

Zu Ende gedacht

von Katja Mitze

Den Pitch gewonnen? Die Konkurrenz ausgestochen? Mit gutem Design, guten Ideen? Glückwunsch! Bevor es jetzt hinabgeht in die scheinbaren Niederungen der Designadaptionen und Rundumgestaltungen, müssen Informationen her, um nicht auf die trostlosen Abwege der Nichtproduzierbarkeit zu geraten.




Dr. Katja Mitze ist als Beraterin bei Einsatz Creative Production tätig.

Im Idealfall treffen sich alle, die am Prozess beteiligt sind, also Kunde, Agentur, Litho und Drucker/Hersteller. In diesem Pre-Production-Meeting werden die finale Projektplanung und die Timings festgelegt. Das garantiert einen optimalen Prozessablauf. Dann wissen alle alles und man kennt sich. Das hat Charme und hilft oft.

Grundlage allen Denkens ist hier die Stanze. Sie ist nur verwertbar, wenn sie vermaßt ist. Und zwar richtig und vollständig. Der nächste Schritt ist die Frage nach den Farben. Wie viele Farben können oder sollen gedruckt werden? Und überhaupt Druck: Wie wird gedruckt? Was geht? Und was nicht? Bei der Gelegenheit gilt es auch, die gewünschten Programme und Programmversionen zu klären.

Der Kunde soll nicht nur über die chicen, frischen Designs entscheiden, sondern darf sich richtig »einbringen«: alle benötigten Elemente, also Logos, Icons, Piktogramme etc. werden von ihm geliefert – idealerweise digital. Manuskripte sind nützlich und wichtig. Sie sollten verbindlich und vollständig sein, also auch alle Sprachen enthalten, die »abgefeiert« werden sollen. Dies beeinflusst häufig das Design und sollte im Vorfeld bedacht werden. Auf einer so abgesteckten »Spielwiese« können die Designer loslegen.

Irgendwann sind der Kunde und auch der Designer glücklich. Nun kann die Litho ran. Sie bringen die Ideen in Form, achten auf Corporate Design, Zeilenabstand, Beschnitt, die richtige Laufweite für die Lesbarkeit und veranlassen ein Lektorat – und quälen im Zweifelsfall Designer und Kunden mit den Fragen, die vorher nicht gestellt wurden. Abgestimmt wird über PDFs und farbverbindliche Vorlagen, die zeigen, wie das Ganze später wirklich aussehen wird. Das ist gut so. Lieber ein paar Euro mehr für die Litho ausgeben, als eine ganze Auflage verdruckt zu haben. Wenn alles fein ist, wird der Hersteller versorgt – mit Daten und farbverbindlichen Unterlagen. Der macht aus einer guten Idee eine gute Auflage.

Alles eigentlich ganz einfach. Oder wie Werner Bergengruen sagt: »Nicht jeder Mensch kann alles zu Ende tun, aber zu Ende denken kann jeder.« 

Summary

The successful implementation of good design ideas is dependent on the timely identification of what is possible and feasible from the carrying out of the punching specifications down to the integrative packaging elements like logos, icons and pictograms.