

Haberbecks DruckBerater

Haberbeck

1



PreMedia

22



Print

126



Finishing

150



Logistik

310



Hilfen für die
Werbemittelproduktion

326

PreMedia

PreMedia-Konfiguration und -Netzwerk	24
Datentransfer	28
Datenübernahme	30
PDF-Erzeugung	34
Systemumgebung	34
QuarkXPress-Druckmenü	35
InDesign-Druckmenü	36
Distillermenü	38
Datenbanken	40
Datenbankgestützte Übersetzungs-Dienstleistungen	44
Digitalfotos	47
AM- oder FM-Raster?	48
Color-Management	60
Repro-Vorgaben Offset	64
Computer to Plate	66
PreMedia-Glossar	68



Seit der Gründung als *Privatlithographie* im Jahr 1903 hat sich Haberbeck stets mit der Bild- und Textbearbeitung beschäftigt. Unsere PreMedia-Fachleute verfügen über langjährige Erfahrungen, und sie arbeiten mit Vorstufentechniken, die ständig auf dem neuesten Stand sind.

Print

Bogen-Offset	128
Rollen-Offset	134
Rotoman 70	134
Rotoman C	138
Rotoman S	142
Spezial-Eindruck-Werke	148

Haberbeck zählt zu den Pionieren des Rollen-Offset-Drucks in Deutschland. Im Jahr 1968 lief die erste Zehnfarben-Rollen-Offset-Rotation in Lage an. Über eine noch längere Tradition verfügen unsere Bogen-Offset-Drucker. Haberbecks Stein-drucker sattelten im Jahr 1933 auf ihre erste Bogen-Offset-Maschine um. Qualitätsdruck auf großformatigen Bogen-Rotationen ist eine unserer besonderen Spezialitäten.



Aufdoppeln	152	Maschin. Falzarten	172
Beleimen		Panoramaseiten	192
Fugitivleime	154	Parallelfalze	194
Gummierungen	156	Posterfalze	196
<i>integrierte Taschen</i>		<i>Schuppenfalze</i>	
<i>pKlebelaschen</i>		<i>pFächerfalze</i>	
Klebelaschen	158	<i>Stufenfalze</i>	
<i>Magic-Glue-</i>		<i>pFächerfalze</i>	
<i>Klebungen</i>		verkürzte Seiten	198
<i>pFugitivleime</i>		Wickelfalze	200
verschließb. Prod.	160	<i>Zickzack-Falze</i>	
Verschlußbleimung	162	<i>pLeporellofalze</i>	
Verschlußstreifen	164	Ziehfalze	202
<i>wiederbefeuchtbare</i>		Heften	
<i>Leime</i>		geheft. Produkte	204
<i>pGummierungen</i>		Inkjet	206
Duft		Kleben	
Aufreißdüfte	166	geklebte Produkte	208
Aufreißdüfte	168	verschlossene	
Duftöl-		Produkte	212
kompositionen	170	Lackieren	214
Duftstoffe	166	Perforieren	216
<i>scent strips</i>		Personalisieren	218
<i>pAufreißdüfte</i>		Produkte	
<i>scratch and sniff</i>		Beihefter	220
<i>pAufreißdüfte</i>		Beikleber	222
Falzen		Beilagen	224
Altarfalze	174	Booklets	226
Ausklapp-Seiten	176	Durchhefter	228
Fächerfalze	178	Mailings	230
<i>Fensterfalze</i>		Mini-Produkte	234
<i>pAltarfalze</i>		Postkarten	238
In-line-Falze	173	Promotion-Karten	242
Klappen	180	Selfmailer	244
Klappen-Prospekte	182	Slim Jim	246
Kreuzbruchfalze	184	Steckprospekte	248
kurze Klappen	188	Tip-on-Karten	250
Leporellofalze	190	Zeitung	252
		Response-Elemente	
		Antwortumschläge	254
		Couponklappen	256
		integrierte	
		Antwortkarten	258
		Response-	
		Elemente	262
		Rubbeln	264
		Special Effects	
		Heißfolien-Prägung	269
		Kaschierungen	270
		schräger Anschnitt	268
		Spezial-Produkte	
		Adventskalender	272
		CD, einkonfekt.	274
		Daumenkino	275
		heraustrennbare	
		Produkte	276
		Klapp-Mailings	278
		Klappkarten	280
		Landkarten	282
		Lohntüten-Prosp.	284
		<i>Prämienmarken</i>	
		<i>pRabattmarken</i>	
		Prospekte mit	
		losen Beilagen	286
		Prospekte mit	
		variierender	
		Seitenhöhe	290
		Puzzles	292
		Rabattmarken	294
		Sparbücher	296
		Warenanhänger	298
		Ziehmailing	299
		Stanzen	
		Ausstanzungen,	
		seitliche	300
		Bohrungen	301
		Fensterstanzen	302
		Gucklocheffekte	303
		Konturstanzen	304
		Off-line-Finishing	308

Finishing

In enger Zusammenarbeit mit Kreativen und Produktionsern realisiert Haberbeck immer neue Kommunikations-Ideen. Unsere Finishing-Anlagen bieten alle Möglichkeiten, Werbemittel in-line oder off-line in ungewöhnlichen Formaten, mit raffinierten Falzarten und zusätzlichen Anreiz- und Response-Elementen herzustellen.



Dazu finden Sie in Haberbecks Finishing-Archiv unter www.haberbeck.de über 500 praktisch erprobte Print-Produkte. Abrufbar nach den Kriterien Seitenzahl, Format und/oder Funktion (= Gestaltungsmöglichkeit).

Logistik

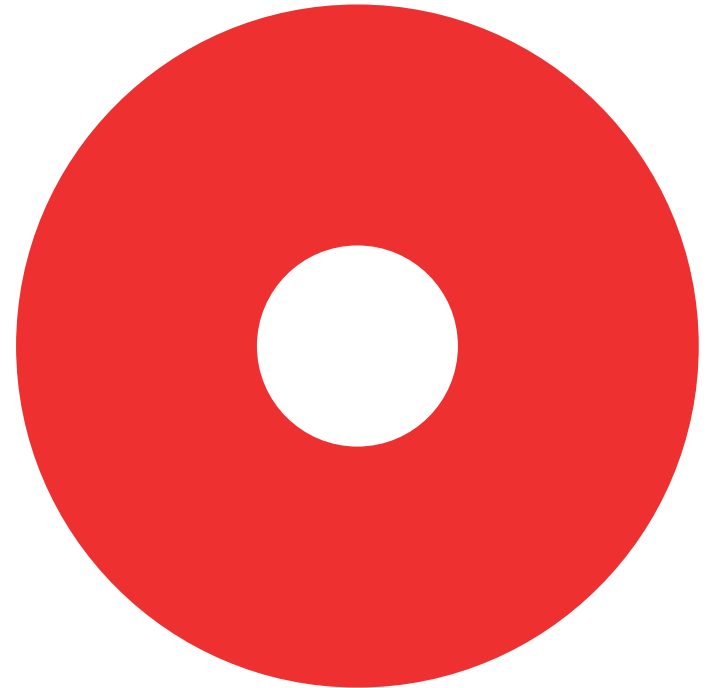
Logistikbereiche und Einzelaufgaben	312
Individualisierte Werbemittel	314
Bestell- und Individualisierungstool iNDi 3.0	316
Zentrale Bereitstellung mehr- sprachiger Verkaufsliteratur	318
Lagerhaltung und Versand von Werbemitteln	322



Was nützt die schönste Gestaltung und der brillianteste Druck, wenn die Werbemittel nicht pünktlich beim Empfänger eintreffen? Oder wenn die Versandkosten den geplanten Rahmen sprengen? Haberbeck übernimmt für seine Kunden seit über 25 Jahren immer mehr Aufgaben der Werbemittel-Logistik. Wand an Wand und Hand in Hand sorgen die Logistik-Profis im Druckhaus Haberbeck und in der Schwesterfirma Marktdienste Haberbeck für den reibungslosen Fluß von Informationen und Waren.

Hilfen für die Werbemittelproduktion

Bogeneinteilungen bei Großflächen	338
Checkliste Datenübernahme	356
Checkliste Produktion von Beilagen, Beiheftern, Beiklebern	350
DIN-Formate	333
Direktadressierung und Personalisierung	365
Gliederung Aufschriftseiten von Briefen und Karten	352
Grammgewichte	335
Hinweise Druckanfrage	354
Hinweise zur buchbinderischen Verarbeitung	362
Hinweise zur Veredelung von Drucksachen	358
Kennzeichen wichtiger Papiersorten	328
Korrekturzeichen	370
Ökologische Begriffe und Kennzeichen der Papierherstellung	331
Plakate an Litfaßsäulen	339
Plakatformate, Bogenteilungen und Reprowerte	336
Postvorschriften/Postgebühren	340
Repro-Vorgaben Offset	346
Sonderinsertionsmöglichkeiten	348
Zeitungsformate	332
Haberbecks Taschenkalkulator	377





Vergleichen Sie bitte mit dem Fadenzähler oder einer Lupe: 70er AM-Raster gegen 20 µm Spotgröße FM-Raster. Um die Vergleichbarkeit der beiden Rasterarten zu gewährleisten, wurde bewußt der mögliche erhöhte Farbraum im FM-Raster auf den vergleichbaren AM 80coated Farbraum heruntergerechnet.

Color-Management

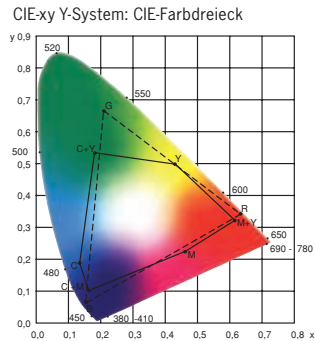
Color-Management ist ein Werkzeug zur Farbanpassung unterschiedlicher Ein- und Ausgabegeräte mit dem Ziel einer vorlagenverbindlichen Farbproduktion. Im wesentlichen sind bei einem Arbeitsablauf vier Gerätefarbsysteme beteiligt: das Scanner RGB, das Monitor RGB, das Proofdrucker CMYK und das CMYK der Fortdruckmaschine. Alle Farben einer Bildvorlage sollen nach der Digitalisierung auf jedem Ausgabegerät gleich aussehen, d.h., daß sie auf dem Monitor, dem Proofdrucker und der Druckmaschine so aussehen wie das Original. Soll eine Reproduktion farblich verändert werden, dann sollen der Farbeindruck auf dem Monitor und der des Fortdruckes identisch sein. Des weiteren soll auf dem Monitor oder Proofdrucker der spätere Farbeindruck des Fortdruckes simuliert werden können.

Welche Bestandteile werden für ein Color-Management-System benötigt?

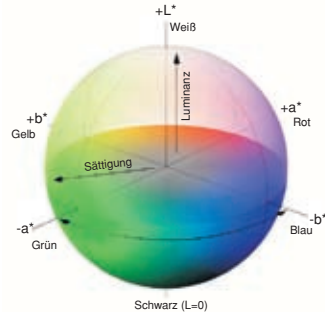
- Ein Spektralphotometer und eine Software zur Erzeugung von Ein- und Ausgabeprofilen.
- Farbprofile, die die Wiedergabeeigenschaften eines Gerätes farbmtrisch beschreiben.
- Ein Farbrechner, der die Umrechnung der Farbdaten von einem Farbraum in einen anderen übernimmt.
- Eine Software, die die Funktion eines Color-Management-Modul auslösen kann (z.B. Adobe Photoshop).

Was ist ein ICC-Profil?

Alle am Reproduktionsprozeß beteiligten Ausgabegeräte werden linearisiert, kalibriert und profiliert. Ein Farbprofil ist die farbmtrische Beschreibung der geräteabhängigen Wiedergabeeigenschaften eines Gerätes in einem geräteunabhängigen Referenzfarbsystem (z.B. CIE Lab). Die Struktur dieses Profils ist vom International Color Consortium (ICC) festgelegt worden → ICC-Profil.



CIE Lab-Farbraum



Was ist ein CMM?

Die Farbtransformationseinheit oder -rechner (CMM = Color-Management-Modul) hat die Aufgabe, die Farbdaten einer Bilddatei anhand der ICC-Profile von einem Quellfarbraum in einen Zielfarbraum zu übertragen, wie z.B. Apple ColorSync.

Die Farbraumtransformation

Der CMM verwendet standardmäßig den CIE Lab-Farbraum als Referenzfarbraum, auch Profil Connection Space (PCS) genannt. Dieser Farbraum ist dem sichtbaren Wellenlängenbereich des menschlichen Auges und dessen Empfindlichkeit angepaßt. Die Farbräume CMYK und RGB sind Teilmengen des CIE Lab-Farbraumes. Der Umrechnungsalgorithmus kann durch einen Look-Up-Table (LUT) erfolgen.

Die vier Rendering Intents

Unterschiedliche Ein- und Ausgabemedien haben verschiedene Farbumfänge. Ein Scanner RGB hat z.B. einen deutlich höheren Farbumfang als das CMYK eines Proofdruckers. Bei der Farbraumtransformation muß entschieden werden, unter welchen Gesichtspunkten das Scanner RGB im Proofdrucker CMYK abgebildet werden soll. Des weiteren muß entschieden werden, wie die eigentlich nicht mehr darstellbaren Farben des Scanner RGB so wenig sichtbar wie möglich durch das Proofdrucker CMYK ersetzt werden können:

- Wahrnehmungsorientiert (perceptual oder fotografisch) gibt das Bild auf dem Proofdrucker so wieder, daß es das Auge

als möglichst originalgetreu empfindet.

- Absolut heißt, daß das Scanner RGB nach dem kleinsten DeltaE in das Proofdrucker CMYK überführt wird. Der Weißpunkt wird vom Scanner RGB übernommen, d. h. es kann ein Zeitungspapier auf einem Proofdrucker simuliert werden.
- Der relativ farbmtrische Rendering Intent überführt den Weißpunkt vom Scanner RGB ins Proofdrucker CMYK, d. h. das Papierweiß wird nicht simuliert.
- Bei der sättigungserhaltenden Farbanpassung (Saturation oder Sättigung) wird die Erhaltung einer möglichst hohen Farbsättigung anstelle einer genauen Farbproduktion gewünscht.

Wie werden ICC-Profile erstellt?

Zur Erstellung von ICC-Profilen ist eine Profilierungs-Software, ein Spektralphotometer und eine Meßvorlage notwendig. Eingabegeräte wie Scanner und Digital-Kameras werden mit einem IT8-Testchart kalibriert. Zu dieser standardisiert hergestellten Dia- oder Aufsichtsvorlage gehört eine ausgemessene Referenzdatei. Das IT8-Testchart wird gescannt oder fotografiert und in einer definierten Auflösung abgespeichert. Die Profilerzeugungsoftware vergleicht dann die digitalisierte Datei mit der Referenzdatei und berechnet aus den Differenzen das Farbprofil.

- Zur Kalibration von Monitoren wird das Spektralphotometer am Monitor befestigt. Mit Hilfe der Profilierungssoftware wird der Farbumfang des Monitors vermessen und in einem weiteren Profil gespeichert.

Delta-E-Wert (ΔE)

Die Abbildungen 1–4 weisen im Farbfeld B10 des Medienkeils, der repräsentativ für den Hautton stehen soll, messtechnisch den gleichen Farbabstand auf: ΔE 3. Es ist zu erkennen, daß der ΔE -Wert keine

Aussage über die Richtung der Farbverschiebung geben kann. Des weiteren werden die Verschiebungen von Abb. 3 und 4 visuell als nicht gleichabständig zu Abb. 1 empfunden.



Abb. 1
Original



Abb. 2
Verschiebung des L-Wertes Richtung Weiß
(L Richtung 100)

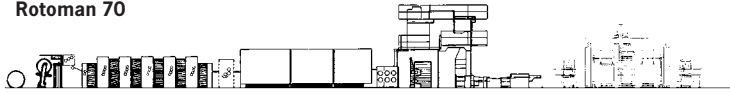


Abb. 3
Verschiebung des a-Wertes Richtung Rot
(a+)

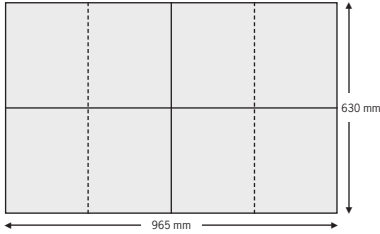


Abb. 4
Verschiebung des b-Wertes Richtung Gelb
(b+)


Rotoman 70

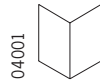
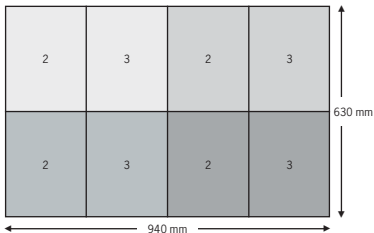


MAN-Roland Rollen-Offset-Rotation Rotoman 70 mit 5 Doppeldruckwerken 63 x 96,5 cm (16 Seiten A4), vollautomatisierter Rollenzufuhr und Rollenwechsler, Spezialdruckwerk für Non-Stop Offseteindrücke, Sonderfarben oder Lackierungen, Heißlufttrockner, Spezial-Firmen-Eindruckwerk, 2 Falzapparaten, 1 Pflugfalzanlage, Falzklebeeinrichtung, Rotationsbeschnitt und Palettierroboter.



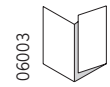
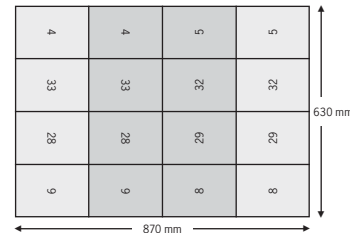
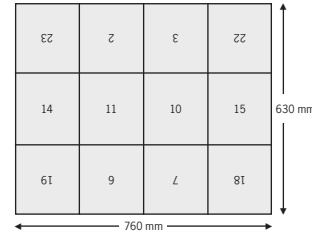
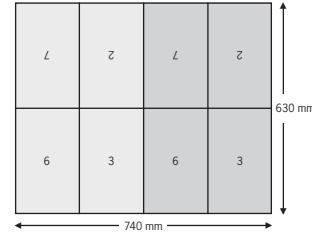
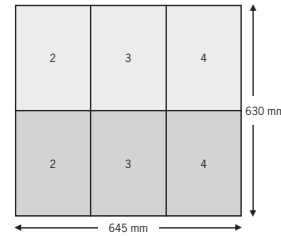
Mit den beiden Falzapparaten und der Pflugfalzanlage lassen sich viele interessante Sonderfalze kostengünstig in einem Maschinendurchlauf herstellen. Zum Beispiel 2x 8 Seiten DIN A4 Kreuzbruchprospekte. Oder Deltafalz- und Doppelparallelfalz-Produkte. Oder 4x 4 Seiten – auch mit einem Nachfalz für die weitere Verarbeitung auf Sammelheftern. Oder Pflugfalzprodukte wie gewickelte 6-Seiter, die in dem Stapel parallel liegen müssen.

 Wir zeigen 5 praktisch erprobte Falz-Beispiele, die auf dieser Hochleistungs-Rotation optimal produziert werden können.



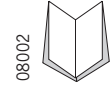
04001

4 Seiten, auch mit Nachfalz für Beihefter.



06003

6 Seiten 21,0 x 29,7 cm, mit wechselnden Filial-Eindrucken auf Seite 6, endbeschritten.



08002

8 Seiten Kreuzbruch.



24503

24 Seiten 18,5 x 18,5 cm, geheftet oder geklebt.



16501-1

2x 16 Seiten 14,8 x 21,0 cm, geheftet.



10805

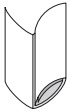


12908



12 Seiten 16,5 x 11,5 cm,
doppelter Fensterfalz, mit
Fugitivleim verschlossen.

10805



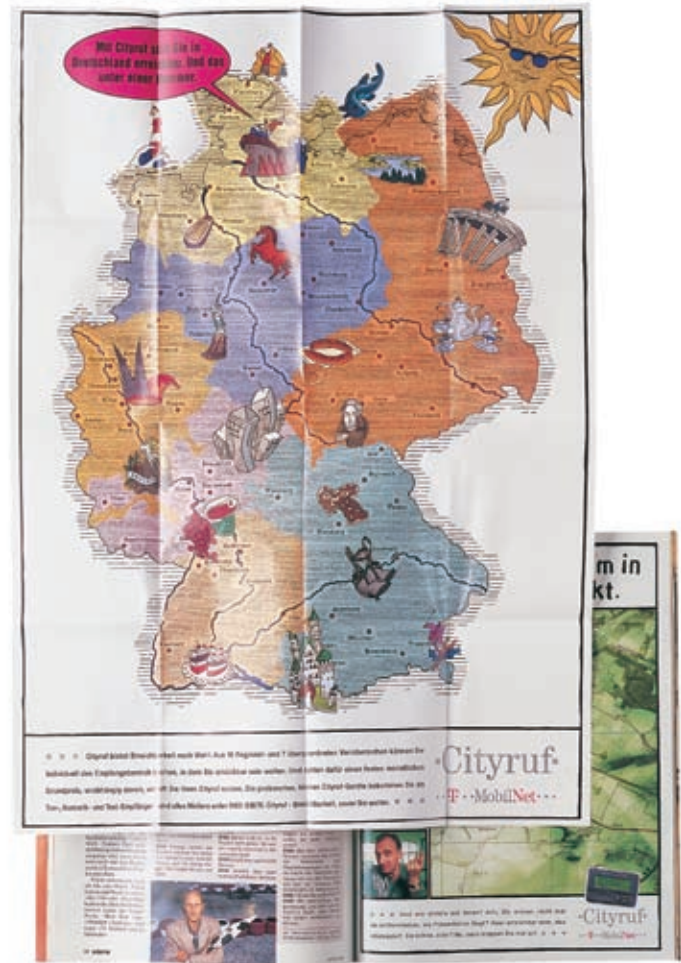
Tip-on-Selfmailer
10 Seiten 10,5 x 19,8 cm,
in-line perforiert, mit
U-förmigen Gummier-
streifen versehen,
4x gewickelt und end-
beschnitten.



32902

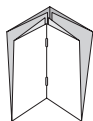


Beikleber-Spezialität: Ausklapper
im Format 39,6 x 56 cm, 4/4farbig
Rollenoffset, 2x kreuzbruchgefalzt
auf 9,9 x 14 cm.



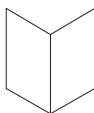
Beihefter

16029



Zeitschriftenbeihefter als Posterfalz, 16 Seiten 21,5 x 29,1 cm (84,9 x 29,1 cm offen, angeschnitten), 2 Pflugfalze als Fensterfalz, im Kreuzbruch mit 10 mm Nachfalz auf Anlieferformat ausgelegt, untere Posterhälfte mit drei rotationsgestanzten Fenstern im vorgegebenen Heftklammerabstand der Zeitschrift zum vollständigen Verbleib in der Zeitschrift.

04001



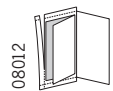
4 Seiten, auch mit Nachfalz für Beihefter.

08509



8seitiges Heft im Heft, 21 x 14,9 cm.





08012

4 Seiten 20 x 27 cm mit innen-
liegendem 4seitigen Prospekt
18,5 x 24,1 cm, 3seitig verklebt
und perforiert.



Bestell- und Individualisierungstool iNDi 3.0

Was heißt iNDi?

- _ Simples individualisieren mit Web basierendem Online-Tool inkl. Bestellung von Werbemitteln und Print-Produkten.

Zielgruppen von iNDi:

- _ Internationale und nationale Markenhersteller mit Händler- oder Franchise-Vertriebsstruktur.
- _ Dienstleistungsunternehmen mit Filial- oder Händlernetzen.
- _ Handelsunternehmen mit In- und Auslandsfilialstrukturen.
- _ Versicherungen und Banken.
- _ Kommunen und Städte.

Aufgaben von iNDi:

Aufgabe	Bereiche
Übermittlung von Informationen	Kommunikation
Bestellung von Werbemitteln	Auftragswesen + Logistik, Warenwirtschaftssysteme
Individuelle Gestaltung von Werbemitteln	DTP, Lektorat und Übersetzung (automatisierter Seitenaufbau in Echtzeit)
Management-Steuerung	Abrechnungs-/Statistik und Management-Informationssystem
Datenbank	Archivierung von Daten

Was braucht man für die Nutzung von iNDi?

- _ PC, Mac oder Netzwerkstations mit Zugang zum Internet über einen Browser,
- _ Bereitstellung einer zentralen Datenbank (dezentral mit Schnittstellen-Möglichkeiten),
- _ unterschiedliche Zugriffsrechte innerhalb der angeschlossenen Organisationsstrukturen,
- _ ein erfahrenes Service-Beratungsteam (Help-Desk).

Typischer Ablauf der iNDi-Visualisierung:

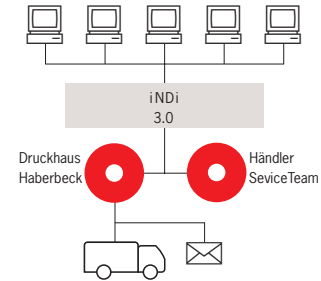
Möglichkeit 1

Die Agentur bzw. der Auftraggeber erstellt je nach Umfang des Printmediums die Grundseiten für die DTP. Danach wird das Gestaltungsraster für iNDi erstellt, und der weitere DTP-Aufbau erfolgt in iNDi automatisiert nach Bedarf und gewünschter CI-Vorgabe.

Möglichkeit 2

Die Agentur stellt nur die Layout-Seiten des Printmediums. Danach wird das Gestaltungsraster für iNDi erstellt, und der weitere DTP-Aufbau erfolgt komplett in iNDi automatisiert nach Bedarf und gewünschter CI-Vorgabe.

Ablauforganigramm



Einsparpotentiale mit iNDi:

- _ Reduzierung der manuellen Layout- und Grundaufbauzeiten in der Masterversion durch den Einsatz von iNDi.
- _ Reduzierung der DTP-Arbeiten in den jeweiligen individuellen Fassungen.
- _ Automatisierung der PrePress-Funktionen bis zur Produktion und Auslieferung.
- _ Kostenreduzierung in Übersetzung/Lektorat (siehe Trados auf den Seiten 44 bis 45).

Fazit

- _ Deutliche Verkürzung der Zeitabläufe durch Online-Kommunikation/-Produktion bedeutet Zeit- und damit Kostenersparnis.

iNDi-Praxistest:

Machen Sie sich ein Bild über die simple Anwendung von iNDi, indem Sie sich einfach per E-Mail über folgende Adresse registrieren lassen: demo@prodata-systems.de.

Damit erhalten Sie Ihren persönlichen Zugang zu iNDi und können ein Werbemittel mit Ihren Wünschen in Text und Bild individualisieren.

Ihr gestaltetes Werbemittel senden wir Ihnen wenige Tage später in gedruckter Form zu.

Zeitungsformate

Die wichtigsten

Zeitungsformate in Deutschland
(nach Wolfgang Walenski: *Der Rollenoff-
setdruck*, Fellbach 1995, S. 83):

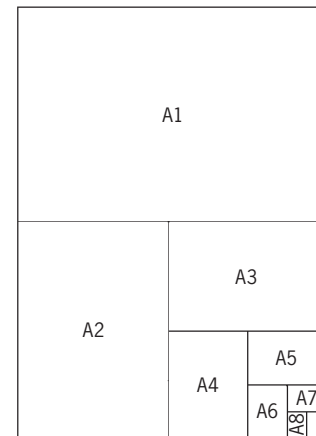
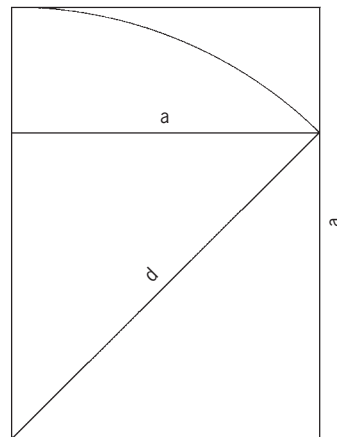
Rheinisches Format	365 x 510 mm (5–6 Grundspalten)
Halbes Rheinisches Format	255 x 365 mm (4 Grundspalten)
Berliner Format	315 x 470 mm (5 Grundspalten)
Norddeutsches Nordisches Format	400 x 570 mm

Andere, internationale Zeitungsformate:

Neue Zürcher Zeitung	330 x 475 mm
New York Times	390 x 585 mm
Pravda/Rußland	420 x 594 mm
Le Figaro/Frankreich	425 x 600 mm
Asahi Shimbun/Japan	405 x 545 mm



DIN-Formate



Alles paßt zusammen: Verantwortlich für diese Ordnung ist das Papierformat, das als Basis ein Rechteck mit dem Flächeninhalt von genau einem Quadratmeter hat. Die Seiten dieses Rechtecks verhalten sich zueinander wie die Seite eines Quadrats zu dessen Diagonale.

(Peter Walther: „Beim Halbieren bleibt das Verhältnis von Länge zu Breite gleich“, in: „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, 12. August 1997, S. T 1.)



A4 – 8 Seiten – Pro-Tausend-Preise

Dies sind branchendurchschnittliche Richtwerte und nicht die genauen Preise des Druckhauses Haberbeck für einen bestimmten Auftrag.

g/m ²		Auflage			
		10.000	25.000	50.000	100.000
51	LWC**				49,30 68,10
60	LWC**				50,10 68,90
70	LWC** fast h'frei				53,00 71,80 53,60 72,40
80	l.h.haltig*	172,00	126,10	101,25	88,20
	fast h'frei	173,20	126,90	101,90	88,80
	HWC**				55,10 73,90
	fast h'frei holzfrei				56,10 75,40 59,00 78,30
100	l.h.haltig*	176,30	129,60	108,30	95,10
	fast h'frei	177,20	130,50	109,10	95,90
	holzfrei	174,60	127,90	106,70	93,50
	fast h'frei				62,20 81,50
	holzfrei				63,70 83,00
115	fast h'frei	183,00	136,00	114,60	101,30
	holzfrei	180,00	133,20	111,80	98,50
	fast h'frei holzfrei				66,70 86,00 68,40 87,70
135	holzfrei	187,10	139,90	118,80	105,30
	holzfrei				74,80 94,10

* leicht holzhaltig gestrichen Bilderdruck

** (Light Weight Coated) und (High Weight Coated) entsprechen der Qualität leicht holzhaltig gestrichen Bilderdruck

		250.000		500.000		750.000		1.000.000	
		37,20	55,20	33,20	51,00	31,90	49,50	30,90	48,40
		38,00	56,00	33,90	51,70	32,60	50,20	31,50	49,00
		40,60	58,60	36,40	54,20	34,90	52,50	33,90	51,40
		41,10	59,10	37,00	54,80	35,40	53,00	34,40	51,90
		76,40		73,90					
		77,10		74,70					
		42,50	60,50	38,30	56,10	36,60	54,20	35,70	53,20
		43,40	61,40	39,20	57,00	37,40	55,00	36,50	54,00
		46,00	64,00	41,70	59,50	39,70	57,30	39,00	56,50
		81,90		78,90					
		82,80		79,80					
		81,00		78,30					
		49,00	67,00	44,60	62,40	42,50	60,10	41,70	59,20
		50,30	67,70	45,80	63,60	43,70	61,30	42,90	60,40
		87,20		83,80					
		85,20		81,90					
		53,10	70,50	48,20	66,00	46,30	63,60	45,30	62,80
		54,70	72,10	49,60	67,40	47,70	65,00	46,70	64,20
		90,60		87,30					
		60,50	77,90	54,80	72,60	53,10	70,40	51,70	69,20

↓ Die Pfeile zeigen auf den im Standardfall günstigsten Preis für die jeweilige Kombination von Format, Umfang, Auflage und Papierqualität im Bogenoffset.

Schwarze Preise: Druck im Bogenoffset, im Rücken geheftet.
Grüne Preise: Druck im Rollenoffset, im Rücken geklebt.
Rote Preise: Druck im Rollenoffset, im Rücken geheftet.