

Schnellere und attraktivere Aussenwerbung

Dank der digitalen Kette von der Werbeidee bis zum Druck können Unternehmen heute besser und schneller werben als je zuvor. Kunden aus Industrie, Handel und Gewerbe können heute auf vielen unterschiedlichen Printmedien schnell und preiswert werben, auch in der Aussenwerbung und am Point of Sale.

■ Kurt K. Wolf, Fachredaktor

In den letzten zehn Jahren hat die Druckindustrie den Wandel von einem rein analogen Arbeitsfluss zu einer voll digitalen Produktionskette vollzogen und damit eine ganze Reihe neuer Werbemittel geschaffen.

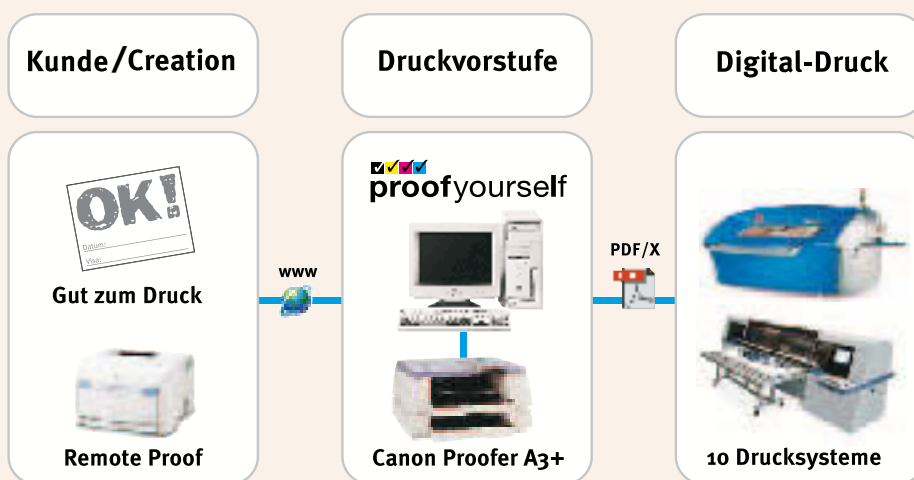
Wer bis vor zehn Jahren für seine Werbung Drucksachen wie Flyer, Prospekte oder kleine Kataloge brauchte, musste eine Kette von einzelnen grafischen Firmen zwingend durchlaufen: die Werbeagentur mit dem Grafiker und Fotografen, die Layoutsetzerei, den Reprobetrieb, die Druckerei und die Weiterverarbeitung. Das war ein hoch professioneller, aber langsamer, fehlerträchtiger und teurer Produktionsprozess. Die Herstellung eines Werbemittels wie ein Plakat dauerte damals zwischen zwei bis drei Wochen.

Die Magie der digitalen Kette

Heute ist für eine professionelle Werbung immer noch die Kompetenz von Fachleuten notwendig, aber der Produktionsprozess ist wesentlich schneller und sicherer geworden. Noch immer ist eine zündende Werbeidee der Agentur Ausgangspunkt guter Werbung. Aber heute geschieht die ganze Produktion digital, von der Texterfassung und Fotografie über die Seitenproduktion bis zum Digitalproof. All das kann heute innert weniger Tage produziert werden.

Und nun beginnt die Magie der Digitaltechnik. Die digitalen Daten eines Plakats können

MEHR SICHERHEIT DANK PDF-WORKFLOW



Durch die digitale Produktionskette können Unternehmen ihre Plakate schneller, besser und sicherer produzieren lassen.

nicht nur im Offset gedruckt werden, sondern auch am Farblaserdrucker. Sie können im Inkjetdruck zum Plakat vergrössert werden, als Megaposter auf ganzen Häuserfronten werben, können als Bodenkleber in Geschäften eingesetzt werden, als Kartonaufsteller am Point of Sale stehen oder als Fahrzeugkleber auf Flottenautos oder Camions werben.

Während die Filme der analogen Zeit für nichts anderes zu brauchen waren als für die Drucksache im Offsetdruck, für die sie gefertigt wurden, bietet die digitale Datei dank der modernen Digitaldrucksysteme eine enorm grosse Auswahl an Werbeträgern.

Die Farbe muss stimmen

Ein Problem dabei ist jedoch, dass jedes Drucksystem andere Farben verwendet und deshalb die gleiche Farbdatei auf jedem Ausgabesystem andere Farben ergibt, weshalb man für jedes andere Drucksystem die Datei umarbeiten muss. Das führt zu einer grossen Zahl von Dateien mit gleichem Inhalt, aber unterschiedlicher Farbgebung, was nicht nur die Produktionskosten erhöht, sondern auch leicht zu Verwechslungen führen kann. Genau dieses Problem hat Daniel Mayerthaler aus Neuenhof mit seinem «Proofyourself!»-Workflow-Management-System gelöst und damit in der Schweiz und im Ausland grosse Erfolge verzeichnet.

Das «Proofyourself!»-System

Das «Proofyourself!» ist ein ursprünglich für Kreative konzipiertes Proofsystem, mit dem diese aus ihren Dateien, ob Illustrator, InDesign,

Ob Plakat, Megaposter oder LKW-Werbung: dank standardisiertem ISO-Workflow im grossformatigen Digitaldruck einfacher und sicherer produziert.

BILDER: CHRISTINGER PARTNER





Mit dem Druckformat des HP Turbojet von 160 x 360 cm können erstmals F12-Plakate auf einem Bogen gedruckt werden.



Digital auf einem Bogen gedruckte, einteilige F12-Plakate haben keine Klebstreifen und entfalten eine brillante Farbwirkung

QuarkXPress oder Pagemaker professionelles PDF/X-3 erzeugen und farbverbindlich proofen können. Damit reprotechnische Laien dies problemlos machen können, liefert die Mayerthaler AG ein komplettes Paket, bestehend aus dem PC mit der kompletten Software und dem Canon W 2200 Proofer, der so kalibriert ist, dass er aus der Standard-Testvorlage vier Farbkategorien gemäss ISO 12647 exakt wiedergeben kann: auf gestrichenes und ungestrichenes Papier für Bogenoffset, auf ungestrichenes Papier für Rollenoffset und für den Zeitungsdruck. Jede Druckerei, die ihre Maschinen auf die ISO-Norm abgestimmt hat, wird also die Farben des Proofs problemlos erreichen.

Fernproofen

Selbstverständlich kann man «Proofyourself!» auch zum Fernproofen einsetzen. Wenn die Agentur den gleichen Canon W 2200 hat, kann das integrierte Profil benutzt werden. Weil die Dateigrösse von sehr grossen Druckobjekten wie zum Beispiel Poster automatisch auf das A3+-Format heruntergerechnet wird, hat die zu übermittelnde gerippte Datei nur etwa drei Megabyte. Für andere Drucker des Partners muss allerdings dessen Farbprofil eingebunden werden, wenn er die Farben korrekt drucken will.

Zufriedene Kunden

Auf der Website von Mayerthaler findet man die Referenzliste der rund 50 Schweizer Kunden und sieht, dass Kreative, Verlage und Druckereien zu den Anwendern gehören. Verlage produzieren heute meistens ihre Zeitschriften selber und sind gezwungen, sich gegenüber der Druckerei durch verbindliche Proofs abzusichern. Grossverlage wie der Jean Frey Verlag, Zürich, mit 22 Fachzeitschriften und vier Publikumszeitschriften (Beobachter, Bilanz, Die Weltwoche und TV Star) sichern natürlich alles mit dem «Proofyourself!» ab.

Grosse Herausforderung

Die Firma Christinger Partner AG in Schlieren hat mit zehn verschiedenen Large-Format- und Wide-Format-Inkjet-Printern das Problem, dass diese Drucksysteme sehr unterschiedliche Substrate und Farben verarbeiten und deshalb individuell angepasst werden

müssen. Seit Januar 2005 sind diese Probleme bei Christinger Partner gelöst, denn damals installierte Daniel Mayerthaler sein «Proofyourself!»-System.

Dank diesem System benötigt Christinger von jedem Sujet nur noch eine einzige, farbneutrale Datei. Diese Datei wird so auf die im System hinterlegten Profile der verschiedenen Druckmaschinen umgerechnet, dass das Druckresultat mit den Farbvorgaben des Kunden übereinstimmt. Das bedeutet, dass das Druckresultat auf allen Grossformatdruckern von Christinger Partner – egal ob Seiko 64s, Roland Permasol, HP Designjet 5000 und 5500, sowie die beiden 5 Meter Scitex XL-Jet Premium – gleich aussieht!

Inkjetdruck im Prozess Standardoffset

Mitte November hat Christinger Partner das Digitaldrucksystem HP Turbojet 8300 in Betrieb genommen, das Poster bis zum Format 160 cm x 360 cm digital drucken kann. Normalerweise nutzt man im Plakatdruck die hohe Farbbrillanz der Inkjet-Pigmentfarben, um möglichst hohe Farbkontraste zu erzeugen. Christinger Partner hat jedoch den Farbumfang bewusst mit einem Farbprofil auf den Farbkontrast des Plakatdrucks im Offsetdruck gemäss ISO-Standard 12647-2 kalibriert, damit Agenturen oder Werbekunden neben dem Offsetdruck auch den Digitaldruck für ihre Plakatkampagnen einsetzen können. So können weiterhin Grossauflagen im Offset gedruckt werden, kleine und mittlere Auflagen bis 500 Exemplare aber wirtschaftlicher im Digitaldruck.

Einteilige F12-Plakate

Mit dem Druckformat des HP Turbojet können erstmals F12-Plakate auf einem Bogen gedruckt werden. Die F12-Leuchtplakate haben das Querformat 270 cm x 128 cm, was drei F4-Postern im Hochformat entspricht. Bisher werden diese Plakate in drei Teilen gedruckt und zusammengeklebt, was zu Streifen an den Klebestellen führt, die beim Durchleuchten sichtbar werden und sehr unschön wirken.

Plakate für Leuchtkästen, die im Offset gedruckt werden, müssen in einem zweiten Druckgang nochmals auf die Rückseite gedruckt werden, damit die Leuchtkraft gross

genug wird. Bei Inkjetdrucken mit ihren starken Pigmentfarben genügt der Druck auf die Vorderseite.

Ideal für Kampagnen

Der digitale Plakatdruck eignet sich zudem speziell für Händlerplakatierungen, bei denen zum Beispiel für jeden Automobil- oder Brillenhändler in jeder Stadt seine «eigenen» Plakate mit Logo und Adresse gedruckt werden können.

Hat sich eine Agentur erst einmal für den Digitaldruck entschieden, kann sie auch beliebig viele Sujets benutzen und dabei die Werbebotschaft auf den Werbeort oder die Werbezielgruppe abstimmen. So kann man die Fans eines Fussballclubs im Umfeld ihres Stadions anders ansprechen als die Besucher des Opernhauses, innerhalb der gleichen Kampagne, aber mit unterschiedlichen Sujets. Gute Werbeideen für kleinere Zielgruppen müssen nicht mehr an den hohen Auflagebedingungen des Offsetdrucks scheitern!

Attraktive Aussenwerbung

Durch die digitale Produktionskette können Unternehmen ihre Plakate schneller, besser und sicherer produzieren lassen. Von der Werbeidee bis zum Erscheinen des Posters dauert es nur noch eine Woche. Und es geht noch schneller, wenn der Drucker wie Christinger Partner alle Dienstleistungen aus einer Hand bietet, von Vorstufe, Proof, 1:1-Andruck ab Maschine, Druck, Ausrüstung und Versand. Weil der zeitraubende Weg und die Schnittstellen zu den verschiedenen Dienstleistern dabei wegfallen und durch die Gesamtproduktion in einem Haus Fehler vermieden werden, kann ein Plakatdruckauftrag auch schon mal innert 24 Stunden produziert werden.

Hinzu kommt, dass die verschiedensten Werbemittel von einer einzigen Datei produziert werden können, wenn der Werbekunde dies wünscht, und es der Druckerei rechtzeitig gesagt wird. Denn wer seine Printwerbung nicht nur gut und schnell bekommen will, sondern auch preisgünstig, verlässt sich am besten auf eine Druckerei, die dank einer vollstufigen, digitalen und standardisierten Produktionskette ihre Synergien an den Kunden weitergeben kann.