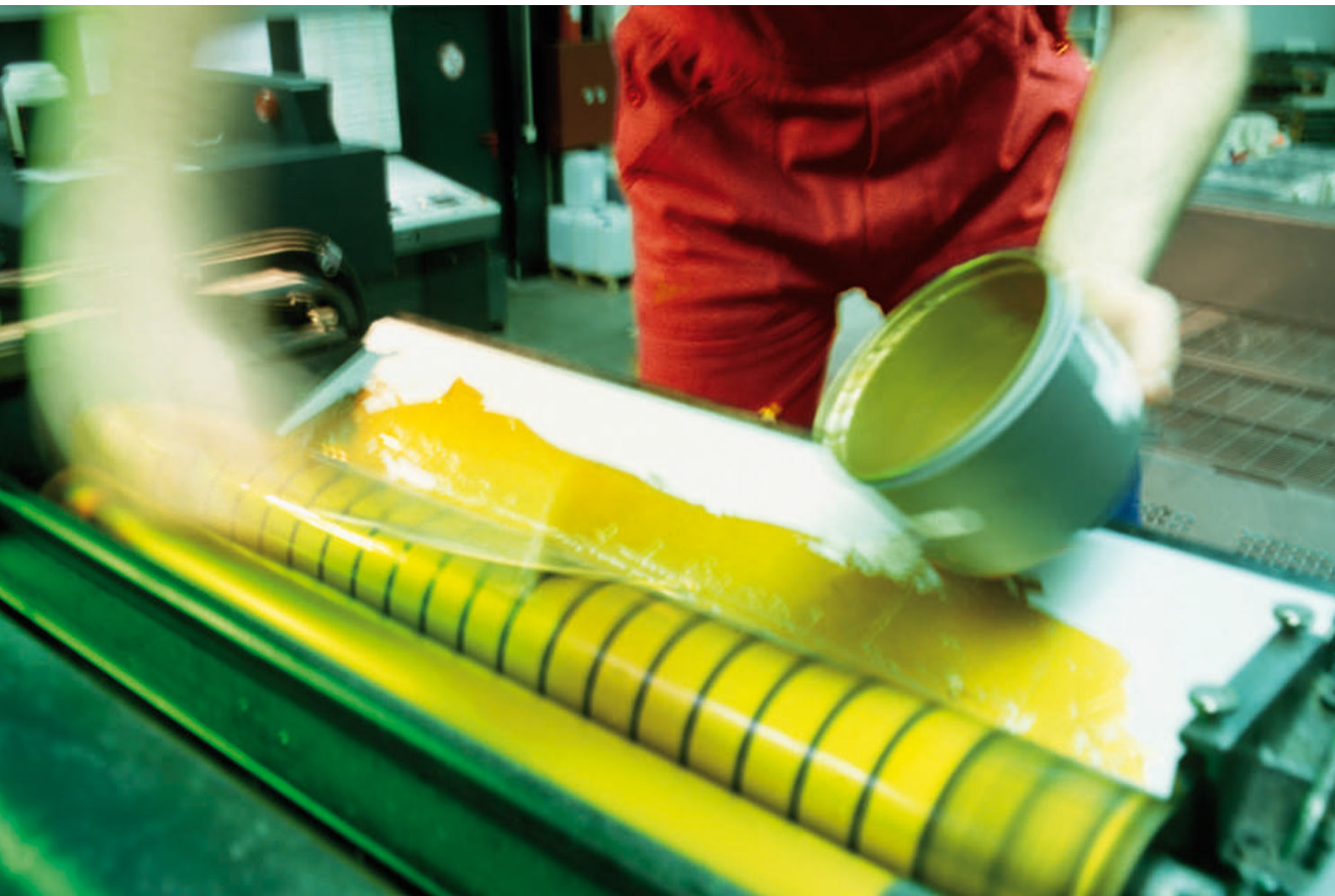


DM-Tipp

Vom Layout zum Gut zum Druck



Wenn das Layout steht, geht der Druckvorstufenbetrieb ans Werk und erstellt reproduktionsfähige Druckvorlagen in Form von Produktionsdaten. Dazu holt er das Beste aus den Bildern heraus, stimmt Rasterwerte und Farben auf Druckverfahren und Papier ab – ein wichtiger Prozessschritt, der in der Planung oft ungenügend berücksichtigt wird.

Für die Produktion Ihrer Werbemittel braucht es viel Know-how. Wenn Sie sich auf diesem Gebiet nicht so gut auskennen, können Sie die Koordination auch Ihrer Agentur oder dem Grafiker überlassen. Oder Sie vertrauen auf Partnerfirmen, die Sie gut beraten und auf die Sie sich aus Erfahrung verlassen können.

Belichtungsfertige Produktionsdaten herstellen

Nach dem Layout stehen Texte und Bilder millimetergenau an ihrem Platz. Meist handelt es sich bei den Bildern jedoch noch nicht um Feindaten (300 dpi), sondern um Grobdaten (72 dpi), denn so lassen sich die Datenmengen während der Kurationsphase gering halten. Die Aufgabe des Vorstufenbetriebs ist es nun, belichtungsfähige Feindaten herzustellen. Dazu setzt er die Feindaten ein, bearbeitet sie und stimmt Rasterwerte und Farben auf Druckverfahren und Papier ab. Er schießt die Seiten zu Druckformen aus und erstellt ein Andruck oder ein Farbproof für das Gut zum Druck.

Lithos oder Filme zur Belichtung der Druckplatten braucht es heute kaum mehr, denn gedruckt wird heute meist im CTP-Verfahren (Computer to plate). Bei vielen Druckereien gehört die Druckvorstufe zur Kernkompetenz. Es gibt jedoch auch spezialisierte Prepress-Unternehmen.

Tipps für die Druckvorstufe

Fragen Sie Ihre Druckerei an, ob sie auf die Druckvorstufe spezialisiert ist. Wenn ja, ist es von Vorteil, wenn sie diese Aufgaben übernimmt. Denn sie kennt die hauseigene Infrastruktur und kann so die Daten optimal auf die Druckmaschinen abstimmen.

Räumen Sie für die Phase der Druckvorstufe genügend Zeit ein und erteilen Sie den Auftrag rechtzeitig, damit der Datenhersteller die Arbeit einplanen kann.

Erstellen Sie einen schriftlichen Auftrag und halten Sie darin folgende Punkte fest:

- System und Programm, in welchen die Daten erstellt wurden
- Formate der Mailingbestandteile
- Schriften
- Farben pro Mailingbestandteil (CMYK = Cyan/Magenta/Yellow/Schwarz, Sonderfarben mit Pantone-Nummern)
- Tonwertangaben in %
- Rasterweite
- Druckverfahren
- Papier
- Sprach- und Sortenwechsel inkl. Farbwechsel
- Notwendigkeit von Andruck, Proof
- Termine
- Weiterleitungsadressen

Informieren Sie den Datenhersteller darüber, ob die Vorlagen originaltreu reproduziert werden können oder ob Sie Veränderungen wünschen.

Übergeben Sie dem Datenhersteller folgende Unterlagen:

- schriftlicher Auftrag
- Daten und Farbausdruck der Reinzeichnung
- Schriften
- Originalfotos, -dias, -grafiken, -illustrationen
- ev. Farbmuster (z.B. bei Spezialfarben)
- Stellen Sie sicher, dass die Daten dem aktuellsten Stand entsprechen.
- Lassen Sie – insbesondere bei Bildern mit Menschen oder Lebensmitteln – ein Proof oder einen Andruck erstellen. Der Andruck oder das Proof dient beim Druck als Referenz.
- Prüfen Sie den Andruck oder das Proof, welches meist auch gleich als Gut zum Druck dient, auf folgende Punkte:
 - o Farbqualität (Hauttöne, Farbverläufe usw.)
 - o Bildqualität (Moiré usw.)
 - o Stand Bild und Text
 - o Text: Satz, Schriften, Umbrüche
 - o Blitzer
 - o Passerzeichen
 - o Schnitt- und Stanzzeichen
 - o Format
- Lesen Sie das Gut zum Druck noch einmal ganz durch.

Weitere Informationen unter www.post.ch/directpoint.

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint