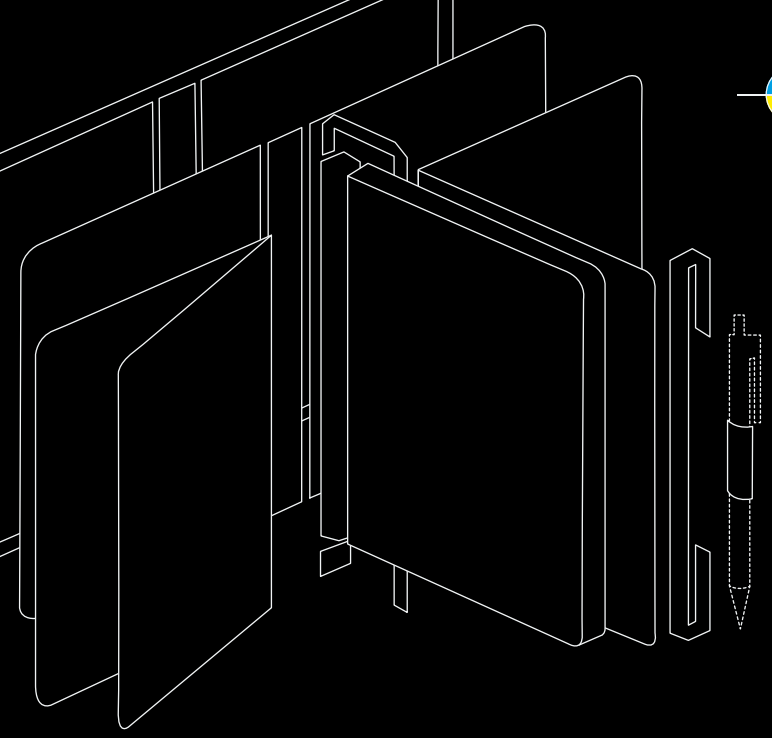
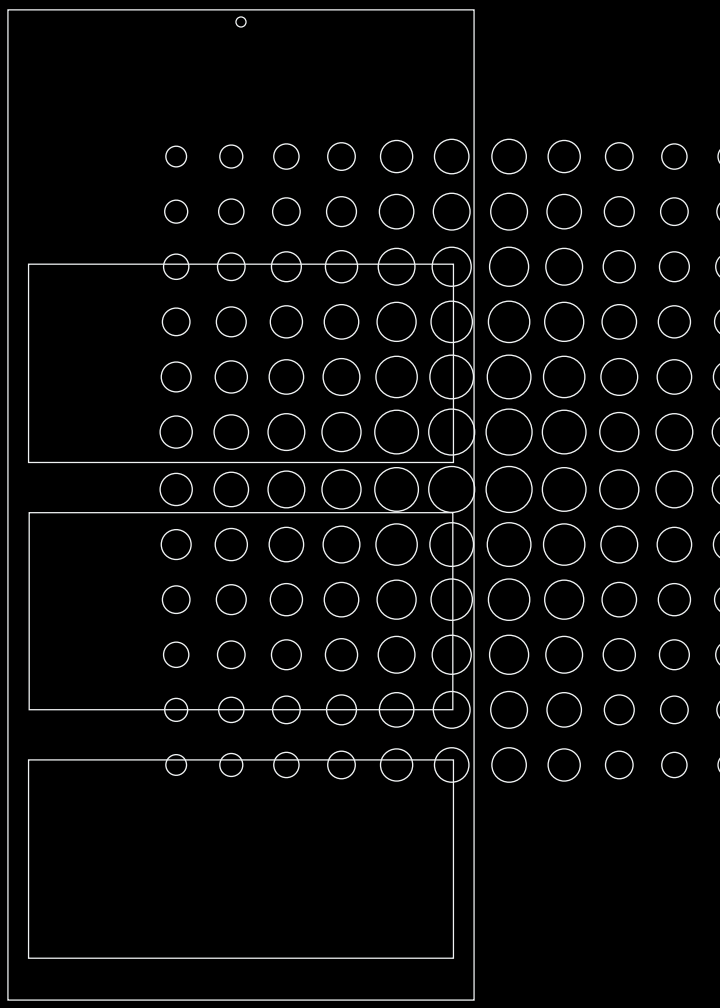
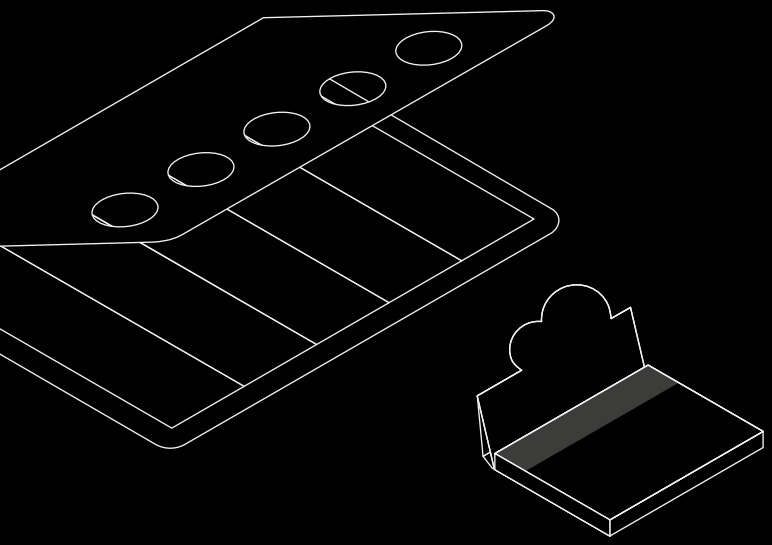






Best Practice Guide

Kalender, Notizbücher, Haftnotizen

Alles Wissenswerte über Werbeartikel aus Papier

Formen • Trends • Möglichkeiten

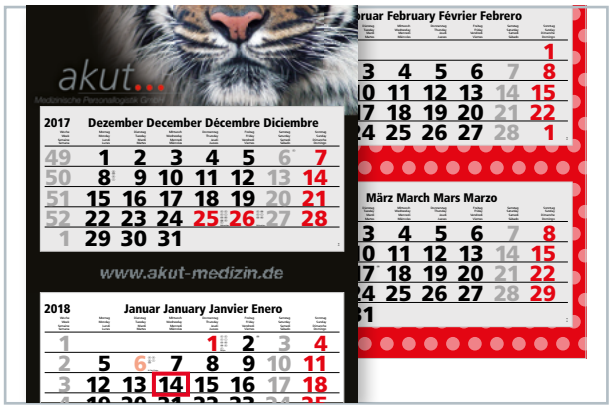
geiger notes

BEST-PRACTICE-GUIDE

Dieser Best Practice Guide enthält kompakt und informativ alles Wissenswerte über Werbeartikel aus Papier: Organisationskalender, Terminkalender, Notizbücher und Haftnotizen. Er gibt einen Überblick über Produkte und Produktionstechniken, erklärt die gängigen Begriffe und Abläufe. Checklisten erleichtern die tägliche Arbeit. So hilft er neuen Mitarbeitern beim Einstieg und enthält sicherlich auch für „alte Hasen" noch das eine oder andere Wissenswerte.

Denn gerade die Vielfalt der Formate, Werbeanbringungen und Gestaltungen zeichnet Werbeartikel aus Papier aus.
Der Reichtum an Möglichkeiten ist ein wesentlicher Faktor für den Erfolg dieser Produktgruppe. Hier nicht den Überblick zu verlieren und kompetent sowie kreativ zu beraten ist immer wieder eine Herausforderung.

Und natürlich möchten wir Sie an der einen oder anderen Stelle auch begeistern: für die Haptik eines Notizbuchs, die Klebkraft einer Haftnotiz oder die durchdachte Typografie eines Kalenders. Es lohnt sich, denn Kalender und Notizbücher liegen laut der aktuellen GWW-Studie in der Gunst ganz weit vorne.
Die Empfänger nutzen Kalender und Notizbücher zwei- bis dreimal täglich und nur Schreibgeräte werden von Werbetreibenden noch häufiger als Werbemittel eingesetzt. Spitzenwerte für diese Produkte und eine Chance auf Umsatz für alle Werbeartikel-Berater.



Mehrblock-Monatskalender Maxi 3 hellgrau / Quadro 4 hellgrau

Buchkalender Manager Register Cover-Star matt-individuell, 4C-Quality Offset

Notizbuch Twist-Book A5 Natura schwarz-rot, 1plus4-Digitaldruck

Kombi-Set Prag Individuell

PRODUKTE

1. Organisationskalender 4
   1.1 Monatskalender 4
   1.2 Streifenkalender 6
   1.3 Wandplaner 7
   1.4 Bildkalender und Fotokalender 7
2. Terminkalender 8
   2.1 Tisch-Querkalender 8
   2.2 Buchkalender und Wochentimer 9
   2.3 Taschenkalender 9
3. Hybrid-Timer 10
4. Business-Notizbücher 10
5. Haftnotizen 13
   5.1 Haftnotiz-Blocks 13
   5.2 Marker-Sets 15
   5.3 Kombi-Sets 15

DRUCK UND FARBEN

6. Werbeeindrucke und Werbeanbringungen 16
   6.1 Offsetdruck 16
   6.2 Digitaldruck 17
   6.3 Siebdruck 17
   6.4 Prägung 18
   6.5 Lasergravur 19
   6.6 Spotlack und Relieflack 19
7. Kleine Farbenlehre 20
   7.1 CMYK und Vierfarbdruck 20
   7.2 Sonderfarben 21
   7.3 RGB-Farbraum 21

KLEINE BUCH- UND MATERIALKUNDE

8. Papier 22
9. Einbände 22
10. Buchkunde 24
    10.1 Elemente eines Notizbuchs 24
    10.2 Formate 25
    10.3 Notizbuchbestellung Schritt-für-Schritt 25

SERVICE

11. Lieferung, Verpackung und Versand 26
    11.1 Über- und Unterlieferung 26
    11.2 Verpackungen 26
    11.3 Versandoptionen 26
12. Werte 27
    12.1 Nachhaltigkeit 27
    12.2 Partnerschaft 27
13. Herstellerkennung 27
14. Unser Service-Paket 28
15. Online-Services 28
    15.1 Partner-Cockpit 28
    15.2 Web-To-Print-Editor 29
    15.3 Artikeldaten für Shop und ERP 29
    15.4 Online-Kalkulation 29

GLOSSAR 30

CHECKLISTE 34

1. ORGANISATIONSKALENDER

Er gehört zu der Standardausstattung in jedem Büro: der Organisationskalender mit der Übersicht über mehrere Monate oder dem gesamten Jahr auf einen Blick. Er hilft den Überblick zu behalten und ist daher eine feste Größe unter den Werbeartikeln. Für ihn sprechen seine Beliebtheit, der hohe Nutzwert und die durch Studien belegte Werbewirkung*. Täglich mehrfach genutzt sorgt er dafür, dass die Werbebotschaft wahrgenommen wird – ein ganzes Jahr lang.

TIPP:

Hat ein Kalender immer 12 Monate?
Nein. Einige Modelle gibt es mit 14 Monaten, beginnend im November. Der Vorteil: Man erobert mit seiner Werbung schon früh den Platz an der Wand und bleibt noch länger im Sichtfeld.

* „Werbewirkung von Kalendern",
Studie der Dima Marktforschung im Auftrag des GWW, 2016.

Kalendarien:
Kalendarien unterscheiden sich vor allem durch die Sprache und Farbe.
Die Angabe „Deutsch 3sprachig D/GB/F, hellgrau" bedeutet:

- Die deutschen Feiertage sind farbig gekennzeichnet.
- Monatsnamen und Wochentage werden in den drei Sprachen aufgeführt.
- Die Kalendariumsblätter sind hellgrau hinterlegt (zur besseren Übersicht ist der laufende Monat meist weiß).

Die Mehrzahl der Monatskalender ist 3sprachig in Deutsch, Englisch und Französisch verfasst, es gibt aber auch Modelle mit einsprachigem oder internationalem Kalendarium, die bis zu zehn Sprachen zeigen.

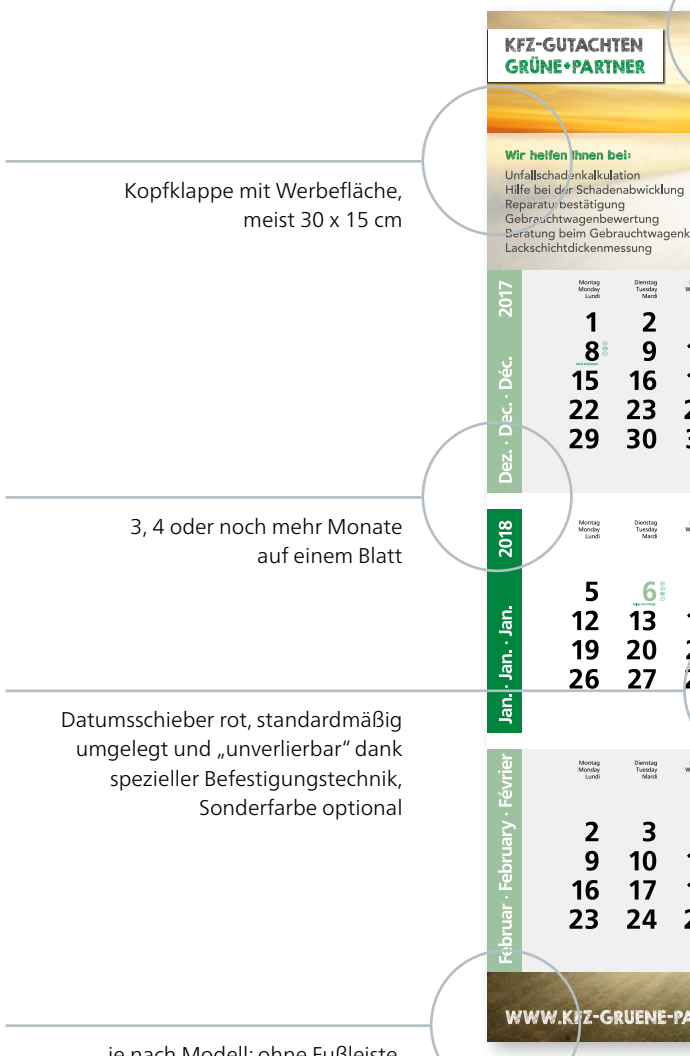
1.1 MONATSKALENDER

Der Monatskalender ist der Klassiker unter den Organisationskalendern. Ob Einblatt- oder Mehrblock-Kalender, ob mit drei, vier, fünf oder sechs abgebildeten Monaten: der längliche Übersichtskalender mit Datumsschieber fehlt in kaum einem Büroraum. Sein Anspruch: schnelle Übersicht und Orientierung im Wochen- und Monatsgefüge durch klares Design sowie moderne Typografie.

Die Werbefläche befindet sich je nach Modell auf der Kopfklappe, am Fuß oder auf der gesamten Rückwand.

INSIDER:

Schifffahrtskalender für jedes Büro
1937 beauftragt die Unterweser Reederei AG Bremen die damalige Buchdruckerei B. C. Heye & Co. mit einem Kalender speziell für die Schifffahrt. Er sollte eine „illustrierte Reklame" beinhalten und einen langfristigen Terminüberblick für die Befrachter möglich machen.
B.C Heye entwickelte einen Kalender mit einer Monatsübersicht – den weltweit ersten 3-Monats-Werbekalender.



Kopfklappe mit Werbefläche, meist 30 x 15 cm

3, 4 oder noch mehr Monate auf einem Blatt

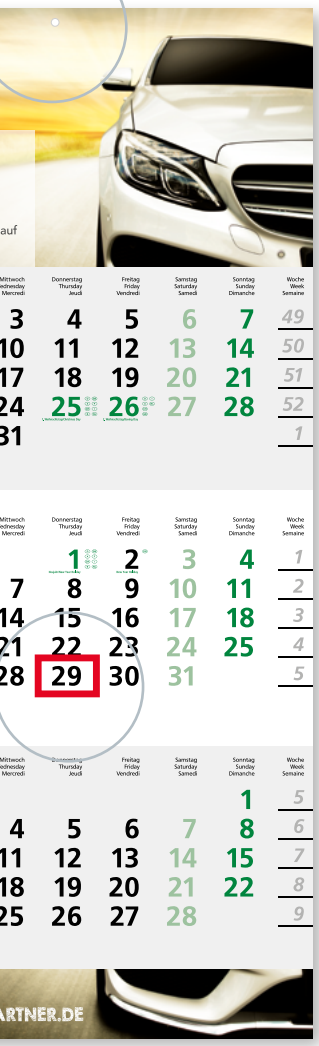
Datumsschieber rot, standardmäßig umgelegt und „unverlierbar" dank spezieller Befestigungstechnik, Sonderfarbe optional

je nach Modell: ohne Fußleiste, mit Werbefläche oder Jahreskalendarium am Fuß

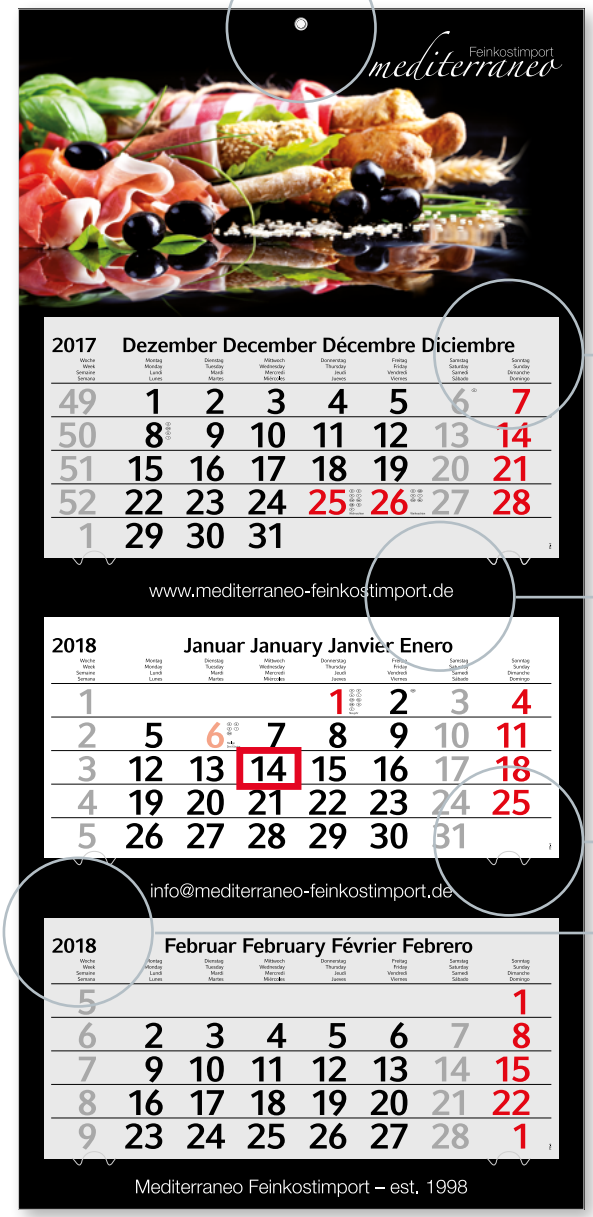
TREND:

Hin zu mehr Monaten.
Der 3-Monatskalender ist der Klassiker unter den Organisationskalendern. Doch immer mehr Kunden greifen zu den großen Geschwistern und nutzen 4- oder sogar 6-Monatskalender. Vorteil: noch mehr Überblick für die längerfristige Planung des Nutzers und noch mehr Werbefläche für den Werbetreibenden.

Lochstanzung zum Aufhängen.
Bei Mehrblock-Monatskalendern oft mit einer Metallöse verstärkt



Einblatt-Monatskalender
Logic 3 Post B grün



Mehrblock-Monatskalender
Profil 3

3, 4 oder noch mehr Monate auf einzelnen Blöcken

komplette Rückwand als Werbefläche

Blockhalter-Stanzung für den perfekten Halt der einzelnen Blocks

Rückwand zum mehrmaligen Falten gerillt

Tisch-Monatskalender:
Kleine Aufstellkalender für den Tisch bieten die volle Übersicht eines Monatskalenders auf engstem Raum. Das Portfolio reicht vom günstigen Karton-Aufsteller über Kunststoffgehäuse bis zum hochwertigen Edelstahl-Träger.

Tisch-Monatskalender Mini 3

Tisch-Monatskalender Desktop 3 Steel

Tisch-Monatskalender Roll-Up 3

1.2 STREIFENKALENDER

Die meisten von uns kennen ihn als Werbeartikel aus Apotheken oder Drogeriemärkten – den Streifenkalender. Im Büro eher selten gebraucht, ist er im privaten Umfeld ein beliebter Werbeartikel. Ebenfalls populär ist dort der Familienplaner mit bis zu sechs Spalten mit Platz für die Termine einer ganzen Familie.

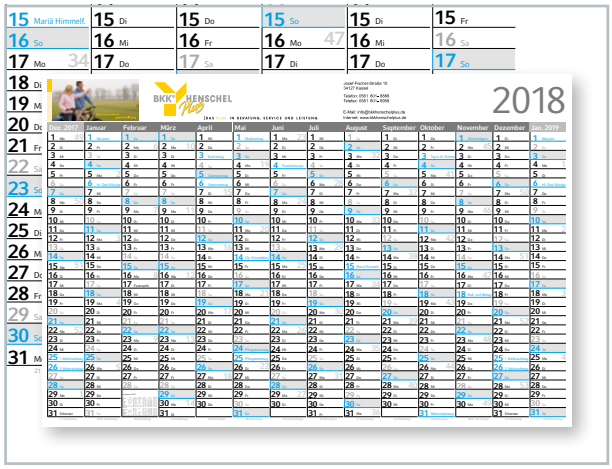
Streifenkalender Trend

1.3 WANDPLANER

Wandplaner zeigen auf einem Blatt das gesamte Jahr im Überblick – und manchmal auch ein bisschen mehr. Auf ihm werden Messen, Veranstaltungen, Urlaube oder wichtige Termine notiert. Übersichten von 12 bis 15 Monaten gibt es in verschiedenen Größen, von DIN A4 bis zu zwei Metern. Die Werbefläche befindet sich standardmäßig am Kopf.

Um den Wandplaner zusätzlich zum Werbeeindruck zu individualisieren gibt es eine Vielzahl von Optionen:

- Eindrucke innerhalb des Kalendariums
- Kalendarium in Wunschfarbe
- Hochglanzveredelung des Kalendariums zum Beschriften mit Folienstiften



Wandplaner Horizont L

1.4 BILDKALENDER UND FOTOKALENDER

Für den privaten Gebrauch gibt es unzählige Sorten von Kalendern, die vordergründig durch ihre Bilder wirken: Oldtimer-Eisenbahnen, der 1. FSV Mainz 05, Tierkinder und viele mehr. Aber auch im Büro darf ein bisschen Farbe an die Wand und hochwertige Bildkalender sorgen an vielen Arbeitsplätzen für die richtige Wandgestaltung.

Der besondere Bildkalender: MagicPix
Mehr Individualität als der eigene Name geht nicht. Die Bildpersonalisierung MagicPix integriert den Namen des Empfängers in jedes Bild. So verbindet dieser Kalender Aufmerksamkeitswirkung mit Emotionen und sorgt so dafür, dass die Werbebotschaft Ihres Kunden beim Empfänger ankommt.

MagicPix-Kalender gibt es in verschiedenen Größen und Ausführungen, vom günstigen Tischkalender bis zum hochwertigen Wandkalender im A3-Format.
Die Kalender bieten sich zu den verschiedensten Anlässen an, zu speziellen Events oder als Weihnachts- oder Geburtstagsgeschenk. Da sich der Startmonat für jeden einzelnen Kalender individuell bestimmen lässt, bietet MagicPix maximale Flexibilität. Standardmotive werden für jedes Jahr von uns ausgewählt und festgelegt, eine eigene Motivauswahl aus unserem umfangreichen Motive-Pool oder sogar die Erstellung komplett neuer Motive ist möglich. So viel Individualität hat allerdings ihren Preis: Je nach Komplexität des Bildes und der einzubettenden Schrift kann die Neuprogrammierung eines Motivs einige hundert Euro kosten.

TIPP:

Die Basis für jeden MagicPix-Kalender ist eine Excelliste mit den Namen der Empfänger. Raten Sie Ihrem Kunden beim Erstellen dieser Liste zu besonderer Sorgfalt.

2. TERMINKALENDER

Im Gegensatz zu den Organisationskalendern, die in der Regel mehreren Personen einen Überblick über die aktuellen Wochen und Monate geben, sind Terminkalender meist für den persönlichen Gebrauch und die individuelle Terminverwaltung bestimmt. Obwohl die Elektronik inzwischen eine wichtige Rolle bei der Planung spielt, nutzt der größte Teil der Bevölkerung neben Outlook & Co. nach wie vor den praktischen Terminkalender.

TIPP:

Anders als bei den Monatskalendern spielen individuelle Vorlieben im Bereich der Terminkalender eine größere Rolle. Wie viel Platz wird für den einzelnen Tag benötigt? Welche Stundeneinteilung ist gewünscht? Dies erfordert zum einen ein genaues Nachdenken über die Zielgruppe, macht den Empfänger des Kalenders dann aber auch oft zu einem treuen Nutzer. Denn hat er sich einmal an einen Aufbau und eine Typografie gewöhnt, wird er sich freuen, im nächsten Jahr den identischen Terminkalender zu erhalten.

Über das eigentliche Kalendarium hinaus enthalten Terminkalender einen „Informationsteil" mit Jahresübersichten, Ferienterminen, Straßenkarten und anderen nützlichen Informationen. Dieser wird aber immer geringer, da die Informationen jederzeit im Web abrufbar sind.

Für den Einband eines Terminkalenders gibt es eine Fülle an Materialien, Oberflächen und Farben. Neben Klassikern wie dem Kunstleder Balacron verwendet nahezu jeder Hersteller von Kalendern auch Eigennamen, so dass es oft gar nicht einfach ist herauszufinden, was sich hinter Begriffen wie „Shiny-Flex" oder „Tivoli-Soft" eigentlich verbirgt. Alle Einbandmaterialien von Geiger-Notes stehen Ihnen zum Ansehen und Anfassen in unseren Materialmusterbüchern zur Verfügung, bitte sprechen Sie uns darauf an.

Durch die unterschiedlichen Einbandmaterialien bieten Terminkalender vielfältige Möglichkeiten der werblichen Gestaltung: vom vierfarbigen Druck auf dem kompletten Einband über die Prägung bis zur eingearbeiteten Werbeseite.

2.1 TISCH-QUERKALENDER

Der platzsparende Klassiker im Querformat ist auf vielen Schreibtischen zu finden und bietet die Terminübersicht über die gesamte Woche. Dank seiner Wire-O-Bindung lässt er sich bei Bedarf auch komplett umschlagen.

Die Differenzierung reicht vom preiswerten Artikel im Karton-Einband mit einer Woche je Seite bis zum hochwertigen Kalender mit 128 Seiten, buchbinderisch verarbeiteter Decke und praktischer Monats-Registerstanzung.

Für den Werbeeindruck stehen der Oberdeckel sowie der Unterdeckel mit der verlängerten Fußleiste zur Verfügung. Eine preislich und optisch attraktive Alternative ist auch die Kombination eines Einbands aus transparentem Polyprop mit einer dahinterliegenden Werbeseite.

Tisch-Querkalender Master Register Polyprop frost-transparent, Siebdruck und Werbeseite, 4C-Quality Digital

2.2 BUCHKALENDER UND WOCHENTIMER

Diese Terminkalender sind bewährte und beliebte Werbemittel zur Selbstorganisation mit der Chance zum ständigen Begleiter ihres Nutzers zu werden. Ob die Entscheidung auf einen Buchkalender oder einen Wochentimer fällt, hängt vom individuellen Organisationstyp und vom Einsatz des Kalenders ab.

Der **Buchkalender** bietet viel Platz für ausführliche Notizen. Pro Tag wird hier in der Regel eine Seite eingeräumt, Samstag und Sonntag sind häufig zusammengefasst. Klassisches Format für den Buchkalender ist A5.

Der **Wochentimer** hingegen gibt auf einer Doppelseite einen Überblick über eine gesamte Woche. Hier finden sich auch Formate zwischen A4 und A5.

TREND:

Immer mehr Nutzer entscheiden sich für den Wochentimer mit 7-Tage-Überblick. Bei Nutzertypen mit vielen Terminen punktet aber nach wie vor der Buchkalender mit einer Seite pro Tag.

Buchkalender und Wochentimer sind meist fest gebunden und mit einer wattierten Decke ausgestattet (anders als z.B. Notizbücher), die dem Produkt einen weichen Griff verleiht. Es gibt jedoch auch Ausführungen mit Wire-O-Bindung. Eckenperforation und Lesezeichen sind nützliche Helfer und haben sich als Standard etabliert. Optionale Ausstattung wie ein Adressenheft ist möglich. Hinsichtlich der Einbände und Werbeanbringungen sind zwei Gruppen besonders beliebt: Der klassische Kunstledereinband (z.B. Balacron) in dunkelblau oder schwarz mit Prägung sowie der Cover-Star-Einband glänzend oder matt mit vierfarbigem Druck auf der kompletten Außenseite.

Wochentimer Prestige Cover-Star gloss-individuell, 4C-Quality Digital

Buchkalender Basic Balacron dunkelblau

2.3 TASCHENKALENDER

Das ist der praktische Kalender für spontane Terminvereinbarungen unterwegs. Er steckt in der Tasche und ist daher immer dabei. Während insbesondere Tisch-Querkalender häufig im Büro genutzt werden, ist der Taschenkalender auch oft privat in Gebrauch.

Der Einband der Taschenkalender ist häufig eine sogenannte Planerhülle, in die der eigentliche Kalender bzw. ein Adressenheft eingesteckt werden. Der Preis des Kalenders hängt maßgeblich von dieser Planerhülle ab: aus Kunststoff ist er ein günstiger Streuartikel, aus genarbtem Kunstleder-Material deutlich wertiger. Ein Adressenheft ist meist dabei, ein Notizheft lässt sich optional ergänzen.

Für das Kalendarium steht je nach Modell eine von drei Verarbeitungen zur Verfügung: Leporello (Zickzack-Falz, ohne Heftung), Rückenheftung oder Klebebindung.

Taschenkalender Mars Kunststoff weiß, Siebdruck

3. HYBRID-TIMER

Hybrid-Timer sind der Übergang von Kalendern zu Notizbüchern und gleichzeitig eine Kombination aus beidem. Sie enthalten ein Kalendarium zur individuellen Terminverwaltung und einen umfangreichen Notizteil. Hybrid-Timer entstanden als Reaktion auf das teilweise geänderte Nutzerverhalten und die langsam rückläufigen Auflagen von reinen Terminkalendern und haben sich zu einem stark wachsenden Segment entwickelt.

Bei Geiger-Notes stehen zwei Kalendarien zur Auswahl:
„Week": 1 Woche auf einer Doppelseite, 128 Seiten Kalendarium am Buchanfang und 64 Seiten Notizteil
„Month": 1 Monat auf einer Doppelseite, 128 Seiten Notizteil und 64 Seiten Kalendarium am Buchende

Gründe für die Beliebtheit:
Mit Hybrid-Timern können sowohl Kalender- als auch Notizbuch-Nutzer und damit zwei große Zielgruppen erreicht werden. Gleichzeitig wird man unabhängig von den persönlichen Vorlieben bei der Terminverwaltung.

Modelle wie Hybrid-Timer mit dem Kalendarium „Month" beginnen schon im Juni, laufen über zwei Jahre und machen den Hybrid-Timer damit zu einem ganzjährig einsetzbaren Werbeartikel.

Bei der Gestaltung unserer Hybrid-Timer hat man alle Möglichkeiten, die auch die Business-Notizbücher von Geiger-Notes bieten und kann so einen hochgradig individualisierten und auf das jeweilige Corporate Design angepassten Werbeartikel schaffen.

Sogar ein Mix von Hybrid-Timer und dazu passendem Notizbuch in einer Auflage ist möglich, wobei vom günstigen Staffelpreis der Gesamtauflage profitiert werden kann.

TIPP:

Hybrid-Timer sind die große Chance für Sie als Vertriebspartner, den sinkenden Terminkalender-Budgets entgegenzuwirken und Aufträge für die Zukunft zu sichern. Sprechen Sie Ihre Terminkalender-Kunden jetzt schon aktiv auf die Möglichkeiten dieser Produktgruppe an.

Hybrid-Timer A4 Month Cover-Star gloss-individuell, 4C-Quality Offset

4. BUSINESS-NOTIZBÜCHER

Menschen machen sich Notizen, seit sie angefangen haben, Gesprochenes und Gedachtes auch behalten zu wollen – das ist schon eine ganze Weile her. Dabei spielen neben der reinen „Ideensicherung" auch der Wert des Handschriftlichen sowie die Haptik des Notizbuchs eine wichtige Rolle. Das Notizbuch wächst im Werbeartikelmarkt und Bücher haben die Laptops aus den meisten Meetings verdrängt.

Als Werbeartikel werden Notizbücher immer wieder bei Events eingesetzt. Auch für den Eigenbedarf nutzen viele Unternehmen Notizbücher im eigenen Corporate Design.

INSIDER:

Der Trend zu den Notizbüchern als Werbeartikel wurde interessanterweise vor über zehn Jahren zuerst von Banken und IT-Unternehmen aufgegriffen. Sie setzen die Bücher sowohl als Werbeartikel als auch für den Bedarf der eigenen Mitarbeiter ein.

Der Markt der Notizbücher ist breit: das Angebot reicht von der verspielten Papeterie-Ware mit Glitzersteinchen und edlem Büttenpapier über die billigen Fernost-Produktionen bis hin zu hochwertigen Büchern aus ganz speziellen Einbandmaterialien. **Alle Notizbücher von Geiger-Notes sind als Business-Notizbücher konzipiert.** Sie sind dafür gedacht und gemacht, den täglichen Arbeitseinsatz zu bestehen und richten ihren Fokus auf die entsprechende Ausstattung und Qualität:

- Hoher **Qualitätsstandard** „Made in Germany" für Langlebigkeit als Voraussetzung für das Buch als Arbeitsmittel
- Seiten mit **unsichtbarer Mikroperforation** zum Heraustrennen einzelner Blätter
- **Lesezeichen** zur schnellen Orientierung
- Seiten mit modernem **Winkelkaro**, das mehr Freiraum gibt als Standardkästchen und mehr Struktur als Punktraster.
- **Einstecktasche** hinten im Buch zum Einlegen von Visitenkarten und anderen Unterlagen

Match-Book A4 Cover-Star gloss-individuell, 4C-Quality Digital

TIPP:

Auf Nachhaltigkeit achten
In Fernost werden nicht nur günstige Notizbücher für Discounter und Wühltische produziert, auch einige namhafte deutsche Hersteller hochpreisiger Produkte haben ihre Produktionsstätten in Ostasien. Die Nachhaltigkeit bei der Rohstoffgewinnung bleibt hier oft auf der Strecke, auch wenn die Verwendung von Tropenholz verboten ist. Ein genauer Blick lohnt sich: http://www.wwf.de/2015/februar/tropenwald-im-einkaufswagen/

Ausführungen:
Welches Notizbuch das richtige für Ihren Kunden ist, ist eine Frage der gewünschten Gestaltung, des Zwecks und auch des Budgets. Die Auswahl ist nahezu unendlich.

- **Format:** A4, Medium (zwischen A4 und A5), A5, Pocket
- **Verarbeitung:** Hardcover (fest gebundenes Buch), Flexcover (flexibler Einband), Wire-O-Bindung (Drahtkammbindung) oder Broschur (Klebebindung).
  Das klassische Business-Notizbuch hat spitze Ecken, immer beliebter werden aber auch Design-Ausführungen mit runden Ecken von Buchdecke und Buchblock.
- **Einbandmaterial:** schier unendliche Vielfalt an Farben und Materialien. Bei einigen Einbänden stehen darüber hinaus verschiedene Oberflächenverarbeitungen zur Verfügung, z.B. eine Folienbeschichtung in gloss, soft, matt oder tex.
- **Gestaltung der Seiten:** vom Standardkaro über das moderne Winkelkaro bis hin zu Linien oder den eher selten gewählten Ausführungen mit Punktraster oder Blankoseiten. Ganz individuell wird es mit einem Einzelblattdruck.

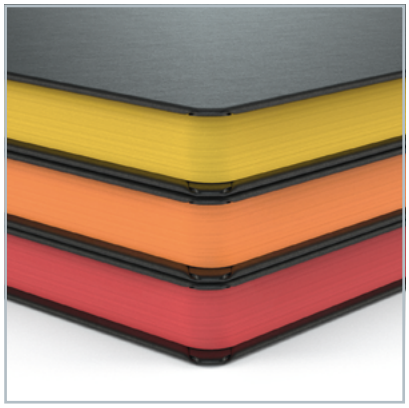
Funktionalität trifft Design
Bei unseren Business-Notizbüchern liegen Funktionalität und Design ganz dicht beieinander. Die praktische Ausstattung hilft nicht nur bei der Arbeit, sondern kann – entsprechend gestaltet – auch zu einem echten Hingucker werden.

Vielfältige Werbeflächen
Bei einem Notizbuch lässt sich nicht nur der Einband veredeln, sondern es gibt eine Vielzahl von weiteren Werbeflächen.

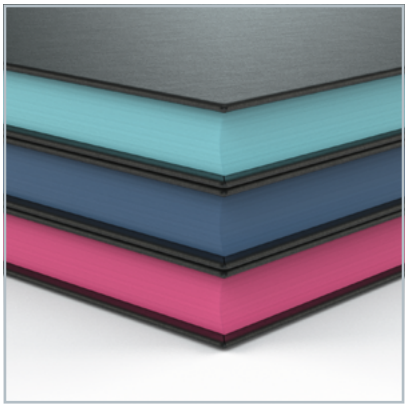
- **Einband** – Je nach Material bieten sich zahlreiche Möglichkeiten der Einbandgestaltung. Materialien aus Papier lassen sich vollflächig bedrucken, während Kunststoffe eher partiell bedruckt werden. Kunstleder eignen sich zum Beispiel für Prägungen. (Weitere Informationen zu den verschiedenen Werbeeindrucken ab Seite 16)
- **Farbschnitt** – Zusätzlich zum Einband wurden mittlerweile auch die Kanten des Buchblocks für werbliche Zwecke entdeckt. Mit der Hausfarbe oder dem Logo des Unternehmens können innovative optische Highlights gesetzt werden, um aus der Masse herauszustechen.
- **Gestaltung der Seiten** – Nicht nur von außen lässt sich ein Buch individualisieren, sondern auch der Buchinhalt kann Träger der Werbebotschaft Ihres Kunden sein.
  - » **Vor- und Nachsatz** sind die Seiten zwischen Buchdecke und Buchblock und können individuell gestaltet werden.
  - » **Werbeseiten** sind vor dem eigentlichen Notizbuchinhalt eingearbeitet und eignen sich auch für längere Ausführungen.
  - » Beim **Einzelblattdruck** ist jede Seite des Notizbuchs individuell bedruckt. So ist beispielsweise das Unternehmenslogo auf jeder Seite sichtbar.

TIPP:

Kaum ein Werbeartikel lässt sich so stark individualisieren wie ein Notizbuch. Durch die Vielzahl an Einbandmaterialien, Ausstattungsoptionen und Veredelungsmöglichkeiten sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. Unterstützen Sie Ihre Kunden mit individueller Beratung bei Auswahl und Gestaltung.

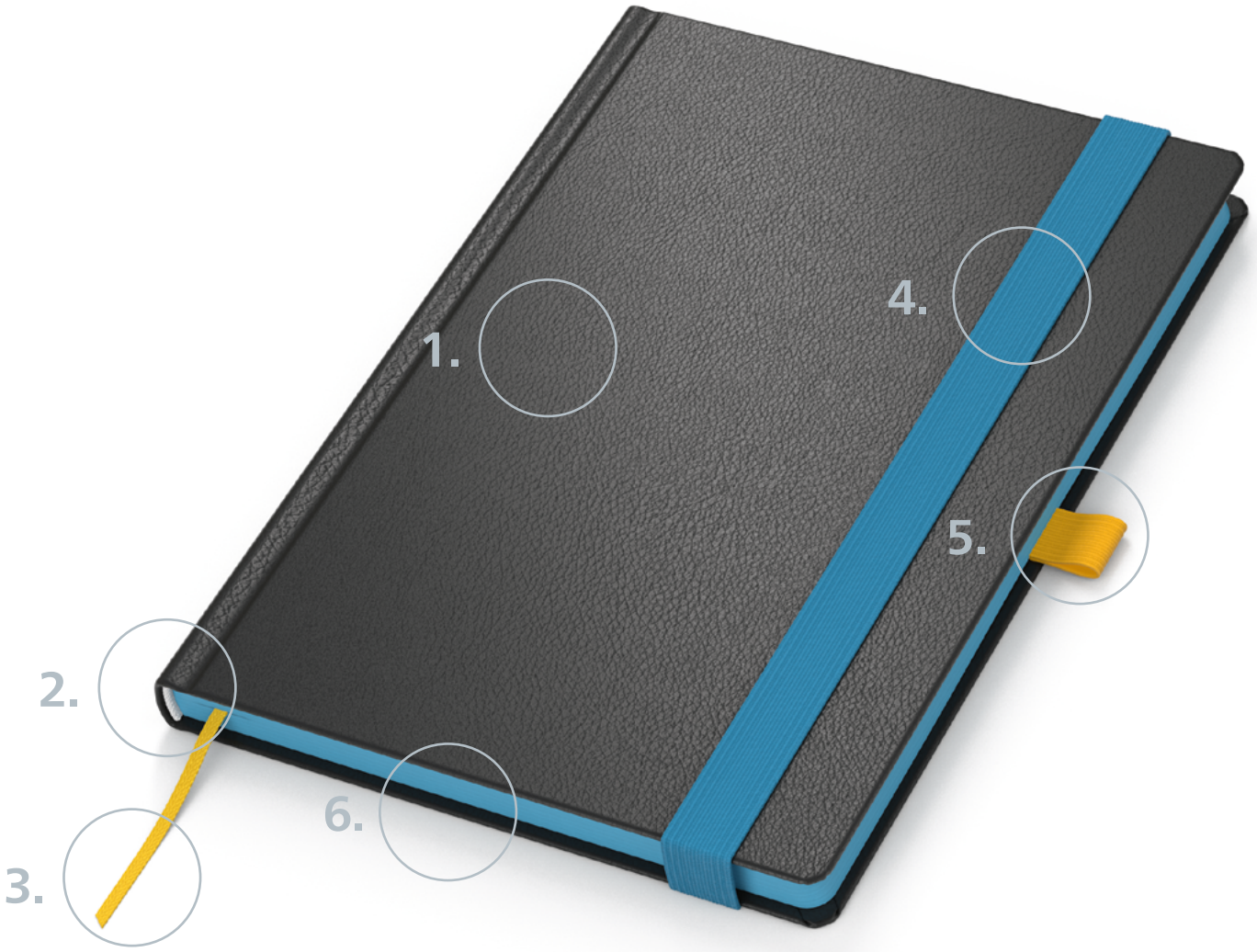


Standard-Farbschnitt in einer von sechs Standard-Farben



Color-Farbschnitt im individuellen Wunsch-Farbton

Motiv-Farbschnitt mit Mustern, Logo oder Text



1. **Einband**
   Von Kunstleder über naturbelassenes Papier bis zum folienkaschierten Cover – vielfältige Oberflächen und Farben stehen zur Auswahl

2. **Kapitalband**
   Erhältlich in 10 Farben

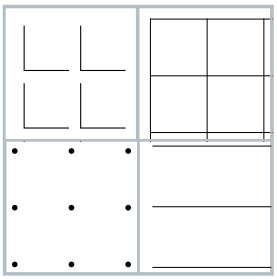
3. **Lesezeichen**
   Erhältlich in 10 Farben

4. **Gummiband-Verschluss**
   Erhältlich in 14 Farben
   15 mm für A5, Medium, A4
   9 mm für Pocket

5. **Gummi-Stiftschlaufe**
   Erhältlich in 14 Farben

6. **Farbschnitt**
   Als Standard-Farbschnitt in den 6 beliebtesten Farben, als Color-Farbschnitt im individuellen Wunsch-Farbton oder als Motiv-Farbschnitt mit Logo, Bildern und Text

Orga-Set
Organisationshilfen auf Kartonträger mit Micro-Tac-Beschichtung



Notizseiten
Winkelkaro, Standardkaro, Punktraster, Linien oder Blanko

5. HAFTNOTIZEN

Haftnotizen sind in der Regel nützliche, kleinformatige Zettel, die durch einen mit Haftklebstoff beschichteten Streifen („Klebespur") auf glatten und sauberen Oberflächen haften. Das Notizblatt lässt sich rückstandsfrei wieder abziehen und erneut aufkleben. Je nach Qualität und Sauberkeit des Untergrunds ist entsprechend häufiges Umkleben der Haftnotizen möglich. Die kleinen Organisationshilfen erleichtern den Arbeitsalltag und sind wertvolle Gedächtnisstützen auf Schranktüren, am Bildschirmrand oder auf gedruckten Unterlagen.

Für die klebenden Notizzettel gibt es viele liebevolle Namen wie „Haftis" oder „Klebchen". Der Begriff „Post-it", der häufig als Gattungsbegriff verwendet wird, ist der Eigenname eines Herstellers.

INSIDER:

Die Entstehung der Haftnotiz
1968 beschäftigte sich Spencer Silver mit der Entwicklung eines neuartigen Superklebers. Das Resultat war eine klebrige Masse, die sich zwar auftragen ließ, jedoch genauso leicht wieder abzulösen war. Der „Superkleber" fiel durch und geriet in Vergessenheit. Einige Jahre später erinnerte sich Art Fry, Chorsänger und Kollege Silvers, an dessen Erfindung. Er ärgerte sich über seine Lesezeichen, die ihm aus dem Notenheft fielen. Er bestrich kleine Zettel mit Silvers „Superkleber" und diese hafteten tatsächlich zuverlässig im Gesangbuch, ließen sich rückstandslos wieder ablösen und umkleben. Die Haftnotiz war erfunden.

Haftnotizen als Werbemittel
Haftnotizprodukte sind als Werbeartikel eigentlich kaum zu schlagen – und werden dennoch häufig unterschätzt. Hier bietet sich ein Markt mit viel Potenzial:

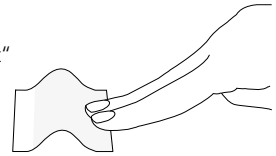
Keine Streuverluste
Haftnotizen werden in jedem Büro und auf jedem Schreibtisch genutzt. Die Blocks werden in der Regel bis zum letzten Blatt verbraucht – das heißt: Es gibt so gut wie keine Streuverluste.

Ein noch unerschlossener Markt
Trotz ihrer Beliebtheit finden Haftnotizen als Werbeartikel noch viel zu wenig Beachtung. Anders als beispielsweise Schreibgeräte werden fast 90% aller Haftnotizen mehr oder weniger teuer als Büroartikel gekauft, ganz einfach, weil es nicht genügend Haftnotizen als Werbeartikel gibt. Der Bedarf ist viel größer als das Angebot und daher ist es eine tolle Chance für jeden Werbetreibenden, sich mit seiner Werbe-Haftnotiz auf dem Schreibtisch potenzieller Kunden zu platzieren.

Top Preis-Leistungs-Verhältnis
Haftnotizprodukte sind ein günstiger Werbeartikel und haben dadurch einen unschlagbaren Tausenderkontaktpreis (TKP). Haftnotizprodukte gibt es nicht nur in den bekannten rechteckigen Basic-Blocks, sondern auch mit Umschlag, als Marker-Set oder schickes Kombi-Set mit vielen Möglichkeiten zur Personalisierung.

TIPP:

Qualität entscheidet
Achten Sie auch bei Haftnotizprodukten auf Qualität um Kunden langfristig zufriedenstellen und halten zu können. Haftnotizen, die nicht kleben oder bei denen die Farbe an der Leimspur haftet, verursachen keine Freude. Ein wichtiger Hinweis ist dabei die Produktion „Made in Germany". Qualitätsstandards können durch Klebkraft-Tests gesichert werden.
Zum Sofort-Check wenden Sie einfach den „Raupentest" an. Qualitäts-Haftnotizen lösen sich auch in dieser Position nicht ab.



5.1 HAFTNOTIZ-BLOCKS

Schon dieser kleine Stapel Zettel mit Kleber bietet eine erstaunliche Vielfalt:

Die gängigsten Formate sind 72 x 72 mm und 100 x 72 mm, meist mit 50 Blatt (alternativ möglich sind 25 oder 100 Blatt). Die Klebespur ist dabei oben. Es gibt jedoch auch Minis (z.B. 50 x 72 mm) und deutlich größere Formate, auch mit mehreren Klebespuren.

Das Haftpapier der Werbe-Haftnotizen ist in der Regel weiß und wird individuell in 4C bedruckt. Sondermaterialien wie Recyclingpapier werden ebenfalls angeboten.

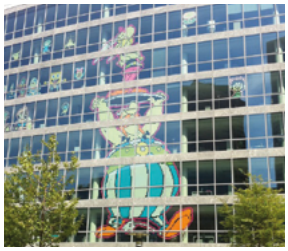
Ein besonderer Hingucker sind Haftnotizen mit Formstanzung oder Wechselmotiven. Ein Polychrome-Umschlag ist Schutz und zusätzliche Werbefläche zugleich.

TIPP:

Zurückhaltung bei der Gestaltung
Achten Sie beim Motiv auf der Haftnotiz darauf, dass genug Platz für die handschriftlichen Einträge bleibt. Logos sollten entweder in Ecken platziert oder abgesoftet eingesetzt werden.

INSIDER:

Im Sommer 2011 lieferten sich Angestellte in Pariser Bürogebäuden erstmals eine Klebezettel-Schlacht um die bunteste Firmenfassade. Der Trend ging kurze Zeit später um die Welt.



Haftnotiz Basic 72 x 72

Haftnotiz Form 72 x 72

INSIDER:

Das Geheimnis des Haftklebers
Dieser „Superkleber" besteht aus winzig kleinen Kapseln. Die Kügelchen werden beim Aufkleben plattgedrückt und der Saugglockeneffekt sorgt für die gewünschte Haftung – auch auf schwierigen Untergründen.
Das Besondere an diesem Verfahren: Nimmt man das Produkt ab, richten sich die Kügelchen wieder auf und man kann den Werbeartikel neu platzieren.

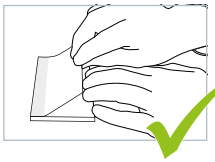
Produktionsoptimierung durch Sammelformbildung
Haftnotizen werden fast ausschließlich im Offsetdruck produziert. Wegen des kleinen Formats einer Haftnotiz erfolgt die Produktion in der Regel in Sammelformen, d.h. mehrere Aufträge werden auf einem Druckbogen kombiniert und gemeinsam gedruckt. Um eine Sammelformbildung kosteneffizient zu gestalten, müssen die Auflagen der beteiligten Kundenaufträge möglichst identisch sein. Daher gibt es fixe Staffeln für die Bestellung, Zwischenmengen sind dabei nicht möglich.

Auch die Lieferzeit wirkt sich unmittelbar auf die Kosten aus: Je mehr Aufträge man für das Zusammenstellen der Sammelformen zur Verfügung hat, umso leichter lässt sich eine ideale Kombination finden. Ein Schnellschuss muss dann eventuell in einer ungünstigen Sammelform mitlaufen, was die Kosten in die Höhe treibt.

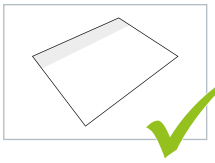
TIPP:

Für die perfekte Haftung
Damit Haftnotizen optimal kleben und plan liegen, spielt auch die richtige Technik des Abziehens eine Rolle:

Richtig:

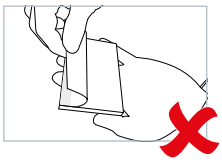


Heben Sie das Blatt leicht an und ziehen Sie es zu sich heran, damit es sich vom Block ablöst.

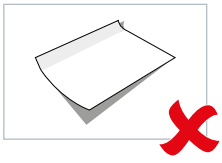


Dann bleibt das Papier flach und die Ecken stehen nicht ab.

Falsch:



Wenn man das Blatt über die Leimkante nach oben abzieht…



…rollt oder wölbt es sich und die Ecken stehen ab.

5.2 MARKER-SETS

Auch Marker gehören zur Gruppe der Haftnotiz-Produkte. Sie werden entweder im Umschlag oder auf einem selbstklebenden Tray angeboten. Meist sind die Marker selbst nicht werblich individualisiert, sondern der Werbeaufdruck erfolgt auf dem Umschlag oder Träger.

Marker dienen nicht nur zur optischen Hervorhebung, sondern sie lassen sich vom Nutzer ganz einfach mit Kugelschreiber, Bleistift oder sogar Filzstift beschriften. Die kleinen Sets mit zwei bis fünf farbigen Streifen gibt es aus unterschiedlichen Materialien:

Filmmarker: Der Bestseller aus transparenter, farbiger Folie.
Papiermarker: Marker aus weißem Haftpapier. Das Besondere: Hier erfolgt der Werbeaufdruck direkt auf den Markern selbst.
Brillantmarker: Marker aus voll durchgefärbtem Brillantpapier.

Marker-Set Multi-Card

Marker-Set Papiermarker

5.3 KOMBI-SETS

Kombi-Sets „kombinieren" Haftnotizen und Marker-Sets miteinander. In einem Umschlag findet sich ein Marker-Set mit mindestens einem, meist zwei Haftnotiz-Blocks (in der Regel 50 x 72 mm sowie 100 x 72 mm). Die Blattstärke der Blocks variiert je nach Kombi-Set. Hinzukommen können zusätzliche Extras wie Schreibgeräte oder Notizblocks. Besonders edel und mit entsprechendem Preis: Kombi-Sets mit Magnet- oder Stanzverschluss.

Kombi-Set Wien Individuell mit Color-Farbschnitt

TREND:

Farbige Kanten für Haftnotizen
Der Trend zu einem bunten Farbschnitt hat auch die Haftnotizen erreicht. Die Kanten der Haftnotiz-Blocks werden dabei in Wunschfarbe bedruckt und sorgen für eine besondere Optik.

Wie auch für Terminkalender und Notizbücher stehen für Kombi-Sets verschiedene Einbände zur Verfügung. Allerdings ist hier der Drang zu den „Klassikern" groß. Kombi-Sets werden meist im Polychrome-Einband oder mit buchbinderisch verarbeiteter Decke als Bookcover angeboten, jeweils inklusive vierfarbigem Druck. Aber auch Einbandmaterialien wie Polyprop oder oder ein matt-schwarzer Einband mit Prägung sind erhältlich.

Als Werbefläche stehen der Umschlag sowie die Haftnotizen zur Verfügung und werden oft auch genutzt. Da der Druck auf der Haftnotiz jedoch einen erheblichen Anteil an den Kosten hat, gibt es preisgünstige Alternativen mit Druck auf dem Umschlag und z.B. gelb bedruckten Haftnotizen im Innenteil. So lassen sich Kombi-Sets auch in kleinen Auflagen preiswert realisieren.

6. WERBEEINDRUCKE UND WERBEANBRINGUNGEN

Je nach Material und Oberfläche kommen für die Anbringung der Werbebotschaft unterschiedliche Möglichkeiten in Betracht. Eine Baseballkappe können Sie beispielsweise besticken lassen, bei einer Tasse muss eine spülmaschinenfeste Bedruckung her. Beim Druck auf Papier unterscheidet man vier unterschiedliche Hauptdruckarten:

Hochdruck: das älteste Druckverfahren, bei dem erhabene Stellen der Druckform die Farbe direkt auf den Bedruckstoff abgeben.
Beispiel: Gutenbergs bewegliche Lettern
Flachdruck: druckende und nichtdruckende Elemente befinden sich auf einer Ebene, die Trennung erfolgt durch den chemischen Gegensatz von Wasser und Öl.
Beispiel: Offsetdruck
Tiefdruck: die zu druckenden Bereiche sind in die Druckform eingraviert. Der Bedruckstoff wird auf die mit Farbe gefüllten Vertiefungen gedrückt.
Beispiel: IKEA-Katalog (sehr hohe Auflagen)
Durchdruck: die Farbe wird durch ein Gewebe auf den Bedruckstoff gedrückt. Dabei sorgen Schablonen für Aussparungen gemäß Druckmotiv.
Beispiel: Siebdruck

Für Kalender, Notizbücher und Haftnotizen spielt das Druckverfahren des Offsetdrucks die größte Rolle.

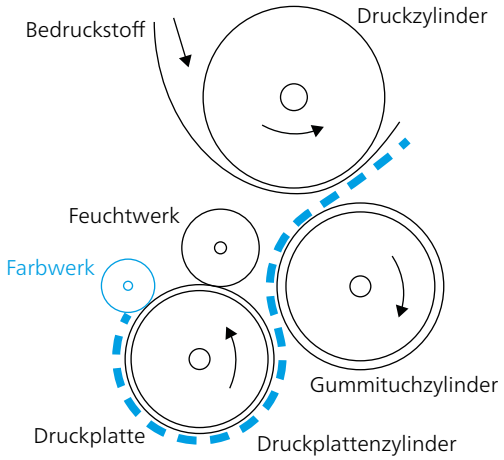
6.1 OFFSETDRUCK

Bei größeren Auflagen, der Verwendung von Sonderfarben oder vollflächigem Auftrag von dunklen Farben wird im Offsetdruck gedruckt.

Der Offsetdruck (aus dem Englischen: „abgesetzt" / „übertragen") ist ein indirektes Druckverfahren. Das bedeutet, dass die Farbe nicht direkt auf den Bedruckstoff (z.B. Papier) aufgebracht wird. Um die Druckplatte zu schonen, kommt sie mit dem Druckträger nicht in Berührung, stattdessen wird die Farbe über ein Gummituch übertragen. Diese Drucktechnik macht sich die Tatsache zunutze, dass sich Öl und Wasser gegenseitig abstoßen. Stark vereinfacht: Die Druckfarbe auf Ölbasis wird an den mit Wasser benetzten Stellen der Druckplatte abgestoßen, an den trockenen Stellen angezogen und transportiert.

Bei Geiger-Notes wird zwischen drei Varianten im Offset-Druck unterschieden:
4C-Quality: CMYK-Offsetdruck nach PSO-Standard
4C-Individual: CMYK-Offsetdruck in individueller Druckform (inkl. Proof)
4C-Brilliant-Print: UV-Offsetdruck CMYK mit qualitätsoptimiertem frequenzmoduliertem Raster (FM-Raster), speziell für Haftnotizen

Funktionsweise
Die Informationsträger im Offsetdruck sind dünne und biegsame Druckplatten. Durch Belichtung werden Veränderungen der Plattenoberfläche bewirkt. Stellen, die später drucken sollen, z.B. Buchstaben, sind nach der Belichtung fettanziehend/wasserabweisend, die Stellen zwischen den Buchstaben sind wasseranziehend/fettabweisend.
Die fertig belichtete Platte wird auf den Druckplattenzylinder gespannt. Der rotierende Zylinder läuft am Feuchtwerk vorbei – die wasseranziehenden Stellen der Platte werden mit Wasser benetzt. Das Farbwerk spendet ölhaltige Farbe auf die fettanziehenden Stellen der Platte, die nachher auf dem Bedruckstoff erscheinen sollen.



Der Druckplattenzylinder rotiert weiter und gibt jetzt die aufgebrachte Farbe an einen mit einem Gummituch bespannten zweiten Zylinder weiter. Auch der Gummituchzylinder rotiert und bringt die Druckfarbe jetzt auf den Bedruckstoff. Der dritte Zylinder (Druckzylinder) drückt das Papier gegen das Gummituch und die Farbe wird auf das Papier gedruckt.
Dieser Vorgang wird für jede zu druckende Farbe wiederholt. Da unsere Farbwahrnehmung im Vierfarbdruck auf der Mischung der übereinander gedruckten Grundfarben (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black = CMYK) basiert und jede Druckplatte nur eine der vier zähflüssigen Druckfarben aufnehmen kann, läuft der Bedruckstoff in der Regel durch vier Druckwerke. Prinzipiell wird für jede Druckfarbe ein Farbwerk benötigt, bei einem 5farbigen Druck fünf Farbwerke, beim 2farbigen zwei Druckwerke usw.

- Größere Auflagen
- Auch für großformatige Drucke

- Sehr gute Druckqualität
- Sonderfarben sind möglich
- Hohe Druckgeschwindigkeit
- Farbsteuerung nach Proof möglich

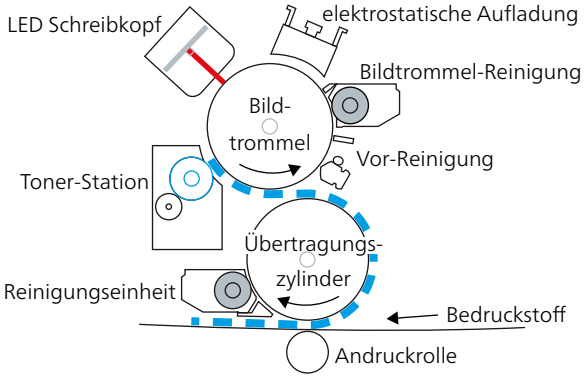
- Fixkosten durch Plattenproduktion und Rüstzeiten
- Trocknung der Druckerzeugnisse (Ausnahme: UV-Offsetdruck)
- Bei Sammelformen Farbsteuerung nur beschränkt möglich

6.2 DIGITALDRUCK

Unter der Gruppe des Digitaldrucks werden Druckverfahren zusammengefasst, bei denen das Druckbild direkt von einem Computer zu einer Druckmaschine übertragen wird (Non Impact Printing, NIP). Die Qualität des Digitaldrucks ist heute durchaus mit der des Offsetdrucks vergleichbar.

Im Gegensatz zum Offsetdruck ist beim Digitaldruck keine statische Druckform notwendig. Da im Vorfeld keine aufwändigen Vorbereitungsarbeiten und Einrichtungen stattfinden, kann mit relativ wenig Aufwand jeder Bogen unterschiedlich bedruckt werden. Deshalb kommt der Digitaldruck vorwiegend bei kleinen Stückzahlen oder personalisierten Dokumenten zum Einsatz.

Unter anderem ist auch 4C-InkJet eine Form des Digitaldrucks.



- Für kleinere bis mittlere Auflagen
- Möglichkeit der Personalisierung

- Kaum Fixkosten, daher sehr günstiger Einzeldruck
- Sofortige Einsatzbereitschaft, keine Rüstzeiten
- Durch 4C-InkJet auch Druck auf fertige Artikel (z.B. gebundene Bücher) möglich

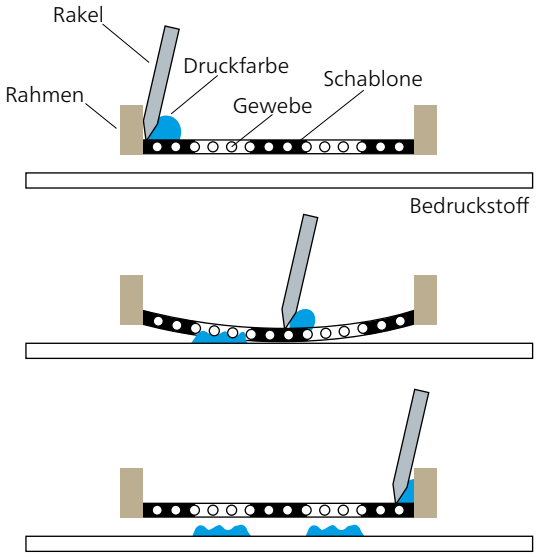
- Kein Druck von Sonderfarben
- In der Regel Begrenzung des Druckformats

6.3 SIEBDRUCK

Bei diesem Druckverfahren wird ein Rahmen mit einem feinmaschigen Gewebe, dem Sieb, auf den Bedruckstoff gelegt. Mit einer Schablone wurden zuvor die Stellen des Gewebes fotografisch farbundurchlässig gemacht, an denen gemäß Druckbild keine Farbe gedruckt werden soll.

Im Anschluss wird die Druckfarbe auf das Gewebe aufgetragen und mit einer Rakel durch die offenen Stellen des Gewebes gedrückt. Daher wird der Siebdruck auch als „Durchdruck" bezeichnet.

Dieser Vorgang muss für jede Farbe wiederholt werden. Daher kann bei mehrfarbigem Druck keine hundertprozentige Passergenauigkeit garantiert werden. In vielen Fällen kann hier der 4C-InkJet-Druck eine attraktive Alternative sein.



- Bedruckung verschiedener Materialien: Papier, Kunststoff, Textil, Keramik, Metall, Holz, Glas
- Wandplaner, Kunststoff- oder Edelstahlkalender

- Verschiedene Untergründe, flach (z.B. Papier) oder geformt (z.B. Flaschen)
- Farbschichtdicke kann variieren

- Geringe Druckgeschwindigkeit
- Jede Farbe muss in einem separaten Vorgang gedruckt werden → Passerprobleme

6.4 PRÄGUNG

Eine Prägung bietet sich vor allem als Veredelung auf Einbänden an. Hierbei wird ein Motiv mittels Hitze und Druck in ein Material gedrückt.

Blindprägung: Von dem Motiv, z.B. einem Logo, wird zunächst ein Stempel aus Messing oder Magnesium angefertigt. Dieser Stempel vertieft das Motiv auf dem gewünschten Einband. Bei einigen (thermoreaktiven) Einbänden entstehen auf diese Weise attraktive Ton-in-Ton-Effekte.

Farbprägung: Auch hier wird ein Stempel angefertigt. Im Gegensatz zur Blindprägung wird vor der Prägung eine Farbfolie zwischen den Stempel und die zu prägende Oberfläche gelegt. Durch die Wärmeeinwirkung und den Druck werden die Farbpigmente von der Trägerfolie auf den Einband übertragen. Daher spricht man in diesem Zusammenhang auch von Heißfolienprägung.

Einzelnamensprägung: Für die Personalisierung von Produkten mit Einzelnamen, z.B. bei Notizbüchern, wird ein Spezialverfahren der Heißfolienprägung angewendet. Mithilfe eines Typenrads werden die darauf aktivierten Buchstaben auf das Material gedrückt, die dann die einzelnen Buchstaben auf der Oberfläche hinterlassen.

TIPP:

Prägestempel: Magnesium oder Messing?
Ein Prägestempel aus Magnesium wird geätzt und dies ist ein standardisierter, vom Prägemotiv unabhängiger Vorgang. Messing wird individuell, d.h. in Abhängigkeit vom Motiv gefräst und graviert. Die dadurch möglichen steilen Flanken sorgen für eine bessere Randschärfe der Motive, was vor allem tiefen Prägungen in weiche Einbände zu Gute kommt. Ab einer Anzahl (Auflage + Folgeauflagen) von 1.000 Prägungen empfehlen wir Prägestempel aus Messing, da Magnesium eine begrenzte Haltbarkeit aufweist.

Überzeugen Sie Ihre Kunden davon, nicht am Prägestempel und damit an der falschen Stelle zu sparen.

Magnesium

Messing

Blindprägung

Farbprägung

Einzelnamensprägung

6.5 LASERGRAVUR

Die Lasergravuren eignen sich für Metalle und spezielle Kunststoffe. Bei einer Lasergravur wird die oberste Materialschicht abgetragen. Durch die Veränderung der Oberfläche ist der Werbeaufdruck sichtbar. Lasergravuren veredeln Metalle auf eine besonders hochwertige und edle Weise.

Lasergravur

Desktop 3 Steel / Desktop Steel

6.6 SPOTLACK UND RELIEFLACK

Durch diese Veredelungen setzt man Akzente in einem 4C-Druck. Sie können jedoch auch alleine stehen und das Druckmotiv komplett ersetzen.

Spotlack ist eine hochglänzende, partielle UV-Lackierung, die gerade auf matten Bezugsmaterialien besonders gut zur Geltung kommt.

Relieflack ist ebenfalls ein transparenter Hochglanzlack, sorgt aber durch seine erhabene Struktur zusätzlich für einen fühlbaren 3D-Effekt.

Spotlack

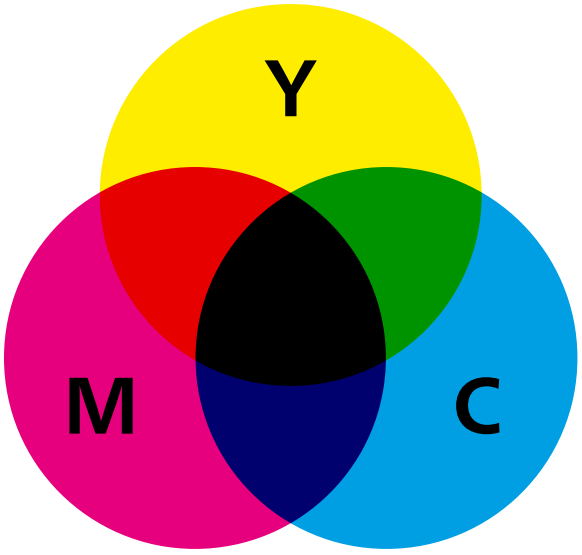
Relieflack

7. KLEINE FARBENLEHRE

Bei Farben wird zwischen der Darstellung auf Papier oder am Bildschirm differenziert. Für Werbeartikel aus Papier greift der Vierfarbdruck, teilweise ergänzt um eine Sonderfarbe.

7.1 CMYK UND VIERFARBDRUCK

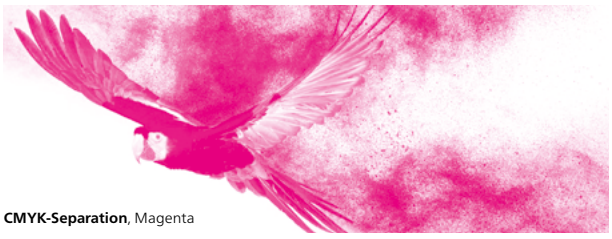
Schon in der Grundschule lernen wir: rot + gelb = orange, gelb + blau = grün, … und alles zusammen wird braun-schwarz. Das ist das Prinzip des Vierfarbdrucks.
Anstelle von blau, rot und gelb werden die spezifischen Farbtöne verwendet: Cyan, Magenta, Yellow/Gelb und Key/Schwarz (CMYK). Die drei Farbbestandteile und der Schwarzanteil werden gemäß den Farben in einer Abbildung kombiniert.
Der Farbton Petrol wird beispielsweise durch folgendes Mischungsverhältnis erzielt: C=70 | M=6 | Y=31 | K=5



Subtraktives Farbmodell, gemischte Farben werden dunkler und nehmen an Intensität ab

Durch die unterschiedlich große Rasterung (für das Auge nicht einzeln sichtbare Punkte) kann mit CMYK ein großer Teil des Farbraumes dargestellt werden. Allerdings können sich während des Drucks Papier, Temperatur, Farbabnahme und Druckereinstellungen auf die zu druckenden Farben auswirken, weshalb eine leichte Variation innerhalb des Vierfarbdrucks nicht auszuschließen ist.

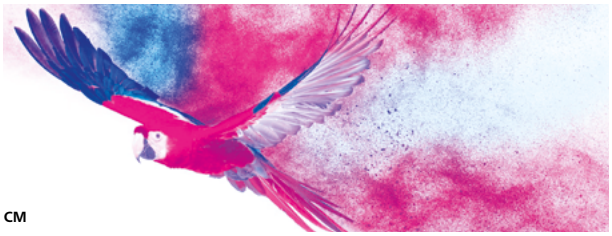
CMYK-Separation, Cyan



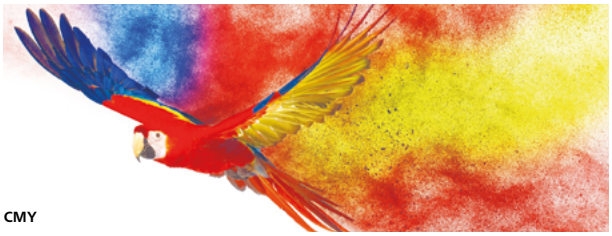
CMYK-Separation, Magenta

CMYK-Separation, Gelb

CMYK-Separation, Schwarz



CM



CMY

CMYK

7.2 SONDERFARBEN

Farben, die nicht aus CMYK gemischt werden können und bereits fertig gemischt in der Offsetdruckmaschine verwendet werden, sind Sonderfarben, auch Schmuckfarben genannt. Sinn der definierten Sonderfarben ist die objektive Bewertbarkeit und Vergleichbarkeit und damit auch die Reproduzierbarkeit bestimmter Farbnuancen.

Der Einsatz von Sonderfarben empfiehlt sich, wenn die Farbe fester Bestandteil des Corporate Designs eines Unternehmens ist. Soll das Lila eines Schokoladenherstellers oder das spezielle Magenta eines Telekommunikationsunternehmens genau getroffen werden, wird die entsprechende Sonderfarbe, gegebenenfalls zusätzlich zum Vierfarbdruck verwendet.

Arten von Sonderfarben
Sonderfarben werden von den Herstellern in Farbfächern mit Nummer oder Kennzeichnung definiert und sind somit eindeutig identifizierbar. Die zwei gängigsten Farbfächer mit Sonderfarben sind von HKS und Pantone.

Der HKS-Farbfächer wurde 1968 von den deutschen Druck- und Künstler-Farbenherstellern Hostmann-Steinberg Druckfarben, Kast + Ehinger Druckfarben und H. Schmincke & Co. entwickelt. Durch seine 88 Basisfarben inkl. der entsprechenden Farbnuancen definiert der HKS-Farbfächer 3.520 Farbtöne. Da die Farben je nach Bedruckstoff anders wirken, aber immer das gleiche Farbergebnis erzielt werden soll, unterscheiden sich verschiedene HKS-Farbfächer nach Papierqualität und Druckverfahren. HKS-Farben sind bereits gemischt im Handel erhältlich und kommen somit „fertig aus der Dose".

Das Pantone Matching System (PMS) bezeichnet das international verbreitete Farbmischsystem, das 1963 von der Pantone LLC entwickelt wurde. Das PMS beinhaltet 1755 Basisfarben; der Farbfächer der Plus Series zeigt 2.868 Farben. Da für den Druck auf den verschiedenen Papiersorten jeweils dieselbe Farbmischung verwendet wird, variieren die Ergebnisse je nach Bedruckstoff. Pantone selbst ist ausschließlich für die Kreation der Farbtöne und die Herstellung der Farbfächer zuständig. Die eigentliche Produktion der Druckfarben übernehmen lizenzierte Druckfarbenhersteller in Eigenregie. Da diese keine mehrere tausend Pantone/PMS-Farbtöne vorhalten, werden die Druckfarben in der Regel auftragsbezogen angemischt, wodurch sich leichte Abweichungen der Fächerfarben ergeben können.

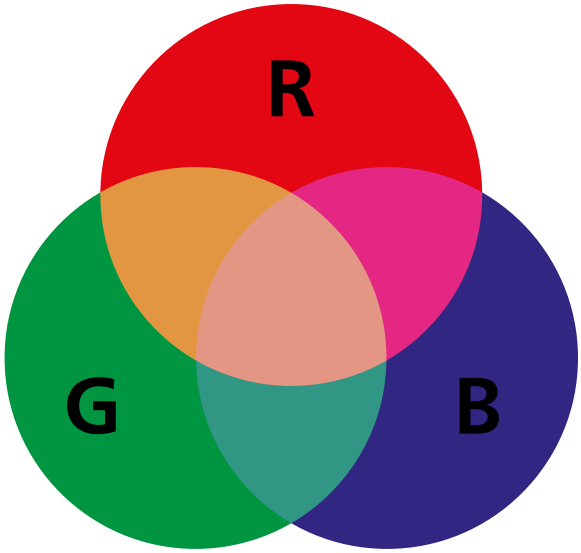
Umrechnung
Es gibt Umrechnungstabellen, um Sonderfarben bei Bedarf in CMYK umzurechnen und den gewünschten Farbton auf diese Weise möglichst optimal nachzustellen. Diese Tabellen finden sich u.a. im Internet.

7.3 RGB-FARBRAUM

Im Gegensatz zu Druck- und Wasserfarben (subtraktives Farbmodell) steht das additive Farbmodell. Es kommt am Fernseh- oder Computerbildschirm zum Einsatz oder wenn man farbige Lichtkegel übereinanderlegt, daher auch die Bezeichnung Lichtmischung.

Der RGB-Farbraum bildet die Farbwahrnehmung durch diese additive Mischung der 3 Grundfarben (Rot, Grün und Blau) nach. Je mehr Farben übereinander gelagert werden, desto heller und intensiver wird das farbige Licht.

Konkretes Anwendungsbeispiel: Wenn Sie Produktabbildungen für Ihren Web-Shop zur Verfügung gestellt bekommen, sind die entsprechenden Dateien im RGB-Farbraum angelegt.



Additives Farbmodell, gemischte Farben werden heller und nehmen an Intensität zu

TIPP:

Wie liefere ich am besten Druckdaten an?
Bereitstellung: E-Mail, FTP oder seltener CD-ROM
Format: PDF/X-4-Datei mit Endformat (Trim Box) und Datenformat (Bleed Box)
„Offene Daten" als InDesign-Datei, Mehrkosten durch Prüfung und Wandlung in druckoptimierte PDF-Datei
Bilddaten: mindestens 300 dpi, Strichbilder 1.200 dpi
Farben: CMYK-Farbmodell; Farbprofil: ISO Coated v2 (ECI)
Gestrichenes Papier: ISO Coated v2 (ECI)
Ungestrichenes Papier: PSO Uncoated ISO 12647 (ECI)
Weitere Infos: www.aktuelle-druckinfos.de

8. PAPIER

Papier wird für alle Werbeartikel von Geiger-Notes benötigt. Welche Papiersorte dabei zum Einsatz kommt, hängt in erster Linie vom Produkt ab.

Generell lassen sich Papiersorten in gestrichene Papiere und Naturpapiere unterscheiden. Beide Sorten sind gleichermaßen für den Offset- oder Digitaldruck geeignet.

Gestrichene Papiere – oft als Bilderdruckpapiere bezeichnet – und Kartons sind alle gestrichene Papiersorten, d.h. die Oberfläche des Papiers wurde mit einem Bindemittelauftrag („Strich") veredelt. Der Strich kann sowohl matt als auch glänzend sein und ein- oder beidseitig auf das Papier gebracht werden.
Die Papieroberfläche wird auf diese Weise vollständig geschlossen und geglättet.
Vorteil: Das Papier kann nach dem Strich nicht mehr so viel Farbe aufsaugen. Dadurch sind die Konturen und Farbabgrenzungen schärfer und es wird eine höhere Detailwiedergabe und Qualität des Druckmotivs erzielt.
Beispiel: Kopfklappen und Rückwände für Monatskalender, Werbeseiten für Notizbücher und Terminkalender

Naturpapiere sind alle Papiersorten mit ungestrichenen Oberflächen. Durch den höheren Faseranteil entsteht ein stärkeres Volumen. Im Gegensatz zum Bilderdruckpapier haben Naturpapiere eine rauere und offenporige Oberfläche und nehmen Druckfarben tiefer auf. Dadurch können bei Naturpapieren nicht die Brillanz, der Glanz und die perfekte Farb- und Bildwiedergabe erreicht werden.
Vorteil: Durch ihre Saugfähigkeit lassen sich Naturpapiere mit jeder Art von Stift beschreiben. Vor allem Tinten- oder Filzschreiber haften ausschließlich auf ungestrichenem Papier richtig.
Aus diesem Grund werden alle zur Beschriftung bestimmten Elemente von Werbeartikeln auf Naturpapier gedruckt.
Beispiel: Haftnotizen, Einzelblattdruck für Notizbücher

Die Grammatur ist das Quadratmetergewicht von Papier und Karton und wird in g/m² angegeben.
Beispiele für Grammaturen im Werbeartikelbereich:

	Papiersorte	Grammatur
Kopfklappen für Monatskalender	Karton, einseitig matt gestrichen	285 g/m² bis 350 g/m²
Bildkalender/ MagicPix-Kalender	Holzfreies Bilderdruckpapier, beidseitig seidenmatt gestrichen	170 g/m²
Inhaltsseiten von Notizbüchern	ungestrichen	80 oder 90 g/m²
Haftnotizen	ungestrichen	70 g/m²

Die **Papierdicke** ist somit eine weitere wichtige Maßeinheit, wenn es um Papier und seine Beschaffenheit geht. Die Angabe der Dicke erfolgt in Mikrometern µm (Aussprache „mü").

Gestrichene Papiersorten sind kompakter und weisen damit eine höhere Dichte auf als voluminöse Naturpapiere. Dadurch lassen sich von der Grammatur keine Rückschlüsse auf die Dicke von Papier schießen.

9. EINBÄNDE

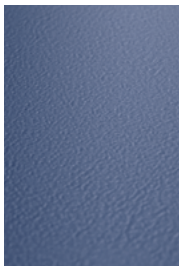
Balacron:
Das Kunstleder-Material auf Papierträger ist der unverwüstliche Klassiker schlechthin für Terminkalender. Die Oberfläche mit leicht lederähnlicher Narbung ist robust und strapazierfähig. So entsteht ein kostengünstiges Einband-Material.
Werbeeindruck: Prägung

Bookcover:
Dieser buchbinderisch verarbeitete Einband in gloss oder matt wird insbesondere für Kombi-Sets eingesetzt. Die Folienkaschierung schützt den Einband und sorgt darüber hinaus für eine besonders brillante Farbwirkung.
Werbeeindruck: 4C-Quality, Prägung

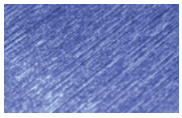
Cover-Star:
Cover-Star ist wohl das vielfältigste aller Einbandmaterialien. Buchbinderisch verarbeitet sind auf den weißen, farbigen oder individuell bedruckten Bezügen die unterschiedlichsten Arten der Werbeanbringung von Druck über Lack bis hin zur Prägung möglich. Für die Cover-Star-Einbände von Geiger-Notes kann man aus vier verschiedenen Oberflächen wählen: gloss (glänzend), matt (matt kaschiert), soft (mit samtiger Haptik), tex (mit leinartiger Strukturprägung)
Werbeeindruck: Prägung, Siebdruck, Relieflack, Spotlack, 4C-InkJet.
Bei Cover-Star Individuell zusätzlich Offsetdruck oder 4C-Quality Digital

Future:
Das moderne Kunstleder mit besonders matter und glatter Oberfläche ist ein strapazierfähiger und preiswerter Bezugsstoff für alle Hardcover-Einbände.
Werbeeindruck: Prägung, Siebdruck, Relieflack, Spotlack, 4C-InkJet

Karton:
Karton ist ein vielseitiges Einbandmaterial für Tisch-Querkalender sowie sonstige Kalender und Notizbücher mit Wire-O-Bindung. Der hochwertige Chromosulfatkarton besteht aus natürlichen Rohstoffen, die selbstverständlich aus nachhaltiger Wald- und Forstwirtschaft stammen.
Werbeeindruck: Offsetdruck, 4C-Quality Digital



Kunststoff:
Dieser klassische und vielseitige Einband hält auch extremer Beanspruchung stand. Das Material hat eine leichte Narbung und ist selbstverständlich voll recyclebar. Bei Tisch-Querkalendern wird dieser Einband zusätzlich durch eine Kartoneinlage verstärkt.
Werbeeindruck: Prägung, Siebdruck

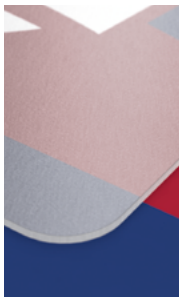


Metallica:
Der moderne Einbandstoff mit Optik und Griff von gebürstetem Metall.
Werbeeindruck: Prägung

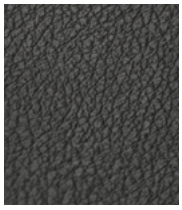
Native:
Native ist das Material für den flexiblen Einband von Copy-Book und Tablet-Book. Es besteht aus natürlichen Rohstoffen wie Zellstoffen aus nachhaltiger Forstwirtschaft bzw. Altpapier. Die unbehandelte und naturbelassene Oberfläche sorgt dabei für die individuelle Optik und Haptik.
Werbeeindruck: Prägung
Bei Native Individuell zusätzlich Offsetdruck oder 4C-Quality Digital

Natura:
Natura ist ein moderner, strapazierfähiger Bucheinband auf reiner Zellstoffbasis: glatt und naturbelassen. Als Oberflächen-Veredelungen stehen die Varianten tex (mit klassischer Neuleinen-Prägung) und matt zur Verfügung.
Werbeeindruck: Prägung
Bei Natura Matt-Individuell zusätzlich Offsetdruck oder 4C-Quality Digital
Bei Natura Matt-Schwarz zusätzlich 4C-Quality Digital
Bei Natura Tex-Individuell zusätzlich Offsetdruck

Polychrome:
Polychrome ist ein beliebtes Einbandmaterial, insbesondere für Tisch-Querkalender und Haftnotizen. Dank der glänzenden Oberfläche ist dieser Karton sehr robust und die Farben erhalten eine besondere Brillanz.
Werbeeindruck: Offsetdruck, 4C-Quality Digital



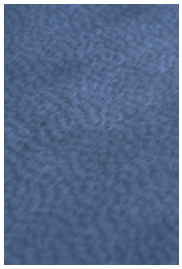
Polyprop:
Polyprop ist ein umweltschonender und ausgesprochen strapazierfähiger Kunststoffeinband. Er ist in zwei Finishs erhältlich: frost (transluzent und mit gefrosteter Oberfläche) und matt. Werbeseiten bleiben bei der transluzenten Oberfläche immer sichtbar.
Werbeeindruck: Prägung, Siebdruck, Offsetdruck



Salsa:
Salsa ist unser hochwertiger Kunstleder-Einband mit Ledernarbung und samtigem Griff. Das Material ist speziell geeignet für Prägungen dank des attraktiven Thermoeffekts.
Werbeeindruck: Blindprägung, 4C-InkJet

Shiny-Flex:
Diese spezielle Kombination von Zellstoff- und Synthesefasern mit hochglänzender Oberflächenveredelung findet in den Flexcover-Einbänden ihren perfekten Einsatzzweck. Runde Ecken sorgen für Schutz und die wertige Optik.
Werbeeindruck: 4C-Quality Digital

Softcard:
Der seidenmatte, doppelt gestrichene Premium-Zellstoffkarton mit matter Kaschierung sorgt mit seiner seidigen Oberfläche für den besonderen Touch. Dank seiner hohen Weiße und brillanten Farbwiedergabe ist er die optimale Basis für hervorragende Druckergebnisse. Immer inklusive bei Geiger-Notes sind die runden Ecken sowie ein beidseitiger Druck auf Umschlag Außen- und Innenseite.
Werbeeindruck: 4C-Quality Digital



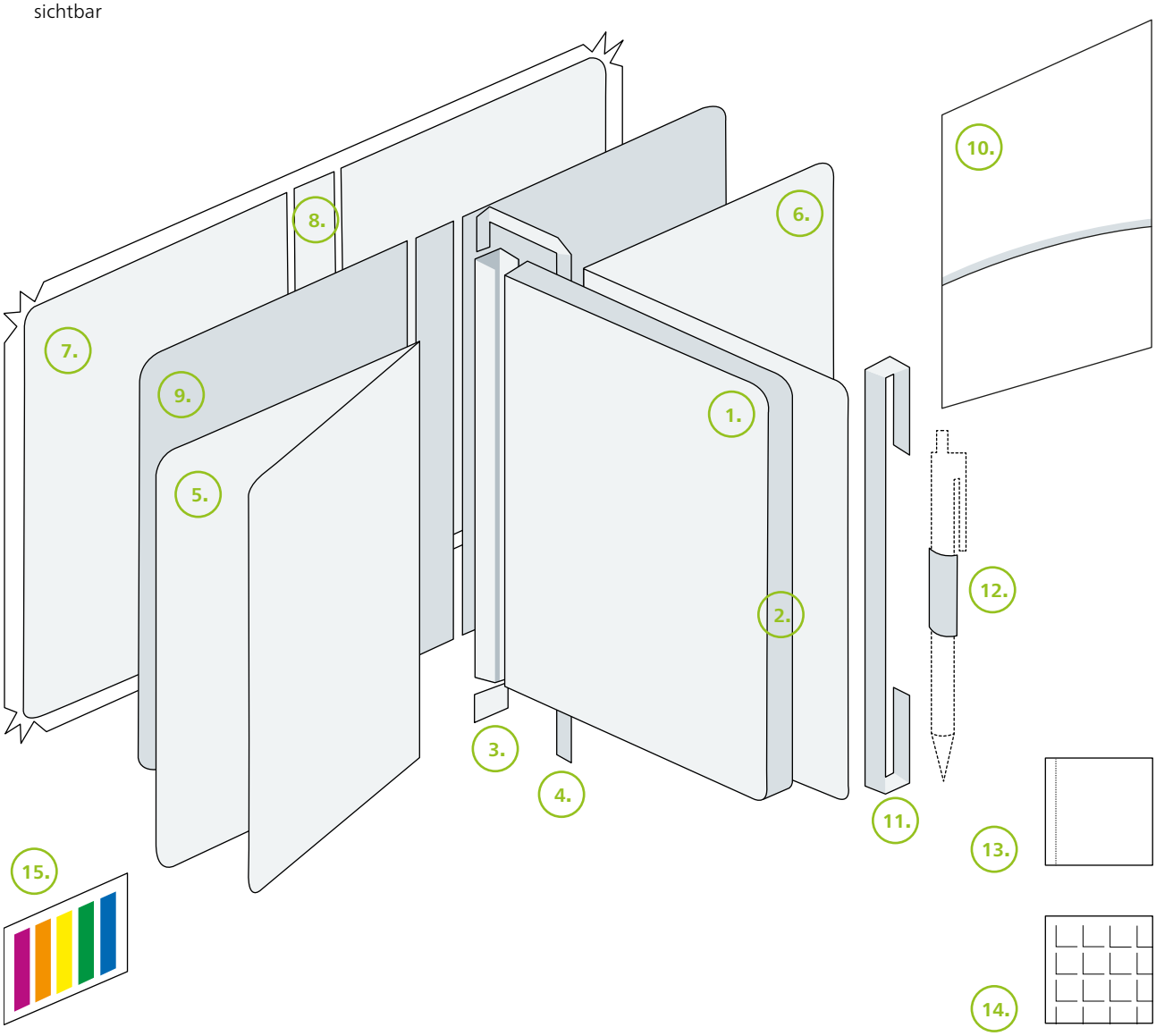
Tivoli-Soft:
Tivoli-Soft ist ein sehr weiches Kunstleder-Material mit extra geschmeidiger Haptik. Dank Öko Tex Standard 100 ist es besonders umweltschonend. Und der attraktive Thermoeffekt macht dieses Kunstleder zum idealen Material für eine Werbeanbringung als Prägung.
Werbeeindruck: Prägung, Siebdruck

10. BUCHKUNDE

Im Zusammenhang mit unseren Notizbüchern, Hybrid-Timern und Buchkalendern gibt es eine Vielzahl an Optionen, die mit einigen Fachbegriffen einhergehen.

10.1 ELEMENTE EINES NOTIZBUCHS

1. Buchblock: das „Innenleben"; hier: mit runden Ecken; auch mit spitzen Ecken erhältlich
2. (Buch-)Schnitt: die Kanten eines Buchblocks, auch bedruckbar als Standard-, Color- und Motivfarbschnitt
3. Kapitalband: Schmuckelement, erhältlich in 10 verschiedenen Farben
4. Lesezeichen: erhältlich in 10 verschiedenen Farben
5. Vorsatz: bedruckbar, Option zu Individualisierung
6. Nachsatz: bedruckbar, Option zu Individualisierung
7. Einband: auch Umschlag; Einbandmaterial mit Oberflächenverarbeitung, mit dem der Buchdeckel bezogen ist
8. Buchrücken: wird zusammen mit dem Einband bedruckt
9. Buchdeckel: 2 Buchdeckel und Schrenz (Rückeinlage) aus Pappe; werden mit dem Einbandmaterial bezogen, nicht sichtbar
10. Einstecktasche: zur Aufbewahrung von losen Blättern, Visitenkarten, o.ä.
11. Gummiband-Verschluss: erhältlich in 14 verschiedenen Farben
12. Gummi-Stiftschlaufe: erhältlich in 14 verschiedenen Farben
13. Unsichtbare Mikroperforation: zum einfachen Herauslösen der Seiten
14. Winkelkaro: moderne Seitengestaltung; alternativ: Punktraster, Blanko, Linien, Standardkaro, Einzelblattdruck
15. Organisationshilfen: Orga-Set, CD-Tasche, Filmmarker-Set, Dreiecktasche, Visitenkartentasche



10.2 FORMATE

Im Umfeld von Papier und Karton haben sich die DIN-Normen als Standardgrößen für Papierformate durchgesetzt. Diese wurden schon 1922 vom Deutschen Institut für Normung (DIN) festgelegt.
Das Verhältnis zwischen Breite und Höhe beträgt bei allen Formaten 1:√2
In der Tabelle sehen Sie zusätzlich zu den gängigen Buchformaten auch die Geiger-Notes spezifischen Formate für Business-Notizbücher:

A4-Plus	225 x 297 mm
A4	210 x 297mm
Medium	170 x 240mm
A5	148 x 210mm
A6	105 x 148mm
Pocket	94 x 152mm

10.3 NOTIZBUCHBESTELLUNG SCHRITT-FÜR-SCHRITT

Gerade bei Notizbüchern gibt es vielfältige Möglichkeiten um den Werbeartikel zu individualisieren. Beachten Sie Folgendes, damit der Artikel das Firmenbild widerspiegeln kann.

1. **Schritt: Vorauswahl für Ihren Kunden**
   Treffen Sie ggf. vorab eine Auswahl für Ihren Kunden.
   Bei einer Budgetvorgabe bietet unsere Klassifizierung einen ersten Anhaltspunkt über den Grad der Ausstattung – und damit auch über die Kosten des Produkts:

TIPP:

best≡seller**-Sortiment:** Die beliebtesten Artikel zu einem Top-Preis und Vorteilen bei der Lieferzeit. Im Katalog und auf unserer Internetseite finden Sie gesonderte Preistabellen. Bitte fordern Sie auch unseren ***bestseller***-Katalog mit allen Artikeln des Sortiments an.

2. **Schritt: Präsentation und Auswahl**
   Präsentieren Sie Ihrem Kunden verschiedene Notizbücher. Dazu eignen sich unsere Produktsteckbriefe, die die Besonderheiten der verschiedenen Artikel veranschaulichen und die Vorteile und wichtigsten Informationen herausstellen.

3. **Schritt: Menge**
   Vergessen Sie nicht Ihren Kunden nach der Auflagenhöhe zu fragen. Diese hat Einfluss auf die Preisstaffel, zu der Sie später bestellen.

4. **Schritt: Individualisierung**
   Nachdem Sie sich für ein bestimmtes Notizbuch entschieden haben, geht es um das Feintuning. Gehen Sie mit Ihrem Kunden folgende Punkte durch:
   - **Format:** Falls unterschiedliche Formate (A4, Medium, A5, Pocket) zur Auswahl stehen, halten Sie das gewünschte fest.
   - **Einband:** Für verschiedene Modelle werden verschiedene Einbandmaterialien angeboten. Damit sich der Kunde sofort ein Bild – und auch ein Gefühl – von dem zukünftigen Buch machen kann, empfehlen wir zu diesem Termin unsere Materialmusterbücher (im Präsentationskoffer enthalten) mitzunehmen.
   - **Werbeeindruck:** Wie soll die eigentliche Werbebotschaft präsentiert werden? Als vollflächiger Druck, als dezente Blindprägung oder mit einem raffinierten Relieflack?
     Je nach Einbandmaterial stehen verschiedene Möglichkeiten des Werbeeindrucks zur Verfügung. Die gängigsten stellen wir ab Seite 16 vor.
   - **Ausstattung:** Alle Notizbücher verfügen über eine Basisausstattung, diese ist z.B. durch Farbwahl zu individualisieren.
   - **Optionen:** Je nach Budget und Gestaltungswunsch können Bücher hochgradig individualisiert werden. Von Sonderfarben für Lesezeichen bis zum Motivfarbschnitt sind hier der Gestaltungsfreiheit fast keine Grenzen gesetzt.

5. **Schritt:** Online-Kalkulation und -Konfiguration
   Auf unserer Internet-Seite www.geiger-notes.ag können Sie das besprochene Notizbuch konfigurieren und kalkulieren.

6. **Schritt:** Bestellung
   Alle Kundenwünsche geklärt? Dann kann das Notizbuch bestellt werden.
   Was Sie dabei beachten sollten, steht in unserer Checkliste, auf Seite 34 im Anhang.

TIPP:

In der Kalkulation können Sie durch An- oder Abklicken von Optionen leicht den Preis modifizieren.
Mit der Konfiguration erhalten Sie eine PDF mit der Abbildung des gewünschten Buchs, die Sie an Ihren Kunden weiterleiten können.
Infos und Tipps zu den Online-Services erhalten Sie auf Seite 28-29 im Anhang.

11. LIEFERUNG, VERPACKUNG UND VERSAND

11.1 ÜBER- UND UNTERLIEFERUNG

Wenn Sie mehr oder weniger von Ihrer Ware erhalten, als Sie bestellt haben, ist das manchmal ärgerlich – für uns auch. Leider kommt es in Ausnahmefällen produktionsbedingt bei Druckerzeugnissen zu Über- bzw. Unterlieferungen. Da eine Unterlieferung in der Regel unerwünscht ist und deshalb an den Druckmaschinen nicht zu knapp kalkuliert werden darf, wird in der Regel leicht überliefert.

„Bei Aufträgen mit Druckleistungen bzw. werblicher Individualisierung können Mehr- oder Minderlieferungen bis zu 10 Prozent der bestellten Auflage nicht beanstandet werden."
So oder ähnlich steht es in allen AGBs der Branche, auch bei uns. Aber bei Geiger-Notes gilt

- dass wir uns um eine möglichst punktgenaue Lieferung bemühen,
- die angegebenen 10% so gut wie nie ausgereizt werden, realistisch ist eine abweichende Menge von 3-5 %; bei hohen Auflagen ist die Zahl noch kleiner,
- nur die gelieferte Menge berechnet wird.

11.2 VERPACKUNGEN

Transportverpackungen
Kosten für Standard-Transportverpackungen sind in unserer Frachtkostenpauschale enthalten. Die Tabelle ist auf unserer Webseite und in unserem Netto-Hauptkatalog einsehbar. Abweichende Kosten für Großmengen palettiert erhalten Sie auf Anfrage.
Geiger-Notes setzt speziell für unsere Produkte entwickelte und angepasste hochwertige Verpackungen ein, die Ihre Ware sicher versenden.

Einzelverpackungen (EVP)
Zusätzlich zu unseren Artikeln aus dem Kalender- und Notizbuch-Sortiment können Sie passende Verpackungen für den individuellen Postversand an den Empfänger bestellen, bei Bedarf legen wir die Artikel auch ein.
Die jeweils möglichen Einzelverpackungen werden Ihnen auf den entsprechenden Produktseiten bzw. in der Online-Kalkulation vorgeschlagen.

Optional können die meisten Produkte einzeln oder mehrweise in Folie eingeschweißt werden.

11.3 VERSANDOPTIONEN

Versand
Unsere pauschalen Fracht- und Verpackungskosten sind gewichtsabhängig und in unserem Netto-Hauptkatalog und auf unserer Webseite einsehbar. Die Preise gelten innerhalb Deutschlands, Österreichs, und der Schweiz per Paketdienst oder Spedition, inkl. Standard-Transportverpackung, Transportversicherung und ggf. Paletten-Tauschgebühr.

Bitte sprechen Sie uns für den internationalen Versand an. In dem Fall wird zum Teil eine Handelsrechnung und Zollvollmacht benötigt.

Wir versenden grundsätzlich streng neutral mit Ihrem Absender auf Lieferpapieren und Ware.

Verteilerversand
Für den Versand eines Auftrags an mehrere Empfänger berechnen wir eine separate Gebühr je Anschrift, die den zusätzlichen Handlings-Aufwand deckt. Falls Sie einzelpersonalisierte Artikel, z.B. MagicPix-Produkte über uns versenden, ist diese Gebühr aufgrund der Einzelzuordnung höher.

Tracking
Unsere Online-Services bieten Ihnen die Möglichkeit der Sendungsverfolgung. Nach Anmeldung im Angebots- und Auftragsinfobereich können Sie den Status Ihrer Lieferung einsehen. Weitere Informationen und Erklärungen zu den Online-Services auf Seite 28 im Anhang.

12. WERTE

12.1 NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit vereint für uns sowohl ökonomische, ökologische als auch gesellschaftliche Zusammenhänge. Wir verstehen Nachhaltigkeit als ein Handlungsprinzip, nachdem Ressourcen genutzt, diese gleichzeitig bewahrt werden und uns damit auch in Zukunft zur Verfügung stehen. Das bedeutet ganz konkret für uns:

- **Made in Germany** – wir fertigen alle Artikel an unseren beiden Produktionsstandorten in Mainz-Kastel und in Schwäbisch Hall. So können wir die anhaltend hohe Qualität auch in Zukunft garantieren.
- Für unsere Artikel verwenden wir ausschließlich **Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft**. Der WWF hat in fast 20% der untersuchten Papierprodukte Tropenholz gefunden – und das betrifft nicht nur unbedeutende No-Name-Firmen. Davon distanzieren wir uns ausdrücklich.
- Produktion im Inland bedeutet auch **Arbeitsplätze im Inland**. Im Jahresschnitt beschäftigen wir 200 Mitarbeiter, in der Saison sind es deutlich mehr. Unser Team bringt Kompetenz, Erfahrung, Kontinuität und Ideen zur Weiterentwicklung mit.
- Damit wir auch zukünftig personell gut aufgestellt sind, sorgen wir mit derzeit **über 20 Auszubildenden** im gewerblichen und kaufmännischen Bereich für unser organisches Wachstum.

12.2 PARTNERSCHAFT

Partnerschaft: Hersteller und Vertriebspartner
Als handelstreuer Hersteller bekennen wir uns zu Ihnen als festen Vertriebspartner. Der Distributionsweg über den Handel ist das zentrale Element in unserem Geschäftsmodell und macht Sie damit zu unserem Kunden, während Direktvertriebs-Hersteller auch häufig selbst mit Ihnen in Konkurrenz treten.

Bei den Industriekunden sind Sie Stimme und Ohr und nur durch regelmäßigen Austausch mit Ihnen können wir langfristig Produkte anbieten, die auf dem Markt gefragt sind und benötigt werden.

13. HERSTELLERKENNUNG

Das Produktsicherheitsgesetz legt fest, dass jedes Verbraucherprodukt eine Identifikations- und eine Herstellerkennung inkl. Adressangabe aufweisen muss. So auch Werbeartikel.
Je nach Produkt ist die Herstellerkennung entsprechend dezent angebracht:

- Notizbücher werden hinten auf der Rückseite der Einsteck-tasche markiert.
- Kalender erhalten die Kennung auf dem letzten Kalenderblatt
- Haftnotizprodukte sind mit der Herstellerkennung auf dem Bodenblatt bedruckt. Dabei bieten wir Ihnen 3 Alternativen:
  1. Kennung des Endkunden, also Ihres Kunden
  2. Ihre Kennung
  3. Unsere Kennung

Derjenige, der seine Kennung auf dem Produkt anbringen lässt, ist nach außen hin gesetzlich der alleinige Hersteller.

14. UNSER SERVICE-PAKET

Für Sie geschnürt:
Unser Service-Paket – gratis für Vertriebspartner
Unser Erfolg hängt von uns gemeinsam ab. Als Vertriebspartner sind Sie bei den Industriekunden unser Gesicht und Sie können unsere Produkte besser präsentieren, wenn wir Sie dabei unterstützen. Und das tun wir – durch eine Palette von Tools und Services, die wir immer wieder erweitern und aktualisieren:

Kataloge:
Anfang des Jahres erscheinen die neuen Verkaufsunterlagen. Dazu zählen neben dem Hauptkatalog (2 Versionen mit Netto- bzw. Industriepreise) und sortimentsspezifische Kompaktkataloge.

Verkaufsfördernde Materialien:
Über das Jahr statten wir unsere Vertriebspartner mit immer neuen Ideen und Materialien für ihre tägliche Arbeit aus. Auf sehr positive Resonanz stoßen unser hochwertiger Präsentationskoffer für Notizbücher und unsere Produktmailings, die immer neuen Input bei den Händlern liefern. Auch die anschaulichen Produktsteckbriefe zur Vorbereitung von Kundengesprächen, unser „Argumente"-Newsletter zu Einzelprodukten oder ganzen Sortimentsteilen und die Kundenzeitschrift PerDato stehen hoch im Kurs.

Eigenwerbung:
Als Vertriebspartner für Werbemittel sitzen Sie an der Quelle und wir wollen sichergehen, dass Sie immer hochwertige und attraktive Werbeartikel aus Papier für sich und Ihre Kunden haben. Deshalb bekommen Sie bei uns 30% Rabatt auf Eigenwerbung, auf Neuheiten erhalten Sie in der ersten Jahreshälfte sogar eine Vergünstigung von 50%.

Kontinuierliche Betreuung:
Wir sind für Sie da – unser Team im Außendienst und die Kollegen in den Niederlassungen. Am Telefon, im E-Mail-Kontakt oder persönlich werden Sie von einem festen Team unterstützt.

Schulungen:
Um die Produkte und die Menschen hinter den E-Mails und Telefonaten kennen zu lernen, laden wir die Vertriebspartner jedes Frühjahr zu einem Workshop ein. Hier erhalten Sie Erklärungen zu Produkten, Anregungen für Ihren Verkauf und Einblicke in unsere Produktion „Made in Germany". Natürlich können auch Schulungen außer der Reihe vereinbart werden.

x.press:
Falls es einmal ganz schnell gehen muss und Sie ein Kunde anruft, wenn es eigentlich schon zu spät ist, ist es Zeit für unser x.press-Sortiment. Innerhalb von 3 Arbeitstagen liefern wir individualisierte Kalender, Notizbücher und Haftnotizen.

Frühbestellrabatt:
Bei Bestellungen bis zum 30. Juni erhalten Sie 5% Auftragsrabatt auf die meisten Kalender, inkl. Optionen, Eindruck und Nebenkosten. Die Lieferung erfolgt zu Ihrem Wunschtermin, spätestens jedoch zum 01. September.

15. ONLINE-SERVICES

Digitale Prozesse bieten attraktive und zukunftssichernde Möglichkeiten für die gesamte Werbeartikel-Wirtschaft – für Hersteller und Händler gleichermaßen.

Die Palette der digitalen Möglichkeiten bei Geiger-Notes ist groß:

- Partner-Cockpit: einfache Steuerung Ihrer Aufträge über unser Händlerportal
- Web-to-Print-Editor by Geiger-Notes: neue Umsatzpotentiale für Ihre Industriekunden-Shops
- Online-Kalkulation: mit wenigen Klicks zum individuellen Angebot

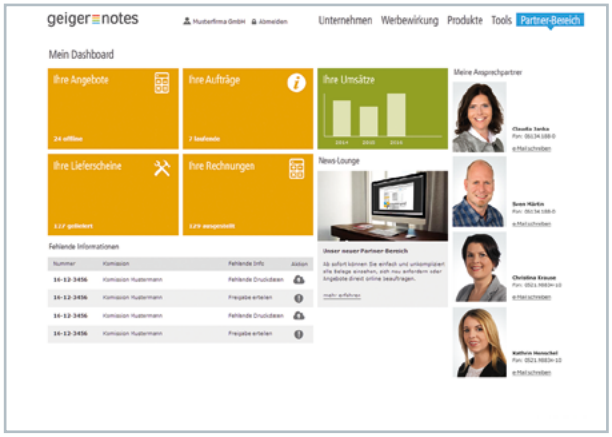
Probieren Sie es aus: Es lohnt sich!

15.1 PARTNER-COCKPIT

Das Service-Portal für alle Vertriebspartner von Geiger-Notes:
Alle Angebote, Aufträge und Lieferungen auf einen Blick. Mit allen relevanten Infos und der Möglichkeit, fehlende Unterlagen direkt online hochzuladen.

So behalten Sie immer den Überblick und können Ihre Aufträge aktiv steuern.

- Alles Wichtige auf einen Blick
- Aufträge erteilen
- Genau sehen, wo Ihr Auftrag gerade steht und wann er ausgeliefert wird
- Versandtracking
- Upload von Druckdaten, Erteilen von Freigaben



15.2 WEB-TO-PRINT-EDITOR BY GEIGER-NOTES

Neuer Umsatz für Fullservice-Händler:
Mit dem Web-to-Print-Tool von Geiger-Notes können Sie Kalender, Notizbücher, Haftnotizen und andere Artikel mit individuellem Werbeeindruck in Ihren Industriekunden-Shop integrieren.

Schnell, einfach und ganz ohne aufwändige Korrekturläufe. Der Industriekunde bleibt dabei in Ihrem Shop-System, gestaltet dort seinen Werbeaufdruck gemäß Corporate Design und gibt ihn direkt online frei.

Die Schnittstelle zum Web-to-Print-Tool wird von Ihnen und uns gemeinsam erstellt. Wir kümmern uns um die Programmierung der Vorlagen nach den individuellen Gestaltungsrichtlinien des Kunden.

- Produkte inklusive individuellem Eindruck in Ihrem Shop
- Mehr Service und Umsatz für Fullservice-Kunden
- Alles in einem Shop und in einem Warenkorb

15.3 ARTIKELDATEN FÜR SHOP UND ERP

Die Cloud macht's möglich:
Vollständige Artikeldaten zeitnah für alle relevanten Systeme bereitzustellen ist eine große Herausforderung.

Dank unserer Artikel-Cloud können Sie alle Produktdaten direkt online einsehen, Ihr individuelles Sortiment zusammenstellen und sich die gewünschten Informationen herunterladen – mit allen Bildern, Datenblättern und vielem mehr.

- Aktuelle Produktinformationen für Online-Shops und Warenwirtschaftssysteme
- Mit Texten, Bildern und zahlreichen Informations-PDFs
- Komfortabel und schnell

15.4 ONLINE-KALKULATION

Ihr individuelles Angebot per Mausklick:
Als Vertriebspartner können Sie auf www.geiger-notes.ag zu jeder Zeit Ihr Angebot online erstellen.

Wählen Sie Ihr gewünschtes Produkt und definieren Sie Auflage, Werbeeindruck sowie weitere Optionen für eine detaillierte Kostenaufstellung.
Sie können zwischen den Netto- und Industriepreisen mit der von Ihnen gewünschten Marge wechseln. Nach Abschluss Ihrer Kalkulation lässt sich das kalkulierte Angebot per Klick als PDF herunterladen.

- Alle Produktinformationen auf einen Blick
- Mit Datenblättern und InDesign-Vorlagen
- Detaillierte Online-Kalkulation mit Netto- und Industriepreisen
- Auch als neutrale Produktdarstellung für Ihre Website

4C-InkJet: Eine Form des Digitaldrucks. Hiermit lassen sich nicht nur viele Materialien und Oberflächen bedrucken, sondern auch dreidimensionale Körper. So können z.B. auch fertige Bücher mit farbigen Bildern, Schriftzügen und Logos bedruckt werden.

Abgesoftete Elemente eines Druckmotivs werden nicht vollfarbig und gestochen scharf dargestellt, sondern erscheinen, als würden sie durch ein Milchglas betrachtet.
Vorteil: Das Papier bleibt beschreibbar, da die Schrift auf der blassen Abbildung lesbar ist.
Anwendungsbeispiel: Ein großflächiges Motiv auf einer Haftnotiz wird abgesoftet.

„Argumente": Newsletter-Reihe von Geiger-Notes, in der Verkaufsvorteile eines speziellen Werbeartikels oder einer ganzen Sortimentsgruppe vorgestellt werden. Ziel: Vorbereitung auf Verkaufsgespräche. Bitte sprechen Sie uns bei Interesse an.

B4-Umschlag: DIN B4 (250 x 353 mm). DIN B und DIN C sind in Europa die verbindlichen Formatreihen für Briefumschläge und Versandtaschen. Die Größe B4 nutzt die Möglichkeit für den Versand als Brief maximal aus und ist daher auch geeignet für postoptimiert gerillte Monatskalender.

Broschur: Flexibler Einband mit Klebebindung, findet z.B. beim Copy-Book von Geiger-Notes Verwendung.

Buchblock: Teil des Buchs, der sich im Einband befindet. Die bedruckten, gefalzten, klebegebundenen oder fadengehefteten und beschnittenen einzelnen Blätter – die Lagen – eines Buchs. Siehe Seite 24, Abbildung (1).

CD: Abk. für **C**orporate **D**esign bzw. Unternehmens-Erscheinungsbild als Teilbereich der Unternehmensidentität (engl. Corporate Identity, CI). Das CD beinhaltet das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens, wozu vorrangig die Gestaltung der Kommunikation (Wort-/Bildmarke), aber auch die Gestaltung der Geschäftspapiere, Verpackungen, Internetauftritte und die Produktgestaltung gehört.

CMYK: Siehe Vierfarbdruck: Eine in allen modernen Druckverfahren angewandte Technik zum Erstellen farbiger Abbildungen. Das Druckbild wird dabei durch subtraktive Farbmischung aus den vier genormten Grundfarben aufgebaut: CMYK – cyan, magenta, yellow und key/black.

Computer to Plate, CTP (deutsch Digitale Druckplattenbelichtung, DDB): Verfahren in der Druckvorstufe, bei dem die Druckplatten vom PC aus direkt im Plattenbelichter bebildert werden. Alternativ: indirekte Bebilderung durch das konventionelle Filmbelichtungsverfahren Computer to Film (CTF) – CTP erspart erhebliche Montage- und Materialkosten und liefert durch direkte bebilderte Druckplatten hochwertigere Druckergebnisse.

Datumsschieber: Auch Datumsweiser, ist standardmäßig im Lieferumfang von Monatskalendern enthalten. Der rechteckige, meist rote Rahmen zur Kennzeichnung des aktuellen Datums ist an einem Streifen aus transparenter, farbloser Folie befestigt, der quer um den Kalender gelegt ist. Rückseitig spannt ein Gummiband den Streifen. Der Datumsschieber ist auch in Sonderfarben erhältlich.

Eckenperforation: Durch das kontinuierliche Heraustrennen der Ecken von Buchkalenderseiten kann der aktuelle Tag, bzw. die aktuelle Woche sofort aufgeschlagen werden.

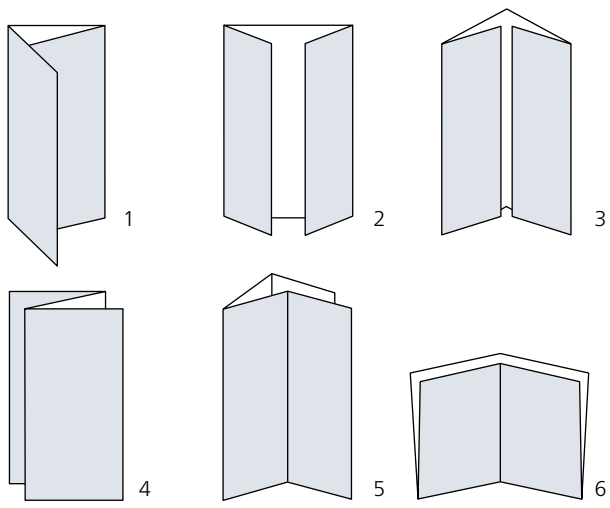
Einbandmaterialien: Bezugsstoffe von Terminkalendern, Notizbüchern, Hybrid-Timern und von Haftnotizprodukten, wie beispielsweise Kombi-Sets. Mehr dazu finden Sie auf Seite 22.

Einstecktasche: Zum Einlegen von Notizzetteln, Visitenkarten o.ä. Die Einstecktasche befindet sich bei Notizbüchern im Format A4, Medium und A5 am Ende des Buchblocks.

Einzelblattdruck (Abk. EBD): Bezeichnet bei Geiger-Notes die Bedruckung jeder Seite eines Notizbuchs, bzw. der Notizseiten eines Hybrid-Timers. Der Einzelblattdruck wird standardmäßig 1- oder 2farbig angeboten. Bei einigen Produkten ist auch ein 4farbiger Einzelblattdruck möglich.

Falz, Falzen ist in der Papiertechnik das Herstellen einer scharfen Knickkante (auch Falzlinie, Falzbruch) bei Papier oder Karton, die mit Hilfe eines Werkzeugs oder einer Maschine erzeugt wird. Wird die Knickkante ohne Werkzeuge erstellt, spricht man von Falten. Beispiele für Falzarten:

1. Wickelfalz
2. Fensterfalz (Altarfalz)
3. Achtseitiger Fensterfalz (Altarfalz)
4. Leporello- oder Zickzackfalz
5. Parallelmittenfalz
6. Kreuzfalz

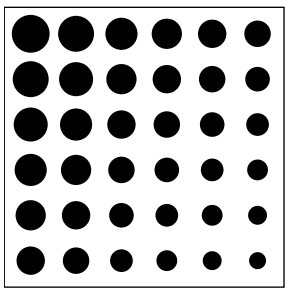


Farbschnitt: bedruckte Kanten des Buchblocks von Notizbüchern, Hybrid-Timern oder Kombi-Sets.
Standard-Farbschnitt: Farbschnitt in einer Standard-Farbe: blau, gelb, grün, orange, rot oder schwarz.
Color-Farbschnitt: Farbschnitt in Wunschfarbe (als CMYK-Ton, nach HKS oder Pantone) oder passend zu einer Gummiband-Farbe. Details: www.geiger-notes.ag/informationsblatt-Color-Farbschnitt.pdf.
Motiv-Farbschnitt: Farbschnitt mit individuellem Motiv auf der langen Buchkante, z.B. Logo, Text oder Bild. Farben, Farbverläufe und detaillose Motive sind auch an den kurzen Seiten sowie den Ecken möglich. Details: www.geiger-notes.ag/informationsblatt-Motiv-Farbschnitt.pdf.

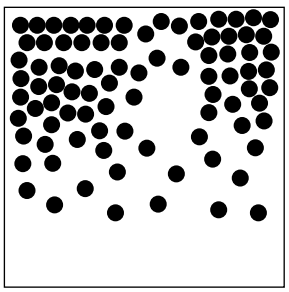
Flexcover: Gegenteil von Hardcover. Bezeichnet die Gruppe der flexiblen Einbände für Notizbücher und Hybrid-Timer.

Fixtermin (auch Eintrefftermin): Im Transportwesen muss die Ware bei einem Fixtermin zu einem vorher definierten Zeitpunkt beim Empfänger eintreffen. Nicht vorher und auch nicht später. Standardmäßig erfolgt die Terminbestätigung bei Geiger-Notes für die „Lieferzeit abgehend".

FM-Raster (frequenzmoduliertes Raster): Zur Bebilderung von Druckplatten werden verschiedene Arten von Rasterrungen verwendet. Hauptsächlich wird zwischen AM- (amplitudenmoduliert) und FM-Raster unterschieden.
Bei der konventionellen, amplitudenmodulierten AM-Rasterung werden die Tonwerte des Originals in kleine Punkte umgewandelt, die in einem festen Gitter angeordnet sind. Je größer die Punkte, desto dunkler die Tonwerte.
Für die frequenzmodulierte FM-Rasterung werden die Tonwerte in sehr kleine Punkte einheitlicher Größe und zufälliger Verteilung umgewandelt. Um dunklere und hellere Tonwerte darzustellen, werden Anzahl und Platzierung der Punkte moduliert: je mehr Punkte desto dunkler. Vorteile der FM-Rasterung: keine sichtbaren Rasterpunkte, fotorealistische Bilder, scharfe Strukturen, weiche Farbverläufe, klare und leuchtende Farben mit feinsten Farbverläufen.



AM-Raster



FM-Raster

Haftkleber: Damit sind u.a. Haftnotizen rückseitig beschichtet. Der Kleber aus kleinen Kügelchen, die auf glatten und sauberen Flächen einen Unterdruck erzeugen, bleibt am Produkt haften und lässt sich rückstandsfrei wieder abziehen.

Haptik, (griech.): Lehre vom Tastsinn. Wird im Sinn von „haptischer Eindruck" verwendet und bezeichnet Empfindungen, die durch das Anfassen von Gegenständen ausgelöst werden.
Für die Produkte von Geiger-Notes spielt vor allem die Haptik von Einbandmaterialien eine wichtige Rolle.
Beispiele: Tivoli-Soft mit samtiger Haptik, Metallica mit Haptik von gebürstetem Stahl.

Hardcover: Auch Deckenband. Gegenteil von Flexcover. Bezeichnet die Gruppe der fest gebundenen Einbände für Buchkalender, Notizbücher, Hybrid-Timer und Kombi-Sets.

Karton: Werkstoff aus mehreren Lagen Papier unterschiedlicher Dicke und teilweise aus unterschiedlichem Material. In der Regel werden die Lagen ohne Einsatz von Klebstoff miteinander verpresst (vergautscht). Die Grammatur von Karton beträgt zwischen 150 und 600 g/m^2, sodass der Werkstoff sowohl in den Bereich der Papiere als auch in den der Pappen reicht.

Klebespur (auch Leimspur): Der mit Haftklebstoff beschichtete Streifen auf der Rückseite einer Haftnotiz.

Kombi-Set: Haftnotizprodukt im Umschlag, das verschiedene Haftnotizen und Marker-Sets miteinander kombiniert. Je nach Produkt variieren Anzahl, Größe und Blattstärke der Blocks, zusätzliche Extras (z.B. Schreibgerät, Notizblock) sind ggf. enthalten.

Kopfklappe: Werbefläche für Einblatt-Monatskalender. Kopfklappen aus Karton werden individuell bedruckt und im Anschluss an das Kalendermodell geheftet. Gängiges Format 300 x 150 mm.

Lieferzeit: Lieferzeiten gelten immer abgehend, wenn nichts anderes vereinbart ist. Sie müssten die Laufzeit von Paketdienst oder Spedition hinzurechnen, wenn Sie mit Ihren Kunden eintreffende Liefertermine kommunizieren.

Marker: Auch Seitenmarker, Haftmarker oder Indexstreifen. Selbstklebende, farbige Papier- oder Folienstreifen, mit denen sich z.B. Markierungen an Buchseiten oder auf Texten anbringen lassen. Marker sind beschreibbar und lassen sich rückstandsfrei wieder abziehen.

Materialmusterbücher: Sammlung aller bei Geiger-Notes verfügbaren Einbandmaterialien zusammengestellt in 3 Musterbüchern: (1) Papier/Natur, (2) Kunstleder, (3) Kunststoff. Gerne senden wir Ihnen diese zur Unterstützung Ihrer Verkaufsgespräche zu. Bitte sprechen Sie uns an.

Mikroperforation: Besonders feine und dadurch unsichtbare Perforation einer Buchseite zum Heraustrennen einzelner Blätter. Mikroperforation als wesentliches Merkmal der Business-Notizbücher von Geiger-Notes.

Monats-Registerstanzung: Zur Unterteilung eines Jahreskalenders in Monate. Bei Buchkalendern an der rechten, bei Tisch-Querkalendern an der unteren Seite ermöglicht die Registerstanzung das sofortige Auffinden eines bestimmten Monats.

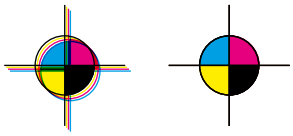
Nachsatz: Doppelblatt, das die letzte Seite des Buchblocks mit dem Buchdeckel verbindet. Üblich bei der Verarbeitung zum Hardcover. Möglichkeit zur individuellen Gestaltung des Vor- und Nachsatzes.

Oberflächenverarbeitung: Durch Beschichtung des Materials mit möglichen vier Folien (gloss, soft, matt, tex) werden Optik und Haptik des Einbands von Terminkalendern, Notizbüchern, Haftnotizen und Kombi-Sets verändert.

Orga-Set: Verschiedenen Organisationshilfen (z.B. Haftnotizen, Filmmarker-Set) auf einem mit Haftklebstoff beschichteten Kartonträger. Durch die selbstklebende Rückseite zum mehrfachen Umplatzieren im Buch oder Kalender geeignet.

Papeterie, (franz.): Papierwaren, Papierwarenhandlung. Papierwaren, die als Einzelstücke meist für den Privatgebrauch bestimmt sind.
Beispiel: Notizbücher, Kartonbögen, Grußkarten, Briefpapier, u.a. erhältlich in Schreibwarenhandlungen.

Passer, Passergenauigkeit: Bezeichnet in der Druckersprache das Übereinanderpassen der einzelnen Farben beim Mehrfarbendruck. Im Vierfarbdruck werden beispielsweise CMYK exakt übereinander gedruckt und ergeben das endgültige Druckbild. Wenn diese vier Farben nicht genau den richtigen Stand zueinander haben, erscheint das Druckbild verschwommen, unscharf oder mit Farbverschiebungen.



Passerfehler passergenau

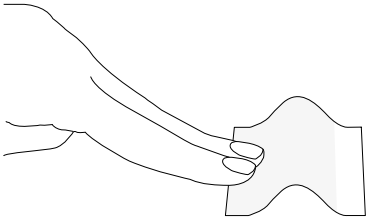
PerDato: Kundenmagazin von Geiger-Notes zur Veröffentlichung von Neuigkeiten im Unternehmen und Neuheiten im Sortiment, das 2-3 Mal im Jahr an Interessenten und Kunden versendet wird.

Produktsteckbriefe: Informationsblätter von Geiger-Notes, die die wichtigsten Informationen, Vorteile und Verkaufsargumente für ein Produkt zusammenfassen. Für Vertriebspartner, aber auch zur Weitergabe an Industriekunden.

Proof: Ein farbverbindlicher Proof, oder auch Prüfdruck, ist eine dem eigentlichen Offsetdruck vorausgehende Simulation eines Druckergebnisses, um ggf. noch Farbkorrekturen an den Druckdaten durchführen zu können. Aufgrund von unterschiedlichen Bedruckstoffen gibt der Proof die Farbigkeit zwar nicht zu 100% wieder, kommt aber sehr nah an das spätere Ergebnis heran. Ein spezielles Proofgerät erstellt den Proof nach festen Regeln und Vorgaben in genormten Parametern und strengen Abweichungstoleranzen und ist die viel kostengünstigere Alternative zu einem Original-Andruck im Offsetdruck.

PSO-Standard: Abk. für ProzessStandard Offsetdruck, beschreibt die industrielle und standardisierte Produktion von Drucksachen. Mit der ISO-Norm ISO 1267-2 wird die Produktion im Offsetdruck von der Datenerzeugung bis zum Druckergebnis qualitativ abgesichert. Normiert sind beispielsweise die Farben (CMYK) auf bestimmten Papieren.

Raupentest: Zur schnellen Feststellung der Klebkraft von Haftnotizen. Nach Aufkleben der Haftnotiz das Papier am unteren Rand mit zwei Fingern nach vorn Richtung Klebespur schieben. Es entsteht ein Papierbogen, die „Raupe". Qualitätshaftnotizen lösen sich auch in dieser Position nicht von der Fläche ab.



RIP – Raster Image Processor (deutsch Rastergrafikprozessor): Komponente im Druckprozess. Der RIP ist eine spezielle Software, die spezifische Daten einer höheren Seitenbeschreibungssprache, z.B. PDF, in einer Rastergrafik umrechnet, um diese anschließend auf einem Drucker auszugeben. In der Druckvorstufe werden die Daten nach der Anpassung an eine CTP (Computer to Plate)-Anlage gesendet, um eine Druckplatte nach der Vorlage direkt zu erstellen.

Runde Ecken: Abrundung von Buchdecke und Buchblock als Element der Design-Ausführung von Notizbüchern und Hybrid-Timern.

Sonderfarbe: Farbe die nicht aus den Farben des Vierfarbdrucks (CMYK) erzeugt werden kann, sondern als 5. Farbe im Druck verwendet wird und extra gekauft oder angemischt werden muss.

Thermoreaktivität (auch Thermoeffekt oder Ton-in-Ton-Effekt): Durch die Hitze der Blindprägung verfärbt sich das Kunstleder des Einbands und es entsteht eine besonders attraktive und dreidimensional wirkende Prägung.

Typenrad: Bestandteil der Maschine für Einzelnamensprägung. Auf dem sich drehenden Rad befindet sich ein Zeichensatz mit separaten Buchstaben-Stempeln (Schriftart Compatil Fact LT) in drei verschiedenen Zeichengrößen (12, 20, 36 Punkt). Die Funktionsweise ist ähnlich der einer mechanischen Schreibmaschine. Von einem PC wird eine Textinformation an die Maschine übermittelt. Das rotierende Typenrad drückt nacheinander die entsprechenden Buchstaben in der gewünschten Größe auf den Bedruckstoff (z.B. ein Notizbuch). Zwischen dem Rad und dem Bedruckstoff liegt eine farbige Folie (gold, silber, schwarz). Mittels Druck und Hitze werden die Farbpigmente an das darunterliegende Material übertragen.

Typografie, (griech.): Schlag, Abdruck, Figur. Bezeichnet ursprünglich die Kunst und das Handwerk des Druckens, bei dem Texte aus beweglichen Lettern (Typen) zusammengesetzt sind, in Abgrenzung zur Handschrift.
Heute bezeichnet Typografie vor allem die Gestaltung eines Layouts und den Entwurf von Satzschriften. Die Detailtypografie ist die Gestaltung der Feinheiten des Schriftsatzes: die Schriftart, die Laufweite (Buchstaben und Zeichenabstände) und die orthotypografisch korrekte Zeichensetzung.

UV-Offsetdruck: Eine Sonderform des Offsetdrucks, der eine spezielle Ausstattung an Druckmaschinen voraussetzt. Vorteile sind eine schnelle Trocknung der Druckbogen sowie beste Matt- und Glanzeffekte, die erzielt werden können. Wir verwenden den UV-Offsetdruck für unsere Haftnotiz-Produkte.

Vorsatz: Doppelblatt, das den Buchdeckel mit der ersten Seite des Buchblocks verbindet. Üblich bei der Verarbeitung zum Hardcover. Möglichkeit zur individuellen Gestaltung des Vor- und Nachsatzes.

Vierfarbdruck: Eine in allen modernen Druckverfahren angewandte Technik zum Erstellen farbiger Abbildungen. Das Druckbild wird dabei durch subtraktive Farbmischung aus den vier genormten Grundfarben aufgebaut: CMYK – Cyan, Magenta, Yellow und Key/Black.

Wattierung: Im Gegensatz zu Notizbüchern haben Terminkalender in der Regel eine wattierte Decke, d.h. in den Einband ist eine spezielle Schaumstoffschicht integriert, die einen weicheren Griff hervorruft.

Werbeseiten: Zusatzblätter mit Werbedrucken, die in Buchkalender oder Notizbücher eingebunden werden. Werbeseiten werden meist am Buchanfang platziert.

Winkelkaro: Standard-Inhaltsvariante von Notizbüchern. Winkelkaro als wesentliches Merkmal der Business-Notizbücher von Geiger-Notes. Neben Winkelkaro können Notizseiten auch mit Punktraster, Standardkaro oder Linien bedruckt werden, blanko sein oder durch Einzelblattdruck individuell gestaltet werden.

Wire-O-Bindung, (auch Drahtkammbindung): Eine der populärsten Buchbindemethoden mit dem Vorteil, dass man ein drahtkammgebundenes Buch flach auf den Tisch legen kann und es dabei offen liegen bleibt. Einzelblätter können um 360 Grad umgeschlagen werden. Verwendung für Notizbücher, Terminkalender und Monatskalender.

WELCHE INFORMATIONEN SIND FÜR EINE BESTELLUNG WICHTIG?

Bestellung liegt vor

Artikel
- Artikelbezeichnung gemäß Produktprogramm
- Ausführung gemäß Produktprogramm.
  Hierzu gehört z.B.
  - » Einbandmaterial
  - » Bei Einbänden mit mehreren Veredelungsmöglichkeiten (z.B. gloss oder matt) die gewünschte Oberfläche
  - » Einbandfarbe
  - » Format
  - » Kalendarium (Sprache, Farbigkeit) bei Kalendern
  - » Blattanzahl bei Haftnotizen

Optionen/Einzelverpackungen
- Für viele Artikel gibt es Optionen und Einzelverpackungen gegen Mehrpreis.
  Bitte definieren Sie diese genau und beachten Sie die Mindestmengen.
- Welche Option für welches Produkt angeboten wird, können Sie unserem Hauptkatalog entnehmen.

Auflage
- Welche Auflage möchten Sie bestellen?
- Bitte beachten Sie die Mindestmengen und halten Sie bei Haftnotizen die Staffelmengen ein.
- Wir drucken gerne auch mehrere Sorten für Sie; beachten Sie hierbei bitte die Kosten für die Druckmotivwechsel.
- Wenn Sie Belegmuster wünschen, geben Sie dies bitte mit an.

Werbeanbringung/Druckdaten
- Welche Art der Werbeanbringung wünschen Sie (z.B. Prägung oder 4C-Quality Digital)?
- In welcher Farbe?
- Stellen Sie uns neue Druckdaten oder übernehmen wir Druckdaten aus einem vorangegangenen Auftrag?
- Benötigen Sie eine Druckfreigabe per PDF, einen Proof oder einen Andruck?
- Welche Möglichkeiten es bei welchem Druckverfahren gibt, entnehmen Sie bitte Kapitel 7 in unserem Hauptkatalog.
- Bitte legen Sie die Daten gemäß Datenblatt an. Sie finden diese Datenblätter bei jedem Produkt zum Download auf der Website oder wir senden Sie Ihnen gerne per E-Mail.

Lieferung
- Zu welchem Liefertermin wird die Ware benötigt?
- An welche Adresse dürfen wir liefern? (Wir versenden neutral mit Ihnen als Absender.)
- Ein Verteilerversand ist gegen Aufpreis möglich, ebenso Lieferung Frei Verwendungsstelle.
- Bei Lieferung in Drittländer denken Sie bitte an eine Proforma-Rechnung.

Außerdem wichtig für uns
- Wurde bereits ein Angebot erstellt? Dann nennen Sie uns bitte die Angebotsnummer.
- Handelt es sich um einen Nachdruck oder einen Folgeauftrag? Dann nennen Sie uns bitte die Auftragsnummer.

Noch ein Hinweis
- Falls Sie auf Basis eines Angebots bestellen, prüfen Sie bitte noch einmal, ob alle relevanten Informationen enthalten sind. Oft stehen in der Angebotsphase noch nicht alle Details fest oder es werden mehrere Alternativen angeboten.

TIPP:

Herstellerkennung
Das Produktsicherheitsgesetzt §6 verlangt, dass jedes Verbraucherprodukt mit einer zustellfähigen Adresse gekennzeichnet ist. Bei Kalendern und Notizbüchern ist diese Adresse klein und unauffällig in das Kalendarium bzw. den Notizblock integriert. Bei Haftnotizen muss die Anschrift auf das Bodenblatt oder den Umschlag gedruckt werden. Welche Möglichkeiten es für einen Artikel gibt, verraten Ihnen die Datenblätter.