

# Printmedienstandard Post Qualitätsvorgaben

Ausgabe 1.2 / Juni 2013

Alle unsere Grundsätze sind unter [www.brandingnet.ch](http://www.brandingnet.ch) zu finden.  
Zur Einhaltung der Qualitätsvorgaben stehen ergänzende Informationen und Arbeitsmittel zur Verfügung:

- **Simulations-Proof-Profil**
- **Farbdefinitionen und technische Bedingungen**
- **Drucksachen: Broschüren, Factsheets, Schulungsunterlagen  
Werbemittel**
- **Bildwelt**

**DIE POST** 

# Weshalb ein Printmedienstandard?

## Zweck

Mit den vorliegenden Qualitätsregeln werden alle am Herstellungsprozess von Printmedien beteiligten Produktionspartner – von der Kreation bis zum Druck – mit den verbindlichen Vorgaben bezüglich Qualität und Prozesssicherheit vertraut gemacht.

Die digitale Medienproduktion wird bei der Post mit einer zentralen Crossmedia-Plattform unterstützt, die nicht nur die Daten und Workflows standardisiert, sondern auch zur Reduktion von Schnittstellen beiträgt. Diese durchgängige Zusammenarbeit mit den Produktionspartnern erfordert die Einhaltung von Normen und Regeln.

## Printmedienstandard Post

Der Printmedienstandard Post umfasst folgende drei Regelbereiche:

- Corporate Design
- ISO-Normen
- Vorgaben

## Inhaltsverzeichnis

<b>3</b>	<b>Corporate Design</b> Branding Net
<b>4</b>	<b>Normen</b> Gültige ISO-Normen
<b>5</b>	<b>Vorgaben</b> Fotograf
<b>6</b>	Druckvorstufe
<b>7</b>	Proof
<b>8</b>	Druck
<b>9</b>	<b>Kontakte</b>

# Branding Net [www.brandingnet.ch](http://www.brandingnet.ch)

## Corporate Design

Im Branding Net sind alle notwendigen Informationen und Hilfsmittel für die konsequente Umsetzung des Markenauftritts Post zu finden. Mit der Einhaltung der CD-Grundsätze kann sich die Post auch künftig von ihrer Konkurrenz mit einem unverwechselbaren, starken und konsistenten Markenauftritt abheben.

## Schriften

Die Hausschrift der Post ist die Frutiger. Sie kommt bei jedem Text – ob Keyword, Titel oder Fliesstext – zum Einsatz, und zwar ausschliesslich in den Schriftschnitten Light und Bold.

Ausnahmen gibt es für elektronische Medien, bei denen neben der Frutiger als Hauptschrift die Verdana eingesetzt wird.

## Farben

Die Farben der Post sind in drei Kategorien gegliedert (Markenfarben, Basisfarben, Akzentfarben). Angaben zur Verwendung der Farben und die Spezifikationen können im Branding Net bezogen werden.

## Postgelb

Das Postgelb muss mit Ausnahmen (Zeitungen und Zeitschriften) immer als separate Buntfarbe angewendet werden. Die detaillierten technischen Bedingungen für die Buntfarbe Postgelb findet man im Branding Net.

## Dokumente und Arbeitsmittel

zum Herunterladen ([www.brandingnet.ch](http://www.brandingnet.ch)):

- Printmedienstandard
- Simulations-Proof-Profil
- Farbdefinitionen und technische Bedingungen

## Grundsätze:

- Broschüren
- Factsheets
- Schulungsunterlagen
- Werbemittel
- Bildwelt

# ISO-Normen

## Die wichtigsten Standards

Die Printmedienstandards Post basieren auf den beiden internationalen Standards (Normfamilien)

- ISO 12647 (Druckprozess)
- ISO 15930 (PDF/X-Druckdaten)

## ISO 12647-2 und ISO 12647-7

Da ein Grossteil der Printmedien Post im Offsetdruck produziert wird, kommen hauptsächlich die Normen ISO 12647-2 (Prozesskontrolle für Auflagendruck Offset) und ISO 12647-7 (Prozesskontrolle für Proof) zur Anwendung. Diese enthalten wichtige Parameter sowie entsprechende Sollwerte und Toleranzen für den standardisierten Bogenoffsetdruck.

## PDF/X-ready

PDF/X ist die Sammelbezeichnung für die Normen der ISO-15930-Serie, die den Datenaustausch in der Printindustrie beschreiben. Die Post setzt auf PDF/X-ready V1.3 (PDF/X-1a:2001, PDF-Version 1.3).

Weitere Informationen unter [www.pdfx-ready.ch](http://www.pdfx-ready.ch).

Durch die technische Weiterentwicklung des PDF/X-Standards behalten wir uns entsprechende Anpassungen der PDF/X-Version vor.

# Vorgaben **Fotograf**

## **Grundsätzliches**

Die Post arbeitet mit klar definierten Bildwelten (siehe Branding Net). Der Fotograf stellt auf die Bildwelt abgestimmte RGB-Bilder in der Mediendatenbank zur Verfügung.

## **Bildauflösung und Bildformat**

JPEG (Qualität maximal)  
Mindestens 300 ppi

## **Farbraum**

Farbraum Adobe RGB (1998)

## **Chipgrösse Kleinbild**

24 × 36 mm, > 20 MB  
Bildgrösse > A3

## **Datennaming**

jjjjmm\_Stichwort\_(3er-Kürzel Fotograf)\_Kameradatei

Beispiel: 201106\_Zustellung\_8315DXO (Wichtig: Metadaten nicht löschen)

# Vorgaben **Druckvorstufe**

## **Zertifizierungen**

Voraussetzung ist die PDF/X-ready-Zertifizierung (Creator und Certified Expert).

Die Vorgaben Druckvorstufe gelten sowohl für Werbeagenturen als auch für Mediendienstleister.

## **Farbeinstellungen**

Über die Adobe Bridge können die Farbeinstellungen für alle Adobe-Programme mit den entsprechenden ICC-Profilen synchronisiert werden.

Neue Bilder werden nur noch im RGB-Farbmodus «Adobe RGB 1998» vorgehalten und nicht mehr nach CMYK separiert. Die Konvertierung mit dem entsprechenden Zielprofil passiert erst bei der PDF-Ausgabe aus dem Layoutdokument (Intermediate Binding). Darauf achten, dass im InDesign-Dokument die korrekten Farbsettings eingestellt sind.

Die in InDesign importierten Adobe RGB-Bilder lösen eine Fehlermeldung aus. Grund dafür ist, dass in den PDF/X-Settings nur die Farbräume «eciRGB» sowie «sRGB» hinterlegt sind. Um die Fehlermeldung zu vermeiden, muss der Farbraum in den Settings mit Adobe RGB überschrieben werden.

Bemerkung zur Wahl des «Adobe RGB»-Profils: der Weissepunkt von 6500 Kelvin im Adobe RGB entspricht eher unserem Standardpapier «PlanoJet NEW» im Gegensatz zum eciRGB mit 5000 Kelvin.

## **Bilder**

(vorgängige Bildauswahl durch den Auftraggeber)

- Bildbearbeitung und -retusche im Adobe RGB-Farbmodus
- visuelle Kontrolle der Ausgabe über CMYK-Vorschau im Photoshop (mit entsprechendem Ausgabe-Zielprofil)
- Proofausgabe auf entsprechendes Proofsubstrat (gestrichen oder ungestrichen) – Proof-Profile siehe «Vorgaben Proof»
- Prooffreigabe durch den Auftraggeber
- Allfällige Bildkorrekturen im RGB-Farbmodus ausführen
- Bild speichern als JPEG (Qualität maximal)

## **Layout**

Vorgaben zum Markendesign sowie gestalterische Richtlinien und -prinzipien zu Printmedien sind abrufbar im Branding Net der Schweizerischen Post ([www.brandingnet.ch](http://www.brandingnet.ch)).

## **Datennaming Layout**

*Lagerartikel:* Fachdienst-Nr./Sprache/Titel (z. B. 470.01 de Prospekt Mustername)

*Einmalartikel:* Jahr/fortlaufende Nummer von KEK/Titel (z. B. 2013-155 Mailing Mustername)

## **Set «Gut-zum-Druck»**

*Gut-für-Farbe:* Hauptsprache/-sorte als Proof gemäss den «Vorgaben Proof»

*Gut-zum-Druck-Text:* restliche Sprachen/Sorten als Farblaserprint

Verlangt die Komplexität des Produkts (z.B. komplizierter Falz) ein Gut-zur-Ausführung, muss dieses zwingend ab den gerippten PDF/X-Daten erfolgen.

Zur Kennzeichnung der Gut-zum-Druck Bestandteile sind die farbigen Zettel (gelb = Gut-für-Farbe / rot = Gut-zum-Druck-Text / grün = Gut-zur-Ausführung), erhältlich beim KEK, zu verwenden.

Archivierung (siehe «Vorgaben Proof»).

## **Datenablage**

Fertige Druckdaten müssen auf dem Crossmedia-System «censhare» der Schweizerischen Post abgelegt werden.

Geschieht der Datenerstellungsprozess direkt im System, so wird diese Vorgabe automatisch erfüllt. Wird der Erstellungsprozess ausserhalb des System durchgeführt, so müssen bei Auftragsende alle produktionsrelevanten Daten als ZIP-File im System abgelegt werden.

# Vorgaben **Proof**

## **Proof-Profile**

Die Proof-Erstellung richtet sich nach der ISO-Norm 12647-7.

### *Ungestrichene Papiere:*

Infolge eines Weissgrades ausserhalb der Norm, haben wir auf Basis der Post-Standard-papier-Empfehlung für ungestrichene Papiere ein Post-Simulations-Proof-Profil (Post-PSO\_Uncoated-Proof-Simulation\_v1.icc) erstellen lassen. Dieses Profil berücksichtigt die höhere Papierweisse der für die Postaufträge verwendeten Papiere gegenüber dem PSOuncoated-Standardprofil-Papier. Das Post-Simulations-Proof-Profil ist über die Crossmedia-Plattform sowie unser Branding Net abrufbar.

Das Standard-Proofsubstrat für ungestrichene Papiere (Uncoated) ist das «Tecco production DIL preproof impocheck».

### *Gestrichene Papiere (gemäss ISO 12647-2):*

Bei den gestrichenen Papiere gilt die Simulation gemäss ISOcoated\_v2\_300\_eci.

### *Zeitungspapiere (gemäss ISO 12647-3):*

Für Zeitungspapiere gilt die Simulation gemäss ISOnewspaper26v4.

Der Ugra/Fogra Medienkeil 3.0 muss auf jedem Proof mitgedruckt werden.

## **Archivierung**

Die Werbeagentur oder der Mediendienstleister ist verpflichtet, die Archivierung der für den Druck verwendeten Proofs zu gewährleisten.

# Vorgaben **Druck**

## **ISO 12647-2**

Da ein Grossteil der Printmedien der Post im Offsetdruck produziert wird, kommt hauptsächlich die Norm ISO 12647-2 zur Anwendung. Diese enthält wichtige Parameter sowie entsprechende Sollwerte und Toleranzen für den standardisierten Bogenoffsetdruck.

### **Papierklassen (Empfehlung)**

Hauptsächlich werden bei der Schweizerischen Post ungestrichene Papiere (Uncoated) eingesetzt. Nach Absprache mit dem zuständigen Projektleiter kann auch ein anderes Papier verwendet werden.

Die von der Post eingesetzten Papiere können von der Oberflächenbeschaffenheit her in drei Klassen eingeteilt werden: ungestrichene Papiere, gestrichene Papiere und Zeitungspapiere.

Für einen problemlosen Druck des Postgelbs innerhalb der festgelegten Toleranzen werden folgende FSC-Papiere empfohlen:

- **Für ungestrichene Papiere (FSC, weiss, Offset matt, holzfrei)**  
PlanoJet NEW
- **Für gestrichene Papiere (FSC, weiss, halbmatt gestrichen, holzfrei)**  
MultiArt Silk

Für **Zeitungspapiere (weiss, holzhaltig)** erfolgt die Papierwahl in Absprache mit dem Auftraggeber, resp. dem Konzerneinkauf (KEKPEK3). Zu der breiten Palette an Zeitungspapieren mit verschiedenen Papierweissen kann keine grundsätzliche Empfehlung gegeben werden.

### **Farbmuster Postgelb**

Aktuelle Farbmuster Postgelb mit verbindlichen farbmimetrischen Angaben können beim Konzerneinkauf (KEKPEK3) bezogen werden.

## **Löschen der Druckdaten und Rückschub von Farbvorlagen**

Nach Abschluss des Auftrags müssen die Druckdaten auf den Servern der Druckerei gelöscht werden. Die vom Mediendienstleister oder von der Werbeagentur gelieferten Farbvorlagen (Andruck/Proof) müssen durch den Auftragnehmer nach Auslieferung des Druckauftrags zwingend an den Mediendienstleister oder an die Werbeagentur (inkl. Belege) zurückgesandt werden.



# Ansprechpartner für Fragen

Bei Fragen zum Printmdienstandard Post stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

**Corporate Design und Branding Net (Markenführung Post)**

E-Mail: [corpdesign@post.ch](mailto:corpdesign@post.ch)

**Normen und Vorgaben (Konzerneinkauf Post)**

E-Mail: [printkek@post.ch](mailto:printkek@post.ch)