

## A

### AD

Art Director. Der für die gesamte Gestaltung zuständige verantwortliche Grafiker bzw. Designer.

### Additives Farbmischen

Mischung der Lichtfarben Rot, Grün und Blau auf Farbmonitoren. Die Überlappungen der verschiedenen Farben können alle Farben des Spektrums und zusammen Weiß ergeben.

### After Sales Marketing

»Nach dem Kauf ist vor dem Kauf.« Eine Kundenbeziehung ist nicht mit Geschäftsabschluss beendet, sondern es werden weitere Marketingmaßnahmen durchgeführt, um die Kaufentscheidung vonseiten des Kunden nachträglich zu bestätigen. Der Kunde soll im besten Fall zu einem Wiederholungskauf angeregt werden.

### AIDA-Formel

Die vier Phasen des Verkaufsvorgangs:

- Attention (Aufmerksamkeit)
- Interest (Interesse)
- Desire (Wunsch)
- Action (Handlung)

### Aktionswerbung

Zeitlich begrenzte Werbung, bei der einzelne Produkte besonders intensiv beworben werden, z. B. Winter- oder Sommerschlussverkauf.

### Altarfalz

Auch Fensterfalz oder Gatefold: einfalzen der jeweils äußeren Hälfte eines Blattes zur Mitte hin.

### Analogproof

Prüfverfahren vor dem Druck, auch als »Cromalin« bekannt. Gute preiswertere Alternative zum Andruck. Heute wird der Analogproof weitestgehend durch digitale Proofsysteme ersetzt.

### Andruck

Probendruck auf einer Druckmaschine in geringer Auflage. Dient der bestmöglichen Kontrolle der Ton- und Farbwerte und zum Abstimmen der Bildvorlage auf Auftragspapier unter Produktionsbedingungen. Ist jedoch ein kostenintensives Prüfverfahren.

### Anschnitt

Der Anschnitt ist der Bereich, der über das Endformat hinausgeht. Bilder oder Farbflächen, die am Dokumentrand beginnen, werden zusätzlich mit Anschnitt angelegt, damit später beim Schneiden auf Endformat keine Blitzer durch einen unbedruckten Papierrand entstehen. Diese Endformatzugabe liegt bei 3 bis 5 mm.

### Anzeigengestaltung

Die Gestaltung durch Text, Grafik, Größe und Farbigkeit richtet sich nach den angestrebten Werbezielen und nach den zu erreichenden Zielgruppen. Regel: Mehrere Blickfänge in einer Anzeige heben sich gegenseitig auf.

### Antiqua

Schrift mit Serifen aus dem Lateinischen stammend.

### Artwork

Künstlerische Gestaltung in den verschiedensten Bereichen der Gebrauchs- und Werbegrafik.

### Auflage

Im Druck-, Buch- und Verlagswesen die Anzahl der gleichzeitig hergestellten Exemplare eines Druckprodukts. Auflagennummern dagegen bezeichnen den Erstdruck und die Nachdrucke.

### Auflösung

Anzahl der Bildelemente (Pixel, Punkte) je Längeneinheit, die bei der Ausgabe am Bildschirm, auf die Druckform oder auf Papier wiedergegeben werden können. Meist angegeben in Anzahl pro Zentimeter (dpcm, dots per centimeter) oder Zoll (dpi, dots per inch). Um ein gutes Ergebnis im Offsetdruck zu erreichen, sollten Bilder in der eingesetzten Größe möglichst eine Auflösung von 300 dpi haben. Bei Bildverwendung im Internet sind 72 dpi ausreichend.

**Aufmacher**

Blickfang oder auch Eye-Catcher. Textlicher oder bildlicher Anreiz, der das Interesse für die Werbebotschaft wecken soll.

**Augenpulver**

Ein in zu kleinem Schriftgrad abgesetzter Text.

**Ausschießen**

Bei der Druckformherstellung die Anordnung der einzelnen Seiten eines mehrseitigen Druckprodukts, um nach dem Drucken und Falzen des Papierbogens die richtige Reihenfolge der Seiten zu erzielen.

**Autorenkorrekturen**

Das Einfügen, Löschen und Ändern von Dateien auf Wunsch des Kunden.

**B****B2B und B2C**

Als »Business to Business«, kurz: B2B, werden Werbeaktionen bezeichnet, die sich nicht direkt an Verbraucher, sondern an Unternehmen richten. Werbeaktionen, die sich direkt an Konsumenten richten, werden als »Business to Consumer«, kurz: B2C, bezeichnet.

**Banner**

Farbfläche mit Text innerhalb eines Werbemittels, um eine Botschaft besonders hervorzuheben. Oder Werbefläche im Internet. Standardformate: 156 x 60; 234 x 30 und 468 x 60 Pixel. Ein Banner kann interaktiv mit der Website des werbenden Unternehmens verbunden sein.

**Below the Line**

Maßnahmen, die die Zielperson zu direktem Handeln auffordern (z. B. durch Direktmarketing, Gewinnspiel-Aktionen, Gutscheine etc.). Meist direkter, zielgruppenorientierter und persönlicher – führen sie nicht selten zu intensiverer Kundenbindung als klassische Werbemaßnahmen. »Below the line«, wörtlich: unter der Linie.

**Beschnitt**

Zuschneiden eines gedruckten und verarbeiteten Produkts auf das Endformat.

**Beschnittmarken**

Feine Linien außerhalb des Endformats, welche die Position für das Beschneiden markieren. Auch Formatecken genannt.

**Bilderdruckpapier**

Beidseitig gestrichene Papierklasse in unterschiedlichen Qualitäten und das meisteingesetzte grafische Papier. Üblich sind die zwei Arten matt und glänzend gestrichen.

**Bildkorrektur**

Das Bearbeiten von digitalisierten Bildern: Gradations-, Tonwert-, Farbkorrekturen, Retuschen, (Un-)Schärfen, Einsatz von digitalen (Effekt-)Filtern.

**Bildschirmdarstellung**

Die Darstellung von Dateien am Bildschirm, Monitor, an der Flatscreen unterscheidet sich geräte- bzw. physikalisch bedingt (Auflösung, Schärfe, Farbkalibrierung) immer von einem Druckergebnis, gleich welche Art von Druck. Bilddarstellungen mit einer Auflösung von 72 dpi genügen zur Anzeige am Bildschirm und ggf. für den Digitaldruck, jedoch nicht für Offsetdruck.

**Bindung**

Zusammenfassung von Einzelblättern oder Bögen zu Broschüren, Büchern usw. durch z. B. Klammerheftung (Rückendrahtung, Ringösen), Fadenheftung, Klebebindung, Spezialbindungen.

**Blindmuster**

Vorab erstellte, unbedruckte Muster eines Druckprodukts. Blindmuster dienen zur Einrichtung bzw. Kontrolle der maschinellen Weiterverarbeitung oder zur Veranschaulichung z. B. für Format, Falzung und Gewicht.

**Blindprägung**

Eine Prägung auf unbedrucktem Papier.

**Blindtext**

Beliebiger Text für ein Layout, der dem endgültig verwendeten Text in allen typografischen Merkmalen wie Schriftart, Schriftgröße, Zeilenabstand entspricht und somit das optische Erscheinungsbild charakterisiert. Häufig wird Latein eingesetzt.

**Blitzer**

Unbedruckte Stellen, die zwischen unmittelbar aneinander anschließenden Farbflächen entstehen können, wenn Ungenauigkeiten im Passer beim Mehrfarbendruck auftreten.

**Blocksatz**

Satzart, die gleichzeitig rechts- und linksbündig ist. Alle Zeilen sind gleich lang, mit Ausnahme der letzten Zeile.

**Bogen**

1. Papier oder Karton ab Format DIN A3. Kleinere Formate werden allgemein Blatt genannt.
2. Maßeinheit für den Umfang einer Broschur oder eines Buches. Ein Normalbogen umfasst dabei in der Regel 8 oder 16 Seiten für das Ausschließen der Falzbogen.

**Brainstorming**

Methode zur Förderung von neuen Ideen innerhalb eines kreativen Teams – über assoziative Einfälle und freie Gedankenspiele in lockerer Atmosphäre. Vernunft, Logik und Systematik stehen nicht im Vordergrund, dafür Spontaneität und Unkonventionalität. »Using the brain to storm a problem«, wörtlich: das Gehirn zum Sturm auf ein Problem verwenden.

**Brand**

Als »Brand«, wörtlich: Brandzeichen, bezeichnet man in der Werbesprache die Marke eines Unternehmens/Produkts sowie alle Eigenschaften (Name, Design, Claim/Slogan etc.), die mit der Marke in Verbindung stehen. Dient zur Unterscheidung gegenüber Konkurrenz.

**Briefing**

Schriftliche Beschreibung aller Vorgaben und Aufgaben eines Projekts. Je detaillierter das Briefing ist, desto zielorientierter und wirtschaftlicher kann die Realisierung des Projekts laufen.

**Broschüre**

Eine Broschüre ist eine nicht periodisch erscheinende Publikation bis 48 Seiten Umfang mit Papier- oder Kartonumschlag.

**Broschur**

Einfache und günstige Bindeform für Einzelblätter und Falzbogen mit flexiblem Umschlag und dreiseitigem Beschnitt, z. B. Hefte, Zeitschriften, Taschenbücher, Kataloge.

**Browser**

Ein Computerprogramm, das die Betrachtung von Internetseiten ermöglicht; auch Webbrowser genannt (z. B. Microsoft Explorer, Apple Safari). »To browse«, wörtlich: durchstöbern; auch »surfen« genannt.

**Bullet**

Auch Bullet Point: Einzelner fetter Punkt (Engl. bullet, wörtlich: Kugel), auch »Blickfangpunkt« genannt. Bullets markieren als Satzzeichen eine Aufzählung in einem Textabschnitt, der mit einem Einzug versehen ist, daher auch als Aufzählungspunkt bezeichnet. Für kurze Textabschnitte ist der Flattersatz dem Blocksatz vorzuziehen.

**C****Cellophanierung**

Methode zur Veredelung und zum Schutz von Druckerzeugnissen. Dabei wird eine dünne Cellophanfolie auf den Druck kaschiert, siehe auch: Kaschierung, Laminierung.

**Claim**

Oder auch Slogan. Ein fest mit dem Unternehmens- oder Markennamen verbundener Satz oder Teilsatz. Er kommuniziert die Positionierung einer Marke, ein zentrales »Versprechen« oder einen Produktnutzen, eine Mission, eine Vision oder das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens oder der Marke.

**CMS**

Content Management System: Anwendungsprogramm, das dem Inhaber einer Internetseite auch ohne Kenntnisse von Programmiersprachen oder HTML ermöglicht, Inhalte auf seiner Website zu ändern.

**CMYK**

Abkürzung für die genormten Prozessfarben Cyan (Blau), Magenta (Rot), Yellow (Gelb) und Key (Schwarz; wörtlich: Schlüssel-/Passerfarbe) im Vierfarbdruck. Das CMYK-Farbmodell wird korrekt als ISO-Scala bezeichnet; umgangssprachlich auch Euroscala.

**Codierzone**

Eine von der Post vorgeschriebene Fläche auf einer Sendung, die nicht bedruckt werden darf.

**Commercial**

Werbespot im Rundfunk oder Fernsehen.

**Consumer Advertising**

Gezielte Verbraucherwerbung.

**Consumer Benefit**

Nutzenversprechen, das bewusst auf Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten abzielt, um ein Produkt bzw. eine Dienstleistung aus der Masse gleichartiger Angebote im Wettbewerb hervorzuheben.

**Content**

Wörtlich: Inhalt, Gehalt. In der Werbung über Medien verbreitete Inhalte in Form von Text-, Bild-, Video- oder Audiodaten; dienen Suchmaschinen im Internet zur Beurteilung und Einschätzung einer Internetseite.

**Copyright ©**

Ein Werk ist geschützt, sobald es geschaffen ist. Der Schutz besteht ohne Formalitäten für die natürliche Person, die das Werk geschaffen hat. Es empfiehlt sich jedoch zu Beweis Zwecken den Copyright Vermerk © anzubringen. Der Urheber hat das Recht auf Namensnennung, das Recht auf Erstveröffentlichung und das ausschließliche Recht, zu bestimmen, ob, wann und wie das Werk verwendet wird.

**Copy-Text**

Fließtext, also längere, zusammenhängende Textpassagen. Oft wird dieser auch als Body-Text oder Body-Copy bezeichnet.

**Corporate Design, CD**

Ist ein Teilbereich der Unternehmensidentität (Corporate Identity) und beinhaltet das gesamte und durchgängig eingesetzte Erscheinungsbild des Unternehmens durch eine bestimmte Farbe und Schrift, die zusammen mit dem Logo und einem einheitlichen Layout dem Unternehmen einen unverwechselbaren Look geben.

**Corporate Identity, CI**

Die Unternehmensidentität oder Unternehmenspersönlichkeit ist die unverwechselbare Philosophie oder Grundidee des Unternehmens, Sie bestimmt die Unternehmenskommunikation (Corporate Communications), das Erscheinungsbild (Corporate Design) und das Verhalten (Corporate Behaviour) und gilt als wichtigster Identifikationsfaktor und Leitfaden für alle nachfolgenden Kommunikationskonzepte auf Jahre hinaus.

**Cover**

Umschlag, Titelseite.

**Crawler**

Webcrawler oder Spider. Kleine Programme (Robots), die für Suchmaschinen Inhalte von Internetseiten sammeln, um diese bei Suchvorgängen besser einschätzen zu können.

**D****Deadline**

Unwiderruflich letzter Abgabetermin.

**DTP**

Desktop-Publishing: Das Publizieren vom Schreibtisch aus vereint die früheren Berufe Layouter, Setzer, Reinzeichner und Lithograf. Ein DTP-Grafiker braucht lediglich einen Computer, die geeignete Software und einen Drucker, um Bilder und Texte zu erstellen, die in Broschüren, Magazinen oder Katalogen verarbeitet werden. Neben gestalterischen Fähigkeiten ist damit auch das technische Know-how Voraussetzung.

**Digitaldruck**

Digitale Daten werden ohne den Zwischenschritt einer statischen Druckform gedruckt. So können auch kleinere Auflagen oder Großformate kostengünstig und schnell produziert und auch personalisiert werden.

**Digitalproof**

Die Daten werden direkt aus den Pixeldateien ausgegeben. Man unterscheidet die rasterlosen Digiproofs von denen mit Rasterpunkten.

**DIN-Papierformate, Deutsche Industrie-Normen**

DIN A0	=	841 x 1189 mm
DIN A1	=	594 x 841 mm
DIN A2	=	420 x 594 mm
DIN A3	=	297 x 420 mm
DIN A4	=	210 x 297 mm
DIN A5	=	148 x 210 mm
DIN A6	=	105 x 148 mm
DIN A7	=	74 x 105 mm
DIN A8	=	52 x 74 mm
DIN A9	=	37 x 52 mm
DIN A10	=	26 x 37 mm

Das Seitenverhältnis des DIN-Formats ist 1 zu 1,41. Durch das Teilen der längeren Seite durch 2 erhält man das nächstkleinere DIN-Format. Die DIN-B- und DIN-C-Reihen werden für Brief- und Versandhüllen eingesetzt.

**Direct Mailing, Direktwerbung**

Zustellung adressierter oder unadressierter Werbemittel wie Werbebriefe, Prospekte, Kataloge, Preislisten, Antwort-/Bestellkarten per Post oder durch Verteiler.

**Disclaimer**

Der Fachbegriff für Haftungsausschluss im Internet wird sowohl auf Websites wie auch in E-Mails verwendet. Auf Websites distanziert sich der Betreiber meist von auf seiner Site gemachten Aussagen, die er selbst nicht zu verantworten hat. Disclaimer in E-Mails fordern meist einen unbeabsichtigten Empfänger zum sofortigen Löschen und Ignorieren der E-Mail auf.

**Display**

Bezeichnet Aufsteller zur Warenauslage, Deckenhänger, visuelle Anzeige von Daten auf Bildschirm oder Panel oder eine hervorgehobene Textstelle.

**Domain**

Ist der Name einer Website, z.B. envision.de, und Bestandteil der URL.

**DPI**

Dots per inch: Angabe der Auflösung in Punkten pro Zoll. Maßeinheit bei Belichtern, Druckern, Scannern und bei Dateien, z.B. 72 dpi für Internetdaten und 300 dpi für Druckerzeugnisse.

**Druckhandling**

Umfasst die Produktionsbetreuung von Printmedien aller Art bis zur erfolgreichen Auslieferung. Von Beratung, Angebotswesen, Beauftragung, Terminierung, Überwachung über Steuerung, Datentransfer, Freigabe, Abnahme, bis hin zur Weiterverarbeitung, Versandabwicklung, Qualitätssicherung, Logistik etc..

**Drucklackierung**

Um die Oberfläche der Drucksache zu veredeln oder zu schützen, wird in einem zusätzlichen Druckgang ein spezieller Dispersionslack auf die frisch gedruckten Farben im Nass-in-Nass-Verfahren aufgetragen.

**Druckverfahren**

Die Beschaffenheit der Druckform unterscheidet den Hochdruck, Flachdruck, Offsetdruck, Tiefdruck und Durchdruck (Siebdruck). Die Zuführung des zu bedruckenden Papiers unterscheidet außerdem den Bogendruck und den Rollendruck.

**Druckvorstufe**

Alle Arbeitsgänge, die vom Text, Bild bis zur fertigen Druckvorlage erforderlich sind, wie Layout, Satzherstellung und Bildverarbeitung oder auch Seiten- und Bogenmontage sowie die Druckformherstellung.

**Dummy**

Layoutmuster oder Prototyp für den Kunden oder für die Druckerei zur Veranschaulichung des späteren Aussehens einer Drucksache. Er beinhaltet bereits das fertige Foto und die zugkräftige Headline, doch statt des tatsächlichen Fließtextes (Copy) lediglich eine Blindtextfassung.

**Duplex**

Zweifarbige Abbildung, meist aus Schwarz und einer beliebigen Buntfarbe.

**Durchscheinen**

Durch zu hohe Transparenz des Papiers, d. h. zu geringe Grammatur, scheint das Druckbild auf die Rückseite durch.

**Durchschlagen**

Bestandteile der Druckfarbe durchdringen den Bedruckstoff und sind als Flecken auf der Rückseite schwach sichtbar.

**E****Einrichten**

Alle vorbereitenden Arbeiten im Offsetdruck, vom Einspannen der Druckplatte bis zur Druckfreigabe zum Auflagendruck, die einen enormen Kostenfaktor bedeuten.

**EPS**

Encapsulated PostScript: Vektororientiertes Datenformat zum Austausch von PostScript-Bildern zwischen verschiedenen Programmen, insbesondere für Strichabbildungen und Grafiken.

**Etat**

Die Geldmittel, die für die Werbung eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung in einem bestimmten Zeitraum zur Verfügung stehen.

**Europa-Skala DIN 16539, Euroskala**

Festgelegte Farbskala für den Offsetdruck, die alle im Druckprozess zu erreichenden Farbtöne wiedergibt.

**Event**

Ereignis, Veranstaltung innerhalb einer Public-Relations- oder Motivationskampagne.

**Event-Marketing**

Inszenierte Ereignisse sollen bei Leithändlern, Meinungsführern und Kunden eine produkt- oder dienstleistungsorientierte Motivation auslösen.

**Executive Creative Director**

Leitender Kreativdirektor in der Werbeagentur.

**Exlibris**

Meist künstlerisch gestaltetes Signet des Buchbesitzers, das auf den Schmutztitel geklebt oder gestempelt wird.

**Exposé**

Gekürzte Inhaltsdarstellung z. B. einer Werbekonzeption, eines Textes, eines Drehbuchs oder von Storyboards.

### Extension

Die Dateiendung wird zur Erkennung des Anwenderprogramms durch einen Punkt vom Dateinamen getrennt, z. B. .eps, tif, .jpg, .pdf.

Oder: in Standard-Software integrierbare, kleine Zusatzprogramme, die das Leistungsspektrum erweitern.

### Eyecatcher

Zieht als herausstechendes Merkmal auf Plakaten, Anzeigen oder anderen Werbemitteln den Blick auf sich und wird vom Betrachter sofort wahrgenommen.

## F

### Fadenheftung

Qualitativ hochwertige Bindetechnik zur Herstellung von Buchblocks für Bücher und Broschüren. Einzelne Falzbogen werden im Rücken zu Blocks vernäht.

### Fadenzähler

Lupe, mit der man Raster, Passer und Vorlagenschärfen prüft.

### Falz

Mit Falzmaschinen hergestellter scharfer Bruch bei Papieren.

Aus einem plan liegenden Roh- oder Druckbogen entsteht so ein Falzbogen.

### Falzarten

Die Hauptfalzarten sind der Kreuzbruch und der Parallelfalz. Beim Kreuzbruch stehen beide Falze im rechten Winkel zueinander. Bekannte Unterformen des Parallelfalzes sind der Wickelfalz, der Leporello- bzw. Zickzackfalz, der Altarfalz und der Parallelmittelfalz.

### Falzmarken

Markierungen als Orientierungshilfe, wo der Bogen gefaltet werden muss, z. B. auf einem Briefbogen. Auf Druckbögen zeigen sie an, wo später bei der Weiterverarbeitung gefalzt wird.

### Farbauszüge, Farbseparation

Informationen, die für jede einzelne zu druckende Farbe aufgesplittet, eben separiert, werden. Das digitalisierte Bild der Vorlage wird mit Hilfe von Computersoftware in die einzelnen Farbkanäle zerlegt. Jeder der Farbkanäle wird gerastert auf einen eigenen Film bzw. eine eigene Druckplatte ausgegeben. Beim Übereinanderdrucken der einzelnen Raster entsteht wieder der Gesamteindruck der farbigen Vorlage.

### Farbenlehre

Man unterscheidet zwischen Licht- und Körperfarben. Lichtfarbe entsteht durch einen Selbstleuchter, z. B. Sonne, Lampe, Feuer. Körperfarbe ist die Farbe eines nicht selbst leuchtenden Körpers, sie entsteht erst durch die Reflexion von Lichtstrahlen. Druckfarben sind Körperfarben, die entsprechend den Lichtquellen, denen sie ausgesetzt sind, unterschiedlich wirken.

1. Spektralfarben: Führt man einen Lichtstrahl durch ein Prisma, zerlegt sich das weiße Licht in die Farben des Regenbogens (Spektrums): Rot, Orange, Gelb, Grün, Blau, Violett.
2. Haupt-, Primär- oder Grundfarben: Gelb, Rot, Blau. Diese Farben können nicht durch Mischung hergestellt werden. Die vierte Farbe ist eine »Tiefenfarbe« (Schwarz), die im Druck für den Kontrast eingesetzt wird.
3. Komplementärfarben: die sich im Farbkreis gegenüberliegenden Farben, z. B. Rot zu Grün, Gelb zu Violett und Blau zu Orange.
4. Misch- oder Sekundärfarben: alle Farben, die durch Mischung aus den Grundfarben hergestellt werden können, z. B. Grün, Orange, Violett.
5. Druckfarben: Gelb, Magenta, Cyan und das Schwarz, das in der Drucktechnik als vierte Farbe zählt.

### Farbigkeit

Ein Druckerzeugnis kann auf der Vorder- und Rückseite farbig bedruckt werden.

4/4-farbig: Druckerzeugnis ist auf Vorder- und Rückseite 4-farbig bedruckt.

4/0-farbig: Druckerzeugnis ist auf der Vorderseite 4-farbig bedruckt, die Rückseite ist unbedruckt.

### Farbkreis

Bei dem bekannten sechsteiligen Farbkreis liegen folgende Farben im Kreis nebeneinander:



Gelb – Rot – Magenta – Blau – Cyan – Grün. Die im Farbkreis jeweils gegenüberliegenden Farben nennt man Komplementärfarben. Diese ergänzen sich jeweils in der additiven Farbmischung zu Weiß, in der subtraktiven Farbmischung zu Schwarz.

### **Farbmanagement**

Die genormte Umrechnung von Farben, um die Farben auf verschiedenen Geräten vergleichbar aussehen zu lassen und die Farbdarstellung über den Produktionsprozess hinweg möglichst anzugleichen. Für die verschiedenen Ein- und Ausgabegeräte vom Monitor bis zur Druckmaschine werden Farbprofile für die beteiligten Geräte und Verfahren gebildet.

### **Farbmodus**

Das Farbsystem, in dem ein digitales Bild gespeichert ist, z.B. CMYK-Modus oder RGB-Modus.

### **Farbskala**

Druckfarbe: Genormte Druckfarben für einen Farbdruk sind z.B. Euroskala, HKS-Skala.  
Andruck: Die Andruckskala ist der Druck der einzelnen Farben und der Zusammendruck für die korrekte Farbführung im Auflagendruck.

### **Feindaten**

Für den Druck notwendige hochauflösende Daten zur Gewährleistung einer optimalen Druckqualität.

### **Finish**

Entscheidende Phase in der Fertigstellung eines Auftrages, zu dem die Hauskorrektur und Freigabe des Auftraggebers gehören.

### **Firmenlogo**

Ist ein Identifikationsmerkmal für das gesamte Unternehmen und bildet die Basis für das visuelle Erscheinungsbild, das Corporate Design. Es soll prägnant sein, eigenständig und wiedererkennbar.

### **Flachdruck**

Druckende und nichtdruckende Stellen einer Druckform liegen ohne spürbare Höhenunterschiede nebeneinander, z.B. Offsetdruck.

### **Flattersatz**

Man unterscheidet linksbündigen Flattersatz und rechtsbündigen Flattersatz. Entweder die linke oder rechte Satzkannte, Zeilenanfang oder Zeilenende, sind bündig, die andere Kannte ist asymmetrisch und wird aufgefüllt, bis das nächste Wort oder die nächste Silbe nicht mehr in die vorgegebene maximale Zeilenbreite passt.

### **Flyer**

Handzettel, kleiner Werbeprospekt, oft auch ein beigelegter Prospekt in einem Mailing.  
Engl. Bezeichnung: Leaflet.

### **Fokusgruppe**

Focus group: Gruppeninterview, das u. a. in der Marktforschung eingesetzt wird. Es handelt sich um eine moderierte Diskussion unterschiedlicher Teilnehmer, welche sich meist an einem Leitfaden orientiert und auf den Prinzipien Kommunikation, Offenheit, Vertrautheit und Fremdheit sowie Reflexivität basiert. Ihr Einsatz ist besonders in frühen Entwicklungsstadien von Produkten sinnvoll, in denen Ideen entwickelt, Anforderungen erfragt und Konzepte erstellt werden sollen.

### **Fond**

Hintergrund, z.B. eine farbige Fläche oder ein Foto, auf dem ein Text steht.

### **Font**

Vollständiger Zeichensatz einer digital gespeicherten Schrift einschließlich der Ziffern und Sonderzeichen.

### **Freelancer**

Freiberufliche, nicht fest angestellte Mitarbeiter von Werbeagenturen, z.B. Texter, Grafiker, Fotografen.



**Freigabe**

Bei einer Drucksache prüft zuerst die Agentur den Korrekturbogen auf Fehler, korrigiert gegebenenfalls, und wenn alles stimmt, erhält ihn der Kunde von der Agentur, um ihn als Auftraggeber freizugeben.

**Freisteller**

Alle unwesentlichen Teile eines Bildes werden mit Hilfe eines Computerprogramms entfernt, so dass das Hauptmotiv freigestellt übrigbleibt.

**FTP**

File Transfer Protocol: Serversystem zum Austausch von Dateien zwischen zwei Rechnern via Internet. Besonders für den Austausch größerer Dateien geeignet.

**G****Gemeine**

Bezeichnung für Kleinbuchstaben.

**Gemeinschaftswerbung**

Gemeinsame Werbeaktivitäten von Firmen gleicher Branchen. Oder werbliche Zusammenschlüsse von Einzelhandelsfirmen, um ein bestimmtes Einkaufsgebiet, z. B. die Innenstadt attraktiver zu machen.

**Generics**

Produktmarken, die zum Begriff für eine ganze Gattung geworden sind, z. B. steht »Knirps« für alle zusammenfaltbaren Regenschirme, Tesa für alle transparenten Klebebänder.

**Gestaltungsraster**

Anordnung der grafischen und typografischen Elemente eines Entwurfs nach individuellen Gestaltungsregeln, wobei als Gestaltungshilfsmittel das Format in imaginäre Felder, Raster aufgeteilt wird.

**Gestrichenes Papier**

Papiersorten, deren Oberfläche mit einem Kreidestrich matt, halbmatt oder glänzend ein- oder beidseitig veredelt sind. Das Papier bekommt dadurch eine geschlossene, glattere Oberfläche, wodurch eine bessere Detailwiedergabe und Druckqualität erreicht werden kann.

**Geviert**

Der Zeilenabstand im Quadrat, früher ein Quadrat entsprechend der eingesetzten Punktgröße.

**GIF**

Graphics Interchange Format: Datenformat für Bilddaten im Internet.

**Give-away**

Kleines, preiswertes Werbegeschenk, Gadget, das als Massenartikel z. B. bei Verkaufsveranstaltungen, Messen, Events kostenlos ausgegeben wird.

**Glanzfolienkaschierung**

Eine Drucksache wird mit einer glänzenden Folie überzogen, die dem Schutz der Drucksache dient und die optische Wirkung und Wertigkeit erhöht.

**Goldener Schnitt**

Als Goldenen Schnitt bezeichnet man die Teilung einer Strecke in Abschnitte, deren Größenverhältnis zueinander harmonisch ist. Die Längenverhältnisse von Breite und Höhe liegen im Goldenen Schnitt bei 2:3:5:8:13:21:34 (Fibonacci-Reihe). Das Verhältnis der langen Strecke zur kurzen Strecke ist gleich dem Verhältnis der gesamten Strecke zur längeren Teilstrecke.

**Gradation**

Das mehr oder weniger starke Ansteigen der Grautöne in einem Graustufenbild. Bei einem kontrastarmen oder weichen Bild steigen die Tonwerte nur leicht an, bei einem harten oder kontrastreichen Bild steigen sie stark an.

**Grammatur**

Das Flächengewicht von Papier in Gramm pro Quadratmeter (g/qm). Bei einer Grammatur von 80 g/qm spricht man von Normaldruckpapier, bei 200 g/qm bis 600 g/qm spricht man von Karton, über 600 g/qm von Pappe.

**Grotesk**

Bezeichnung serifenloser Schriftarten, z. B. Helvetica, Akzidenz-Grotesk.

**Gutenberg**

Johannes Gensfleisch zur Laden, genannt Gutenberg, erfand 1397 in Mainz die Buchdruckkunst mit beweglichen Bleiletern und revolutionierte damit das Kommunikationswesen wie kein anderer vor oder nach ihm.

**H****Haarlinien**

Haarlinien, oder auch Haarstriche genannt, sind die dünnsten Linien, die im Druck dargestellt werden können. Sie sollten immer eine Mindeststärke von 0,25 pt haben.

**Handout**

Unterlagen, Infos und Muster, die manuell verteilt werden.

**Hardcover**

Allgemeine Bezeichnung für jedes Buch mit einer festen Einbanddecke.

**Hard Selling**

Eine aggressive Verkaufsmethode, um Umsatz um jeden Preis zu machen. Die Gefahr dabei ist, dass häufig Produkte verkauft werden, die der Kunde eigentlich nicht benötigt, dann unzufrieden ist und dies eine hohe Kundenfluktuation zur Folge hat. Es müssen ständig neue Kunden gesucht werden.

**Hard-Selling-Werbung**

Werbung, die ohne Umschweife direkt zum Kauf auffordert.

**Hausfarbe**

Farbe, die das Corporate Identity festlegt und die möglichst über einen langen Zeitraum unverändert verwendet werden soll.

**Hauskorrektur**

Korrektur einer Drucksache, die vom Hersteller, dem Verlag oder der Druckerei vorgenommen wird und die der Autorenkorrektur vorausgeht.

**Headline**

Überschrift als Blickfang in einer Tageszeitung oder sonstigen Publikation.

**Heften**

Bindeverfahren in der Buchbinderei. Gefaltete Bogen oder Einzelblätter werden miteinander durch Faden, Draht oder Klebstoffe zu einem Produkt verbunden.

**Heißfolienprägung**

Dekorative Aufwertung einer Drucksache mittels Folien, die durch Druck und Hitze auf das Papier bzw. den Karton gepresst werden. Oft mit Metallicfarben und in Verbindung mit Prägedruck angewandt, z. B. bei Kosmetik- und Pralinenpackungen.

**HKS**

Abkürzung für ein Sonderfarbsystem der Druckfarbenhersteller Hostmann-Steinberg, Kast + Ehinger und H. Schmincke. Die HKS-Farbfächer beinhalten klassischerweise 88 Volltonfarben, um die exakte Wiederholbarkeit der Sonderfarben zu gewährleisten, ohne diese immer neu anmischen zu müssen. Es gibt Farbfächer für unterschiedliche Papiere, wie Endlospapier HKS E, glänzendes Kunstdruckpapier HKS K, Naturpapier HKS N. Das HKS 3000+ System mit über 3.000 Farben ist als Alternative zum System der Pantone-Sonderfarben gedacht.

**Holzfreie Papiere**

Hochwertige, holzstofffreie Papiere (h'fr), deren Faserstoffe aus Zellstoff-Fasern bestehen. Sie bestehen zu mindestens 95 Prozent aus reinem Zellstoff.

### Holzhaltige Papiere

Holzstoffhaltige Papiere (h'h), die zu 10 bis 100 Prozent aus Holzschliff bestehen.

## I

### ICC-Profile

Abkürzung für das International Color Consortium. Die weltweit wichtigsten Hersteller von Betriebssystemen und Anwenderprogrammen einigten sich mit diesen Profilen auf Standards für Farbmanagement-Systeme, die eine plattformunabhängige, geräteneutrale Farbwiedergabe ermöglichen.

### Imagebildung

Eine bestimmte Vorstellung von einem Unternehmen oder einer Marke wird durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen als ein positives Bild (Image) bewusst gemacht.

### Imagekampagne

Werbe- oder Public-Relations-Maßnahme, die nicht auf unmittelbare Verkaufserfolge abzielt, sondern längerfristig auf die Verbesserung und Pflege des Produkt- und Firmenansehens, des Images, setzt.

### Impact

Bezeichnet den Eindruck, den ein Werbemittel auf den Betrachter ausübt.

### Impressum

Hinweis in Druckschriften, der über Urheber, Herausgeber, verantwortliche Redakteure, Auflagen u. a. informiert.

### Imprimatur

Druckfreigabe, Druckerlaubnis durch den Kunden.  
Ableitung vom lateinischen »Imprimi potest«: Es werde gedruckt.

### Imprint

Werbeeindruck, z. B. der Händleranschrift im Flyer, Stempelaufdruck oder Druckvermerk, Erscheinungsvermerk oder Adressangaben auf Webseiten.  
Englische Bezeichnung für Impressum.

### Incentive-Reisen

Reiseveranstaltungen, die der Mitarbeiter- oder Händlermotivation, Human Relations dienen und die das Betriebsklima verbessern sollen.

### Inch

Maßeinheit für die Länge im angelsächsischen Raum.  
Umgerechnet entspricht dabei 1 inch (= 1 Zoll) = 2,54 cm.

### Initiale

Großer, verzierter Anfangsbuchstabe.

### Inkjet-Drucker

Tintenstrahldrucker. Ein Drucker, der digitale Text- und Bildinformationen durch winzige Farbtröpfchen auf einen Bedruckstoff überträgt.

### IP-Adresse

Die eindeutige Adresse eines Computers im Netzwerk, bestehend aus vier Zahlengruppen.  
Anhand dieser Adresse wird erkannt, wo der Computer angeschlossen und wie er erreichbar ist.

### Institutionelle Werbung

Werbung von nicht gewinnorientierten Einrichtungen wie Schulen, Krankenhäusern, politischen und gemeinnützigen Organisationen.

### Italic

Englische Bezeichnung für eine kursive Schrift.

## J

### Jingle

Eine kurze Melodie für Werbespots, Serienfilmtitel oder Shows.

### JPEG, JPG

Joint Photographic Experts Group: Datenformat für Farb- und Graustufenbilder in geringer Dateigröße, z. B. für Internetanwendungen. Durch Kompression der Daten beim Speichern wird immer ein bestimmter Verlust an Qualität in Schärfe und Farbumfang erzeugt. Der Kompressionsgrad kann in Stufen eingestellt werden.

## K

### Kalligrafie

Die Kunst des schönen Schreibens von Hand mit Schreibutensilien wie Breitfeder, Pinsel oder Rohrfedern.

### Kampagne

Die kompletten Werbeaktivitäten eines Unternehmens in einem bestimmten Zeitraum mit allen dazugehörigen Maßnahmen wie Anzeigen, Spots, Mailings.

### Kapitälchen

Sie dienen zur Hervorhebung in einem Text. Der erste Buchstabe eines Wortes hat die normale Höhe, die weiteren Buchstaben sind Großbuchstaben auf Höhe der Kleinbuchstaben.

### Kaschierung

Bearbeitungsmethode zum Schutz oder zur Veredelung von Drucksachen. Papiere und Pappen können gegeneinander oder z.B. mit Folien und Kunststoffen kaschiert werden.

### Kernbotschaft

Ist das wichtigste Element einer Werbeaussage und soll klar, unmissverständlich und prägnant formuliert sein.

### Kerning

Engl. für das Unterschneiden, Reduzieren der normalen, vorgegebenen Abstände von Buchstaben, Ziffern und Zeichen. Das Reduzieren der Laufweite ganz bestimmter Buchstaben- und Zeichenkombinationen kann automatisch oder in professionellen Layoutprogrammen manuell vorgenommen werden.

### Key Account Management

Ist die grundsätzlich kundenorientierte Einstellung und Arbeitsweise eines Unternehmens, die, gut ausgebaut, einen strategischen Wettbewerbsvorteil ergeben kann.

### Key Visual

Zentrales Bildelement einer Anzeige oder eines Werbeobjekts, das das beworbene Produkt darstellt und vom »Catch visual«, dem künstlerischen Bezugsrahmen, als Blickfang umgeben wird.

### KISS

Merkformel für die erfolgreiche Werbegestaltung: »Keep it simple and stupid« (Gestalte so einfach wie möglich).

### Klammerheftung

Die Rückendraht- oder Ringösenheftung ist eine einfache, aber haltbare Heftung mittels Drahtklammern.

### Klebebindung

Die industrielle Klebebindung ist für große Auflagen relativ preiswert und ermöglicht hohe Maschinengeschwindigkeiten für eine Broschüren- und Buchproduktion mit weitgehend automatisierten Produktionsschritten. Eine spezielle Art des Kaltklebens ist die Blockbindung. Dabei werden einzelne Blätter zu einem Schreibblock elastisch verleimt, diese lassen sich dann unter Zueinwirkung einzeln abreißen.

### Klischee

Bildträger aus Metall oder Kunststoff zur Reproduktion einer Vorlage im Buchdruckverfahren. Die älteste Art des Klischees ist der Holzschnitt.

**Komplementärfarben**

Komplementärfarben stehen sich im Farbkreis immer genau gegenüber und werden deshalb auch als Gegenfarbe bezeichnet. Komplementärfarben ergeben additiv gemischt Weiß und subtraktiv gemischt Schwarz.

**Konfektionierung**

Der meist manuelle letzte Schritt der Weiterverarbeitung, in dem Teile und Sendungen zusammengestellt, Druckprodukte von Hand gefalzt und geklebt, Mappen und Mailings mit Inhalten bestückt, Befestigungstechniken angebracht werden.

**Kontakter**

Der Berater, auch Kontakter genannt, stellt das Bindeglied zwischen Agentur und Kunden dar und ist u. a. für Ziel-, Budget und Termineinhaltung oder auch strategische Konzeption zuständig. Der Kontakt gilt als Job für »Diplomaten«. Agenturmitarbeiter (beispielsweise Kreative) und Kunden sprechen – vorsichtig formuliert – nicht immer die gleiche Sprache. Der Kontakt fungiert daher auch als Moderator zwischen den Projektbeteiligten.

**Konzeption**

Textliche und visuelle Fixierung einer Werbestrategie, die dem Kunden meist in Form einer Präsentation vorgestellt wird.

**Korrekturabzug**

Bevor ein Druckartikel endgültig in Produktion geht, erhält der Kunde einen Korrekturabzug. Erst nach dessen Freigabe darf produziert werden.

**Korrekturzeichen**

Genormte Zeichen nach DIN 16511 für die Angabe von auszuführenden Korrekturen bei Texten und Bildern.

**Kunstdruckpapiere**

Original-Kunstdruckpapiere sind hochwertigste gestrichene Papiere, die eine besonders gleichmäßige, geschlossene und damit edle Oberfläche haben.

**Kursiv**

Beim kursiven Schnitt sind die Buchstaben schräg gestellt. Engl. Bezeichnung: italic.

**L****Lackierung**

Dient der Veredelung oder des Schutzes eines Druckproduktes mit Hilfe einer meist farblosen Lackschicht. Kann glänzend, seidenmatt oder matt sein und ist je nach Zweck und Verfahren vollflächig oder auch partiell möglich.

**Laminierung**

Methode zum Schutz oder zur Veredelung von Drucksachen. Dabei wird das Produkt mit einer transparenten Kunststoffolie überzogen.

**LAN**

Local Area Network: Netzwerk, das mehrere Rechner und Workstations zusammenfasst, wobei gemeinsamer Zugriff auf den Datenbestand besteht.

**Laserdrucker**

Drucker für schnelle kostengünstige Ausdrücke in hoher Anzahl, der mittels Laserstrahl ein statisches Bild auf einer magnetisierten Trommel erzeugt, die ionisierte Farbpartikel, Toner, auf das durchlaufende Papier überträgt und durch Hitze darauf verfestigt.

**Lasierende Farben**

Leicht durchscheinende, nicht deckende Farben, die beim Über- oder Unterdrucken von Tonflächen eingesetzt werden.

**Laufrichtung**

Bei der Papierherstellung die Richtung, in der das Papier durch die Papiermaschine läuft und dadurch eine parallele Faserausrichtung im Papier entsteht. Die Laufrichtung spielt für den Druck, die Druckverarbeitung und für den Gebrauchszweck vieler Drucksachen eine große Bedeutung, da das Material in dieser Richtung meist eine größere Festigkeit bzw. Steifigkeit aufweist, sich weniger dehnt und sauberer falzen lässt. Wird nicht in Laufrichtung des Papiers gefalzt, ist die Falzkante brüchig und rau.

**Laufweite**

Bezeichnung für »Buchstabenabstand«. Aus ästhetischen Gründen wird der Abstand zwischen bestimmten Buchstaben je nach Buchstabenform und Schriftcharakter variiert.

**Launch**

Start eines neuen Produkts, Einführung einer neuen Marke.

**Layout**

Der grafische Entwurf einer Konzeptionsidee, in dem Überschriften und Gestaltungselemente wie Grafiken, Bilder entweder als Platzhalter oder in geringer Auflösung dargestellt sind. Fließtexte sind oft als Blindtexte eingefügt. Ein gutes Layout sollte der Endfassung einer Drucksache möglichst nahe kommen.

**Leaflet**

Handzettel, Flugblatt, Einblattprospekt, auch Flyer.

**Leiche**

Ist der Begriff für ein vergessenes Wort oder gar einen ganzen unterlassenen Satzteil.

**Lektor**

Er prüft Manuskripte, sucht Autoren, überarbeitet Texte.

**Leporello**

Drucksache, die in Parallelfalzart, auch Zickzack (kurz: ZZ-Falz) gefalzt ist. Die Falzrichtung ist stets abwechselnd von »nach oben« zu »zu unten«.

**Lesegrößen**

Schriftgrößen, die gut lesbar sind, zwischen 8 bis 12 Punkt.

**Lettershop**

Der Bereich eines Unternehmens, der Drucksachen und Werbemittel zum kompletten Versandstück zusammenstellt und versendet.

**Lichtwerbung**

Außenwerbemittel wie Lichtenanlagen an Gebäuden, Anstrahlen von Gebäuden und Werbeflächen, effektvolle Ausstrahlung von Schaufenstern, Laufschriften, elektronische Bewegungsbilder u. a..

**Longseller**

Ein Produkt, das sich über eine längere Zeitspanne gut verkauft.

**Low Involvement Product**

Bezeichnet ein niedrigpreisiges Produkt, meist einen Artikel des täglichen Bedarfs, der gewohnheitsmäßig ohne Planung und Überlegung gekauft wird.

**LZW-Komprimierung**

Kompression von Dateiformaten, wie gif oder tiff, zur Verringerung der Datenmenge ohne Datenverlust. Dieser Algorithmus wurde 1978 von Abraham Lempel und Jacob Ziv entwickelt und 1983 von Terry A. Welch verbessert (LZW).

**M****Mailing**

Die bekannteste Form der Direktwerbung. In der Regel für eine bestimmte Zielgruppe entsprechend personalisiert, mit Anschreiben und zusätzlichen Informationen und Prospekten. Response-Elemente, wie z.B. Antwortfax, Bestellformular oder eine Gewinnmöglichkeit sollen den Kunden zur Kontaktaufnahme animieren.

**Makulatur**

Fehlerhafte Drucke aller Art.

**Manual**

Handbuch, Leitfaden.

**Marginalie**

Neben dem Satzspiegel stehende Randbemerkung. Marginalien dienen z. B. in Handbüchern, Fachartikeln, Formularen zum raschen Auffinden wichtiger Textstellen.

**Mattgestrichene Papiere**

Oberflächenveredeltes Papier. Durch matten Strichauftrag ohne anschließende Satinage wird das einfallende Licht gebrochen und der Aufdruck wirkt daher matt.

**Mega Lights**

Auch City Light Boards, sind hinterleuchtete verglaste Großflächenplakate (3,60 x 2,60 m).

**Merchandising**

Werbeartikel, die mit dem Look und dem Logo eines bekannten Markenproduktes verkauft werden und das gleiche Image erreichen. Der Kunde identifiziert sich durch die Artikel mit dem Markenprodukt, z. B. Porsche. Bekannte Filme wie Star Wars, Sportler wie David Beckham, Musiker wie Bob Marley oder Comicfiguren wie Mickey Mouse haben ein umfangreiches Merchandisingangebot.

**Me-too-Produkt**

Nachahmerprodukt, das sich gerade noch im Rahmen des gesetzlich Erlaubten befindet, aber sich eindeutig an seinem Vorbild orientiert.

**Mittelachsensatz**

Der Text ist auf die Mitte des Satzspiegels zentriert.

**Moiré**

Optische Störung beim Druck, die durch die leicht verschobene Überlagerung der Punktmuster der einzelnen übereinander zu druckenden Farben entsteht. Wird durch feine Muster in den Vorlagen (z. B. feine Lamellen, Fischgratmuster) begünstigt.

**Monitorkalibrierung**

Grundlegende Basis-Farbeinstellung bei Monitoren für eine möglichst realistische Farbwiedergabe. Eine wirklich gute Monitorkalibrierung ist sehr aufwendig und nur mit wenigen und entsprechend teuren Bildschirmen möglich. Daher können Farben auf nicht kalibrierten Monitoren unterschiedlich aussehen und sind nicht verbindlich zum endgültigen Druckergebnis.

**Monochrom**

Einfarbig, meist Schwarzweiß-Abbildungen, oder jede andere einzelne Farbe.

**N****Nuten**

Eine mechanisch angebrachte Vertiefung entlang der Laufrichtung, damit dickes Papier oder Karton beim Biegen nicht bricht.

**Nutzen**

Anzahl der Einzelteile, die auf eine Papierbahn oder einen Druckbogen passen. Am Beispiel des Briefbogens: »Zu 4 Nutzen auf einem Bogen gedruckt«, heißt, 4 Briefbögen passen auf einen Druckbogen und können in der Druckweiterverarbeitung aus dem Bogen geschnitten werden.

**Nutzungsrechte**

Vertraglich festgelegtes Recht zur Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke, erkennbar am »©« für Copyright. Das einfache Nutzungsrecht an einem Entwurf kann der Designer mehreren Personen einräumen. Das Exklusivrecht bzw. das ausschließliche Nutzungsrecht räumt dessen Inhaber die ausschließlichen Nutzungs- und Vermarktungsrechte ein.



**O****Oberlänge**

Bei Schriften die Bezeichnung für die Länge der Kleinbuchstaben, die über die Mittellänge (x-Höhe) hinausragt, z. B. bei b, d, f, h, k.

**OCR**

Optical Character Recognition. Optische Zeichenerkennung. Eingesannter Text wird durch ein OCR-Programm in einen editierbaren Text umgewandelt. Macht auch das Suchen von Begriffen innerhalb des Textes möglich.

**Offsetdruck**

Offsetdruck ist ein indirektes Druckverfahren, bei dem die Druckform das Druckbild erst auf einen Gummizylinder druckt. Dieser druckt dann auf Papier oder andere flexible Bedruckstoffe. Höhere Auflagen werden im Rollenoffsetdruckverfahren auf große Papierrollen gedruckt.

**Opazität**

Ist die Undurchsichtigkeit von Papieren. Eine hohe Opazität wird durch die Menge von Füllstoffen erreicht und ist insbesondere für beidseitig bedruckte Papiere wichtig, um das Durchscheinen zu vermeiden.

**Opentype**

Ein neuer Standard für Schriften die von allen Betriebssystemen verwendet werden können.

**Outsourcing**

Eine Agentur vergibt Leistungen außer Haus an Freelancer oder Dienstleistungsfirmen.

**P****Pack Shot**

Abbildung einer Produktverpackung in einem TV-Spot.

**Pagina**

Seitenzahl, Kolumnenziffer in einem Druckprodukt.

**Paginieren**

Fortlaufendes Nummerieren von Seiten, Spalten, Manuskripten.

**Panel**

Erhebungsart in der Marktforschung, die bei einem repräsentativen und gleichbleibenden Personenkreis regelmäßig Stichprobenbefragungen durchführt, um einen Längsschnitt der Bevölkerung und dessen zeitliche Veränderung zu bekommen.

**Panorama-Anzeige**

Großformatanzeige auf Anschnitt und über den Bund hinausreichend, die sich oft über mehrere Seiten erstreckt.

**Pantone Matching System, PMS**

Weltweites Farbsystem im Grafik- und Druckbereich, erhältlich in Fächer- oder Ringbuchform. Um ein immer gleiches Farbergebnis zu bekommen, werden den einzelnen Farben Nummern zugeordnet und diese nochmal je nach dem zu bedruckenden Papier in U für uncoated (ungestrichen), C für coated (gestrichen) und M für matt unterteilt.

**Paperback**

Taschenbuch, Pappeinband.

**Papiergewicht**

Die flächenbezogene Masse des Papiers in g/qm (Gramm pro Quadratmeter). Ein übliches Schreib- oder Kopierpapier wiegt 80 g/qm. Siehe auch: Grammaturn

**Papiersorten**

Papier- und Kartonsorten lassen sich unterscheiden in ungestrichene Papiere (Naturpapiere) und gestrichene Papiere sowie Spezialpapiere. Ungestrichene Papiere können maschinenglatt oder satiniert sein. Gestrichene Papiere gibt es in unterschiedlichen Qualitäten, ein- oder beidseitig, mit matten bis glänzenden Oberflächen. Spezialpapiere sind beispielsweise Banknotenpapiere, selbstdurchschreibende Papiere, Metallpapiere oder kaschierte Papiere.

**Parallelfalz**

Alle Falze verlaufen parallel, dazu gehören ebenso der Wickelfalz, der Altarfalz, der Leporellofalz und der Parallelmittelfalz.

**Partielle UV-Lackierung**

Geeignet für die Hervorhebung und effektvolle Veredelung von Elementen einer Drucksache.

**Passkreuze**

Passkreuze dienen beim Offsetdruck der Passgenauigkeit der druckenden Farben.

Die vier Prozessfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz (und/oder Volltonfarben) werden nacheinander exakt übereinander gedruckt und ergeben das endgültige Druckbild. Wenn diese Farben nicht genau den richtigen Stand zueinander haben, erscheint das Druckbild unscharf oder mit Farbverschiebungen und wirkt sich qualitätsmindernd aus.

**Pay-off**

Besonders wirksamer Schlusssatz in einem Werbetext oder dramatischer Schlussteil eines TV-Spots, der den Kaufimpuls auslöst.

**PDF**

Portable Document Format: ein von der Firma Adobe entwickeltes, offenes Datenformat. PDF-Dateien können unabhängig von Betriebssystem und Herstellungsprogramm auf allen üblichen Rechnern angezeigt werden. Sie werden ohne jede Veränderung im Design genauso abgebildet, wie sie erstellt wurden.

**Perforation**

Spezielle Art der Stanzung durch dicht aneinandergereihte kleinste Löcher zum leichteren Abtrennen von Teilen des Druckproduktes, z. B. von Antwortkarten.

**Personalisieren**

Ein Druckprodukt, dessen Inhalt insgesamt oder teilweise für einen bestimmten Kunden erzeugt wurde. Im einfachsten Fall Anschrift/Ansprache (Textteile personalisieren) oder z. B. eine Broschüre, die den speziellen Interessen des Empfängers entsprechend zusammengestellt ist.

**Pickup-Test**

Eine Versuchsperson soll aus einer Auswahl verschiedener Produkte dasjenige herausgreifen, das ihr am meisten zusagt.

**Piggy Pack**

Werbebeilage, die ohne zusätzliche Kosten einer Sendung beigelegt wird.

**Piktogramm**

Stark vereinfachtes Bildsymbol, z. B. Messer und Gabel für Restaurant, Flugzeug für Flughafen, die auch als Leitsysteme für große Gebäude oder Sportveranstaltungen eingesetzt werden.

**Pilot-Spot**

Hörfunk- oder TV-Spot, der als Test der eigentlichen Schaltung vorausläuft.

**Pitch**

Die Präsentation einer Agentur im Wettbewerb um einen Etat bzw. einen Kunden.

**Pixeldateien**

Bilddaten oder Texte werden in Form von einzelnen Bildpunkten, Pixeln, dargestellt und meist als jpg oder tif in Programmen wie Photoshop erstellt. Die Rasterung der Pixelbilder kann man bei genauem Betrachten z. B. in Tageszeitungen erkennen.

**Plagiat**

Nach dem Urheberrecht verbotenes Nachahmen oder Nachempfinden eines Originals.

**Planobogen**

Flachliegender, ungefalteter Bogen.

**POS**

Point of Sale: Ort des Verkaufs.

**Polarisierung**

Bewusstes Einsetzen von provokanten Widersprüchen in eine Werbeaussage, um das Publikum zu polarisieren. Dadurch verspricht man sich öffentliche Diskussionen und eine erhöhte Aufmerksamkeit. Diese Provokation ist mit Vorsicht anzuwenden, da sie das Image der Marke beschädigen kann, Beispiel: Benetton-Werbung.

**Portfolio**

Folder, (Kunstdruck-)Mappen.

**Positive Appeal**

Positive Werbung, die für den Kunden ein angenehmes Erlebnis bedeutet. Im Gegensatz dazu der Negative Appeal, der den Umworbene aufrütteln und so zur Kaufhandlung führen soll.

**Postpress**

Druck-Weiterverarbeitung. Bezeichnet alle Arbeitsgänge nach dem eigentlichen Druckvorgang, z.B. falzen, binden, beschneiden, verpacken.

**PPI**

Abkürzung für Pixel per inch. Ist ein Maß für die Detailgenauigkeit einer visuellen Darstellung oder der Scanauflösung.

**Prägung**

Eine Form, meist Logos oder Wappen, wird in das Papier gedrückt, so dass ein Relief entsteht. Bei der Heißfolienprägung wird partiell Folie, z.B. Goldfolie auf das Papier gepresst.

**Prepress**

»Druckvorstufe« bezeichnet alle Arbeitsgänge, die vor dem eigentlichen Druckvorgang liegen und bis zur fertigen Druckvorlage führen.

**Primärfarben**

Die Grundfarben des RGB Rot, Gelb, Blau und des CMY-Modells Cyan, Magenta, Yellow werden als Primärfarben bezeichnet, da man sie nicht aus Mischung mit anderen Farben erhalten kann.

**Print on Demand**

Eine Drucksache wird nicht auf Vorrat produziert, sondern erst bei Bedarf nach Bestellung des Kunden.

**Produktionshandling**

Umfasst die Betreuung von Print- und Onlinemedien bis zur erfolgreichen Auslieferung bzw. Implementierung. Von Beratung, Angebotswesen, Beauftragung, Terminierung, Überwachung über Steuerung, Datentransfer, Freigabe, Abnahme, bis hin zur Weiterverarbeitung, Versandabwicklung, Qualitätssicherung, Logistik etc..

**Product Placement**

Produkte oder Markenzeichen werden in Filmen oder in Zeitungsberichten gezeigt, befinden sich oft im Hintergrund, in der Dekoration oder Kulisse, z.B. in James-Bond-Filmen. Product Placement ist in Deutschland engen gesetzlichen Grenzen unterworfen und z.B. im öffentlich-rechtlichen Fernsehen verboten.

**Proofverfahren**

Prüfverfahren zur Kontrolle des Stands von Bild, Text, Farbigkeit und der Schriften vor dem regulären Druck.

**Prozessfarben**

Die vier Farben der Eurokala CMYK: Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz »Key«.

**Punkt**

Typografisches Maß. Ursprung ist der Didot-Punkt aus dem Bleisatz. Üblich ist inzwischen der DTP-Punkt: 1 pt = 0,353 mm.

**Q****QM**

Qualitätsmanagement. Alle organisatorischen Maßnahmen, die der Optimierung der Arbeitsprozesse, der Dienstleistungen und damit dem gelieferten Produkt dienen. Das QM geht über den üblichen Begriff der Dienstleistungen hinaus und betrifft vor allem die Optimierung der innerorganisatorischen Leistungen.

**R****Randabfallend**

Bayerische Bezeichnung für »mit Anschnitt«.

**Rasterwinkelung**

Beim Mehrfarbendruck von Bildern bekommen die Rasterpunkte jeder Farbe einen bestimmten Winkel zugeordnet, um die Bildung des Moiréeffektes zu vermeiden.

**Rauhsatz**

Unbearbeiteter Flattersatz. Um einen harmonisch wirkenden dynamischen Zeilenfall zu erhalten, muss der Rauhsatz noch nachgearbeitet werden.

**Rechtsbündig**

Flattersatz, bei dem alle Zeilen rechts untereinander bündig enden, während die Zeilenanfänge auf der linken Seite flattern.

**Reinzeichnung**

Eine druckfähige Datei mit endgültigem Stand der einzelnen Elemente, mit Druckdaten der Bilder und Schriften wird nach Freigabe des Layouts erstellt.

**Relaunch**

Ein Produkt, das früher einmal im Handel war, wird in verbesserter Form wieder angeboten.

**Reprint**

Unveränderter Nachdruck oder Sonderdruck.

**RGB**

Abkürzung für die additiven Grundfarben Rot, Grün und Blau. Der RGB-Farbraum wird bei Monitoren verwendet und daher auch für die Darstellung von Bildern im Internet. Für den Druck werden Bilder in CMYK umgewandelt.

**Rillen**

Starkes Eindrücken einer Linie in Karton, Papier u. a. Materialien, an der entlang das Material gefaltet werden soll. So wird das Brechen oder Platzen des Werkstoffes beim Umbiegen verhindert. Wird auch als Nuten bezeichnet.

**Rohlayout**

Layout in der Entwurfsphase, in dem Überschriften, Texte und Bilder als Platzhalter skizziert werden, um die Gesamtwirkung beurteilen zu können.

**Rückendrahtheftung**

Gefaltete, am Bund geschlossene Papierbogen werden im Rücken meist mit zwei Drahtklammern zusammengeheftet.

**S****Sales Folder**

Prospekt oder Folder, der den Händler oder Außendienstmitarbeiter bei der Verkaufsargumentation unterstützt.

**Sales Impact**

Bezeichnet den Verkaufserfolg einer Werbemaßnahme.

**Satinieren**

Die Oberfläche des Papiers wird durch Walzen geglättet.

### Schlüsselreiz

Ein Reiz, der einen angeborenen Instinkt auslöst, weckt die Aufmerksamkeit stärker als neutrale Reize, z. B. Kindchenschema oder erotische Elemente. Nicht nur der Reizauslöser, sondern auch das Produkt wird interessierter und länger betrachtet und bleibt länger im Gedächtnis haften. »Der Geist ist willig, aber das Fleisch ist schwach« beschreibt das Wahrnehmungsverhalten des Menschen sehr treffend.

### Schmuckfarben

Auch Sonderfarben genannt. Schmuckfarben werden nicht im Vierfarbdruck, sondern als eigene Farbe gedruckt, z. B. HKS, Pantone, Metallicfarben und Leuchtfarben.

### Schmutztitel

Die erste Seite eines Buches, auf der lediglich der Name des Autors und der Buchtitel angegeben werden. Da Bücher ursprünglich keinen festen Einband hatten, sollte der Schmutztitel den Innentitel vor Beschmutzung schützen.

### Schriftschnitt

Schriftschnitt bezeichnet das genaue Aussehen einer Schrift (Größe, Breite, Verhältnis, Serifen, Dichte). Bezeichnungen für Schriftschnitte sind: light, book, bold, black, serif, italic, condensed oder auch mager/leicht, normal, halbfett, fett, kursiv, schmal.

### Schusterjunge

Die erste Zeile eines neuen Absatzes beginnt in der untersten Zeile einer Spalte.

### Schutzlack

Druckerzeugnisse werden zum Schutz oder als Grundierung für die Weiterverarbeitung durch farblose Lacke veredelt.

### Scribble

Grob hingekritzelte Ideenskizze in der ersten Entwurfsphase.

### SD-Papier

Selbstdurchschreibendes beschichtetes Papier für Durchschreibesätze und Formulare.

### Sekundärfarben

Ergeben sich aus der Mischung von zwei Farben einer Farbskala, z. B. Cyan + Gelb = Grün, Magenta + Gelb = Rot, Cyan + Magenta = Blau.

### Selektive Wahrnehmung

Aus einer Vielzahl von Werbebotschaften werden vom Betrachter unbewusst die Botschaften bevorzugt, die seiner individuellen Einstellung entsprechen.

### Serifen

An-, Ab- und Endstriche der Buchstaben einer Serifenschrift sowie die »Füßchen«, auf denen sie stehen, z. B. Times und Garamond.

### Service Fee

Der prozentuale Agenturaufschlag für das Handling und die Abwicklung von Aufträgen. Er wird zusätzlich zu den zu Nettopreisen abgerechneten Fremdleistungen berechnet.

### Siebdruck

In diesem vielseitigen Druckverfahren mittels Siebschablonen können nicht nur plan liegende Bedruckstoffe, sondern auch strukturierte, unebene und gewölbte Körper bedruckt werden.

### Sitemap

Organigramm der Inhalte einer Website.

### Soft Skills

Fähigkeiten, die nicht dem reinen Fachwissen zuzuordnen sind, wie persönliche Stärken, soziale Fähigkeiten, Kreativität, vernetztes Denken, Eigeninitiative, Verantwortungsbewusstsein. Den Soft Skills wird bei der Personalsuche immer mehr Bedeutung beigemessen.

### Spationieren

Optisches Angleichen der Buchstabenabstände und zur Vergrößerung von Wortabständen für den Blocksatz durch Einfügen von Leerraum.

**Sperrn**

Die Laufweite eines Textes wird deutlich vergrößert.

**Stahlstichprägung**

Seltenes Tiefdruckverfahren mit gravierter oder geätzter Stahldruckform, besonders verwendet für Banknoten, Wertpapiere und wertvolle Geschäftsdrucksachen.

**Stanzung**

Formen werden aus dem Druckbogen ausgestanzt. Typische Anwendungen sind Präsentationsmappen und Verpackungen.

**Stylesheet**

Datei, in der die Layoutwerte wie Schriftart, Schriftgröße, Laufweite, Zeilenabstand, Wortabstand, Satzart sowie Papiergröße, Ränder, Satzspiegel etc. festgehalten sind.

**Subhead**

Schlagzeile mit nachrangiger Bedeutung unter der Headline.

**Suggestivwerbung**

Werbung, bei der unter weitestgehender Ausschaltung rationaler Momente gezielt eine unterbewusste Beeinflussung stattfindet, z. B. Ultrakurzzeleinblendung von Markenzeichen in Spielfilmen.

**T****Tabellenziffern**

Alle Ziffern haben die gleiche Breite und Höhe, so dass sie exakt untereinander passen.

**Tampondruck**

Tiefdruckverfahren, bei dem ein Tampon aus Silikonkautschuk auch dreidimensionale Gegenstände wie z. B. Kugelschreiber, Plastikbecher und Spielzeugfiguren bedrucken kann.

**Teaser**

Blickfang innerhalb eines Werbemittels, der besondere Aufmerksamkeit wecken soll, z. B. ein besonderer Ausstanz- oder Falz-Effekt, eine eingesteckte Papierblume, ein beigefügter Bleistift.

**Templates**

Mustervorlagen, die alle benötigten typografischen Vorgaben enthalten und immer wieder als Basis für identisch gestaltete Seiten oder Dokumente genutzt werden können.

**Testimonials**

Eine Person des öffentlichen Interesses bescheinigt einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Unternehmen, wie zufrieden sie mit der Nutzung ist. Das positive Image der Person soll auf das Produktimage transferiert werden. Um eine hohe Glaubwürdigkeit zu erzielen, ist es notwendig, dass Produktimage und Eigenschaften der Person zueinander passen.

**Tiefdruck**

Hauptdruckverfahren, bei dem die druckenden Elemente vertieft liegen. Die Farbe wird daraus vom Bedruckstoff aufgesaugt. Das Verfahren wird für Kataloge und Zeitschriften in Massenaufgaben eingesetzt, aber auch für künstlerische Drucktechniken wie der Kupferdruck, Stahlstichdruck, Stichtiefdruck.

**TIFF, TIF**

Tagged Image File Format: Dateiformat zur Speicherung von Bilddaten. TIFF ist, neben PDF und EPS, ein wichtiges Format zum Austausch von Daten in der Druckvorstufe, weil es das CMYK-Farbmodell unterstützt. TIFF-Dateien haben ein Mehrfaches der Größe eines verlustbehaftet komprimierten JPEG-Bildes. TIFF hat sich so als Quasi-Standard für Bilder mit hoher Qualität etabliert.

**Tonality**

Der Grundton der Werbebotschaft, der konsequent eingehalten werden muss, z. B. jugendlich, sportlich, dynamisch.

**Tonwert**

Die Flächendeckung einer gerasterten Fläche. Je heller die Fläche erscheint, desto niedriger ist die Flächendeckung.

**Top of Mind Awareness**

Bezeichnet die außerordentliche Führungsrolle einer Marke im Bewusstsein der Konsumenten. Ein Beispiel: Welches Waschmittel fällt den Konsumenten als erstes ein? Wenn sie jetzt sagen »Persil«, dann ist dieses Produkt für sie »top of mind«.

**Trademark**

TM: Eingetragenes Warenzeichen.

**TrueType**

TrueType ist ein vektorbasiertes Schriften-Outline-Format, welches gemeinsam von Apple und Microsoft entwickelt wurde und sich beliebig skalieren lässt. Um keine fehlerhaften PDF-Druckdateien zu erzeugen, sollten stattdessen PostScript-Schriften verwendet werden.

**Typografie**

Typografie umfasst gegenwärtig u. a.: das Wissen über Betrachtungs- und Lesegewohnheiten und über den Gestaltungsprozess von Druckerzeugnissen und elektronischen Medien mittels Schrift, Bildern, Linien, Flächen und typografischem Raum bis hin zur Papierauswahl. Die Kunst des Typografen besteht in der harmonischen Kombination der einzelnen Elemente.

**Typometer**

Transparentes Messlineal mit metrischer Skala und verschiedenen typografischen Maßen zum Auflegen auf Texte für das Ermitteln von Schriftgrößen, Zeilenabständen oder Linienstärken.

**U****Umbrella-Werbung**

Auch Dach- oder Schirm-Werbung genannt, bei der nicht das Einzelprodukt, sondern die Marke im Vordergrund steht und alle Produkte einbezieht.

**Umbruch**

Das Zusammenstellen von Texten und Bildern zu einer Druckseite nennt man Seitenumbruch. Die Silbentrennungen am Ende einer Textzeile nennt man Zeilenumbruch.

**Ungestrichenes Papier**

Naturpapier mit rauher, ungleichmäßiger Oberfläche.

**UNIX**

Modernes geräteunabhängiges Computer-Betriebssystem.

**Unterlänge**

Der unter die Schriftlinie reichende Teil der Kleinbuchstaben g, j, p, q, y und f.

**Unterschneidung**

Typographischer Ausdruck für die individuelle Verringerung der Laufweite eines Textes, eines Wortes oder einer Buchstabenkombination (optischer Schriftweitausgleich). Das Unterschneiden ist, wie auch das Spationieren, eine Methode, um harmonische Schriftlaufweiten ohne hässliche Lücken oder Komprimierungen zu erzielen, den Wortzwischenraum zu optimieren und um kritische Buchstabenkombinationen auszugleichen.

**Urheberrecht**

Nicht veräußerbare Recht zum Schutz des Schöpfers von Werken der Literatur, Wissenschaft, Kunst und Musik. Es können nur Nutzungsrechte vergeben werden. Auch an einem verkauften Gemälde behält der Urheber sein Urheberrecht. Das Urheberrecht ist international durch das Welturheberrechtsabkommen geschützt.

**URL**

Uniform Resource Locator. Ein einheitlicher Quellenanzeiger, der eine Ressource in Computernetzwerken identifiziert und lokalisiert, z. B. eine Website.

**USP**

Unique Selling Proposition: Herausragendes Merkmal eines Produktes, an dem die Werbung vorrangig anknüpft und das die Differenzierung zu Konkurrenzprodukten sicherstellt.



### UV-Lackierung

UV-lackierte Drucke, hochglänzend oder matt, bieten höchsten Glanz, sind dauerhaft schmutzgeschützt sowie kratz- und scheuerfest. UV-Lackierungen eignen sich für gestrichene wenig saugfähige Papiere, bei ungestrichenen Naturpapieren ist vom Einsatz abzuraten.

## V

### Vakatseite

Unbedruckte Seite eines Druckproduktes.

### Validität

Übereinstimmung eines Marktforschungsergebnisses mit dem tatsächlichen Sachverhalt.

### Value Adding

Wertsteigerung und Erhöhung der Attraktivität eines Produktes durch Hinzufügen besonderer Attribute, z. B. die Unterschrift eines Fußballstars auf einem Fußball.

### Vampir Effect

Bezeichnung für eine schlechte, nicht funktionierende Werbung. Dem Umworbenen bleiben zwar Teile der Werbung, nicht aber das Produkt selbst in Erinnerung.

### Vektordateien

Dateien, die in Form von Vektoren, d. h. von Linien, definiert durch Angabe von Anfangs- und Endpunkt, sowie der Strichbreite, gespeichert werden. Sie werden in reinen Grafikprogrammen wie Adobe Illustrator, Corell Draw oder Freehand als eps, ai, cdr erstellt, haben kleine Dateigrößen und können ohne Qualitätsverlust beliebig skaliert werden.

### Veredelung

Verschiedene Methoden, um einer Drucksache ein hochwertigeres Aussehen zu geben, z. B. Prägungen, Lackierungen, Kaschierung, Cellophanierung.

### Versalien

Großbuchstaben.

### Versalhöhe

Höhe der Großbuchstaben. Bei vielen Schriften ist die Versalhöhe etwas kleiner als die Oberlänge der Kleinbuchstaben, z. B. d und k, um gerade und gekrümmte Buchstaben gleich hoch erscheinen zu lassen.

### Vierfarbdruck

Die Vorlage wird durch das Übereinanderdrucken der vier Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz (CMYK) wiedergegeben. Das Vorlagenbild wird zuerst in die vier Farbanteile zerlegt, um für jede Farbe eine eigene Druckform zu erstellen.

### Volltonfläche

Hundertprozentige, daher ungerasterte Farbfläche.

## W

### Wasserzeichen

Durchscheinendes Muster, Logo, Siegel oder Wappen im Papier, das während der Papierherstellung entsteht. Wird meist für hochwertige Schreibpapiere verwendet.

### Wickelfalz

Parallelfalzart – der Druckbogen wird zwei- oder mehrmalig ohne Richtungswechsel um eine Seite gefalzt.

### Wire-O-Bindung

Bindetechnik, vor allem bei der Herstellung von Kalendern, bei der die Einzelblätter an der Bindeseite gestanzt und dann mit einer Metallspirale zusammengefasst werden.

### Witwe

Typografischer Ausdruck für einen fehlerhaften Satzumbruch. Als Witwe oder auch Waise wird die letzte Zeile eines Absatzes bezeichnet, wenn sie zugleich die erste einer neuen Spalte oder Seite ist – also allein am Anfang einer neuen Spalte oder allein auf einer neuen Seite steht.

### **Workflow**

Beschreibung, Organisation und Überwachung, d. h. Verwaltung von Arbeitsabläufen zur Automatisierung von Geschäftsprozessen. Oder die Ausführung von Arbeitsabläufen mittels IT-Systemen.

### **Wort-/ Bildmarke**

Gestalterische Kombination von Wort- und Bildelementen zu einem kompakten Logo, Emblem.

### **WYSIWYG**

»What You See Is What You Get«. Gemeint ist die Übereinstimmung zwischen der Bildschirmdarstellung einer Druckseite und dem tatsächlichen Druckergebnis.

## **X**

### **x-Höhe**

Höhe der Kleinbuchstaben, die keine Ober- oder Unterlängen besitzen, also a, c, e usw.

## **Z**

### **Zeilenabstand**

Abstand von Schriftlinie zu Schriftlinie. Die Schriftlinie ist die Unterkante von Großbuchstaben bzw. Kleinbuchstaben ohne Unterlängen.

### **Zeilenfall**

Die optische Wirkung von untereinander stehenden unterschiedlich langen Zeilen. Ein harmonischer Zeilenfall wirkt schöner und verbessert die Lesbarkeit.

### **Zickzackfalz oder Z-Falz**

Nacheinander gefalzt, die Richtung des Bruches wird jeweils geändert. Siehe: Leporellofalz

### **Zoll**

Maßeinheit für die Länge: 1 Zoll = 1 inch = 2,54 cm.

### **Zyklische Werbung**

Werbung, die sich an den allgemeinen konjunkturellen Trends der Wirtschaft, den Jahreszeiten oder an den üblichen Saisonaktivitäten orientiert, wie Sommerurlaub, Weihnachtsdekoration etc, und die Mehrheit der Zielgruppe aktuell interessiert. Azyklische Werbung wird gegen den allgemeinen Trend geschaltet, bildet das Image und hat den Vorteil, dass es wenig Konkurrenzwerbung gibt. Beide Konzepte sollten sich ergänzen.