

# PUBLISHING PRAXIS

Profiwissen für  
digitalen Workflow &  
Medienproduktion

**Spannend!**

Originaldruck: Checken Sie die Druckqualität des LED-Großformatdruckers KIP Color 80 ▶ Seite 35

## Profi-Screen

Der Intelli Proof 240 LED Excellence von Quato nutzt LED-Hintergrundbeleuchtung ▶ Seite 22

## Neue Norm

Prozess-Standard Offset versus ISO 12647-7 – was braucht der Digitaldruck? ▶ Seite 30

## CO<sub>2</sub>-Rechner

Green-Printing: Alle wichtigen Umwelt-Zertifikate, und was sie kosten ▶ Seite 32

## Award

Die Wahl der besten Technologien 2009!



## Fokus Digitaldruck

# Mailings: Der sichere Workflow

Direct-Mail-Aktionen verlangen immer komplexere Abläufe in puncto Datenhandling, Druck, Verarbeitung und Versand ▶ Seite 18



## Medienproduktion: Datenbanken

Wir testen mehrere Database-Publishing-Lösungen bei der datenbankgestützten Umsetzung verschiedener Layoutanforderungen mit Indesign CS4 und Xpress 8 ▶ Seite 24



## Großformatdruck: Trends im Inkjet

Die Inkjet-Technologie mit ihren verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten ist heute in allen Bereichen der Druckbranche im Einsatz. Wir erläutern den Stand der Entwicklungen im Großformatdruck ▶ Seite 28





## »HERAUSFORDERUNG WORKFLOW« BEI DER PRODUKTION VON DIRECT MAILINGS

**Mehr Effizienz, mehr Wirkung und Durchschlagskraft beim Empfänger: Das soll ein jedes personalisierte Mailing erreichen. Die individuelle Fokussierung und exakte Ansprache des Empfängers erhöhen die Aufmerksamkeit und das unmittelbare »Abholen« des umworbene Kunden. Dabei ist die individuelle Ansprache keineswegs auf die Adressierung oder das inhaltliche Zuspitzen auf Textbasis beschränkt, sondern verwendet immer häufiger individualisiertes Bildmaterial.**

Bei Gemeinschaftsprojekten kommt zur Empfänger-Individualisierung auch die individuelle Gestaltung des Absenders als zu lösende Herausforderung hinzu. Wir haben uns nach interessanten Projekten umgeschaut und berichten aus der Praxis.

### DIGITALDRUCK DEUTSCHLAND

Für den Großauftrag eines führenden Kunden aus dem Bereich Adressdatenhandel und Direkt-

**Teamarbeit:** Projektleiter Florian Schwarz, Produktionsleiter Michael Klasche und Geschäftsführer Michael Uhl bei der Produktionsbesprechung (von links).

marketing hat das im süddeutschen Aalen ansässige Unternehmen Digitaldruck Deutschland manch harte Nuss zu knacken.

Gemäß Auftrag soll der im traditionellen Offsetdruck hergestellte knapp 500 Seiten starke Hauptkatalog des Kunden in einem vollständig personalisierten und individualisierten Katalogum-



**Konzentriert:** Das Einstellen der Parameter für den Druck am Bedienpult der Xerox iGen 4 muss exakt erfolgen.

schlag zu rund 100.000 Kundenadressen gelangen. Der Clou dabei: Der Umschlag ist außer mit klassischer Textpersonalisierung (Adresse, Anrede et cetera) auch mit individualisier-

ten Grafikelementen zu bedrucken, so lautet der Auftrag. Hierzu gehören ein Kartenausschnitt der Zieladresse, eine Luftaufnahme der Zieladresse, die exakten geografischen Daten sowie eine textliche Beschreibung zur Kaufkraft im unmittelbaren Umfeld der Zieladresse. Ein Beispiel: »Im Umkreis von sechs Kilometern befinden sich insgesamt 233 Firmen, davon fünf Banken und Sparkassen sowie 13 Bäckereien und weitere 78 Branchen«.

Der Kunde, dessen Kerngeschäft der selektierte Handel mit Adressen und Wirtschaftsdaten ist, will mit dieser Aussendung eine überzeugende Präsentation seiner Leistungskraft abliefern: Jeder Empfänger soll mit einem Blick auf den Umschlag der Katalogaussendung ein klares Statement zur Leistungskraft des Adresshändlers erhalten, demonstriert am eigenen Beispiel und an interessanten Informationen zum unmittelbaren Standortumfeld des potenziellen Kunden.

Die Informationen sind dabei grafisch, fotografisch und textlich unter Nennung wirtschaftlicher Kenndaten zu vermitteln.

**Herausforderungen:** Der Auftrag gestaltet sich damit als Herausforderung an die Technik und an die ausführenden Mitarbeiter, zumal der Kunde auch eine sehr kurze Produktionszeit von nur zehn Arbeitstagen – von der Datenanlieferung bis zur Auslieferung der Umschläge – vorgesehen hat. Zu jedem der 100.000 Datensätze gesellen sich jeweils zwei Bilddateien (der Kartenausschnitt und die Luftaufnahme) im Adobe-RGB-Format, woraus eine enorme Datenmenge für die Gesamtverarbeitung resultiert. Neben datenbanktechnischen Herausforderungen, wie dynamische



**Sorgfältig: Die Sichtprüfung der Einrichtebogen nimmt Druckoperator Martin Entenmann vor.**

sche Schriftenpassungen der Lauflänge, gilt es auch drucktechnische Herausforderungen zu bewältigen, denn für diesen Auftrag sind zwei verschiedene Digitaldruckmaschinen im Einsatz, deren Farbergebnisse untereinander anzugleichen und

**Geübter Blick: Das Beschneiden der Katalog-Umschläge am Planschneider bei Digitaldruck Deutschland.**

auch mit der Referenzvorgabe des im Offsetverfahren gedruckten Hauptkataloges abzustimmen sind. Dies geschieht auf der Basis von farbverbindlichen Proofs als Ausgangsmaterial und individuellen Profilen, die die Farbunterschiede zwischen den Digitaldruckmaschinen ausgleichen.

Ehe es zur eigentlichen Produktion kommen kann, führt man daher im Vorfeld Testläufe durch, die den Produktionsablauf simulieren. Auf der Basis dieser Erfahrungswerte folgt dann die eigentliche Produktion.

**Der Workflow:** Die vom Datendienstleister sauber aufbereiteten Adressdatensätze kommen per Excel-Dateien zur Druckerei, die Bilddaten auf einer separaten Festplatte. Die Referenzierung zwischen Adressdaten und den dazugehörigen Bildern erfolgt auf Basis von Dateinamenzuordnungen. Der Umschlag ist als In-design-Datei abgebildet, gleichzeitig liefert der Kunde auch farbverbindliche Proofs für das geplante Endergebnis. Im ersten Schritt bereitet die hausinterne Programmierung die angelieferten Adressen optimal für die Portooptimierung auf. Die gesamte Logik des individualisierten Digitaldrucks erfolgt mit der Soft-

ware Alphapicture-biz. Hier sind auch die Regularien hinterlegt, wie mit überlangen oder auch leeren Datenfeldern umzugehen ist. Die Programmierung erstellt dann die Regeln zur automatisierten Verkleinerung der Schriftgröße beziehungsweise zum satztechnischen Überspringen leerer Datenfelder. Beim Umgang mit den Bildern ist die Platzierung wichtig, damit sich der Standort des Kunden exakt mittig darstellen lässt. Hierauf hat man bereits bei der Bildgenerierung von Kundenseite aus geachtet, sodass kein zusätzlicher Aufwand bei der Platzierung angefallen ist.

### Info: Digitaldruck Deutschland

**Das Portfolio:** Das im süddeutschen Aalen ansässige Unternehmen agiert als Spezialist für Digitaldrucklösungen am Markt und ist seit 1999 auf den Digitaldruck fokussiert. Schwerpunkt ist die Produktion von individualisierten Printprodukten im Bereich Dialogmarketing, aber auch auf den Geschäftsfeldern Buch, Katalog und Kalender »on demand«, wobei auch verschiedene Ansätze aus dem Bereich Web-to-Print zum Tragen kommen. Digitaldruck Deutschland gehört zur SDZ Druck und Medien GmbH, die insgesamt 250 Mitarbeiter beschäftigt.

**Die Produktion:** Die enge Zeitvorgabe von nur zehn Arbeitstagen macht eine Produktion im Dreischichten-Betrieb erforderlich. »Nur so war zu gewährleisten, dass wir die Zeitvorgabe einhalten konnten«, so Geschäftsführer Michael Uhl; und fügt hinzu: »Das war eine wirklich heiße Produktion«. Zudem druckten die Digitaldruckmaschinen schneller, als die Daten gerippt werden konnten. Daher erfolgte das Rippen der gewaltigen Datenmengen parallel auf drei Creo-Rips. Ein kniffliger Punkt ist auch das Absetzen der fertig gedruckten Umschläge auf der Palette, hier gilt es exakte Vorgaben einzuhalten, um den reibungslosen portooptimierten Versand der fertigen Kataloge sicherzustellen. Die Auslieferung der Umschläge schließlich erfolgt aus logistischen Gründen in zwei Teilmengen.



### Info: Kontakt

**Digitaldruck Deutschland**, Telefon 0 73 61/5 94-4 50, Fax 5 94-4 59, E-Mail [info@digitaldruck-deutschland.de](mailto:info@digitaldruck-deutschland.de), Internet [www.digitaldruck-deutschland.de](http://www.digitaldruck-deutschland.de).

### Info: Technik auf einen Blick

**Der Auftrag:** Rund 100.000 Datensätze und 200.000 Bilder umfasst das Datenvolumen des Auftrages bei Digitaldruck Deutschland. Die Aufbereitung der Satzlogik geht mit Hilfe der Software Alphapicture-biz vonstatten, die sich als flexibles und leistungsstarkes Instrument erwiesen hat. Der Digitaldruck erfolgt in vier Prozessfarben, mit negativ weißem Text auf schwarz sowie vierfarbig gedrucktem Bildmaterial. Das RGB-Material der angelieferten Bilddateien wandelt man beim Rippen in CMYK und konvertiert es auf der Maschine. Zum Einsatz kommen drei parallel laufende Creo-Spire-Rip-Lösungen, deren Druckdatenströme die Digitaldruckmaschinen iGen 3 und iGen 4 verarbeiten. Leichte Unterschiede im Farbdruckergebnis der beiden Druckmaschinen gleichen die Experten von DDD auf der Basis von Colormanagement-Techniken mit entsprechend ausgemessenen ICC-Profilen aus.