg maar. Door het digitale karakter blijft het meestal wel aanpasbaar, maar in principe is het een voltooide publicatie.

Het kan eenmalig of periodiek zijn en het is gericht op een specifieke doelgroep.

Er is een grote link met drukwerk. Veelal waren vorige edities voor druk bestemd en vaak wordt het zowel online als offline aangeboden, of is er de mogelijkheid tot printen.

In het beste geval is het bovendien iets dat
+ een meerwaarde biedt tegenover drukwerk door het optimaal gebruik van interactiviteit, zowel naar functionaliteit als naar beleving toe;
+ geoptimaliseerd is voor de apparaten waar het voor bedoeld is.

Een digitale publicatie kan je ook omschrijven als *"iets dat verpakt is in één uitwisselbaar en uitleesbaar containerformaat, beschikbaar via één of ander distributieplatform en dat typisch raadpleegbaar is op een computer, tablet of ander mobiel toestel."*

(bron: Vigc (2014). *Intro in e-Publishing.*)

Het is zeker géén website en zeker géén blog.

1.2. Wat met 'apps'?

In deze white paper behandelen we **geen** digitale publicaties die *app-based* zijn.

App-based publicaties zijn bijvoorbeeld magazines of kranten die dagelijks of wekelijks in een kiosk te verkrijgen zijn en waar je een abonnement op kan nemen. Of een 'single-issue' (eenmalige publicatie), maar die wel als app in de store te vinden is.

Nadelen zijn o.a. dat het gesloten formaten zijn en dus niet uitwisselbaar met een ander systeem. Het zijn vaak dure en betalende distributiemodellen (bv. via iTunes).

Een update van OS, betekent een update van de app, want je maakt een stukje programma en niet zozeer een publicatiebestand.

Het verschil tussen een web-app en een native app.

Een *web-app* is een web-applicatie, te vinden via een URL in een webbrowser. Een web-app wordt niet aangeboden in een app-store. Een voorbeeld van een webapplicatie is het internetbankieren. Een web-app is normaal gezien geoptimaliseerd voor mobiel en tablet-gebruik, d.i. dan een Responsive of Adaptive applicatie.

Een *native app* wordt specifiek ontwikkeld voor een platform (Android, iOS, Windows Phone) in een eigen codeertaal. Een Native-app wordt aangeboden in de app-store.

1.3. En wat met 'Epub' en 'Ebook'?

Ondanks dat deze term te pas en te onpas wordt gebruikt als het over digitaal publiceren gaat, is een **Epub** eigenlijk een bestandsformaat. Niet meer, niet minder.

Ebook is een heel algemene term die verwijst naar alle soorten van digitale boeken, waar dus heel veel variatie in kan zitten. Een Ebook kan enkel leestekst bevatten, maar kan evengoed een heel interactief document zijn met veel aanklikbare opties en heel wat animatie.

Er zijn Ebooks in verschillende bestandsformaten, naargelang de E-reader (zoals bijvoorbeeld een 'azw3'-bestand voor de Kindle), maar de meest voorkomende zijn toch Epubs en PDF's.

Als we hier spreken over **Epub** bedoelen we dus het bestandsformaat. Spreken we over **Ebooks**, dan bedoelen we het *soort*, het *type* van publicatie.

1.4. Wat is 'interactiviteit'?

Letterlijk "iets dat in beide richtingen verloopt".

In een digitale publicatie is het alles wat aanklikbaar is. Hieronder vallen:

- + hyperlinks (intern, extern, mailto, ...);
- + bookmarks;
- + multimedia zoals audio en video;
- + slideshows, multistate objecten, scrollable textframes en beelden;
- + knoppen en invulvelden;
- + animatie is een specifieke vorm van interactiviteit die apart vermeld wordt in het overzicht **'Wat werkt wanneer?'**

2. Het bos in stukken gehakt

Het bos wordt in kaart gebracht door onder te verdelen in verschillende categoriën.

2.1. Soorten publicaties en de relevante kenmerken

Korte schets van de soorten digitale publicaties: de kenmerken, de doelstelling, manier van verspreiden, ...

Jaarrapport

- + slechts éénmaal per jaar;
- + leesbaarheid primeert, vrij statisch, overzichtelijk en duidelijk, navigatie is belangrijk, meestal vrij eenvoudig;
- + gratis verspreiding, niet voor verkoop, geen promotie nodig;
- + ook offline beschikbaar;
- + opmaak eerder vanuit printgeschiedenis;
- + enkel voor specifieke doelgroep beschikbaar.
 - » <https://www.columnfivemedia.com/best-examples-of-beautiful-annual-report-design>

Presentatie

- + gratis beschikbaar, niet voor verkoop, voor een specifieke doelgroep meestal in een specifiek kader;
- + is liefst aantrekkelijk, vormgeving primeert (hopelijk), kleine animatie is wenselijk;
- + vaak interactiviteit nodig: video/audio, hyperlinks, buttons.

Magazine

Er is een belangrijk onderscheid tussen een **digitaal magazine** en een **online magazine**.

Digitale magazines kan je downloaden als een app, een epub of een Interactieve PDF. Online magazines zijn - uiteraard - online en kan je bekijken via een webbrowser.

Jouw keuze? Dat hangt af van de wensen van de klant.

Een **online magazine**, een magazine op regelmatige basis met een meerwaarde aan interactiviteit, valt **buiten deze scope**.

Daarvoor kan of moet je overstappen naar grotere platformen die meestal passen binnen een grotere, content-managed-based workflow. Ook voor een digitaal magazine moet zeker goed overwogen worden of een bredere, content-based aanpak niet beter is.

Voorbeelden van zo'n online magazine:

- » <http://magazine.lokaledemocratieinbeweging.nl/democratie-anno-nu#!/>
- » <http://innovatiepad.kennispark.nl/magazine-1/>

Wat bekijken we dan wel?

Magazines die

- + in eerste instantie voor druk gemaakt worden, en waar het digitale luik een extensie is;
- + die niet vaak verschijnen;
- + waar geen grote eisen zijn naar interactiviteit toe;
- + die niet hoeven te verschijnen in 'the stores' (bvb. **magstore**).

Deze kunnen we samen behandelen met onze volgende categorie hieronder: de catalogi.

Catalogi

Zie case op pagina 19: **Moernaut Schoenen, Bachelorproef Sophie Houttequiet (2017)**

- » <https://issuu.com/moernaut>

- + verwant met printversie, statisch, klassieke catalogus;
- + lay-out is belangrijk;
- + weinig interactiviteit: inhoudstafel en link naar webwinkel;
- + gratis, wel promotie gewenst.



Programma(bookjes)

Cfr theater(festivals) e.d.

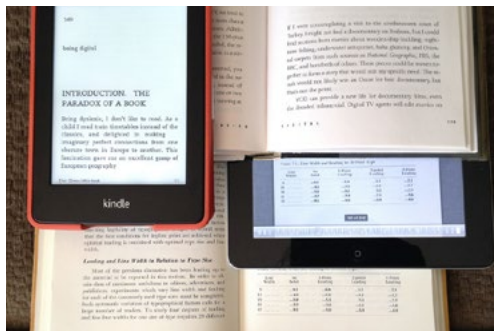
» https://issuu.com/fonkvzw/docs/docville_2018_programmafolder

Programmatie (ter vergelijking) is te vinden op

» <http://docville.be/2018/programma>

- meerwaarde van dit document ten opzichte van de website kan je in vraag stellen.

Ebooks



Een bestand dat je kan lezen in een (gratis) e-reader (=software, programma) of op een e-reader-device zoals Kindle of iPad (zie ook **'En wat met 'Epub' en 'Ebook'**).

Vaak zijn het specifieke toepassingen (leesboeken, educatieve schoolboeken, wiskundeboeken, kinderboeken, strips, ...), elk met hun eigen prioriteiten.

- + kinderboek: visueel, lay-out belangrijk, animatie, video, geluid, eventueel interactie mogelijk;
- + leesboek: tekst primeert (meestal), voor verkoop;
- + educatief boek: interactie in de vorm van kwissen, leesbaarheid primeert, video, audio, linken, via specifieke kanalen verkoopbaar;
- + wiskundeboeken: plug ins voor maths;
- + strips: YIEHA, een gezamenlijk initiatief van Ballon Media en Standaard Uitgeverij (WPG Uitgevers), is een voorbeeldje van een digitaal platform voor strips.

» <https://yieha.izneo.com/nl/>

Handleidingen

- + vaak opmaak vanuit printhistoriek;
- + informatie primeert, bookmarks;
- + (meestal) veel tekst die liefst op alle devices goed leesbaar is;
- + gratis verspreiding;
- + vaak ook nog offline beschikbaar.

Nieuwsbrief

- + kort en bondig;
- + linken naar website/webshop;
- + lay-out is belangrijk;
- + gratis, specifieke doelgroep.

Hier zijn een hoop specifieke oplossingen voor te vinden, zowel gratis als betalend. Denk aan **mailchimp**, **feedblitz**, **ympl**, ... (Deze worden hier niet verder behandeld.)

In sommige gevallen kan een **Interactieve PDF**, bijvoorbeeld met invulformulieren (invulvelden, checkboxes, ...) en per mail verstuurd aan de criteria voldoen.

Invulformulieren

- + heen- en weerdocument;
- + meerkeuze-knoppen, invulvelden, submit-knop;
- + op elk apparaat beschikbaar.

Interactieve PDF's bieden wel wat mogelijkheden op dit vlak. Een goed alternatief voor de klant die dit met Word (ja, verschrikkelijk hé) doet?

Application for Courses beginning September 2013

Personal Details					
First Name	Last Name	☐ Male	☐ Female	D.O.B.	
Address					
City		State		Zip	
Telephone					
Courses for which you are enrolling					
☐ Designing a Basic Digital Character I	☐ Creating a Flash Game	☐ Architectural Drawing: Drafting I	☐ Textile Design	☐ Typography for Graphic Designers	
☐ Designing a Basic Digital Character II	☐ Stop Motion Animation	☐ Figure Drawing I	☐ Pattern Making	☐ Principles of Good Interface Design and a Great User Experience	
☐ Animating in 2D with Adobe Flash	☐ Figure Drawing II	☐ Garment Construction I	☐ Garment Construction II		
At Roux Academy we support students who need additional support with learning difficulties and disabilities.					
Do you think you may need support? ☐ Yes ☐ No					
If yes, it will help us to arrange support if you can supply us with some more details (please attach separate sheet as necessary). You do not have to give this information but it will help us organize support or make any reasonable adjustments.					
Please give name, address and dates of present or last School/College attended:					
College					
Address					
City		State		Zip	
Date of Leaving					
Please list all relevant examinations passed and any you will be taking this year. Include predicted grades for examinations not yet taken.					
School/College	Subject	Actual Grade	Predicted Grade	Date of Exam	Level
Supporting Statement					
Tell us in your own words about you and your career plans (attach separate sheet as necessary):					
Declaration					
The information given on this form is correct.					
Signed:		Date			
Please return this form to: Admissions , Roux Academy of Art, Media, & Design 824 W. 33rd Street New York, New York 10001					
Print Form		Submit Form		Clear Form	



(800) 866 1080 | rouxacademy.com

[Enter/Exit Full Screen](#)

[Contents](#)

1 of 1

(Formulier geplukt van Lynda.com)

2.2. Bestandsformaten die in omloop zijn

Korte schets van soorten bestandsformaten en hun belangrijkste kenmerken en beperkingen.

*We focussen op die zaken die belangrijk zijn voor een goede keuze van bestandsformaat voor een specifieke digitale publicatie. Zie ook **het handige overzicht** op pagina 23.*

Interactieve PDF

Sterktes

- + **controle** over het design;
- + **eenvoudig** te maken, gemakkelijke vertaalslag;
- + betrouwbaar, gekend, veel gebruikt, compact, ...
- + overal **leesbaar**: iPad, Kindle, computer, ... kan het openen;
- + vrij goede ondersteuning interactiviteit voor computers;
- + gratis.

Helaas...

- beperkte ondersteuning interactiviteit op mobile devices;
- niet responsief;
- verkoopbaar op (bvb) je website, niet verkoopbaar in grote online-stores.

PDF is goed als je controle wil over de lay-out en als je interactiviteit wenst op een computer. Als je (veel) interactieve eisen hebt voor mobile devices, of (veel) tekst leesbaar wenst op een varia aan mobile devices, of als je wil verkopen via grote online-stores, dan schiet PDF te kort.

Qua **formulieren** heeft PDF ook wel wat te bieden: invulvelden, check-boxes, ... In Acrobat moet wel wat getweaked worden aan de functionaliteit. En wist je dat je de ingevulde formulieren, de reactiebestanden, via Acrobat kan exporteren naar een .xls of .csv? De functie zit wel wat verstopt - maar moeilijk is het niet.

Hoe zit het met 'accessible PDF's'?

Om een PDF toegankelijk te maken voor mensen met een beperking, kan deze PDF 'accessible' of toegankelijk gemaakt worden. Accessibility heeft te maken met de onderliggende structuur van de PDF, zodat je document leesbaar is voor assistive technology. Dit staat los van het visuele aspect. Goed geconstrueerde tags zijn hierbij essentieel, in combinatie met o.a. goed gedefinieerde documenttaal, metadata, lettergrootte, inbedding van lettertypen, kleurcontrast en bladwijzers, ... Tips hiervoor: tekst 'levend' houden en opkuisen, consequente opmaak, export alle paragraafstijlen met tags, ...

Goed om weten: een bijkomend voordeel is de positieve invloed op search ranking!

Epub (algemeen)

Dit bestandsformaat is eigenlijk een 'ingepakte website' (gezipt), en maakt gebruik van HTML en andere webtalen.

Mogelijkheden/sterktes

- + Epub is een open bestandsformaat en bijgevolg breed ondersteund;
- + door de onderliggende bouwstenen is het een toegankelijk bestandsformaat;
- + video- en audio-ondersteuning;
- + interactiviteit zoals een rekenmodule of een test zijn mogelijk;
- + scripting mogelijk, CSS-stijlen mogelijk;
- + inhoudstafel, bookmarks mogelijk;
- + verkoopbaar (iBooks Store e.a.) via website of webwinkel en gemakkelijk offline beschikbaar;
- + Epub kan gelezen worden in meerder Epub-readers, in iBooks en is makkelijk om te zetten naar andere bestandsformaten zoals .azw voor Kindle (zie ook **Online of offline converteren**).

Helaas...

- wat meer kennis nodig om het te maken;
- de ene Epub is de andere niet;
- het ziet er niet altijd hetzelfde uit op verschillende devices/platformen.

Belangrijk is het **onderscheid** tussen Epub **Reflowable** (origineel bestond enkel dit) en een **Fixed Lay-out** Epub. Beiden zijn exact hetzelfde bestandsformaat (Epub), maar de toepassing is behoorlijk verschillend. Daarom behandelen we deze als aparte bestandstypes.

Epub - Reflowable (≈ leesboeken)

- + reflowable >> tekstgrootte en lettertype aanpasbaar >> tekst blijft leesbaar op elk schermformaat en dus op verschillende devices;
- + zeer geschikt voor veel tekst;
- vormgeving is lastig, maar mits in acht nemen van enkele basisregels toch mogelijk.

Enkele **richtlijnen** zijn

- + enkel beeld in een rechthoekig kader wordt correct meegenomen en beelden moeten verankerd worden in de tekst (anders zweven ze achteraan) + exportopties van beelden juist instellen;
- + alles wat printgerelateerd is in opmaak, werkt niet: elementen op masterpage, paginanummering, extra harde returns, ... Tekstflow rond beeld is mogelijk, mits juiste exportinstellingen van de beelden;
- + koppel CSS-stijlen aan de paragraafstijlen voor een consistentere output.

Een korte leercurve zal je veel frustratie besparen. Bijvoorbeeld via:

» <https://www.lynda.com/EPUB-tutorials/InDesign-CC-EPUB-Fundamentals/143324-2.html>

Epub - Fixed lay-out (≈ kijkboeken)

- + controle over het design: pagina blijft zoals het is (niet reflowable) - juich - maar daardoor niet even leesbaar op alle devices;
- + animatie en veel interactiviteit werkt vrij betrouwbaar (alhoewel er altijd addertjes onder het gras zitten...);
- minder geschikt voor veel tekst, ideaal voor uitgaves met beeldmateriaal, bvb kinderboeken.

iBooks

- Enkel voor Mac :-(!** Dus enkel voor wie op zoek is naar een Mac-vriendelijke oplossing die makkelijk in gebruik is.
- + iBooks author, het opmaakprogramma, is gratis en gemakkelijk in gebruik;
 - + veel interactiviteit wordt ondersteund: 'interactive images', inzoomen, ... Ook widgets zoals een quiz, pop-over, 3D, ...
 - + liggend en staand formaat, combi van fixed lay-out en reflowable mogelijk (= best of both worlds);
 - + je kan onmiddellijk publiceren naar iBookstore;
 - + live preview zonder export;
 - + full support op alles Mac-devices.

Helaas... drierwerf helaas...

- enkel te maken via iBooks Author op een Mac en enkel te lezen op een Mac (via iBooks) of iOS-devices;
- enkel te verkopen via Apple iBook-store (ook niet via je eigen website);
- omzetten of importeren van andere bestandstypes is soms omslachtig.

PUB

Dit is een **Microsoft Publisher Document file**, enkel beschikbaar voor windows. Het wordt gebruikt voor o.a. nieuwsbrieven, flyers, brochures, postkaarten, websites en e-mail.

Weinig mogelijkheden qua design.

De gratis concurrent **Scribus** zou het ook niet slecht doen.

Verder in onze scope van weinig belang.

Publish Online

Enkel vanuit InDesign - met de knop 'Publish Online' maak je 'met één muisklik' een soort mini-website met een statische lay-out (> controle over het design :-)) waarin heel veel interactiviteit

werkt. In elke browser te bekijken dus. Snel en eenvoudig, weinig omzettingenwerk maar ... met helaas nogal wat beperkingen. Je krijgt een link, die je niet kan kiezen, die ergens op een server van Adobe staat. Het is niet verkoopbaar, het is niet bewerkbaar, je kan niet aan de broncode en dus geen tweaking achteraf mogelijk.

De link kan steeds geupdate worden zodat iedereen met de link steeds de meest recente versie te zien krijgt, en je kan je online publicaties beheren via een dashboard.

Een **mooie tool** met **heel wat beperkingen**.

Adobe AEM

Ofte *Adobe Experience Manager* (AEM).

Tot begin 2016 was dit systeem bekend onder de naam DPS (Digital Publishing Solution) en bestond uit een ouder systeem (Folio's) en een nieuwer systeem (Articles). Het oude Folio-systeem wordt enkel nog ondersteund tot CC 2014. Vanaf CC 2015 kun je enkel nog met het Article-systeem werken. In 2016 werd de naam DPS geschrapt en ondergebracht onder de merknaam AEM.

Een AEM-workflow kan je niet vrij distribueren. Wel kun je zelf Articles aanmaken met interactiviteit. Je kunt dan aansluiten bij een AEM-workflow, maar niet zelf publiceren. Een AEM-magazine is eigenlijk een app om via de Apple iTunes Store of Google Play Store te verkopen. AEM is echt bedoeld voor de grote uitgeverijen. Er is een Enterprise-account voor nodig om deze AEM-magazines te maken.

- complexere workflow!

- + vrij in opmaak;
- + liggend of staand bouwen;
- + geen eigen animatie, maar wel animaties in HTML5 mogelijk;
- niet gratis en duur in proces (software, distributie);
- tablets only;
- primair commercieel gebruik.

Valt buiten deze scope van 'snelle vertaalslag'.

(bron: <https://www.opatel.nl/epubs-ibooks-aem-PDF-digitale-Publicaties-maken#aem1>)

HTML5

Dit is eigenlijk geen eindformaat, maar eerder een tussenformaat (intermediate format) voor het aanmaken of invoegen van content in een bestaande layout.

Kennis van HTML5 is nodig, dit valt buiten deze scope.

Andere bestanden ofte 'varia'

.azw3-bestand

Voor de Kindle (vroeger **.kp8**), een met DRM beveiligd ebook-formaat, alleen gebruikt door Amazon en alleen op haar eigen e-readers (en reader apps) te lezen, en dit allemaal omdat Amazon de eigen markt wil beschermen. (Zie ook **2.5. Verkoop**.) Het is een aangepaste versie van **.mobi** of het 'mobipocket' formaat. Mobipocket was e-reader-software uit de tijd van PDA's. Daardoor is het zeer beperkt. Ook leesbaar op de Kindle.

.kepub-bestand

voor Kobo-readers.

.fb2-bestand

een open ebook-formaat dat bestaat uit een XML- file. Het komt oorspronkelijk uit Rusland en is daar populair.

.chm-bestand

'compiled html microsoft' - een formaat dat Microsoft jarenlang heeft gebruikt voor haar help-bestanden.

.htxt-bestand

Een boekformaat en DRM beveiligde versie van een .txt bestand. Een eerdere versie heette .mtxt en het is specifiek voor Hanvon e-readers.

.txt-bestand

Dit is de meest elementaire vorm van tekst. Eenvoudiger kan niet. Een .txt bestand bevat alleen maar letters, cijfers en leestekens. Dit bestandsformaat kent dus geen opmaak of vormgeving. Zelfs het opnemen van illustraties is niet mogelijk. Veel gratis ebooks zijn verkrijgbaar in het .txt formaat. Vrijwel iedere e-reader ondersteunt .txt bestanden.

.cbr, .cbz-bestand

Dit formaat wordt voor stripboeken gebruikt. De laatste letter van het formaat geeft de compressie techniek aan.

.oeb-bestanden

Een voorloper van de Epubstandaard. Staat voor Open Ebook format.

...en nog zoveel andere. De lijst is eindeloos...

2.3. Soorten devices + trends

Overzichtje van soorten leesapparaten en hun kenmerken - just to keep in mind.

E-readers pur sang

Een e-reader is een draagbaar elektronisch apparaat bedoeld om digitale boeken op te lezen. Het is een totaal ander toestel dan een tablet, een pak goedkoper en het heeft een compleet andere gebruikstoepassing.

Een e-reader werkt met *digitale inkt*, wat veel aangenamer leest (ook in de zon), en vergt veel minder energie dan het LCD-scherm van een tablet. Kranten en tijdschriften zijn ook leesbaar op een e-reader.

De bekendste zijn e-readers van Kobo, e-readers van Sony, de 'Nook' (Barnes & Noble), de 'Kindle' van Amazon, daarnaast bestaan er ook Bookeen, Icarus, Pocketbook, Aluratek e-Book Reader, ...

Bestandsformaten

+ Epub kan op de meeste readers gebruikt worden (behalve Kindle) - don't forget: **Reflowable**

Epub voor veel tekst;

+ PDF - op (bijna) alles leesbaar - maar helaas niet schaalbaar;

+ **.azw** voor Kindle;

+ en zie het lijstje '**Andere bestandsformaten**'.

Type publicaties

+ enkel e-books. Leesbaarheid primeert.

Trends

Een stabiele markt, die zijn waarde heeft bij 'dedicated' lezers, de occasionele lezer gaat sneller digitaal lezen via de smartphone/tablet.

iPad (en iPhone)

De iBooks-app (standaard op elke iOS-device) ondersteunt PDF en Epub (Fixed Lay-out en Reflowable).

Schermfomaten: hou rekening met de hogere resoluties (retina-schermen).

+ Er is de iPad Pro, de iPad mini, de iPad air en dit in verschillende formaten en resoluties.

+ De iPad pro 12,9" heeft bijvoorbeeld een scherm van 2732 x 2048 pixels à 264 ppi.

+ De iPad mini is dan weer 2048x1536.

» <https://www.lifewire.com/what-is-ipads-screen-resolution-ips-display-1994325>

Altijd spannend voor een digitale publicatie wat werkt en wat niet werkt op een iPad, zeker bij elke nieuwe versie. De boodschap = test, test, test!

Noot: *op de iPad pro is interactie met de Apple Pen mogelijk op een PDF, voorlopig nog niet op een Epub.*

Tablets

Aandachtspunten voor je publicatie:

- veel variatie in schermformaten;

- wat werkt en wat werkt niet op welke tablet?

Test het zeker goed uit als het belangrijk is.

Er zijn massa's readers (gratis en betalende) beschikbaar voor het lezen van Epubs op de tablet, zoals bijvoorbeeld de Kobo e-reader app, de Cool Reader app, de Mantano Reader app of de FBReader app voor een Android tablet.

(bron: www.tabletsmagazine.nl)

Populaire (gratis) PDF-readers en -viewers zijn dan weer Google PDF Viewer, Google Drive, Adobe Acrobat, PSPDFKit PDF Viewer, PDF Reader, Polaris Office, Foxit MobilePDF. **(bron: nl.wikihow.com)**

Smartphones

Belangrijkste vraag is: hoe leesbaar moet je digitale publicatie zijn voor de kleinere schermen? Hou in dat geval rekening met een standaard van 320 x 480 pixels. Ook hier weer massa's readers voor Epubs en PDF's, zie de readers bij tablets (hierboven).

Computers

Think landscape!

Goede **readers** voor digitale publicaties (zowel voor Reflowable Epub, Fixed Lay-out Epub en Interactieve PDF's) zijn een must, zowel voor de preview tijdens het maken als voor de lezer. Er is veel verschil tussen Mac en PC!

De **top drie** Epub-readers voor **Windows**:

Calibre, Icecream eBook Reader en FBReader.

Calibre springt er uit qua mogelijkheden en betrouwbaarheid op verschillende platformen.

Voor **Mac**: iBooks (standaard aanwezig - PDF en Epub, goede weergave) is de beste optie, Adobe Digital Editions is de minst goede.

2.4. Online en offline converteren

Van het éne bestand naar het andere - een waaier van mogelijkheden.

Er bestaan veel tools om een PDF om te zetten naar een 'tabletformaat' en omgekeerd. Er zijn online services, gratis applicaties en betalende. Gebruik het voor wat het waard is: een snelle omzetting van het ene bestandsformaat naar het andere, zonder veel inspraak. Je bestanden met rijkelijk toegevoegde interactiviteit waarvan je graag alles perfect behouden ziet, zou ik er niet mee omzetten.

We maken een onderscheid tussen de websites die omzetten en diegene die een distributieplatform aanbieden. Distributie staat onder het topic '**zelf publiceren**'.

Enkele voorbeeldjes van converters kunnen uiteraard niet ontbreken!

Freeware

- » <https://calibre-ebook.com/>
'e-book management'
- » <https://sigil-ebook.com/>
'a multi-platform EPUB e-book Editor'
- » <http://www.flipPDF.com/flip-PDF-to-epub/>

Betalend

- » <http://www.istonsoft.com/epub-converter.html>
- » <http://www.flippdf.com/>
(gratis, maar heeft ook een resem betalende tools.)

Online converters

Een kleine greep uit het online aanbod:

- » <http://www.zamzar.com/convert/PDF-to-epub/>
- » <http://www.epubconverter.com/>
- » <https://ebook.online-convert.com/>

Dit zijn echt maar een paar voorbeeldjes uit het grote aanbod.

2.5. Soorten verspreiding of publiceren

Hoe kan je je publicatie verspreiden (distributie) en wat zijn de consequenties? Wil je gratis publiceren of is het voor verkoop bedoeld?

Het uitgeven op zich is nog een ander onderwerp, wij beperken ons tot distributieplatformen.

Verkoop

Verkoopbare e-Publicaties: waar kan je ze vinden? In de grote bookstores:

+ **Amazon Kindle bookstore**, via gelijk welke browser >> Kindle-bestanden = .azw.
"E-books in het Kindle-bestandsformaat, met de bijbehorende kopieerbeveiliging, zijn alleen te lezen met de software en apps van

het Amerikaanse Amazon.com. Het formaat is rond 2006 ontwikkeld op basis van *Mobipocket*, één van de eerste beschikbare formaten voor e-books. Amazon biedt eigen (prima) e-readers, goede software en heeft een ruim aanbod aan boeken in het Kindle-formaat."

(Bron: <http://www.inct.nl/nl/artikel/1184/wat-is-het-kindle-formaat.html>)

+ **iBook-store** » niet via je browser, wel via iBooks-app (enkel Mac) of via iTunes (Mac en Windows)

+ Google Play

Ook via grote uitgeverijen, via interessante sites zoals **BookBub** of via bibliotheken zijn er verkoopbare e-Publicaties te vinden.

Om het zelf te regelen, is het meestal eenvoudiger via een **distributieplatform** te werken, wat we behandelen onder '**zelf publiceren**'.

Gratis

Gratis voor een **groot publiek**

+ via specifieke kanalen zoals (eigen) website, sociale media, eventueel na een aanvraag per mail zodat je weet naar wie je publicatie gaat;

+ via bladeraars (zie '**zelf publiceren**').

www.gutenberg.org

Gratis voor een **beperkt** of specifiek doelpubliek

+ specifieke (onvindbare) link » **Publish Online** - bekijk even onze publicatie op

» <https://indd.adobe.com/view/3c48784b-83f2-48d0-9794-9c229225a039>;

+ mailing;

+ via websites, sociale media e.d. Dit kan ook bijvoorbeeld na een aanvraag/goedkeuring zijn.

Zelf publiceren

Gratis/betalend, from scratch/upload met conversie... Er zijn massa's mogelijkheden om je publicatie online te verspreiden, en vaak is je bestand binnen een paar minuten online. Bedoeling is dat je geen of weinig hulp nodig hebt en zeker geen nood aan technische kennis. Wij noemen ze hier **bladeraars**. Soms wordt de term 'Flip Books' gebruikt, dat verwijst naar de bladerbare PDF met de typische omslagkrul. Het gaat van gratis – of een gratis instapversie, tot meer dan 1.000 euro per jaar. Geschikt voor magazines, catalogen, ... Veelal enkel PDF-upload mogelijk met beperkte interactiviteit, of mogelijkheid om documenten online 'from scratch' te maken.

Een kort overzichtje met enkele voorbeelden van ons geupload document kan niet ontbreken.

FlipSnack

Voor grote bedrijven, volledig online publishing platform met link of embed-opties voor sociale media.

+ groot aanbod van publicaties;

+ gratis instapversie;

- helaas zijn PDF's slechts tot 15 pagin's gratis te publiceren (en dus wel heel erg beperkt!)

» https://www.flipsnack.com/epublishingwhitepaper/1718_digipub_white-paper_2018_06_10-deel1.html

» https://www.flipsnack.com/epublishingwhitepaper/1718_digipub_white-paper_2018-deel2.html

Issuu.com

+ vrij bekend, zowel voor professionals als leken;
+ groot online aanbod van publicaties (gratis en betalend);

+ gratis instapversie;

+ supergemakkelijk;

- enkel PDF-boek;

- weinig interactiviteit (linken toevoegen, zowel extern als intern is zowat het enige).

» issuu.com/anndebeuf/docs/1718_digipub_white_paper_2018_05_31

Joomag + joomag editors

Zeer groot platform, 'all-in-one digital publishing platform',

+ wordt gebruikt door bekende uitgevers;

+ heel veel mogelijkheden, zowel 'snelle omslag' naar digitale PDF, templates, als volledige online editor tool;

- enkel een beperkte gratis trial (14 dagen). En ja, we hebben het uitgetest.

Smashwords

Amerikaanse website die een manier biedt om een e-book te distribueren naar tal van online shops, inclusief iBooks van Apple, Kobo, bol.com, ... maar pas naar Amazon na bepaalde verdiensten.

+ redelijk eenvoudig: account aanmaken, document (bij voorkeur een .doc?) uploaden, titel, auteur, en beschrijving opgeven en in de goede categorie plaatsen. Smashwords maakt de Epub met een gratis ISBN.

+ wereldwijde distributie, na strenge goedkeuring;

+ keuze tussen Epub, Mobi, PDF, txt, de online reader of gewoon deze allemaal.

FlippingBook.com

+ gebruiksvriendelijk, je bent zo aan de slag (we hebben het uitgetest!)

+ HTML5 viewer, mobielvriendelijk, kant-en-klare designs, website embedding, statistics tracking met Google Analytics, basic analytics, advanced document analytics mogelijk;

- geen platform zoals Issuu.com;

- gratis trial, helaas slechts voor 15 dagen (anders minstens € 37,-/maand). De onze is uiteraard al verlopen.

Lulu.com

+ gratis self-publishing distributieplatform (auteur krijgt 80% van de opbrengst, Lulu 20%);

+ Print-on-demand voor fysiek boek mogelijk;

+ mogelijke distributie via Amazon, Barnes & Noble en Apple iBookstore;

- geen optie tot gratis verspreiding (je publicaties moeten verkocht worden).

www.yumpu.com

Digitaal platform voor het publiceren van magazines, brochures of catalogi:

- + internationaal, uitgebreid;
- + veel interactiviteit mogelijk (html);
- + zoekopties Google;
- + publicatie met advertenties: gratis, onbeperkt;
- publicatie zonder advertenties: niet gratis.

» <https://www.yumpu.com/s/enq7hcMUuGKkN8TW>

Scribd

Een digitale bibliotheek met miljoenen boeken, e-books, audioboeken en documenten en zo'n 80 miljoen gebruikers (= de "netflix" voor boeken).

- + populaire site = veel bezoekers;
- + de meeste documenten zijn gratis te bekijken of downloaden. Dit is een goede manier om je werk te promoten;
- + je kan je publicaties ook verkopen;
- + gratis uploaden;
- lezers kunnen slechts een korte periode gratis op Scribd.

Pumbo.nl

- + zowel drukken (offset en POD) als uitgeven van digitale boeken;
- + veel informatie en kennis gebundeld;
- het digitaal publiceren kan niet onmiddellijk online.

Wij hebben de test gedaan en zo'n Epub-publicatie-workflow opgestart. Je kan de Epub wel gratis uploaden, maar niet gratis aanbieden. Daarom hebben we het proces niet voltooid.

En ook nog **Online Touch, Digitaal Publiceren Flowpaper.com, Magplus.com, Sellfy.com, ...** Een eindeloze rij met hun focus, sterktes, beperkingen. Nog meer weten? Hier zijn enkele links:

- » <http://www.inct.nl/nl/artikel/1923/zes-diensten-om-zelf-e-books-mee-te-publiceren.html>
- » <http://cypres.com/nl/blog/waar-vindt-u-de-beste-PDF-bladeraar-voor-uw-magazine>

2.6. Wat nu?

Een hele oplist van topics tot nog toe... Maar wat zijn de technologieën om van een gedrukte publicatie naar een e-Publicatie te gaan? En welke is nu *dè* oplossing?

Helaas... Er is **geen one button solution**.

Veel keuzes moeten gemaakt worden en er zijn veel wegen om tot het resultaat te komen.

Van belang is héél goed afwegen van de mogelijkheden in functie van de doeleinden, de specifieke vereisten en het beoogd resultaat. Het type tool of bestandsformaat is ondergeschikt aan het uiteindelijke doel. Dat moet in functie staan van toepassing en niet omgekeerd.

En dit document is een handig hulpmiddel :-)

Online publiceren van scratch

Enkele voorbeeldjes van het online aanbod om publicaties te maken van scratch. Zal eerder occasioneel kunnen dienen, of voor mensen zonder grafische bagage (waarschijnlijk niet onze lezers :-)

Atavist

Een online publicatietool waar je niet voor hoeft te programmeren. Je kan online tijdschriften en fotoboeken maken. Ook geschikt voor e-books.

» <https://atavist.com/>

Pressbooks

Een goede keuze als je fictieboeken wilt schrijven. Weinig sjablonen en opties, maar je kunt er wel een professioneel uitziend boek mee maken. Veel aanpassingsmogelijkheden.

» <https://pressbooks.com/>

Reedsy

Kan Epub, Mobi en PDF maken. Gratis en simpel.

» <https://reedsy.com/write-a-book>

LucidPress

Werkt met bijna elk e-book-formaat, geschikt om visueel aantrekkelijke boeken te maken. Helaas kun je de boeken niet downloaden naar je computer of iPad.

» <https://www.lucidpress.com/>

CreateSpace

Beperkt tot romans, maar je kunt er wel een professioneel uitziend boek mee maken.

» <https://wwwcreatespace.com/>

Ultimate eBook Creator

Werkt met Kindle-formaat, Epub, Mobi en meer. Ziet er wat gedateerd uit.

» <http://ultimateebookcreator.com/>

Scrivener

Populaire software voor het schrijven van boeken. Er is ook een app voor de iPhone en iPad (standaard licentie = 45 dollar).

» <https://www.literatureandlatte.com/scrivener/overview>

(bron: Vigc (2014). *Intro in e-Publishing*.)

3. De beleving

Wat maakt dat een digitale publicatie een meerwaarde heeft ten opzichte van het geprinte broertje, ten opzichte van wat de concurrent doet, of gewoon, omdat het digitaal is?

3.1. Afgestemde content

Zorg dat je inhoud minimaal is aangepast aan het 'nieuwe' medium.

- + interactiviteit toevoegen waar nuttig (linken, mailto, ...);
- + coverpagina (in geval van een boek), er is natuurlijk geen achterflap :-);
- + beeldmateriaal kan anders geschikt worden, niet alle content hoeft onmiddellijk zichtbaar te zijn;
- + video, audio is mogelijk en soms een meerwaarde (bvb. een step-by-step video van een werptentje :-);
- + animatie als het kan / wenselijk is;
- + slideshows, 360°, panoramics, ...

Let op, alles wat iets geavanceerder is, heel goed uittesten. Zie ook **Wat werkt wanneer?**

3.2. Navigatie

Duidelijkheid! Gelaagdheid! Hou rekening met semantiek. Denk in termen van websites.

Interactieve **inhoudstafel** is een must.

Navigatieknoppen gebruiken, “ga naar...”, maar ook linken in het document (springen van ‘t een naar ‘t ander).

3.3. Vormgeving

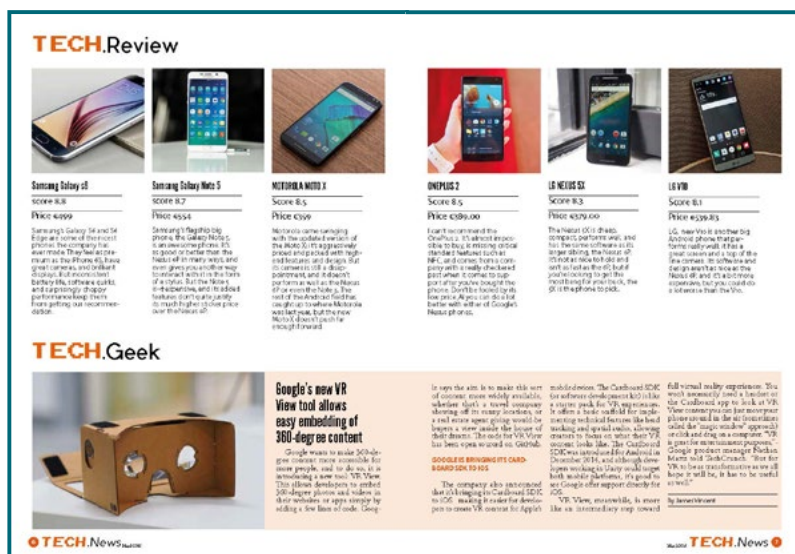
Wie behoorlijk print-ingesteld is, kan volgende korte tips in acht nemen.

- + **algemeen:** geen bleed, geen spreads, liggend

formaat, think 'pixels', lagere resolutie voor beeld (maar pas op met de retina-schermen);

- + regels voor **leesbaarheid** op scherm(en) in acht nemen (lettertype, interlinie, kleur, ...)
 - > meestal 16 tot 20 pt *body copy*;
 - > de leading ligt hoger dan voor print;
 - > kolombreedte: 60 tot 80 karakters per lijn;
 - > meer letterspaciëring (3 tot 5%);
 - > zwarte tekst op wit scherm is te contrastrijk;
 - > 80 of 90% grijs komt minder hard over;
- + **lettertypes** voor scherm, enkele vuistregels:
 - > hogere x-hoogte en open counters;
 - > medium gewicht (niet te dik of te dun);
 - > vermijd lettertypes met groot contrast tussen de dikke en dunne lijntjes;
 - > over het algemeen werken schreeflozen (sans serifs) beter dan schreefletters in kleine corpgroottes en lage resolutie. Pas ook op met Glyphs;

- + **cover**: meeste online bookstores hebben specificaties over de cover + denk er aan: geen achterflap >> wat doe je met die informatie?
- + niets zo vervelend als een mooie lay-out die waardeloos is op een bepaalde device. Je hoeft geen rekening te houden met het **aantal pagina's**, dus **herschik** je materiaal;
- + complexe elementen (beelden die niet in een rechthoekig kader zitten, tabellen, lijsten met nummers, ...) best **oprasteren** om lay-out te bewaren.



4. Werkveld: wat zeggen zij?

De vormgevers, hoe vaak krijgen zij de vraag naar digitale publicaties, en hoe pakken ze dit aan?
De volledige resultaten, in grafiekvorm, vind je op https://issuu.com/anndebeuf/docs/grafieken-voorlopige_versie.

Na enkele verkennende interviews met vormgevers werd een korte enquête opgesteld en uitgestuurd naar de makers van de digitale bestanden. Zo verzamelden we informatie over hoe 'de' grafische vormgever - en later ook een deel van onze studenten - te werk gaat bij het maken van digitale publicaties. We vragen ons af welke noden ze hebben, en welke vragen er leven.

We wisten een goede mix man/vrouw te bereiken, verspreid over Vlaanderen en Nederland, waarvan meer dan de helft actief is als grafisch vormgever, naast enkele consultants, DTP-ers en mensen die vormgeving combineren met les geven. Ook een mooie mix van profit en non-profit, cultuur en commercieel, B2B en B2C, werd bereikt.

Voor zover je conclusies mag trekken uit een kleinschalige bevraging, zien we dat onze scope bevestigd wordt: digitale publicaties worden eerder 'af en toe' gemaakt (enkele keren per jaar), bijna iedereen gebruikt InDesign en de

interactiviteit beperkt zich eerder tot hyperlinks, video, bookmarks en knoppen.

Er zou toch een lichte stijging zijn in de vraag naar dit soort publicaties, en eerder een stijging in de vraag naar wat meer toeters en bellen. De digitale publicaties worden gemaaild of via een website of server verspreid. De distributieplatformen (à la Issuu.com) worden ook gebruikt, maar weinig publicaties zijn bedoeld voor de grote online-stores.

Er is daarnaast zeker nood aan heldere informatie – en dus aan deze white paper.

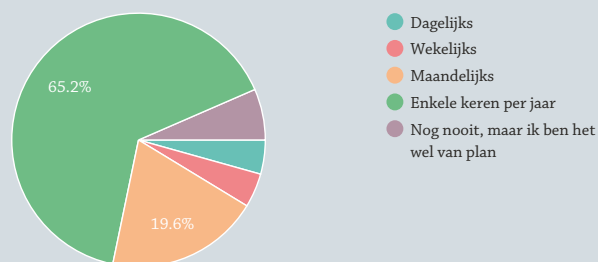
Uit de vragen die we kregen, blijkt dat er – naast heldere informatie – ook wel **nood is aan betere oplossingen**. Dit zagen wij gedurende ons onderzoek steeds terug komen: de opties die er zijn, hebben allemaal hun beperkingen. Er is jammer genoeg geen 'one size fits it all'.

Enne... Twee derden van onze respondenten tonen interesse in onze white paper :-)

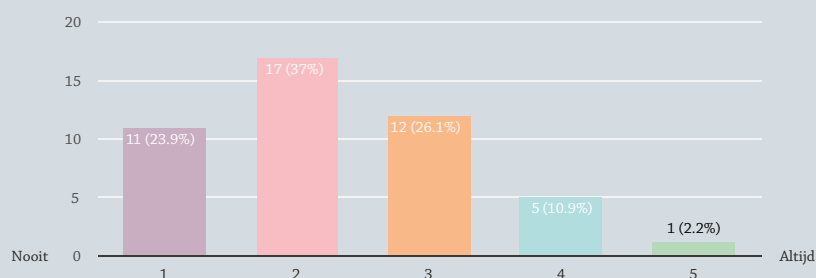
Digitale publicaties - Met digitale publicaties bedoelen we een Interactieve PDF, Epub, iBooks enz.

- + Welke digitale publicaties heeft u al gemaakt?
- + Hoe vaak maakt u digitale publicaties?
- + Hoe vaak maakt u een digitale publicatie (Interactieve PDF, Epub, iBook,...) die samen met het drukwerk verspreid wordt? (zelfde lay-out en inhoud)
- + Hoe vaak maakt u een digitale publicatie die als enige uiting wordt verdeeld?
- + Welke online tools gebruikt u om van PDF's een bladerversie te maken?
- + Welke software gebruikt u voor het maken van digitale publicaties?
- + Welke vormen van interactiviteit voegt u doorgaans toe?
- + Via welke kanalen worden de digitale publicaties gewoonlijk verspreid?

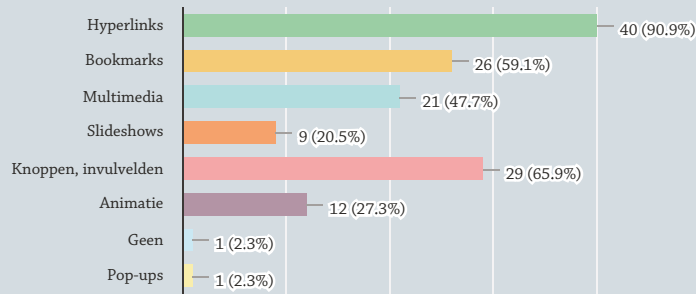
8. Hoe vaak maakt u digitale publicaties?



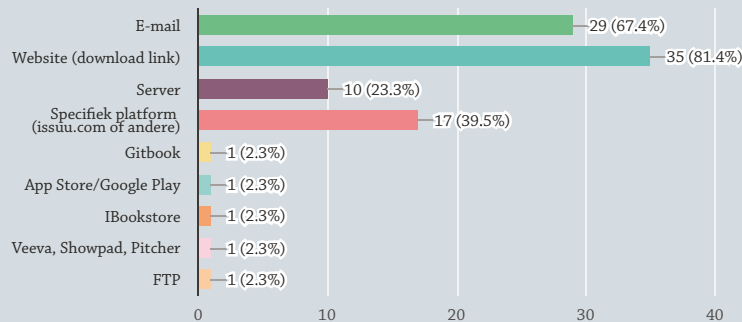
9. Hoe vaak maakt u een digitale publicatie (interactieve PDF, Epub, iBook,...) die samen met het drukwerk verspreid wordt? (zelfde lay-out en inhoud)



13. Welke vormen van interactiviteit voegt u doorgaans toe?



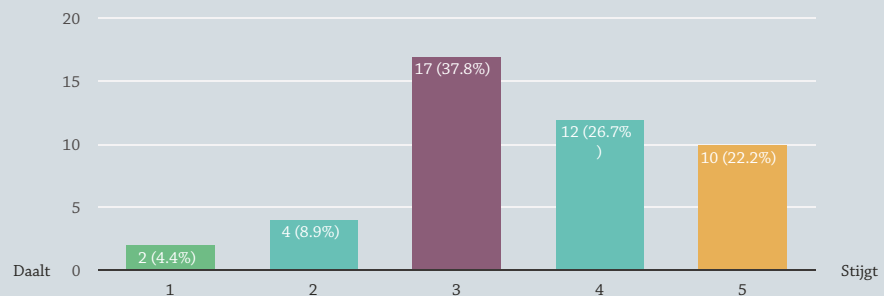
14. Via welke kanalen worden de digitale publicaties gewoonlijk verspreid?



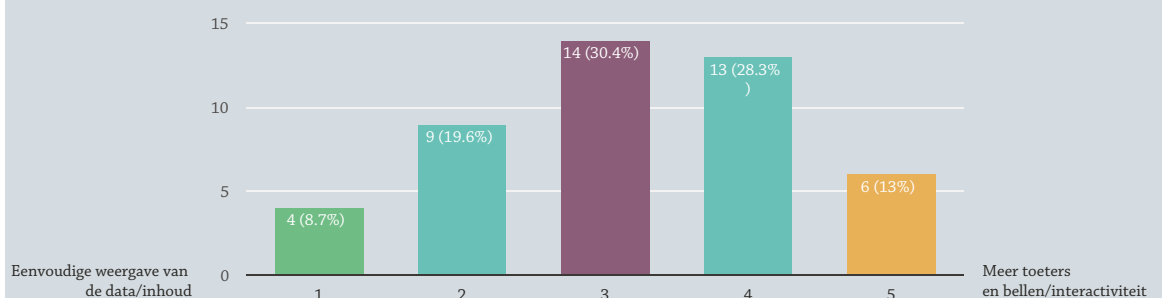
Trends - Welke trends doen zich voor in de sector?

- + Merkt u een evolutie in de vraag naar digitale publicaties?
- + Merkt u een evolutie in de complexiteit van digitale publicaties?
- + Heeft u nood aan een whitepaper voor het maken van digitale publicaties?
- + Heeft u zelf nog vragen over of problemen met het maken van digitale publicaties?

15. Merkt u een evolutie in de vraag naar digitale publicaties?



16. Merkt u een evolutie in de complexiteit van digitale publicaties?

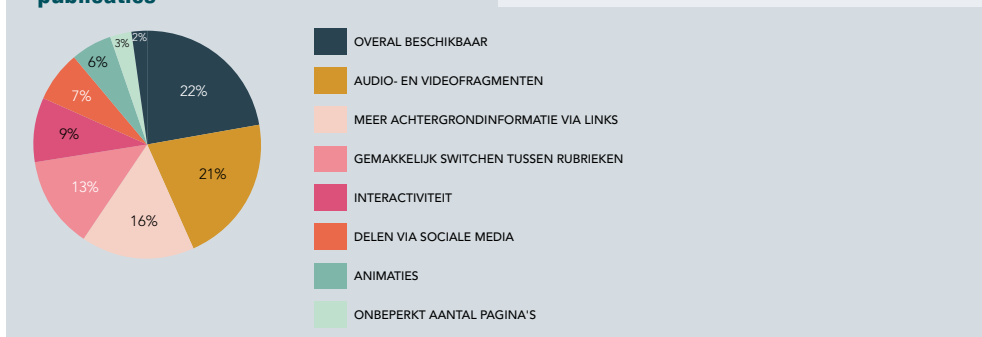
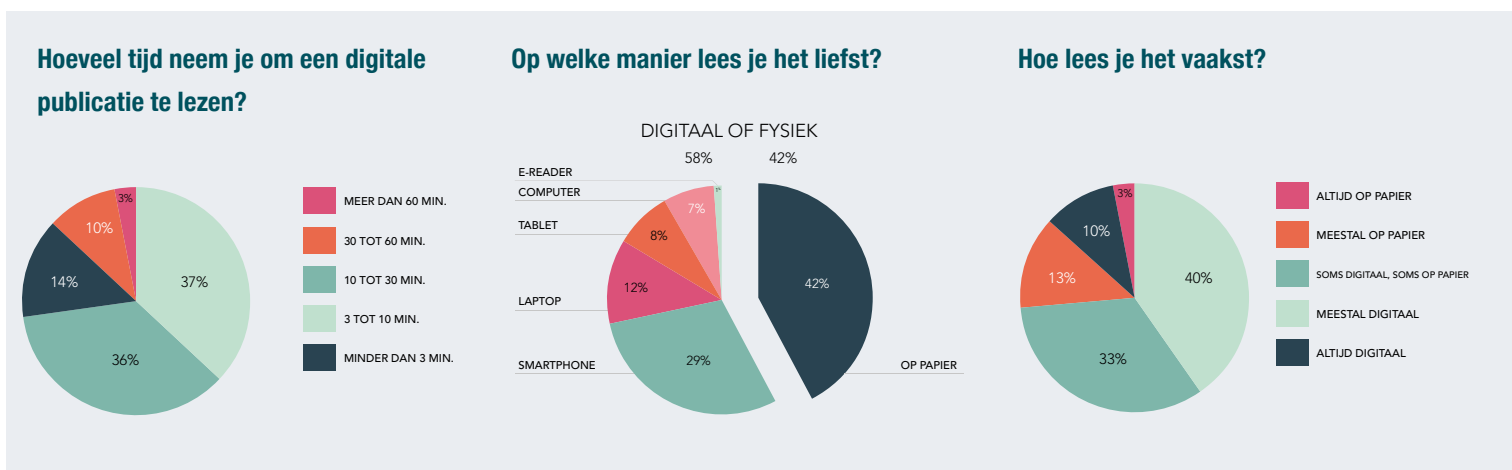
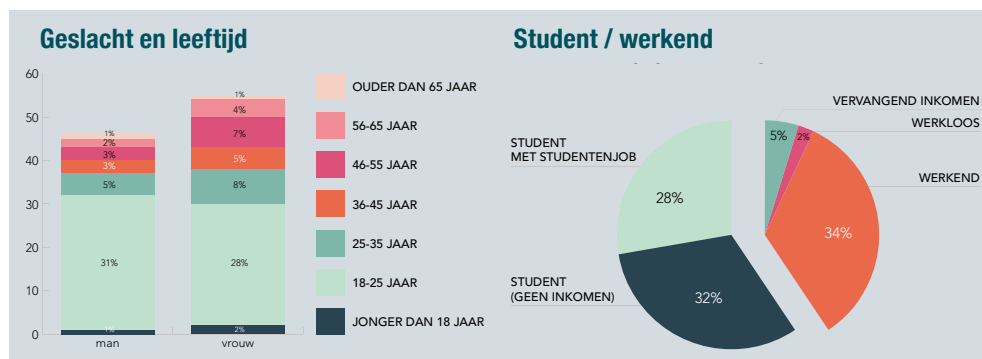


5. De leeservaring - resultaten enquête

600 respondenten werden bevraagd naar hun (digitale) leesgedrag: hun mening, gewoontes en ervaringen, in het kader van de Bachelorproef “*Digitaal publiceren in een digitaal tijdperk / casestudy digitaal Blondé magazine*” van Eleni Bosschaerts, (2018), Grafische & Digitale Media, AP Hogeschool. De bachelorproef wordt verder besproken onder ‘**Cases - best practice**’.

De volledige resultaten van de enquête kan u raadplegen op

» https://issuu.com/anndebeuf/docs/bp6_grafiek_gegevens_adb



6. Cases - best practice

6.1. Catalogus Moernaut

Case: Bachelorproef Sophie Houttequ岸 (2017), Grafische & Digitale Media, AP Hogeschool.

Schoenenwinkel Moernaut was op zoek naar een nieuwe manier om klanten te laten kennismaken met nieuwe collecties zonder dat ze de webshop moeten bezoeken. Het idee was een online magazine / lookbook te maken die bij de start van een nieuw seizoen opnieuw uitkomt. Het magazine wordt niet gedrukt, maar ze willen de mogelijkheid open houden om dit in de toekomst wel te doen. (De opmaak van het magazine is zoals een klassiek magazine voor print.) Doelgroep: vrouwen tussen 20 en 50 jaar. Samenwerking met kledingwinkel Les Deux, zo is een groter bereik mogelijk.



Er is gekozen voor een online publicatie voor volgende redenen:

- + groter bereik via online media (website/social media en mail: Moernaut is hier reeds vrij actief)

- + geen drukkosten

- + Moernaut groeit online

Het doel van het online MOMO magazine:

de doelgroep al in contact laten komen met de nieuwe collectie, zonder dat ze actief de winkel of

de webshop moeten bezoeken. Dit kan door het magazine zo breed mogelijk te verspreiden.

Er komen Social media posts voor bekendmaking, een mailing, digitale posters en filmpjes.

Er wordt gezocht naar het 'beste' platform voor het online magazine. Criteria:

- + prijs;

- + embedding mogelijk op website;

- + navigatie elementen beschikbaar;

- + desktop, tablets en smartphones?

- + webshoplinks;

- + analytics beschikbaar?

Het online magazine werd uiteindelijk gepubliceerd op **Issuu.com**. Hierin worden navigatie elementen toegevoegd, links naar de webshop en links naar de socialmedia-profielen van Moernaut.

Oorspronkelijk was dit een fictief project, Moernaut was op zoek naar een nieuwe manier om hun klanten in contact te brengen met de nieuwe collecties op piekmomenten.

Moernaut was tevreden over het eindresultaat, dus werd het online magazine ook effectief gelanceerd.

Met het online magazine kan Moernaut zich onderscheiden van de andere spelers.

Eindresultaat:

» https://issuu.com/moernaut/docs/finaal_magazine_582c1b0ab1fccd

Samenvatting

- + klant is actief online: sociale media, mailing + website met webshop;

- + klassiek magazine met snelle verstaalslag naar online verspreiding;

- + weinig eisen (toeters of bellen) naar interactiviteit;

- + gratis verspreiding, zo groot mogelijk bereik

- > in webbrowser is hier een goede oplossing,

- > onderzoek naar bladeraars

- > Issuu.com voldoet aan de eisen (bekendheid, functie, prijs, gemak);

- + opmaak met InDesign, eenvoudige export PDF, hyperlinks via Issuu.com;

- + analytics = gewenst (en kan via Issuu.com).

De volledige bachelorproef kan je nalezen op

» <https://issuu.com/sophiehouttequ岸/docs/bachelorproef>

6.2. Restyling Healthness voor online toepassing, Gicom.

Case 2: Bachelorproef 'Restyling Healthness voor online toepassing' voor **Gicom**, Felicia Van Cleemput (2017), Grafische & Digitale Media, AP Hogeschool.

Dit magazine werd gemaakt met **Ceros** (een 'end-to-end solution for content-creators' en 'content can live anywhere') en hoewel het wat buiten onze scope valt, geven we het toch graag mee omdat de vertaalslag van print naar digitaal hier wel relevant is. De online versie moest gebaseerd worden op de printversie. Er werd gefocust op het behouden van de sfeer, de duidelijkheid van de online versie, de navigatie en het toevoegen van interactiviteit.

Samenvatting:

- + grote link met print;
- + weinig interactiviteit gevraagd;
- + navigatie binnen artikels is belangrijk, horizontale en verticale navigatie moet duidelijk zijn.

Ceros is een **online platform** dat ontwerpers de kans geeft om digitale content (e-books, magazines, infographics, microsites, lookbooks en banners) snel en makkelijk te verspreiden. Via interactieve tools kunnen de lezers dan allerlei soort content ontdekken. Ceros biedt de mogelijkheid om snel na te kijken waar de gebruikers naar kijken aan de hand van analytics. Met Ceros kan je ook elementen embedden, zoals bijvoorbeeld een invulformulier.

De volledige bachelorproef kan je hier raadplegen:

» https://issuu.com/anndebeuf/docs/1617_bp6_vancleemputf_scriptie



6.3. Casestudy Blondé magazine

Case 3: Bachelorproef "Digitaal publiceren in een digitaal tijdperk / casestudy digitaal Blondé magazine", Eleni Bosschaerts (2018), Grafische & Digitale Media, AP Hogeschool.

"Welke keuzes zijn relevant voor een digitaal Blondé portfolio als een magazine, om een digitale publicatie te bekomen met meerwaarde?" Het doel van de bachelorproef is dat het eindproduct, het Blondé-magazine, een digitale publicatie met meerwaarde wordt. Het digitale magazine kan eenvoudig worden meegenomen op een tablet of laptop, of gemakkelijk worden doorgestuurd naar de klant.

Het interactieve eindproduct werd vormgegeven en ontworpen via het design thinking proces, met aandacht voor de design keuze, de lezer, de meerwaarde en het iteratief design.



Het **volledige proces** kan je bekijken op
» issuu.com/eleni_1/docs/bachelorproef_juni_2018_scriptie
Het eindresultaat, de **Interactieve PDF**, kan je bekijken op
» issuu.com/eleni_1/docs/eindproduct_bachelorproef_juni_2018

Wil je de **Fixed Lay-out Epub** bekijken?
» <http://epublishingproject.ap.be>
Hier vind je trouwens **al onze testbestanden** en extra's.

6.4. Deze pudding, euh, ik bedoel studie

The proof of the pudding is in the eating...

» We zijn vertrokken van een document voor print en dat bleef het ganse proces ons basisdocument. Dit is vervolgens omgezet naar een online document. Er werd interactiviteit toegevoegd, maar het design werd zo min mogelijk aangepast. De leesbaarheid werd gecontroleerd en de hele handel werd voortdurend uitgetest op zijn functionaliteit.

Aandachtspunten:

- + bekijken op meerdere apparaten;
- + bekijken op meerdere platformen;
- + content aanpassen (video, beeld, tekst anders plaatsen, ...) naar de verschillende outputs toe;
- + animatie toevoegen voor de output die dat toelaat;
- + navigatie: bookmarks voor een PDF, inhoudstafel voor Reflowable Epub, maar wat met de rest? Hoe creëer je (snel) een meerwaarde in de navigatie van een online document?

Interactieve PDF

De PDF werd gepubliceerd via verschillende kanalen.

Issuu.com

» https://issuu.com/anndebeuf/docs/1718_digipub_white_paper_2018_05_31

- + heel erg eenvoudig en de gratis versie laat je tot 25 items 'unlisted' publiceren (= enkel mensen met de link zullen het vinden). Uiteraard geen statistics en advanced features, maar we snappen waarom dit platform zo populair is onder onze respondenten.

Flipsnack

» https://www.flipsnack.com/epublishingwhitepaper/1718_digipub_white-paper_2018_06_10-deel1.html
» https://www.flipsnack.com/epublishingwhitepaper/1718_digipub_white-paper_2018-deel2.html

- slechts weinig mogelijkheden bij een gratis versie: max. 15 pagina (vandaar de twee delen), geen statistieken, maar wel heel erg eenvoudig.

Jumpu.com

- Je kan de publicatie **niet updaten** bij een gratis account, wat dit platform minder geschikt

maakt voor de occasionele gebruiker. Om de link hier te kunnen opnemen, hebben we onze testversie niet meer geupdate.

» <https://www.yumpu.com/s/enq7hcMUuGKkN8TW>

Joomag.com

- + ook weer heel erg eenvoudig, helaas maar 15 dagen gratis trial (dus de link is expired...)

» <https://joom.ag/6ZjY>

FlippingBook

- + gebruiksvriendelijk, heel veel mogelijkheden
 - geen platform zoals Issuu.com
 - gratis trial, helaas slechts voor 15 dagen (dus ook weer: link expired...)
- » online.flippingbook.com/view/52772

Epub - Fixed Lay-out en Reflowable

Onze Epub's kan je bekijken op

» <http://epublishingproject.ap.be>

De **Reflowable Epub** werd gepubliceerd via **Pumbo.nl**, of beter, dit werd opgestart, maar...

- + je kan de Epub wel gratis uploaden;

- maar helaas niet gratis aanbieden.

Daarom hebben we het proces niet voltooid.

Het uploaden zelf liep niet van een leien dakje:

- je moet een project aanvragen;
- vervolgens moet de Epub door een technische controle geraken. Onze Epub was oké voor het **idpf**, de controle die ook op de Pumbo-website wordt aanbevolen, maar toch bleken er font-issues in te zitten. Dan maar alle toeters en bellen er uit gegooid, en toen werkte het wel.

Ook de **Fixed Lay-out Epub** werd gepubliceerd via **Pumbo.nl**, maar om dezelfde redenen als hierboven niet afgerond.

Publish Online

Zoals reeds besproken: vrij gemakkelijke output, met heel wat beperkingen naar verspreiding en publiceren toe. Kijk maar wat we er van gemaakt hebben.

» <https://indd.adobe.com/view/3c48784b-83f2-48d0-9794-9c229225a039>

7. Wat werkt waar wanneer?

7.1. Bestandsformaten: een overzicht

	Interactieve PDF	Epub - Reflowable
Korte samenvatting	Snel omgezet, geen leercurve, controle op het design maar beperkte interactieve mogelijkheden en verkoopsmogelijkheden.	Geschikt voor uitgaven met veel tekst, lees-ervaring en verkoopbaarheid primeert.
Lay-out	+ controle op design	- geen/weinig controle op design
Reflowable	- niet responsief/reflowable (beperkt leesbaar op andere formaten van scherm)	+ reflowable: tekstgrootte en lettertype aanpasbaar voor alle schermformaten
Devices	+ op alle devices te openen (maar niet alle interact. werkt!)	+ via software op alle devices te openen
Tekst	- minder geschikt voor veel tekst (als het ook op kleinere devices bekeken wordt)	+ zeer geschikt voor veel tekst
Kennis	+ eenvoudig , gemakkelijke vertaalslag	- meer kennis van zaken nodig
Ondersteuning	+ open bestandsformaat, breed ondersteund	+ open bestandsformaat, breed ondersteund
Verkoop	- niet in alle online-stores verkoopbaar	+ verkoopbaar in de meeste grote online stores, behalve Amazon
Offline	+ gemakkelijk offline beschikbaar	+ gemakkelijk offline beschikbaar
Accessible	+ accessible	+ accessible
Interactieve mogelijkheden	+ video- en audio-ondersteuning + hyperlinks en cross-reference + bookmarks + knoppen (niet voor mobile devices) + formulieren - geen rekenmodules, tests	+ video- en audio-ondersteuning + hyperlinks en cross-reference - geen bookmarks - knoppen niet mogelijk - formulieren niet mogelijk + rekenmodules, tests + ondersteuning wisk. formules
Animatie	- animatie niet mogelijk	- animatie niet mogelijk
Extra's	+ data uit de ingevulde formulieren kan je exporteren naar .xls of aanverwanten	+ scripting mogelijk, CSS-stijlen mogelijk + inhoudstafel

Epub - Fixed lay-out (FXL)	Publish Online	iBooks
Geschikt voor (lees)boeken met veel beeld zoals kinderboeken of fotoboeken.	Gemakkelijke tool waarin veel toeters en bellen werken, met zeer grote beperking naar verspreiding toe.	Te maken met het gratis iBooks author – makkelijk, zowel fixed als reflowable, helaas enkel voor een Mac op een Mac.
+ controle op design	+ controle op design (soort mini-website met een statische lay-out)	+ controle op design + liggend en staand formaat
- niet responsief/reflowable (beperkt leesbaar op andere formaten van scherm)	- niet responsief/reflowable	
+ via software op alle devices te openen	+ browserbased: op alle devices te openen	- enkel voor Mac :-(+ alle iOS-devices
- minder geschikt voor veel tekst	- tekst is niet langer tekst (afbeelding) - niet geschikt voor veel tekst	+ zeer geschikt voor veel tekst
- meer kennis van zaken nodig, alhoewel FXL makkelijker is dan reflowable	+ eenvoudig , gemakkelijke vertaalslag ('één muisklik')	- enkel via iBooks author (gratis) te maken op een Mac
+ open bestandsformaat, breed ondersteund	- geen toegang tot brondocument, niet bewerkbaar	- Apple only
+ verkoopbaar in de meeste grote online stores, behalve Amazon	- niet verkoopbaar - beperkingen: link kan je niet kiezen, wel update onder zelfde link	- enkel verkopen via Apple iBook-store
+ gemakkelijk offline beschikbaar	+ als PDF offline beschikbaar	+ gemakkelijk offline beschikbaar
+ accessible, maar beperkt	- niet accessible	+ accessible
+ video- en audio-ondersteuning + hyperlinks en cross-reference + bookmarks + knoppen - formulieren niet mogelijk + rekenmodules, tests + ondersteuning wisk. formules	+ video- en audio-ondersteuning + hyperlinks en cross-reference - geen bookmarks + knoppen - formulieren niet mogelijk - geen rekenmodules, tests	+ video- en audio-ondersteuning + hyperlinks en cross-reference + bookmarks + ondersteuning wisk. formules
+ animatie	+ animatie	+ animatie
+ scripting mogelijk, CSS-stijlen mogelijk + inhoudstafel	+ analytics beschikbaar	+ inhoudstafel

8. Welke boom hak je eerst om?

8.1. Aan de slag met onze checklist!

Volgende vragen zullen je helpen bij het kiezen van de juiste output voor een specifieke digitale publicatie. Kan je niet helemaal volgen? We verwijzen doorheen de vragen naar de topics in deze white paper.

01.

Voldoet wat de klant vraagt (min of meer) aan onze omschrijving van een **'digitale publicatie'**?

» **JA**, wij kunnen je op weg helpen. **Ga naar de volgende vraag!**

» **NEE**.

Jammer. We kunnen je niet verder helpen. Waarschijnlijk zal je andere oplossingen nodig hebben ... een website? Een Wordpress-template?

02.

Zal de publicatie gemaakt worden vanuit InDesign?

» **JA**, super, **ga naar de volgende vraag!**

» **NEE**. Weet dat de meeste oplossingen die hier vernoemd worden, gangbaar vanuit InDesign gemaakt worden maar dat hoeft niet persé zo te zijn.
Ga met dit in het achterhoofd naar de volgende vraag!

03.

Is er veel tekst waarvan de **leesbaarheid** primeert, liefst op meerdere devices en zeker op e-readers? (*Denk aan een klassiek leesboek.*)

» **JA**, dan moeten we eerst nog iets weten over de verspreiding.
(Drie keuzemogelijkheden)

A. De publicatie is voor **verkoop** bedoeld.

» **Optie 1.** Kies voor een **Reflowable Epub**. Leesbaar op elk device, verkoopbaar in 'the stores'.
Tips: zie **Enkele richtlijnen (Reflowable Epub)** en weet dat dit bestandsformaat kan worden omgezet naar andere reader-specifieke bestandsformaten via **gratis online en offline converters**. Je kan een Reflowable Epub beveiligen tegen kopiëren.

» **Optie 2.** Gebruik een **online platform** waar je van scratch begint, en ook kan publiceren - je hebt weinig controle over het proces, maar het is poepsimpel.
Voorbeelden: **lulu.com**, zie ook **'Publiceren van scratch'**.

B. Je wil het gratis online verspreiden, voor een breed (ongekend) publiek.

» **Optie 1.** Kies voor een **Reflowable Epub**. Leesbaar op elk device, verspreidbaar via gratis platformen of eigen kanalen en gemakkelijk omzetbaar naar reader-specifieke bestanden (bvb. Kindle).

» **Optie 2.** Kies voor een **Interactieve PDF** en verspreid deze via een online platform zoals Issuu.com of op de eigen website.

C. Dit is enkel bedoeld voor 'intern' gebruik, dwz. via mail, een link of een server te verspreiden.

» **Optie 1.** Maak een **Interactieve PDF**. Hou er rekening mee dat dit moeilijk leesbaar wordt op kleine schermen. (Tip: voeg zeker bookmarks toe en hyperlinks toe.)

» **Optie 2.** Kies voor een **Reflowable Epub**. Iets meer werk dan een Interactieve PDF.

» **NEE,** er is veel tekst, maar ook afbeeldingen en/of de vormgeving primeert => **ik wil controle over het design!** **Ga naar de volgende vraag!**

04. Is het een invulformulier?

» **JA**

» **Optie 1.** Maak een **PDF-formulier**. Gemakkelijk te realiseren vanuit InDesign, en de data kunnen verzameld worden in een excell.
(Snel op weg? <https://www.lynda.com/InDesign-tutorials/Creating-Interactive-PDF-Brochure/530084-2.html>)

» **NEE,** het is geen invulformulier
(komt er toch een invulformulier in voor maar is dat niet de hoofdmoot?
Lees het JA-antwoord op de vorige vraag en wik en weeg de rest...) **En ga vervolgens naar de volgende vraag!**

05. Is het een publicatie die op **regelmatige basis** verschijnt, **wekelijks/maandelijks**, telkens met nieuwe content?
(Denk aan een magazine.)

» **JA**

» **Jammer!** Waarschijnlijk is de beste oplossing **HTML- of XML- en content-based**. Online zijn wel wat betalende publicatie-oplossingen te vinden. **Twixl Publisher** is zeker het vermelden waard als alternatief voor de vroegere Digital Publishing Suite van Adobe (betaalbaar en InDesign-integratie). En momenteel in de Adobe-stal: Adobe Experience Manager. Dit valt buiten onze scope, tenzij de printbare versie primeert, en de online versie slechts aanvullend bedoeld is. Dan kan je een **snelle export naar Interactieve PDF overwegen, met bookmarks en linken**. Stel jezelf de vraag: is de online versie wel een meerwaarde op deze manier, of is het misschien de moeite waard om te investeren in grootschalige oplossingen?

» **NEE,** dit is eerder een **eenmalige** publicatie. **Ga naar de volgende vraag!**

06.

Verwacht de klant een geanimeerde publicatie? (*Wat is precies 'geanimeerd'?*)

» **JA**, dan hebben we nog één vraagje.

IS de publicatie enkel bedoeld voor 'intern' gebruik, dwz. via mail, een link of een server te verspreiden?

» **JA**

» **Optie 1.** Probeer de 'Publish Online tool' van InDesign. Je krijgt een (onmogelijke) link naar een online plekje waar je bestand te zien is, rechtstreeks in een browser. Alle interactiviteit, animatie en navigatie werkt prima, lay-out blijft en de omzetting is 'in een muisklik'.

» **NEE**

» **Optie 1.** Het document moet verkoopbaar zijn, of via 'te controleren kanalen' verspreid worden. Dan is de Publish Online geen optie. Enkel Fixed Lay-out Epub blijft over.

» **NEE**, er is **geen animatie nodig** in je digitale publicatie.
Ga naar de volgende vraag!

07.

Is er een **printbare** versie van dezelfde publicatie voorzien, die **primeert** op de online oplossing?

» **JA**

» **Optie 1.** De publicatie zal waarschijnlijk print-minded gemaakt zijn of worden. Een **Interactieve PDF** zal de snelste oplossing zijn. Pas op voor de leesbaarheid op kleine devices. En stel de vraag: is de digitale publicatie wel een meerwaarde?

» **NEE**, ik hoef geen printbare versie te voorzien, of deze is van ondergeschikt belang. **Ga naar de volgende vraag!**

08.

Moet de publicatie **verkoopbaar** zijn, zoals in een iStore of bol.com?

» **JA**

» **Optie 1.** Kies voor een **Fixed Lay-out Epub**

» **Optie 2.** Kies voor een **Interactieve PDF**

» **Optie 3.** Kiosk oplossingen met abonnementen => Html-oplossingen, content-managed-based, Adobe Experience Mobile, ... **dit valt buiten onze scope.**

» **NEE**, je publicatie hoeft niet verkoopbaar te zijn. **Ga naar de volgende vraag!**

09.

Wil je met je gratis publicatie een zo groot mogelijk publiek bereiken, via online platformen?

» JA

» **Optie 1.** Fixed Lay-out Epub

» **Optie 2.** Interactieve PDF

» NEE

» **Optie 1.** Het is dus enkel voor een specifieke doelgroep, of voor privé-gebruik en/of via eigen kanalen.
Als je een snelle vertaling van je document wilt, met weinig miserie, en je hebt verder geen eisen naar verkoop toe, je hoeft niet te printen, enkel te verspreiden: Publish Online is een mooie tool.

» **Alternatief.** Is het enkel voor Mac-gebruikers?
Probeer iBooks authors eens uit.

8.2. Tot slot nog enkele zaken die je best in overweging neemt.

1.

Voor welke devices is de publicatie (voornamelijk) voorzien?

» **Computerscherm.** Interactieve PDF is meestal prima: voldoende leesbaar, je publiek verwacht geen touch en swipe.

» **Smart phones/tablets.** Overweeg Epub: de knoppen zullen werken, de Fixed Lay-out Epub zal je ontwerp respecteren, en bij de Reflowable Epub blijft alles leesbaar.

» **E-readers.** Kies voor een Reflowable Epub.

2.

Moet het bereik **meetbaar** zijn? (PDF = niet meetbaar, browser based wel)

3.

Wil je de inhoud beveiligen tegen kopiëren?

» **Ja.** Een Epub (Reflowable of Fixed Lay-out) heeft interessante mogelijkheden, check 'DRM' (Digital Right Management). Een PDF kan je ook beveiligen.

9. Conclusie

- + De digitale publicaties die in dit onderzoek behandeld werden, blijken veelal oplossingen *'for the time being'* te zijn. Het blijft beperkt tot een vertaalslag van een 'oud' medium naar een nieuw(er) medium via een eerder achterhaalde manier van aanpak. Je kan nu eenmaal niet iets dat optimaal is voor print, in een mum van tijd omzetten naar iets met meerwaarde voor schermgebruik. Het medium is anders, de leeservaring is anders en dus moet ook het opzet anders. Desalniettemin, ondanks de beperkingen, zowel naar mogelijkheden als naar de toekomst toe, zijn deze kleinschalige oplossingen soms de beste in bepaalde omstandigheden. Voorlopig.

Een paar van onze bevindingen op een rij:

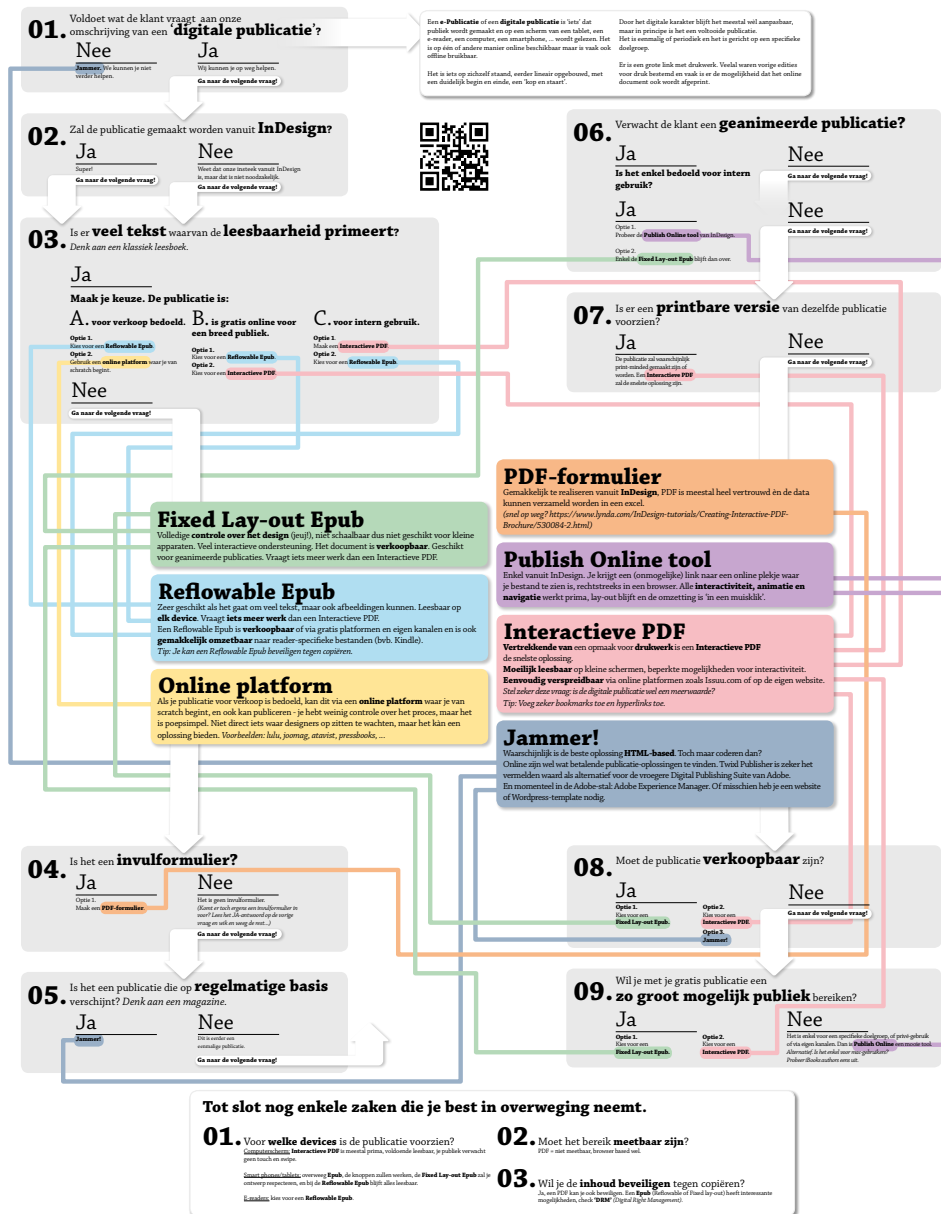
- + **Helaas**, er is geen kant-en-klare oplossing :-)
- + Maar **gelukkig**: met een kleine dosis kennis, een korte leercurve en een minimum aan inspanningen kan je veel frustraties (en uren werk) voorkomen en vermijden.
- + **Keep in mind**: het type tool of bestandsformaat is ondergeschikt aan het uiteindelijke doel. Dat moet in functie staan van toepassing en niet omgekeerd.
- + **Meerwaarde**: het is belangrijk bij een digitale publicatie de interactieve mogelijkheden te verwerken en te exploiteren, maar ook de vormgeving aan te passen (indien mogelijk).
- + Voor iedereen die een digitale publicatie wil maken: **test, test en test!** Snel, vanaf het begin van het proces en herhaaldelijk, voortdurend uitproberen.
- + Maak gebruik van iteratief design (= het opbreken van het project in kleine brokken. Deze worden apart uitgewerkt en getest en verbeterd tot alles naar tevredenheid is.)

Wat ons betreft is er duidelijk nood aan betere oplossingen dan wat er nu aan wildgroei van bestanden is. Wij zijn er alvast van overtuigd dat Epub toekomst kan hebben. Epub komt vaak als beste oplossing naar boven, zeker naar functionaliteit en mogelijkheden toe. Helaas kost het dat ietsje meer moeite. Een combinatie van Fixed Lay-out en Reflowable in één bestand? Wij zijn vragende partij!

Bedankt!

Bedankt aan allen die ons feedback gaven, bedankt aan het VIGC voor de kennisdeling, bedankt aan allen die de tijd namen om de enquête in te vullen.

Wij van onze kant hopen van harte je op weg geholpen te hebben!



Interesse in onze informatieve poster? Download (for free!) op

» <http://epublishingproject.ap.be/#publicaties>

Of stuur ons een mailtje (ann.debeuf@ap.be), en we bezorgen er één (zolang de voorraad strekt).

