

» MARKEN MÖGEN'S VERBINDLICH«

ZEITGEMÄSSE KOMMUNIKATION MUSS AUF NEUARTIGE TECHNOLOGIEKONZEPTE SETZEN,
UM MARKEN IN IHRER MEDIALEN ERSCHEINUNGSFORM GERECHT ZU WERDEN

Von Paul Willems



In der Printmedienproduktion stellt sich nach wie vor die Aufgabe, die besten Resultate effizient und effektiv zu gestalten. Dabei gilt es immer, Produktionswege sicher und effizient sowie die Kommunikation mit Medien effektiv, zeitsparend und kostenoptimiert zu gestalten. Drei Beispiele aus der Praxis zeigen, was darunter zu verstehen ist: Magazinproduktion von Beef, Gruner + Jahr, Katalogproduktion von IKEA sowie Printproduktionen bei Volkswagen.

Das Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr in Hamburg gibt seit Herbst 2009 das Magazin »Beef« heraus, das vier Mal pro Jahr erscheint, mit rund 180 Seiten Umfang und in einer Auflage von über 100.000 Zeitschriften (www.beef.de). »Beef« ist ein anspruchsvolles Magazin für Männer, die kochen. Eines, das ins Detail geht und mehr bietet als 25 Nudelrezepte, die Kinder mögen. Einher mit den hohen Ansprüchen an den Inhalt von Beef geht der kreativ-künstlerische Anspruch an die Food-Abbildungen.

Abstriche hinsichtlich der Bildqualität sind nicht denkbar. Dies wiederum führt dazu, dass der Reproduktion des Bildmaterials in Beef große Bedeutung zukommt. Ein zuverlässiges und stets reproduzierbares Farbmanagement ist daher die Grundvoraussetzung für eine sichere und reibungslose Produktion von Beef. Die Peter Becker GmbH, verantwortlich für die Aufbereitung der Heftdaten, nutzt dabei das Farbmanagement von GMG. Bild- daten, die aus den unterschiedlichsten Quellen stammen, werden mit dem GMG ColorServer normiert, das heißt in einen einheitlichen Qualitätsstandard gebracht. Dafür werden sie in den Adobe RGB-Farbraum konvertiert. Im Adobe RGB Farbraum geschieht auch die Bildbearbeitung.

Bei der Bildbearbeitung wird großes Augenmerk auf die von der Kundenseite geforderte Natürlichkeit der Food-Abbildungen gelegt. Im weiteren Prozess werden die Daten mit dem GMG ColorServer in den Druckfarbraum (ISO 12647-2 PT 1/2 und 4) konvertiert, der später bei der Produktion des Magazins verwendet wird. Sofern notwendig, werden die angelieferten Bilddaten hierfür auch separiert oder resepariert. Das fertige Heft wird mit GMG ColorProof ausgeprooft, wobei die Proofqualität mit GMG ProofControl verifiziert wird.

Zum Schluss werden die Daten Ink-optimiert. Das heißt, die Buntfarbanteile der Bilder werden reduziert bei einer gleichzeitigen Erhöhung des Farbanteils im Schwarzkanal. Visuell sind keine Unterschiede bei den Bildern vor bzw. nach der Ink-Optimierung zu erkennen. Große Auswirkungen haben die Ink-optimierten Daten jedoch für die Mohn media Mohndruck GmbH, die für den Druck des Magazins verantwortlich ist. Die von der Peter Becker GmbH gelieferten und bei Mohndruck Ink-optimierten Daten sorgen dafür, dass die Druckmaschinen viel schneller in Farbe stehen, die Druckproduktion ist sicherer und die Gesamtqualität des Druckprojekts wird erhöht, da die Graubalance während des Drucks deutlich stabiler gehalten werden kann. Für den Leser von Beef wird dies insbesondere bei Bildern mit hohem Anteil an metallischen oder grauen Bildelementen sichtbar. Außerdem entspricht jede Seite einer jeden Ausgabe den hohen Qualitätsansprüchen, was ganz wesentlich zum Gesamteindruck eines hochwertigen Magazins wie Beef beiträgt.

Auch bei IKEA werden seit vielen Jahren alle Produktbilder im RGB-Farbraum bearbeitet und erst später mittels Farbprofilen in

die verschiedenen Druckstandards konvertiert. 2007 hat IKEA einen internen auf RGB basierenden Masterstandard eingeführt. In den Repro-Abteilungen von IKEA werden einige Tausend jährlich anfallende Bilder optimiert, bis sie auf dem Masterproof vom Creative Director freigegeben werden. Der Masterstandard-Farbraum, der auf dem Masterproof simuliert wird, deckt sowohl den Offset- als auch den Tiefdruck ab. Zusammen mit GMG wurden alle Profile für die Adressierung der verschiedensten Druckstandards auf den IKEA Masterstandard zugeschnitten. Der Aufwand für manuelle Korrekturen nach der Freigabe auf dem Masterproof ist seither substanziell gesunken und bringt für IKEA signifikante Zeit- und Kosteneinsparungen mit sich. So wird auch sichergestellt, dass Qualitätsschwankungen bei der Produktion des IKEA-Katalogs – mit einer Auflage von mehr als 200 Millionen Exemplaren, an 25 Druckstandorten in aller Welt produziert – der Vergangenheit angehören. Der IKEA Masterstandard und die darauf abgestimmten GMG Profile haben einen großen Teil zur Qualitätsstabilisierung beigetragen. Nicht zuletzt deswegen erhielt GMG 2007 den IKEA Tulip Award »Prize of Honour«.

Die Volkswagen AG setzt bei ihrer Druckproduktion auf den GMG InkOptimizer. Die Daten werden bereits beim Vorstufenpartner Ink-optimiert, um die Risiken von zu viel Farbauftrag möglichst gering zu halten. Dabei werden für den Bogen- und Rollenoffsetdruck und je nach Bedruckstoff sowie Drucksujet unterschiedliche Reduktionsstufen gewählt. Durch den geringeren Farbauftrag haben die Druckdienstleister von Volkswagen den Vorteil, dass sie einen stabileren Druck, eine stabilere Graubalance und geringere Farbschwankungen über die Gesamtauflage haben. Für Volkswagen zeigt sich der Vorteil in einem hochwertigeren Druckprodukt, das dem Anspruch des Unternehmens gerecht wird. ■

Paul Willems Paul Willems ist Geschäftsführer des Tübinger Software-Unternehmens GMG GmbH & Co. KG. Er zählt zu den international erfahrensten und erfolgreichsten Managern der Print- und Publishing-Technologie-Branche. Sein Credo: »Gute Kommunikation braucht die besten Technologie-Konzepte.«

HOCHQUALITATIVE ERGEBNISSE DURCH EFFIZIENTES FARBMANAGEMENT

PRAXISTIPP

Markenunternehmen und ihre Printbuyer erwarten von ihren Dienstleistern im Agentur- und Druckbereich selbstverständlich Drucke, die ihren farblichen Vorstellungen entsprechen und die jederzeit in gleicher Qualität reproduzierbar sind. Eine absolut nachvollziehbare Erwartungshaltung, die für Dienstleister ohne die richtigen Tools schwerer zu erfüllen ist, als man auf den ersten Blick meint.

Zahlreiche Hürden gilt es zu meistern, bevor dem Druckauftraggeber Drucke übergeben werden können, mit denen er zufrieden ist. Unter anderem sind hier zu nennen:

- › unterschiedliche Druckverfahren
- › technologisch bedingte Schwankungen im Druckprozess
- › korrekte Wiedergabe von kundenspezifischen Sonderfarben
- › teilweise als Referenz fehlende Druckstandards.

Immer häufiger kommt es daher vor, dass Druckauftraggeber von ihren Dienstleistern den Einsatz bestimmter Tools einfordern, von denen sie wissen, dass die oben angeführten Herausforderungen zur eigenen Zufriedenheit gelöst werden.

Mit großem Erfolg werden weltweit die Farbmanagementlösungen von GMG eingesetzt. Neben Prooflösungen für den Halbton- und Rasterproof stehen mehr und mehr Lösungen im Vordergrund, mit denen automatisch und mit höchster Zuverlässigkeit Daten schnell in die gewünschten Farbräume umgerechnet und farboptimiert werden können.

Mehr Informationen zu den GMG Farbmanagementlösungen finden Sie unter www.gmgcolor.com. ■