

Anzeigendruckunterlagen



Monika Kenzler leitet bei Gruner + Jahr die Zentrale Herstellung des Unterteilbereichs Zeitschriften Deutschland.

Standards forcieren – es geht!

Der Traum von der gleichmäßigen Wiedergabe eines Motivs in verschiedenen Printmedien ist beinahe Wirklichkeit. Dennoch hat die Branche noch einige Aufgaben zu bewältigen, um dieses Ziel zu erreichen. Eine davon ist die direkte Übertragung von Anzeigen auf die Druckform, z. B. via Internet, und somit die »Blindproduktion« von Anzeigen.

Die Herstellung von Tiefdruckanzeigen hat in den letzten Jahren große Schritte in Richtung einer dringend notwendigen Standardisierung gemacht. Diese Entwicklung war in den 70er- und 80er-Jahren nicht unbedingt vorhersehbar, denn die Anfänge nahmen sich – gemessen am Status quo – geradezu mittelalterlich aus.

Damals wie heute benutzten die einzelnen Tiefdruckhäuser Druckfarben mit unterschiedlichen Farborten. Somit hat bis heute jede Tiefdruckerei ihren eigenen Farbraum: Cyan ist noch lange nicht gleich Cyan. Es

einzelnen Verlagshäuser unterworfen war und somit variantenreiche Ergebnisse lieferte) nun bereits eine Ergebnisvielfalt einengrenzende Druckvorlage – einen Filmsatz, später Daten – liefern konnten. Fachleute versprachen sich davon eine stabilere Umsetzung der Motive in den verschiedenen Printmedien.

Es ist der Hartnäckigkeit einiger weniger zu verdanken, dass die Dunkelheit jener Zeit überwunden scheint. Die Gründung des ICC (International Color Consortium, www.color.org) und später dann der ECI (European

reichen. Eine davon ist die direkte Übertragung von Anzeigen auf die Druckform, z. B. via Internet, und somit die »Blindproduktion« von Anzeigen. Um dies zu gewährleisten und auch die Kostenseite im Griff zu behalten, müssen die Prozesse bei Technik und Administration bekannt und nach Best-Practice-Prinzip steuerbar und sicher aufeinander abgestimmt sein, und zwar verlagsübergreifend. Die positiven Effekte für alle Beteiligten liegen auf der Hand: Die Vorstufendienstleister unserer Kunden müssen weniger diversifizieren. Für die Kreativ- und die Mediaagenturen wird die Informationspflicht weniger komplex. Die Verlage können sich darauf verlassen, dass sie ein Datenformat und einen Farbraum bekommen. Die qualitativen Ergebnisse werden dadurch berechenbarer und damit stabiler, also letztlich besser. Derzeit unternehmen die Verlage immer noch große Anstrengungen, das eingehende Anzeigenmaterial in ein druckbares Datenformat und in den richtigen Farbraum zu transformieren. Aufgrund der Vielfältigkeit der Ausgangsbasen ist manuelles Eingreifen immer noch erforderlich.

Zum faktischen Erreichen dieses Ziels bildet die Druckunterlagen-Datenbank Du.On von Mediaservice Wasmuth (www.druckunterlagen-online.de) eine sehr gute Ausgangsbasis. Allein die Transparenz über die technischen Details aller relevanten Print-

» Die Transparenz wird alle an der Produktionskette Beteiligten dazu zwingen, die Standardisierung weiter zu forcieren, auch in den Bereich der Administration hinein. «

gab schlichtweg keine Informationen über die »Hausstandards«. Zudem wurden noch enorme Anstrengungen zum Schutz der hauseigenen Vorstufenabteilungen unternommen, Verschleiern war Programm. Tendenzen zur Vereinheitlichung fanden nur im Zeitlupentempo statt. Und genau dies war die Problemstellung, als vor einem Vierteljahrhundert die ersten Pioniere unter den Agenturen und Anzeigenkunden sich in der so genannten Zentralreproduktion von Anzeigen für den Tiefdruck versuchten. Der Durchbruch der Offset-Tiefdruck-Konversion machte es plötzlich möglich, dass Anzeigenkunden statt aufwändiger Reproduktionsvorlagen (deren Umsetzung sehr der Qualifikation und auch der Philosophie der

Color Initiative, www.eci.org) leitete eine Wende ein. Vor allem die ECI in enger Zusammenarbeit mit dem BVDM (Bundesverband Druck und Medien, www.bvdm-online.de) hat bahnbrechende Arbeit geleistet. Heute haben wir nicht nur vollständige Informationen über die jeweiligen Hausstandards, wir haben sogar einen gemeinsamen Standard: Den PSR (Prozessstandard Rotogravure, Informationen dazu unter www.eci.org) können alle europäischen Tiefdrucker verarbeiten. Der Traum von der gleichmäßigen Wiedergabe eines Motivs in verschiedenen Printmedien ist also beinahe Wirklichkeit.

Dennoch hat die Branche noch einige Aufgaben zu bewältigen, um dieses Ziel zu er-

medien wird den Prozess der »Normalisierung« vorantreiben, der dann bereits beim Erschaffer der Druckvorlage beginnt. Genau diese Transparenz wird alle an der Produktionskette Beteiligten auch dazu zwingen, die Standardisierung weiter zu forcieren, auch in den Bereich der Administration hinein. Denn dort verursachen die kaufmännischen Prozesse – Eingangsverwaltung, rechtliche Prüfung, Rechnungsvorbereitung – erheblichen Aufwand. Am glücklichen Schluss dieser Entwicklung wird dann endlich ein Kommunikations- und Transportsystem stehen, das alle Vorgänge um das Anzeigenhandling, die Produktion und die kaufmännischen Prozesse abbildet. Der Weg dorthin ist eigentlich gar nicht so lang.