

Mit einer ausgeklügelten Testform prüft Brückel für beide Seiten der Papiere die Gültigkeit von ICC-Profilen (zum Beispiel Offsetstandard ISO 12647-2 mit Fogra39), grossflächige Graubalance, Auflösung, Druckkopfpositionierung und damit verbunden die Homogenität und Intensität des Tintenaufrags – denn es gibt so etwas wie Strangunterschiede, vor allem wenn einzelne Druckköpfe innerhalb der Formatbreite erneuert wurden.

Für Diana Esser von Esser printSolutions, Bretten, ist die Fogra-PSD-Zertifizierung ein wichtiges Marketing-Argument. Esser setzt eine vierfarbig druckende HP WebPress T230 ein. Brückel begleitete die Zertifizierung im Januar 2016. Dabei gelang es, einige bislang unbemerkte Schwachstellen im Workflow herauszufinden (hilfreich: PDFX-ready-Output-Datei). Gedruckt werden ausschliesslich Manuale, denen gegebenenfalls sogar Ersatzteile beigelegt werden müssen, die Esser mit bevorratet. Qualität bedeute daher nicht nur die optimale Farbwiedergabe, sondern auch und vor allem Fehlerfreiheit und reibungslose Produktion.

Farbe im textilen Dekordruck

Beim industriellen Textildruck stehe die Umstellung auf digitale Prozesse trotz Digitaldruck noch am Anfang, erläuterte Andreas Stephan von Epson. Viele Designer arbeiteten analog mit Stift und Pinsel und scannen ihre Entwürfe ein, statt Grafiktablett und Software zu nutzen. Dementsprechend seien Farbmanagement, digital unterstütztes Prototyping und Proofen die Ausnahme. Es fehle generell am Verständnis, welche Effizienz der Fortschritt biete.

Georg Boedler von Infoserv Medienkonzepte schilderte entsprechende Praxiserfahrungen. Für den Druck auf Gewebe, Bezüge, Gardinen, Tapeten und Bildleinwand komme vor allem der Farbstoffsublimationsdruck in Frage. Trotz der hohen Anforderungen an die Farbwiedergabe werde fast ausschliesslich visuell bewertet.

KOMMENTAR

WARUM COLOR-MANAGEMENT NICHT EINFACHER GEHT

Der nebenstehende Beitrag über das Fogra-Symposium ist in mehrfachen Ansätzen redigiert und schliesslich deutlich gekürzt. Trotzdem setzen wir in dem Beitrag voraus, dass jeder den Fach-Jargon der Farbmetriker und Color-Management-Experten versteht. Dass dem nicht so ist, wissen wir auch. • Von Klaus-Peter Nicolay

Aber zuerst einmal allerhöchsten Respekt für den Autor Dieter Kleeberg. Zwei Tage Symposium, prall gefüllt mit anspruchsvollen Referaten – und dann eine Zusammenfassung, die einer wissenschaftlichen Abhandlung gleichkommt! Aber der «Druckmarkt» ist nun einmal einfacher gestrickt. Und in Sachen Color-Management sind wir alles andere als Experten.

Wenn Color-Management aber nicht ohne spezielles Fachwissen, nicht ohne Normen, deren entsetzliche Benennungen und nicht ohne Spezialisten-Kauderwelsch geht, weiss ich auch, warum sich Designer, Produzenten in den Agenturen (und nicht nur dort) beim Thema Color-Management umdrehen und anfangen bitterlich zu weinen – oder aber schlicht und einfach abwinken. Und das, obwohl sie es waren, die eine bessere visuelle Übereinstimmung gefordert haben.

Ich habe dafür sogar Verständnis! Denn seit nunmehr gut 20 Jahren (und länger) reden wir von und über Color-Management-Systeme. Und seit 20 Jahren (oder länger) hat sich nichts bewegt. Es ist alles nochmals viel komplizierter geworden.

Im gleichen Zeitraum wurden Satz und Reprotechnik «demokratisiert», sodass das heute jeder kann (mehr oder weniger gut). Satz und Repro wurden an die Kunden ausgelagert, die in diesem Fach weder ausgebildet, noch gegatscht sind.

Das alles fing mit den in der Branche gefeierten «offenen Systemen» an, die Unabhängigkeit von den «bösen» Herstellern versprochen. Dabei begab sich die Branche in eine neue Abhängigkeit von Software-Giganten, aus deren Fesseln man sich kaum noch lösen kann. Vor allem wunderte sich die Branche auf einmal, dass Farbverlässlichkeit nicht mehr so funktionierte, wie man es von «geschlossenen» System wie denen von Hell, Crosfield oder Scitex kannte. Die Vielfalt an Hard- und Software (PC von X, Software von Y und Drucker von Z) machten es einfach unmöglich, Farbe verlässlich aufeinander abzustimmen. Deshalb wurde der Schlachtruf «Color-Management» ausgegeben. Mit Software von eben den Herstellern, die Urheber der ganzen Misere waren.

So lässt sich auch erklären, warum es bis heute nicht gelungen ist, das Thema verständlicher zu machen oder Tools anzubieten, die den Umgang mit Farbe vereinfachen.

Den Herstellern wird das auch künftig nicht ins Konzept passen. Und ich habe den schlimmen Verdacht, dass es anderen Akteuren in diesem Umfeld auch nicht um Verständlichkeit geht, sondern darum, sich unentbehrlich zu machen. Vereinfachung wäre hinderlich. Wer würde dann noch Berater für Color-Management beauftragen, wenn es jeder beherrschen könnte? Womit wollte die Schar an Beratern dann ihr Geld verdienen?

Der Schuss könnte aber auch nach hinten losgehen. Wir erleben zurzeit, wie intensiv sich Hersteller mit Print 4.0 und dem automatisierten Drucken auseinandersetzen. Dazu passt alles, nur nicht, dass irgendwo irgendjemand mit einem Messkeil oder Densitometer durch die Gegend läuft und die Maschine am Drucken hindert. Messen, Kalibrieren und alles, was dazugehört, muss bereits im Vorfeld geschehen sein. Es kann demnach auch für den Drucker keine Knöpfe mehr geben, an denen er drehen kann. Damit stellt sich auch die Frage, ob sich Drucker mit dieser Thematik überhaupt noch beschäftigen wollen oder sollen?

Natürlich geht es heute um mehr als um das Belichten von Filmen für den Offsetdruck. Digitaldruckmaschinen jeglicher Couleur sind dazu gekommen und auch die Darstellung im Internet etc. soll farblich genau das wiedergeben, was sich der Kunde oder Designer wünscht. Es geht aber auch darum, die Prozesse so schlank wie möglich zu halten. Da ist Color-Management, wie es bis heute praktiziert wird, eher hinderlich – es sei denn, Color-Management wird so automatisiert, dass es niemand mehr merkt. Und genau das sollte Ziel der Entwicklungen sein (und ist es wohl auch, wenn man das International Colour Consortium richtig versteht). Bei anderen Arbeitsschritten innerhalb des Workflows funktioniert es doch auch! Damit hätten die Entwickler ja schon genug zu tun.

Wenn dann aber die Rede davon ist, man könne sich mit Color-Management einen Wettbewerbsvorsprung erarbeiten, kommen mir erhebliche Zweifel. Ich kenne Druckereien, die wegen hoher Gesamtqualität erfolgreich sind, wegen besonders schöner Profilierungskurven haben sie jedoch keinen Auftrag mehr oder weniger verkauft. Da üben sich einige CMS-Spezialisten wohl im Nachplappern sinnfreier Marketing-Sprüche.

