

Können Farben im Corporate Design (CD) konsequent gleich sein?

Für die konsequente Anwendung des einmal gewählten Corporate Designs werden oftmals weltweit gültige Handbücher erstellt. Bis ins letzte Detail wird alles beschrieben und vorgeschrieben. Das hat alles seine Richtigkeit. Aber sehen dann die Farben auch immer gleich aus? Geht das überhaupt?

Da mich immer wieder Kunden darauf ansprechen, möchte ich kurz und verständlich, ohne allzu viel Fachbegriffe und technische Details, aufzeigen warum es eben nicht so ist. Nicht so sein kann.

Ziel wäre es ja in allen Printartikeln, Dekorationen, Auto-beschriftungen, Firmmentafeln, Neon-Leuchtreklamen, Internetseiten usw. dieselbe Farbe des Brandings (Logo) anzuwenden. Doch schon auf Basis dieser Aufzählung erkennen wir das Problem. Gedruckt wird mit Pantone oder CMYK-Farben. Für die Beschriftung der Fahrzeuge kommen Folien zum Einsatz. Im Metallbau verwendet man RAL-Farben und auch das Web hat seine eigenen spezifischen Farben usw. Trotz internationalen Standards haben wir also Unterschiede.

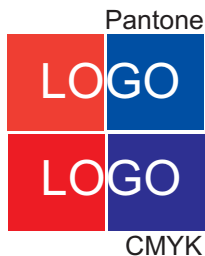
Schon schwarz ist nicht schwarz

Das beweist schon ein Ausdruck auf einem Tintenstrahldrucker, der sich doch wesentlich von einem Laserdruck unterscheidet. Schwarz wirkt auf einem Hochglanzpapier anders als auf Zeitungspapier. Und auch weiss ist nicht weiss - das beweist schon Ihr Monitor. Und last but not least wirkt eine fette schwarze Schrift «schwärzer» als eine feine Schrift.

schwarz **schwärzer**

Faktor Print / Druck

Angenommen wir haben ein zweifarbigen Logo rot und blau. Auch aus kostengründen kann dieses nun mit den Pantonefarben (auch Schmuckfarben genannt) gedruckt werden, da nur zwei Farben benötigt werden.



Rot Gelb Blau
Monitor

Cyan Magenta Yellow Schwarz
Vierfarbendruck (K= auch für Key)

Wird nun aber dasselbe Logo zusammen mit Bildern, zum Beispiel in einem farbigen Flyer gedruckt, muss das Logo in die vier für den Druck notwendigen Skala-Farben CMYK umgewandelt werden um mit den Bildern im Vierfarbendruck gedruckt werden zu können. Sonst wären 6 Farben notwendig: CMYK + Pantone Rot + Pantone Blau.

Auf das Problem und die Möglichkeiten von Duplex Farben,



Farbmusterbücher helfen Farben zu finden und zu bestimmen. Dennoch sind drucktechnisch noch viele Faktoren zu berücksichtigen.

zum Beispiel schwarz/blau gehe ich hier aus Platzgründen nicht näher ein. Gut zu wissen: Zeitungen und Zeitschriften werden im Vierfarbendruck (CMYK) gedruckt.

Zu beachten ist, dass es Pantone Farben unter der Bezeichnung C (coated = für gestrichenes Papier) und U (uncoated = ungestrichenes Papier) gibt. Diese sollten aber nie gemischt werden.

Aus der Praxis

Dieses Logo für einen unserer Kunden wurde für die Briefschaften mit Silber (= Metall) und Pantone Blau gedruckt.



Für den Firmenflyer mit Bildern wird das Blau in CMYK umgewandelt und Silber als fünfte Farbe gedruckt. Für den Laserdrucker (intern) wurde Silber in Grau umgewandelt.



Bei diesem Beispiel eines anderen Kunden wurde der Vierfarbendruck wie folgt definiert:

- Rot = 100 Magenta und 100 Yellow
- Blau = 100 Cyan und 70 Magenta
- Grün = 100 Cyan und 100 Yellow

Wenn Pantonefarben (resp. Folien für Fahrzeuge) zum Einsatz kommen entspricht das den Pantone Farben: 186, 294 und 356.

Die Umsetzung in schwarz weiss erfolgt so, dass die Farben unterschiedliche Graustufen erhalten.

Gesehen?

Die Bildschirmdarstellung hat hier natürlich einen Einfluss. Der Unterschied beim Grünton ist hier wesentlich grösser als im Druck.

Wichtige Tipps

- Bilder, Illustrationen, Logos usw. sind für die Druckerei immer in CMYK umzuwandeln, wenn Vierfarbendruck.
- Schwarz / weiss in Graustufen umwandeln.
- Bilder mit 300 dpi (nicht 72 dpi. wie für Webseiten)
- **RGB-Daten sind nicht drucktauglich** – auch wenn es mit dem Printer geht

Zusammenfassung / Tipps

- Pantonefarben werden eingesetzt um nicht mit vier Grundfarben drucken zu müssen oder wenn spezielle CD-Farbtöne einzuhalten sind.
- Es gilt schon bei der Gestaltung des Logos darauf zu achten, dass alle Farbmodelle möglichst gleich einsetzbar sind.
- Je weniger Farben um so weniger Probleme.
- Bezüglich Grafik / Schrift darauf achten, dass diese nicht Feinheiten aufweisen die zu Passerproblemen (Farben nicht 100% übereinander = Blitzer) beim Druck führen.
- Reine Farben sind besser zu drucken als gebrochene. Pink, Orange, reines Blau lassen sich im Vierfarbendruck fast nicht sauber drucken.
- Je nach Betrieb ist der «Inhouse-Drucker» zu beachten. Ist es ein Tintenstrahler oder Laserprinter?
- Achtung wird oft vergessen: Wie sieht das CD schwarz / weiss aus, auf Fax usw.

Faktor Material / Papier / Druck

Die gleichen Pantone resp. CMYK Farben sehen auf verschiedenen Papieren verschieden aus. Auf glänzendem, mattem, fein oder grob strukturiertem Papier wirken die Farben anders. **Matt- oder Glanzlackierung** haben einen weiteren Einfluss. Dann kommt noch die für den Druck notwendige Rasterung hinzu, die beim Zeitungsdruck wesentlich gröber ist als im Vierfarbendruck. Dadurch wirken Farben oft «schmutziger» als auf einem Hochglanzpapier. Punkto **Raster** ist auch zu beachten, dass dadurch auch im Siebdruck (Farbe wird durch ein Sieb gepresst), auf porösen Flächen (Display), Stoff usw. Farben wiederum unterschiedlich und oft verschieden «wirken».

Zudem haben neben weiteren Faktoren, wie **Hintergründe, Hintergrundfarben, Dichte und Punktzunahme**, Bilder neben dem Logo usw. die Pigmentierung der Druckfarbe, Wasser, Druckqualität einen weiteren Einfluss auf die Farbwiedergabe.

Mensch und Licht

Gewusst, dass Frauen Farben anders sehen als Männer? Dass die meisten Menschen einen leichten Farbfehler haben? Was nützt es da um einige Prozente mehr Cyan, Magente usw. zu diskutieren? Zudem ist es nicht ganz unwichtig in welchem **Licht** man Farben betrachtet. Drinnen oder draussen, bei Lampenlicht, Neonlicht usw.

Monitor

Lassen Sie sich nicht täuschen! Der Monitor soll 16,7 Millionen Farben darstellen können. Doch wie viele können wir sehen? (Normal: zwischen 100'000 und 1 Million.) Wichtig: Grundsätzlich wirken die **Farben am Monitor** heller, klarer, reiner, schöner. Das zeigt sich zum Beispiel, wenn man ein Bild am Monitor betrachtet und dasselbe Bild als Foto daneben hält. Oder: Farbige Schrift auf farbigem Hintergrund mag am Monitor gut aussehen, doch gedruckt sind die Texte dann oft kaum lesbar.

Bei der **Webgestaltung** wird oft vergessen, dass die Monitore der Nutzer unterschiedlich eingestellt (kalibriert) sind. Hier gilt es also Web-taugliche Farben zu verwenden.

Test und Farbwahl

Im Photoshop lassen sich die Farben einfach in CMYK,

Pantone oder Web-Farben darstellen. Machen Sie die Probe aufs Exempel. Ein Vorteil von Photoshop ist die Warnmeldung, wenn sich CMYK-Farben nicht drucken lassen. Für Auswahl von Farben, Vergleiche und Umwandlung von Pantone zu CMYK gibt es zahlreiche **Farbfächer** und **Farbmusterbücher**. Fragen Sie uns oder Ihren Drucker.

Wie kommen die Farben im Druck? Proof und Andruck

Die Farben auf Basis eines Prints vor dem Druck zu beurteilen ist nicht ganz einfach. Jeder Printer hat eine andere Einstellung. Verlässlicher ist es darum ein PDF zu erstellen. Noch besser ist es einen Print bei der Druckerei machen zu lassen die später auch druckt. Oftmals lohnen sich die Kosten zur Herstellung eines **Proofs**. Zur Prüfung ist unabdingbar, dass es eine Skala enthält. Aber da das Proof auf Hochglanzpapier gedruckt wird, kann die Farbwirkung auf mattem Papier wiederum nicht 100% beurteilt werden. Die beste aber auch teuerste Lösung ist daher der **Andruck** auf Originalpapier. Doch lohnt sich dies nur für wirklich hochwertige Drucksachen. In der Praxis hat es sich gezeigt, dass der Druck meist farblich zwischen dem Print von der Druckerei und dem Proof liegt.

Wer sicher sein will der steht beim Druck an die Maschine und sieht 1:1 wie die Farben wirken um dann notfalls noch leicht korrigiert werden zu können.

Color Management und PDF sind oft auch (noch) nicht die beste Lösung. Die Werbung gaukelt da viel vor! Wer meint mit Color Management-Methoden sei das Problem gelöst, der irrt. In der Praxis zeigt es sich klar: Sind mehrere Hersteller involviert ist es zur Zeit noch nicht einmal möglich druckgerechte Digitalproofs für alle Verfahren, Papiere usw. herzustellen.

PDF als Lösung? Haben Sie schon einmal festgestellt wie die dafür notwendigen Einstellungen von Druckerei zu Druckerei unterschiedlich sind. Da gibt es Workflow-Angaben von 4 bis 16 Seiten. Druckereien könnten Bücher schreiben in welchen falschen Formaten sie PDF erhalten.

Fazit

Trotz einheitlichen, internationalen Standards müssen wir akzeptieren, dass die genaue einheitliche Farbgebung nicht möglich ist. Ziel muss es also sein, Abweichungen möglichst gering und in einem vernünftigen, praktikablen Verhältnis zu halten.

Tipps aus der Praxis – für die Praxis.

Das Branding (Logo) sollte in jedem Fall **vectorisiert** werden. Auf dem Zeichnungsweg erstellte Logos lassen sich leicht vergrössern, Folien schneiden usw. Optimalerweise die Farbangaben der Varianten im Illustrations-Programm resp. Print angeben. Es sollte schon vor der Produktion fixiert (ggf. getestet) werden, wie das Logo grundsätzlich umgesetzt wird in: CMYK, Pantone, HKS, RAL, Web usw. Dabei ist auch die schwarz / weiss-Umsetzung mit verschiedenen Rastern und ggf. Grautönen nicht zu vergessen. So können die Farbabweichungen wenigstens minimiert werden. Grafik bestimmt die Farben oder umgekehrt: **Das Budget beeinflusst daher die Grafik, spätere Produktion und Möglichkeiten, Umsetzungen im Druck.**

Für weitere Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.