

Neuer Workflow mit grossem Potenzial: PDFX-ready V2

Event des Fachverband publishingNETWORK

Mit der breiten Einführung von PDF/X-4 informierte das PUBLIFORUM am Montag, 30. Januar 2012, über die verschiedenen Änderungen im Arbeitsprozess bei der Erstellung und Ausgabe von PDF-Dateien. Die Veranstaltung wurde von dem Fachverband publishingNETWORK, der graficom sowie dem PubliCollege gemeinsam organisiert.

Mit dem vom Verein PDFX-ready im letzten Quartal 2011 vorgestellten V2 Workflow verabschiedet sich PDFX-ready endgültig von PostScript als «Treiber» der Druckindustrie. Mit PDFX-ready V2 wird ein durchgängig auf nativer PDF-Verarbeitung basierender Workflow Realität. Die Vorteile, die PDFX-ready mit dem V2 Workflow freisetzt, sowohl bei der Datenerzeugung als auch bei der Ausgabe, setzen neues technisches Wissen und vor allem auch entsprechende Technologien im Bereich des Workflows voraus. Der Abendevent war mit rund 60 Teilnehmer/innen sehr gut besucht und zwang die Organisatoren zu einer flexiblen Raumplanung.

Veränderter Umgang mit Daten

Genau so, wie sich die Druck- und Medienindustrie wandelt, verändern sich auch die Anforderungen an den Umgang mit PDF Dateien. Während früher alles auf das «Endziel Druck» ausgerichtet war, haben wir es heute mit einer wesentlich breiteren Medienlandschaft zu tun. Die Evolution von PDF-Verarbeitung, um deren praxisgerechte Beschreibung sich PDFX-ready kümmert, ist eingebettet in sich verändernde Publishing-Prozesse. Medienneutralität und Crossmedia sind beim

neuen Workflow auf Basis von PDF/X-4 wichtige Kriterien. Dabei geht es nicht prioritär immer um eine PDF-Datei die für den Druckprozess aufgebaut wird, vielmehr verschiebt sich die definitive Erzeugung bis zum RIP der Ausgabe. Mit PDFX-ready RGB V2 stellt PDFX-ready erstmals einen Standard vor, der medienneutrale RGB-Daten im PDF erlaubt – jedoch mit Einschränkungen in Bezug auf die erlaubten Objekttypen. Technische Töne und Grafiken sollten auch in RGB V2 in CMYK angelegt werden. Von einer echten Medienneutralität kann daher keine Rede sein, da diese CMYK-Tonwerte auch weiterhin auf die konkrete Ausgabebedingung angepasst werden müssen. PDFX-ready RGB V2 ist also eher ein Vorschlag für die Verarbeitung von RGB-Informationen in CMYK-PDFs als eine durchgängige Strategie für das crossmediale PDF.

Komplette Überarbeitung

Georg Obermayer, der Referent an diesem spannenden Abendanlass, war zusammen mit Peter Kleinheider und René Theiler massgebend für die Erstellung des neuen PDFX-ready Leitfadens V2, der neuen Rezepte für die Aufbereitung von Daten sowie den verschiedenen Prüfprofilen zur Kontrolle des Vereins PDFX-ready zuständig. Der neu erstellte Leitfaden in der Version 2 ist nicht nur ein Update der Vorgängerversion, sondern eine komplette Überarbeitung mit einer komplett neuen Gestaltung. Der Leitfaden beschreibt die Erstellung, Verarbeitung und Ausgabe von PDF/X-4 Dateien. Gerade das Arbeiten mit medienneutralen Farben in Kombination mit Transparenzen erfordert besondere Verarbeitungseinstellungen,

die an dieser Veranstaltung gezeigt und auch in einem praktischen Dialog ausgiebig mit den Teilnehmern besprochen wurden.

Im neuen Leitfaden V2 werden folgende Aspekte genau betrachtet:

- Farbgrundeinstellungen für Programme und Dokumente – heutzutage haben nicht nur Bilder angehängte ICC Profile, sondern auch Grafiken und Layoutdokumente
- Vorbereiten von Bildern für die drei Arten des aufbereiten – early, intermediate and late binding
- Grafiken verfahrensangepasst aufbereiten
- Aufbau von Layouts und konfigurieren von neuen Dokumenten
- Datenprüfung in Layoutprogrammen
- Optimierte Verwendung von Transparenzfunktionen
- PDF/X Erzeugung aus Adobe InDesign und Quark-XPress
- Erstellung von medienneutralen PDFs
- PDF Datenprüfung mit den Prüfprofilen von PDFX-ready
- Warum überhaupt der PDFX-ready-Workflow V2
- Das Prüfregelwerk zum PDFX-ready-Workflow V2
- Umgang mit der Ausgabebedingung
- Farbkonvertierung von PDF Dateien
- Verarbeiten von PDF/X-4 Dateien

Den gedruckten PDFX-ready Leitfaden V2 können Sie auf der Geschäftsstelle des VSD gegen eine Schutzgebühr von CHF 20.- (exklusive Versand



Beat Kipfer, PubliCollege und Mitorganisator des Anlasses in Burgdorf.



Georg Obermayer, einer der Referenten der Abendveranstaltung.



Die zahlreichen Teilnehmer profitierten von interessanten Informationen.



PDFX-ready Beispielseite für die interne Schulung und als Muster für das bessere Verständnis.

und MwSt.) bestellen. Am besten über die Mail-Adresse office@vsd.ch oder bei Astrid Sommer per Telefon 031 351 15 11.

PDFX-ready Beispielseite

Im neuen Leitfaden «PDFX-ready-Workflow V2» ist eine Beispielseite der Wegbegleiter durch die verschiedenen Funktionen. Diese Seite kommt immer dann zum Einsatz, wenn die Vorteile des PDFX-ready-Workflows V2 aufgezeigt werden sollen. Die Beispielseite nimmt dabei mehrere Rollen ein. Sie ist eine Auflistung der wichtigsten Vorteile des Ansatzes von PDFX-ready, eine Gedächtnisstütze und Lernunterlage für die zentralen Aspekte von

zuverlässiger PDF-Erstellung und -Verarbeitung. Mit den eingebauten technischen «Finessen» kann sie auch zum Testen des Workflows genutzt werden. Detaillierte Beschreibungen zu den einzelnen Feldern der Beispielseite finden die Leser des Leitfadens auf jeder Doppelseite in einem gelben Kasten, der angibt, an wen sich die Seite richtet und wo im Workflow das Thema greift.

Analog dazu ist immer unten rechts beschrieben, auf welcher Seite sich der jeweilige Workflow fortsetzt. Die Beispielseite ist kein Ersatz für die technischen Testformen von PDFX-ready und anderen Institutionen. Die Beispielseite ist nur zum Testen und für Demonstrationszwecke im Zusammenhang mit dem Leitfaden gedacht. Vor



Georg Obermayr, PDF Spezialist und engagierter Autor des neuen Leitfadens.



Der Stadthaus Keller eignet sich gut für einen Apéro mit entsprechendem Netzwerk.

allem bei den Kursen mit Lernenden soll und kann die Beispielseite zum besseren Verständnis der Technik eingesetzt werden.

Die Beispielseite steht seit Kurzem in drei Fassungen auf der Webseite des Vereins PDFX-ready zum Download bereit: als unsertifizierte PDF-Datei mit allen möglichen Farbräumen, als PDFX-ready V2 RGB-Datei und als PDFX-ready V2 CMYK-Datei.

PDFX-ready Leitfaden jetzt als iPad Version

Zusätzlich hat Georg Obermayr vom neuen Leitfaden V2 eine iPad-Version erstellt, mit der die Vorteile beim digitalen Medium auch für diese Publikation genutzt werden kann. Mit dem iPad ist es nicht nur möglich Inhalte ansprechend zu präsentieren, vielmehr lässt sich hier auf spielerische Weise das Wissen rund um den neuen PDF/X-4-Workflow gezielter vermitteln.

Georg Obermayr hat in dieser Version interaktive Funktionen verwendet, welche die Attraktivität dieser Publikation für den Anwender massiv erhöht. Als Grundlage für die Erarbeitung der iPad-Version setzte er Quark App Studio ein, mit dem sehr schnell eine vollständige Kontrolle über das Design der Inhalte und einer reichhaltigen Interaktivität genutzt werden kann. Die effiziente Umgebung lässt einen grossen Spielraum zum Gestalten von Inhalten der App für unterschiedliche Geräte und Ausrichtungen. Die PXR-App des Leitfadens V2 steht in den nächsten Wochen im Apple-Store mit der Bezeichnung «PXR-App» für einen kleinen Kostenbeitrag zur Verfügung.

Diese Applikation zeigt auf, dass neben dem Printprodukt, einer für das Internet optimierten PDF-Datei, auch für die neuen Medienkanäle entsprechende Unterlagen vorhanden sein müssen. Für die Schulung und Instruktion im Betrieb ist diese zusätzliche Version des Verein PDFX-ready ideal geeignet, die Informationen in der iPad-Variante lässt sich gut neben dem Arbeitsplatz nutzen und erhöht somit den Lernerfolg.

Denn eines hat der Abend in Burgdorf eindrücklich aufgezeigt: Fachkompetenz wird in Zukunft eines der wichtigsten Kriterien sein und dies lässt sich nur mit einer guten Grund- und Weiterbildung erreichen. Dazu braucht es auch neue Lehrmittel, die Spass und Wissen ideal kombinieren können. ■

Schulung zur nachhaltigen Medienproduktion

Immer mehr Betriebe in der Druckindustrie beschäftigen sich mit Themen wie Umweltschutz, Energieeffizienz und klimafreundlicher Produktion. Dabei reagieren sie auf einen eindeutigen Trend in der Gesellschaft in Richtung nachhaltige Nutzung der beschränkten Ressourcen. Trotzdem bleiben viele Chancen noch weitgehend ungenutzt. Hier setzte das Seminar an, das der Verband der Schweizer Druckindustrie (VSD) gemeinsam mit der Swiss Climate AG und ClimatePartner Switzerland durchführte.

In den Räumen der Kromer Print AG in Lenzburg fanden sich am Dienstag, 17. Januar 2012, 15 Teilnehmer zur Schulung in der nachhaltigen Medienproduktion ein.

René Theiler, Projektleiter Technik und Umwelt des VSD, zeigte in seinem Einstiegsreferat auf, welche Chancen sich den Druckereien mit innovativen Konzepten eröffnen. Für ihn ist der ehrlichste Prozess der klimafreundliche Druck mit Reduzierung der Emissionen und Kompensation des verursachten CO₂-Ausstosses. Damit ein Unternehmen nachhaltig handeln kann, muss es auf einer wirtschaftlich gesunden Basis stehen und zukunftsfähig sein.

Profitables Handeln ist also auch im Sinne der Nachhaltigkeit nicht ausgeschlossen und sogar notwendig, um in innovative Technologien und Produktentwicklungen zu investieren. Der ganzheitliche Kontext mit Integration anderer Aspekte des Umweltschutzes macht klimaneutrales Drucken erst wirklich glaubwürdig. Zu diesem Bereich stellt der VSD den Betrieben ein integrales Management System zur Verfügung, welches Schnitt-

stellen und Redundanzen im ganzen Betrieb reduziert. Nachhaltiges Drucken ist nur mit optimiertem Produktionsprozess wirklich glaubwürdig. Erst Energieeffizienz, Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft und zertifizierte Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme machen klimaneutrales Drucken zu einem glaubwürdigen Angebotsvorteil.

Zentrale Schritte der Klimaschutz-Strategie

Die drei zentralen Schritte einer Klimaschutz-Strategie stellte Othmar Hug, Swiss Climate AG, in seiner Präsentation ins Zentrum. In diesem Kontext erwähnte er auch wissenschaftliche Thesen, welche den Klimawandel, gegenüber den immer wieder kommenden Argumenten, dass es nicht so schlimm ist, klar belegen. Dabei gibt es genau in diesen Bereichen viele Chancen, welche die Unternehmer für den freiwilligen Klimaschutz und zur Profilierung im Markt aufgreifen sollten.

Der Carbon Footprint wird für Unternehmen immer wichtiger und zunehmend auch von Kunden gefordert. Dabei ist ein standardisiertes Vorgehen der Messung wichtig, welche systematisch, nachvollziehbar, vergleichbar und demzufolge dann auch glaubwürdig ist. Ein wichtiger Punkt dabei ist die Systemgrenze, die zur Transparenz bei Produkten sowie einer Produktion enorm wichtig ist. Im zweiten Teil seines Vortrages legte er den Schwerpunkt auf die Reduzierung der Emissionen und belegte diese mit praktischen Beispielen. Für die klimaneutrale Erstellung von Druckprodukten ist aus seiner Sicht neben den im Betrieb getätigten Reduktionsmassnahmen eine gute Kommunikation mit den Kunden enorm wichtig.

Dazu zeigte er als Beispiel den Ablauf einer Musterproduktion mit dem Energieeffizienz-Check von ClimatePartner und der Kompensation mit Swiss Climate AG – ein Prozess, wie dieser aktuell in verschiedenen Druckereien umgesetzt wird.

Potenziale nutzen im Bereich der Energie-Effizienz war das Thema vom Referat von Hubert Stahel, ClimatePartner Switzerland AG. Er zeigte sehr gut auf, wie durch den Kontinuierlichen Verbesserungs-Prozess (KVP) allein durch das Verhalten der Mitarbeiter und deren Auswirkungen sich eine Verbesserung der Energiewerte ableiten lässt. Auch für ihn ist die Vorgehensweise klar: zuerst vermeiden, dann pragmatisch reduzieren und erst am Schluss kompensieren. Für ihn bleibt die Integration der Mitarbeiter der Schlüssel zum Erfolg. Bei der Kromer Print AG konnte die Umsetzung auch nur dank dem Einsatz und Verständnis der Herren Geri Anner und Heinz Ritter in dieser kurzen Zeit umgesetzt werden. Der KVP muss im Verkaufsgespräch als Mehrwert den Kunden kommuniziert werden, das Thema «Low Emission Print» ist nur durch den Einbezug der Energieressourcen wirklich glaubwürdig.

Die Kunst im Umgang mit der Nachhaltigkeit ist es, den daraus erkennbaren Kundennutzen abzuleiten und relevante Punkte aufzuzeigen. Zu diesem Aspekt konnten die Teilnehmenden in Gruppen Argumente erarbeiten. In den drei Gruppen wurden Argumente für den Verkauf von klimaneutralen Produkten, der kreativen Kommunikation sowie die operative Umsetzung der Nachhaltigkeit im Betrieb erarbeitet und präsentiert. Als Abschluss des Seminars erläuterte Heinz Ritter, Projektleiter und verantwortlich für den Bereich Finanzen und Personal bei der Kromer



Othmar Hug, Swiss Climate AG.



René Theiler, VSD Projektleiter Umwelt.



Hubert Stahel, ClimatePartner Switzerland, Energieeffizienz.

CO₂ und Heizkosten sparen

Die Binkert Druck AG weihte am 11. Januar 2012 die neue Grundwasser-Wärmepumpe mit einer Feier offiziell ein.



Heinz Ritter und Geri Anner, Projektverantwortliche Kromer Print AG.

Print AG, in einem Erfahrungsbericht, wie er die Umsetzung aller wichtigen Schritte erlebt hat. Sie sind heute in der einer der wenigen Betriebe, welche die im Öko-Rating des VSD aufgelisteten Bereiche der Nachhaltigkeit abdecken. Nur im Zusammenspiel aller dieser Elemente und im Sinne des integralen Managements kann er mit gutem Gewissen auch gegenüber den Kunden eine umweltgerechte Produktion anbieten. Die Zusammenarbeit mit ClimatePartner im Bereich der Energieeffizienz war für ihn und Geri Anner sehr erfreulich, sie schätzten vor allem die praktische Zusammenarbeit und die zielführende Arbeit. Die Firma Kromer Print AG hat viel investiert und muss jetzt diese Massnahmen auch mit ihren Produkten wieder amortisieren.

Die Schulung zur nachhaltigen Medienproduktion zeigte sehr deutlich auf, wie wichtig ein fundiertes Fachwissen für den Verkauf von ökologischen Druckprodukten gegenüber den Kunden ist. Zum Abschluss der Schulung fand dann noch ein Apéro statt, bei welchem die gehörten Fakten zwischen den Teilnehmern noch intensiv ausgetauscht wurden.

In den letzten Jahren hat sich umweltbewusstes Handeln als Möglichkeit erwiesen, eine neue Ansprache im Wettbewerb zu entwickeln. Firmen, die sich im gesamten Kontext engagieren, haben nicht nur eine glaubwürdige Basis, sie sind auch betriebswirtschaftlich auf die künftigen Herausforderungen vorbereitet.

Das Seminar kann als Schulung bei Ihnen im Betrieb durchgeführt werden. René Theiler gibt Ihnen gerne Auskunft für eine Organisation eines entsprechenden Kurses bei Ihnen im Betrieb (rene.theiler@vsd.ch).

Die Binkert Druck AG im aargauischen Laufenburg ist ein Familienunternehmen in der vierten Generation. Die traditionsreiche Druckerei entschied sich bereits früh, Ökologie und Ökonomie zu verbinden, wie Geschäftsführer Roland Kaufmann an der offiziellen Einweihungsfeier vom 11. Januar 2012 mit Gästen aus Politik und Wirtschaft ausführte. Daraus entwickelte sich die eigentliche Cleantech-Strategie.

Im Rahmen des Qualitätsmanagementsystems ISO 9001 ging es bereits 1997 um Nachhaltigkeit, indem Arbeitsabläufe optimiert, Ressourcen eingespart und unnötige Emissionen vermieden wurden. Mit der Einführung des Umweltmanagementsystems ISO 14001 im Jahr 2005 sollten dann gezielt die Energieeffizienz verbessert, schwer abbaubare oder VOC-haltige Chemikalien und Lösungsmittel durch umweltfreundliche Mittel ersetzt oder in der Anwendung stark reduziert werden. Schritt für Schritt wurden Massnahmen umgesetzt. «Zum Beispiel wurden die Klimageräte zur Kühlung der Druckanlagen und des Druckereigebäudes durch die Bohrung eines Brunnens und der Nutzung von Grundwasser ersetzt», erklärt Kaufmann. Nicht zuletzt für diese Errungenschaft hat die Binkert Druck AG 2010 den Nachhaltigkeitspreis der grafischen Industrie erhalten – inklusive eines Gratulationsschreibens der Aargauer Bundesrätin Doris Leuthard.

«Mit der neuen Wärmepumpe können nicht nur Energiekosten, sondern auch der CO₂-Ausstoss massiv gesenkt werden», freut sich Kaufmann. An der Investition von 200.000 Franken beteiligte sich die Klimastiftung Schweiz mit 25.500 Franken.

Auf fossile Brennstoffe kann die Druckerei künftig verzichten, zusätzlich wird die Abluft der Druckmaschine ebenfalls zu Heizzwecken genutzt. Auch künftig wolle man eine Vorreiterrolle einnehmen, führte Roland Kaufmann weiter aus. So werde seit Jahresbeginn der ganze Betrieb zu 100% mit Naturstrom betrieben.

Im Rahmen der Betriebsbesichtigung wurden den Gästen aus Politik und Wirtschaft die Abläufe in der Druckerei näher gebracht. Zudem konnte der neu gestaltete Eingangsbereich sowie die neue Versandstrasse präsentiert werden. Stadtmann Rudolf Lüscher überbrachte zum Schluss



Bei der Einweihung v.l.: Stadtmann Ruedi Lüscher, Geschäftsführer Roland Kaufmann, Daniel Roth, TechnoTherm AG, und Vincent Eckert, Geschäftsführer Klimastiftung Schweiz.

der Einweihung die besten Grüsse der Stadt und lobte die nachhaltige Strategie.

Engagement im Ökorating des VSD

Mit der Einführung des Öko-Rating im Februar 2008 hat der VSD für die Kunden der grafischen Industrie ein freiwilliges Informationssystem zu den Umweltleistungen erstellt. Dieses Rating umfasst verschiedene ökologische Themen, um für Kunden transparent zu machen, welche Druckerei sich punkto Klimaschutz und Umwelt vorbildlich verhält. Gerade beim Thema «klimafreundliches Drucken» ist der VSD kritisch und setzt auf einen nachhaltigen Ansatz, verfolgt in diesem Bereich eine klare Informationstransparenz, mit gelebter Prozessorientierung und natürlich geförderter Energieeffizienz, die jährlich im Sinn des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses durch eine neutrale Institution kontrolliert wird.

Durch intensive Gespräche und die Erfahrung der letzten vier Jahre soll das Öko-Rating um ein weiteres Feld erweitert werden, das ein spezielles Engagement im Umweltbereich auszeichnet. Dabei geht es auch um Leistungen, die anderen Betriebe aufzeigen, wie sie sich verbessern können. Auf der anderen Seite sehen die Kunden, mit welcher Innovationskraft die Druckindustrie das Thema Nachhaltigkeit angeht.

Das Beispiel der Binkert AG zeigt exemplarisch, was ein ständiger Verbesserungsprozess bewirken kann.

www.klimastiftung.ch
www.binkert.ch
www.druckindustrie.ch/oekoring

Veredelung als intelligentes Geschäftsmodell

Feierabend-Apéro der Fachgruppe VDS bei der Rüesch Druck AG

Die letzte Veranstaltung der Vereinigung Druck Schweiz, Fachgruppe des VSD, im Jahr 2011 nahm das interessante Thema der Veredelung auf. Rund 25 Teilnehmende folgten der Einladung, die Rüesch Druck AG in Rheineck zu besuchen. Eugen Rüesch, Inhaber und Gründer der Firma, gab bei der Begrüssung einen kurzen Abriss über die Geschichte des Unternehmens und informierte auch über die Einführung dieses Veredelungsbereichs mit den rotativen Siebdruck-Anlagen. Anschliessend konnten die Anwesenden anhand von Druckbeispielen die verschiedenen Effekte der Veredelung begutachten. Pascal Pfleger, Verkaufsleiter der Rüesch Druck AG, erklärte die einzelnen Muster sehr gut und machte auf die verschiedenen Probleme mit Bedruckstoffen, Lacken und vielem mehr aufmerksam.

Spezialeffekte bei Drucksachen ziehen das Augenmerk auf sich und werden viel nachhaltiger wahrgenommen. Der rotative Siebdruck, welcher die Rüesch Druck AG einsetzt, eröffnet dabei ungeahnte Perspektiven für raffinierte Gestaltungen. Attraktiv sind optische Reize wie Nach(t)leuchtfarben, Glitter- oder Kippeffekte, metallisch schimmernde Lackierungen oder Thermochrome, also Farben, die sich bei Wärme verändern. Die Firma Rüesch Druck AG bietet ausserdem unzählige Möglichkeiten für haptische Effekte wie Touch- oder Relief-Lack, mit denen verschiedenste Materialien und Oberflächen simuliert werden. Dann gibt es noch die duftenden Lackierungen, welche die feinen Nasen ansprechen.

Willkommen im Reich der Sinne

Ein Printprodukt kann mit der richtigen Veredelungsart alle Sinne des Menschen ansprechen. Das ist ein Aspekt, welcher unbedingt auch bei der gezielten Kundenberatung genutzt werden sollte. Optische Effekte oder metallisch schimmernde Lacke ermöglichen den Grafikern oder Designern fast grenzenlose Gestaltungsmöglichkeiten. Durch haptische Effekte mit Touch- oder Relief-Lack können verschiedenste Materialien, Strukturen oder Oberflächen simuliert werden. Auch der Bereich der Duft-Lacke nimmt immer mehr zu. Die Duftnoten Erdbeere, Honig oder auch neues Leder lassen sich täuschend echt imi-

tieren. Dazu braucht es von den Unternehmerinnen und Unternehmern in der Druckindustrie auch entsprechende Beratungen. Die Rüesch Druck AG hat als Information einen Musterordner für Gestalter, Grafiker, Designer oder Marketer (die für die Vermarktung eines Produktes oder einer Dienstleistung zuständige Person) erstellt. Dieser Ordner kann den Kunden aus der Druckindustrie präsentiert werden. Ein besonders sinnliches Erlebnis wird erzielt, indem die Drucksache nicht nur optisch auffällt, sondern auch den Tastsinn anspricht. Mit der Internet-Seite «Willkommen im Reich der Sinne» hat die Rüesch Druck AG zum Musterordner eine weiterführende Quelle im Internet erarbeitet. Sie informiert immer über den aktuellsten Stand der Möglichkeiten.

«Wir beobachten in letzter Zeit ein steigendes Interesse an veredelten Druckprodukten», stellt Pascale Pfleger fest. Je mutiger die Kunden sind, desto wirkungsvollere Effekte können dadurch erzielt werden. Für besonders hochwertige Produkte oder Markenartikel werden glänzende Lacke zum Beispiel gerne in Kombination mit speziellen Papieren eingesetzt. Ob Geschäftsberichte, Kataloge, Bücher, Prospekte, Umschlagseiten von Publikationen – ein edles Aussehen ist im Trend. Hochwertige Printprodukte werden vor allem für Erzeugnisse mit einem hohen repräsentativen

Nutzen immer wichtiger. Was die gestalterischen Möglichkeiten angeht, so zahlt sich eine gute Beratung aus. Da alle Veredelungsformen und Kombinationen sehr komplex und anspruchsvoll sind, sollten an der Produktion beteiligte Partner so früh wie möglich in das Projekt involviert werden. Nur so kann gewährleistet werden, dass die Veredelung zum Motiv/Objekt passt. Auch die Weiterverarbeitung muss einbezogen werden. Gerade die Beratung des Veredlers ist gefragt, wenn ungewöhnliche Materialien zum Einsatz kommen sollen. Ideal wäre, vor der Auflagenfertigung ein Andruck herzustellen. Eine Vorproduktion bietet den Partnern eine enorme Sicherheit vor der definitiven Produktion. Zudem können die Kunden die verschiedenen Effekte testen und sich so besser für die optimale Veredelungsvariante ihres Produktes entscheiden.

Emotionale «Treffer» setzen

Um nachhaltig Wirkung zu erzeugen, muss ein Printprodukt für den Empfänger also von Relevanz sein. Das gilt nicht nur für den Inhalt, sondern durchaus auch für die Gestaltung. Durch Differenzierung von der Masse gewinnt die Printkommunikation an Sympathie bei der Zielgruppe, die des «Üblichen» überdrüssig geworden ist. Die



Eugen Rüesch, Begrüssung der Teilnehmenden am Feierabend-Apéro.



Pascal Pfleger, Verkaufsleiter der Rüesch Druck, erklärt die verschiedenen Veredelungsarten.



Muster zum Anfassen und Bestaunen: Veredelung ist auch spürbar.



Interessanter Austausch unter den Teilnehmenden beim Firmenrundgang.

Aufgabe lautet deshalb: Ganz gezielt und überzeugend emotionale «Treffer» setzen. Bekanntlich können Emotionen über Sinneswahrnehmungen hervorgerufen werden. Dies unterstützt Print wie kaum ein anderes Medium. Aufgrund vielfältiger Materialien sowie Techniken der Veredelung und der Weiterverarbeitung ist es möglich, von der Optik bis zum Geruchssinn fast alle menschlichen Wahrnehmungen anzusprechen. Im Zusammenspiel unterschiedlicher Veredelungen und Be-

druckstoffe entsteht so ein Objekt, das im wahren Sinne zum Begreifen einlädt. Das geht so weit, dass ein Printprodukt selbst, unabhängig von seinem Inhalt, für die Zielgruppe einen zusätzlichen Nutzen, einen Mehrwert haben kann. Für den Drucker insofern von Vorteil ist, dass veredelte Produkte dem Preisdruck weniger ausgesetzt sind. Werden nun auch die Inhalte an individuellen Interessen ausgerichtet, ist das Ziel erreicht. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Infor-

mationen tatsächlich für die Zielgruppe interessant sein müssen. Das ist eigentlich nur mittels einer professionellen Kommunikation zu realisieren. Die gezielte Anpassung eines Textes einschliesslich des Layouts, der Farb- und Bildauswahl sowie der Gestaltung an die persönlichen Wünsche und Interessen, der sogenannte Individualprint, eröffnet jedoch die Möglichkeit eines tatsächlichen Dialogs zwischen Unternehmen und ihren Kunden – ganz im Sinne der Zielgruppe. Erfolgreiche Printkommunikation ist ein ganzheitlicher Konzeptansatz, bei dem sowohl Ursache als auch Wirkung im Fokus stehen. Wenn sich alle Prozessbeteiligten, Konsumenten wie Produzenten, als Teil des Ganzen verstehen, wird der Wirkungskreis der Druckveredelung so funktionieren, wie es sich der Kunde wünscht. Das Verkaufsteam der Rüsch Druck zeigt gerne auch bei einem persönlichen Besuch die Musterkollektion und kann dabei die Vorzüge der Veredelung erläutern. Weitere Informationen zu den Veredelungstechniken befinden sich auch auf der Internet-Seite: www.print-effect.ch.



Die Kontrolle der veredelten Bogen unter einem speziellen Licht.

Redaktion VSD-Mitteilungen

VSD, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern
Telefon 031 351 15 11 Fax 031 352 37 38