member

AUSBILDUNG KAUFMANN/-FRAU FÜR MARKETINGKOMMUNIKATION

# Produktion

Printproduktion, Farben und Dateiformate, Druckverfahren und Papier, Videoproduktion, Qualitätsmanagement.

19 Themen | 2 Rechenthemen | Prüfungsbereich 2

# Prod

Ausbildungsinhalte

**Pascal Wartner**
marketingmember.me
Stand September 2026

# Bevor du loslegst

Dieses PDF sammelt alle 19 Beiträge aus dem Fach Produktion (Prod) an einem Ort. Die Inhalte sind dieselben wie auf der Website, nur zum Ausdrucken, Markieren und offline Lernen aufbereitet.

## So nutzt du das PDF

- Das Inhaltsverzeichnis und die Lesezeichen links im PDF-Reader springen direkt zum Thema.
- Themen mit dem Hinweis **Rechnen** enthalten Rechenwege, die in der Prüfung vorkommen. Rechne die Beispiele einmal selbst nach, bevor du die Lösung liest.
- Jedes Thema endet mit häufigen Fragen. Decke die Antworten ab und beantworte sie zuerst selbst. Sich selbst abzufragen bringt beim Lernen nachweislich mehr als erneutes Lesen (Dunlosky u. a., 2013).
- Verweise auf Themen aus anderen Fächern führen auf die Website.

## Woher die Inhalte kommen

Ich habe die Ausbildung selbst gemacht, auf zwei Jahre verkürzt und im August 2026 abgeschlossen. Grundlage ist die Prüfungszusammenfassung eines Klassenkameraden, die ich mit seiner Erlaubnis als Gerüst nutzen durfte. Jeder Beitrag ist neu geschrieben, mit eigenen Beispielen versehen und gegen aktuelle Quellen geprüft. Wo die Vorlage veraltet oder falsch war, steht im Beitrag eine Richtigstellung.

## Kostenlos und zum Weitergeben

Das PDF ist kostenlos. Du darfst es unverändert an Mitschüler, Kollegen oder Ausbilder weitergeben. Die aktuelle Fassung findest du immer unter marketingmember.me/lernen/ausbildung-marketingkommunikation/.

# Inhalt


| | | | |
|---|---|---|---|
| 01 | Printproduktion: Vom Scribble bis zur Druckfreigabe | | 4 |
| 02 | RGB und CMYK: Additive und subtraktive Farbmischung | | 6 |
| 03 | Farbsysteme: Pantone, HKS, RAL und NCS im Vergleich | | 8 |
| 04 | Raster- und Vektorgrafiken: Unterschied und Auflösung | | 10 |
| 05 | Dateiformate im Überblick: JPEG, PNG, TIFF, SVG, PDF und Co. | | 12 |
| 06 | Druckverfahren: Offset, Digital, Tief-, Hoch- und Siebdruck | | 14 |
| 07 | Papier: Grammatur, Papiersorten und Opazität | | 16 |
| 08 | DIN-Formate und Briefumschläge: A4, DIN lang, C6 und Co. | | 18 |
| 09 | Papiergewicht berechnen: Passt der Brief noch ins Porto? | RECHNEN | 20 |
| 10 | Druckdaten richtig anlegen: Beschnitt, Auflösung, Farbraum | | 22 |
| 11 | Druckveredelung: Stanzen, Prägen, Kaschieren, Lackieren | | 24 |
| 12 | Falzarten, Rillen und Nuten: Weiterverarbeitung im Überblick | | 26 |
| 13 | Videoproduktion: Exposé, Treatment, Drehbuch, Storyboard | | 28 |
| 14 | Dienstleister auswählen: Angebote vergleichen mit der Nutzwertanalyse | RECHNEN | 30 |
| 15 | Qualitätsmanagement: Planung, Lenkung, Prüfung, Zertifizierung | | 32 |
| 16 | TQM und KVP: Qualität als Aufgabe aller | | 34 |
| 17 | Trustelemente: Bewertungen, Gütesiegel und Testurteile | | 36 |
| 18 | Daten austauschen: Cloud, SFTP und Kollaborationstools | | 38 |
| 19 | Datensicherung: Backups, Verschlüsselung und Virenschutz | | 40 |

# Printproduktion: Vom Scribble bis zur Druckfreigabe

Scribble, Rough, Reinzeichnung, Proof: Die Schritte einer Printproduktion in der richtigen Reihenfolge, und wer wann was freigibt.

---

Ein Flyer, eine Broschüre, ein Plakat: Bevor gedruckt wird, durchläuft jedes Printprodukt dieselben Stationen. In der Prüfung wird die Reihenfolge abgefragt, im Job kostet eine übersprungene Station Geld, zum Beispiel wenn nach dem Druck ein Tippfehler auffällt.

## Satz und Layout

- **Layout** ist die Gestaltung einer Seite: wo Bild, Text, Logo und Weißraum stehen.
- **Satz** ist der Arbeitsschritt, der aus Text, Bildern und Grafiken eine druckfertige Vorlage macht, heute meist in Programmen wie Adobe InDesign.

## Die Stationen

1. **Scribble:** schnelle Skizze zur Ideenfindung, oft von Hand.
2. **Rough:** Rohentwurf mit Format, Raster und grober Aufteilung der wichtigsten Elemente. Damit lassen sich Varianten mit dem Kunden besprechen.
3. **Reinzeichnung:** Texte und Bilder stehen fest, das Layout wird exakt ausgearbeitet.
4. **Druck-PDF:** Die verbindliche Druckvorlage geht als PDF an die Druckerei.
5. **Proof oder Andruck:** Ein Proof ist ein farbverbindlicher Probedruck, der das Ergebnis simuliert. Ein Andruck ist ein echter Probedruck auf der Druckmaschine, teurer, aber am nächsten am Endprodukt.
6. **Druckfreigabe:** Der Kunde bestätigt schriftlich, dass gedruckt werden darf.

### WARUM DIE FREIGABE SO WICHTIG IST

- Mit der Druckfreigabe geht die Verantwortung für den Inhalt auf den Kunden über.
- Fehler, die im freigegebenen PDF stehen, landen im Druck. Die Kosten für einen Neudruck trägt dann meist, wer freigegeben hat.
- Deshalb die Freigabe immer schriftlich einholen, am besten auf das finale PDF bezogen.

## Womit gearbeitet wird

Für die Gestaltung sind in Agenturen vor allem Adobe InDesign (Satz), Illustrator (Vektorgrafiken, Logos) und Photoshop (Bildbearbeitung) üblich. Einfachere Unterlagen entstehen auch in Word oder PowerPoint.

## Häufige Fragen

**Was ist der Unterschied zwischen Scribble und Rough?**

Das Scribble ist eine grobe Ideenskizze. Das Rough ist schon ein Entwurf mit Format und Aufteilung, mit dem man Varianten beurteilen kann.

**Was ist der Unterschied zwischen Proof und Andruck?**

Ein Proof simuliert das Druckergebnis auf einem speziellen Drucker. Ein Andruck ist ein echter Probedruck auf der Druckmaschine und entsprechend teurer.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/printproduktion-ablauf/

# RGB und CMYK: Additive und subtraktive Farbmischung

Bildschirm oder Papier? Warum Farben im Druck anders aussehen als am Monitor, und welcher Farbraum wofür gedacht ist.

---

Das Grün im Logo leuchtet am Bildschirm und wirkt im Druck plötzlich stumpf. Der Grund ist fast immer derselbe: Bildschirm und Druck mischen Farben auf völlig unterschiedliche Weise.

## RGB: Farben aus Licht

- Grundfarben: Rot, Grün, Blau.
- **Additive Farbmischung:** Farbiges Licht wird übereinandergelegt. Je mehr Licht dazukommt, desto heller wird es. Alle drei voll ergeben Weiß.
- Einsatz: alles, was auf Bildschirmen erscheint, also Website, Social Media, Präsentationen, Video.

## CMYK: Farben aus Druckfarbe

- Grundfarben: Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz, das als „Key" das K im Namen stellt.
- **Subtraktive Farbmischung:** Druckfarben schlucken Teile des Lichts. Je mehr Farbe übereinanderliegt, desto dunkler wird es.
- Einsatz: Vierfarbdruck, also Flyer, Broschüren, Plakate, Verpackungen.

| | RGB | CMYK |
|---|---|---|
| **Mischung** | Additiv (Licht) | Subtraktiv (Farbe) |
| **Alle Farben voll** | Weiß | Theoretisch Schwarz, praktisch ein dunkles Braun, deshalb gibt es K |
| **Medium** | Bildschirm | Druck |
| **Farbumfang** | Größer, besonders leuchtende Töne | Kleiner |

## Was beim Umwandeln passiert

RGB kann Farben darstellen, die sich mit vier Druckfarben nicht erzeugen lassen, vor allem sehr leuchtende Grün-, Blau- und Orangetöne. Beim Umwandeln nach CMYK werden sie durch den nächstmöglichen Ton ersetzt und wirken matter. Für Logos mit kritischen Farben arbeitet man deshalb oft mit Sonderfarben wie Pantone oder HKS.

FÜR DIE PRAXIS

- Druckdaten immer in CMYK anlegen oder rechtzeitig umwandeln und prüfen.
- Für jede Markenfarbe einmal festlegen: RGB- oder Hex-Wert für digital, CMYK-Wert und ggf. Sonderfarbe für Print.
- Farbverbindlich ist nur ein Proof, nicht der eigene Bildschirm.

## Häufige Fragen

**Wofür steht das K in CMYK?**

Für „Key“, die Schlüsselfarbe Schwarz. Sie sorgt für echte Tiefe und scharfe Texte, weil die drei Buntfarben zusammen kein sattes Schwarz ergeben.

**Warum sieht mein Druck anders aus als am Bildschirm?**

Der Bildschirm leuchtet selbst und arbeitet mit RGB, Papier reflektiert Licht und wird mit CMYK bedruckt. Der druckbare Farbraum ist kleiner, besonders leuchtende Töne werden matter.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/rgb-und-cmyk/

# Farbsysteme: Pantone, HKS, RAL und NCS im Vergleich

Vier Farbsysteme, vier Einsatzgebiete: Welches System im Druck, im Messebau oder in der Architektur üblich ist, und wie man die Farbnummern liest.

CMYK mischt Farben aus vier Grundfarben. Für Logos und Markenfarben reicht das oft nicht, weil die Farbe auf jeder Druckmaschine etwas anders ausfällt. Farbsysteme legen eine Farbe verbindlich fest, meist als eigene, fertig gemischte Druckfarbe, eine sogenannte Sonder- oder Volltonfarbe.

## Die vier Systeme

| SYSTEM | VERBREITUNG | EINSATZ | BEISPIEL FÜR EINE BEZEICHNUNG |
|---|---|---|---|
| **Pantone** | International | Druck, Grafik, Mode, Produktdesign | PANTONE 186 C |
| **HKS** | Europa, vor allem deutschsprachiger Raum | Druck und Grafik | HKS 43 K |
| **RAL** | International, Schwerpunkt Deutschland | Lacke, Industrie, Fahrzeuge, Messebau, Beschilderung | RAL 3020 Verkehrsrot |
| **NCS** | Europa, vor allem Skandinavien | Architektur, Innenraum, Design | S 1050-Y90R |

## Die Bezeichnungen lesen

- **Pantone:** Nummer plus Buchstabe für das Papier. C steht für gestrichenes (coated), U für ungestrichenes Papier (uncoated). Dieselbe Farbe sieht auf beiden Papieren unterschiedlich aus.
- **HKS:** 88 Basisfarben, der Buchstabe steht ebenfalls für den Bedruckstoff, etwa K für Kunstdruckpapier und N für Naturpapier.
- **RAL:** vierstellige Nummer, die erste Ziffer steht für die Farbgruppe, zum Beispiel 3 für Rot. Dazu kommt oft ein Name.
- **NCS:** beschreibt, wie ein Mensch die Farbe wahrnimmt. „S 1050-Y90R“ heißt: 10 % Schwarzanteil, 50 % Buntheit, Farbton Gelb mit 90 % Rot.

FÜR DIE PRAXIS

- Für das Logo auf Visitenkarte und Briefpapier eine Sonderfarbe festlegen, dann stimmt sie bei jedem Nachdruck.
- Für Messestand, Schilder oder Fahrzeugbeklebung zusätzlich einen RAL-Ton angeben.
- Farbangaben immer im Styleguide sammeln: Hex, RGB, CMYK, Pantone oder HKS und RAL.

## Häufige Fragen

**Was ist eine Volltonfarbe?**

Eine Druckfarbe, die fertig gemischt geliefert und als eigene Farbe gedruckt wird, statt aus den vier CMYK-Farben zusammengesetzt zu werden. Sie ist dadurch besonders farbtreu.

**Warum braucht man Pantone oder HKS, wenn es CMYK gibt?**

Weil CMYK-Mischungen je nach Maschine und Papier schwanken und manche Farben gar nicht erreichen. Eine Sonderfarbe sieht bei jedem Druck gleich aus.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/farbsysteme-pantone-hks-ral-ncs/

# Raster- und Vektorgrafiken: Unterschied und Auflösung

Warum ein Logo auf dem Plakat pixelig wird und wie viele Pixel ein Bild für den Druck braucht. Mit Rechnung für die Auflösung.

---

Ein Logo sieht auf der Website gut aus und wird auf dem Messebanner zu einem Treppchenmuster. Schuld ist der Dateityp. Grafiken gibt es in zwei grundverschiedenen Formen.

## Rastergrafiken

Rastergrafiken, auch Pixelgrafiken, bestehen aus vielen kleinen Bildpunkten, den Pixeln. Jeder Pixel hat eine Farbe. Fotos sind immer Rastergrafiken. Vergrößert man sie zu stark, werden die einzelnen Pixel sichtbar.

## Vektorgrafiken

Vektorgrafiken speichern mathematische Beschreibungen von Linien, Kurven und Flächen, also keine einzelnen Punkte. Sie lassen sich beliebig vergrößern, ohne unscharf zu werden, und sind meist kleiner als Rastergrafiken. Logos, Icons und Illustrationen sollten deshalb immer als Vektor vorliegen.

| | RASTERGRAFIK | VEKTORGRAFIK |
|---|---|---|
| **Aufbau** | Pixel | Linien, Kurven, Flächen |
| **Vergrößern** | Wird unscharf | Verlustfrei |
| **Typisch für** | Fotos | Logos, Icons, Illustrationen |
| **Formate** | JPEG, PNG, TIFF, GIF | SVG, EPS, AI, PDF |
| **Programme** | Photoshop | Illustrator |

## Auflösung für den Druck

Für den Druck braucht ein Bild meist **300 dpi** (dots per inch) in der Größe, in der es gedruckt wird. Ein Inch sind 2,54 cm.

> **Benötigte Pixel = Druckgröße in cm ÷ 2,54 × 300**

**Beispiel:** Ein Foto soll randlos auf eine DIN-A4-Seite (21 × 29,7 cm). Es braucht 21 ÷ 2,54 × 300 = 2480 Pixel in der Breite und 3508 Pixel in der Höhe.

Umgekehrt: Ein Foto mit 3.000 Pixeln Breite lässt sich bei 300 dpi höchstens 3.000 ÷ 300 × 2,54 = 25,4 cm breit drucken.

Großformate wie Plakate oder Banner werden aus größerem Abstand betrachtet und kommen deshalb mit weniger dpi aus. Die Druckerei gibt dafür eigene Werte vor.

## Häufige Fragen

**Kann man eine Rastergrafik in eine Vektorgrafik umwandeln?**

Nur eingeschränkt. Programme können Umrisse nachzeichnen, bei Logos ist das Ergebnis aber oft ungenau. Sauberer ist es, das Logo als Vektor neu anzulegen.

**Wie viel dpi braucht ein Bild für den Druck?**

In der Regel 300 dpi in der tatsächlichen Druckgröße. Für große Formate, die aus der Ferne betrachtet werden, reicht oft weniger.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/raster-und-vektorgrafiken/

# Dateiformate im Überblick: JPEG, PNG, TIFF, SVG, PDF und Co.

Welches Format für Website, Druck, Logo oder Textdokument? Die wichtigsten Bild- und Textformate mit ihren Stärken und Grenzen.

Der Kunde schickt das Logo als JPEG, die Druckerei will ein PDF, und die Website braucht ein PNG mit transparentem Hintergrund. Wer die Formate kennt, spart sich viele Rückfragen.

## Bildformate

| FORMAT | ART | STÄRKEN | EINSATZ |
|---|---|---|---|
| **JPEG** | Raster | Kleine Dateien, verlustbehaftete Kompression, keine Transparenz | Fotos im Web |
| **PNG** | Raster | Verlustfreie Kompression, Transparenz möglich | Grafiken, Screenshots, Logos im Web |
| **GIF** | Raster | Nur 256 Farben, Animation möglich | Einfache Animationen |
| **TIFF** | Raster | Verlustfrei, hohe Qualität, große Dateien | Fotos für den hochwertigen Druck |
| **WebP** | Raster | Deutlich kleiner als JPEG und PNG, Transparenz möglich | Bilder auf Websites |
| **SVG** | Vektor | Beliebig skalierbar, sehr klein | Logos und Icons im Web |
| **EPS** | Vektor | Älterer Standard für Vektorgrafiken | Logos für Druck und Austausch |
| **PDF** | Beides | Plattformunabhängig, originalgetreu, Schriften eingebettet | Druckdaten, Dokumente zum Versand |

## Textformate

| FORMAT | PROGRAMM | INHALT |
|---|---|---|
| **DOCX** | Microsoft Word | Text mit Formatierung, Bildern, Tabellen |
| **TXT** | Jeder Texteditor | Nur reiner Text ohne Formatierung |
| **RTF** | Viele Programme | Text mit einfacher Formatierung, gut für den Austausch |
| **XLSX** | Microsoft Excel | Tabellen, Formeln, Diagramme |
| **PPTX** | Microsoft PowerPoint | Folien mit Text, Bild, Video, Ton |
| **ODT** | LibreOffice, OpenOffice | Offenes Format für formatierte Texte |

Die älteren Endungen DOC, XLS und PPT stammen aus Office-Versionen vor 2007. Die heutigen Formate haben ein X am Ende.

KURZ GEMERKT

- Foto fürs Web: JPEG oder WebP.
- Grafik mit Transparenz fürs Web: PNG oder SVG.
- Logo: immer als Vektor, also SVG, EPS oder PDF, aufbewahren.
- Druckdaten: PDF.

### Häufige Fragen

**Welches Format ist das beste für Druckdaten?**

PDF, am besten nach einem Druckstandard wie PDF/X exportiert. Es enthält Schriften, Bilder und Farbinformationen und sieht auf jedem Rechner gleich aus.

**Warum hat JPEG keinen transparenten Hintergrund?**

Das Format unterstützt keine Transparenz. Für freigestellte Logos oder Grafiken im Web nimmt man PNG, WebP oder SVG.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/dateiformate-bild-und-text/

# Druckverfahren: Offset, Digital, Tief-, Hoch- und Siebdruck

Welches Druckverfahren passt zu welcher Auflage und welchem Material? Die vier Grundprinzipien und der Digitaldruck im Überblick.

Ob 200 Einladungen, 20.000 Flyer oder eine Million Kataloge: Für jede Auflage gibt es ein Verfahren, das sich wirtschaftlich lohnt. Die klassischen Verfahren unterscheiden sich danach, wie die druckenden Stellen auf der Druckform liegen.

## Die vier Prinzipien

| PRINZIP | VERFAHREN | SO FUNKTIONIERT ES | TYPISCHE PRODUKTE |
|---|---|---|---|
| **Hochdruck** | Flexodruck, Buchdruck | Die druckenden Stellen liegen erhöht wie bei einem Stempel. | Verpackungen, Etiketten, Tüten |
| **Flachdruck** | Offsetdruck | Druckende und nicht druckende Stellen liegen auf einer Ebene. Wasser und Farbe stoßen sich ab, die Farbe geht über ein Gummituch aufs Papier. | Flyer, Broschüren, Kataloge, Zeitungen |
| **Tiefdruck** | Rakeltiefdruck | Die Farbe sitzt in kleinen Vertiefungen eines Zylinders, überschüssige Farbe wird abgestreift. | Zeitschriften, Kataloge, Verpackungen in sehr hoher Auflage |
| **Durchdruck** | Siebdruck | Farbe wird mit einer Rakel durch ein feines Gewebe gedrückt, abgedeckte Stellen bleiben frei. | Textilien, Schilder, Glas, Kunststoff |

## Offset: Bogen oder Rolle

- **Bogenoffset** druckt auf einzelne Bogen. Er lohnt sich für kleine bis mittlere Auflagen und bietet hohe Qualität.
- **Rollenoffset** druckt von der Papierrolle und ist für hohe Auflagen gemacht, etwa Zeitungen, Beilagen und Kataloge.

## Digitaldruck

Beim Digitaldruck gehen die Daten direkt vom Rechner an die Maschine, eine Druckform gibt es nicht. Das macht ihn für kleine Auflagen günstig und erlaubt Personalisierung: Jedes Exemplar kann einen anderen Namen oder Code tragen. Pro Stück ist er bei großen Auflagen teurer als Offset.

GROBE ORIENTIERUNG

- Wenige bis einige hundert Stück, personalisiert: Digitaldruck.
- Hunderte bis zehntausende Stück: Bogenoffset.
- Sehr hohe Auflagen: Rollenoffset oder Tiefdruck.
- Ungewöhnliche Materialien wie Stoff oder Glas: Siebdruck.
- Wo genau die Grenzen liegen, hängt von Format, Papier und Druckerei ab.

## Häufige Fragen

**Warum ist Offsetdruck bei kleinen Auflagen teuer?**

Weil für jede Farbe eine Druckplatte hergestellt und die Maschine eingerichtet werden muss. Diese Fixkosten verteilen sich erst bei größeren Auflagen.

**Welches Verfahren eignet sich für T-Shirts?**

Klassisch der Siebdruck, bei kleinen Stückzahlen oder vielen Farben auch digitale Verfahren wie der Direktdruck auf Textil.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/druckverfahren/

# Papier: Grammatur, Papiersorten und Opazität

Wie schwer darf ein Flyer sein, welches Papier eignet sich für Kataloge, und warum scheint die Rückseite durch? Papierwissen für Printprojekte.

Das Papier entscheidet, wie ein Druckprodukt wirkt, bevor jemand ein Wort gelesen hat. Ein dicker, matter Flyer fühlt sich hochwertig an, ein dünnes Glanzpapier eher nach Werbebeilage. Dazu kommen ganz praktische Fragen wie das Porto.

## Holzhaltig oder holzfrei

- **Holzhaltiges Papier** enthält Holzschliff. Es ist günstig, vergilbt aber schnell. Typisch für Zeitungen.
- **Holzfreies Papier** wird aus Zellstoff hergestellt, der chemisch aus Holz gewonnen wird. Es ist weißer und alterungsbeständiger. „Holzfrei“ heißt also nicht, dass kein Holz verwendet wurde.

## Grammatur

Die Grammatur gibt an, wie viel ein Quadratmeter Papier wiegt, in g/m². Normales Kopierpapier hat 80 g/m².

| BEZEICHNUNG | GRAMMATUR | TYPISCHER EINSATZ |
|---|---|---|
| **Leichte Papiere** | bis ca. 60 g/m² | Zeitungen, Beipackzettel |
| **Normale Papiere** | ca. 60 bis 120 g/m² | Briefpapier, Kopierpapier, Innenseiten |
| **Schwere Papiere** | ca. 120 bis 150 g/m² | Flyer, Broschüren |
| **Karton** | ab ca. 150 g/m² | Umschläge, Postkarten, Visitenkarten |

Ab wann Papier Karton heißt, wird unterschiedlich angegeben. Für die Prüfung gilt die Einteilung aus dem Unterricht.

## Papiersorten

| SORTE | EIGENSCHAFTEN | EINSATZ |
|---|---|---|
| **Bilderdruckpapier** | Beidseitig gestrichen, glänzend oder matt | Kataloge, Broschüren, Flyer mit vielen Bildern |
| **Kunstdruckpapier** | Hochwertig gestrichen, sehr weiß | Kunstbände, hochwertige Bildwiedergabe |
| **Offsetpapier** | Ungestrichen, gut beschreibbar | Briefpapier, Umschläge, Formulare |
| **Affichenpapier** | Wetterfest geleimt | Plakate für Litfaßsäulen und Plakatwände |
| **Büttenpapier** | Unregelmäßiger Rand, edle Anmutung | Urkunden, Einladungen |
| **Hadernpapier** | Aus Baumwolle oder Leinen, sehr langlebig | Dokumente, Banknoten |

## Opazität

Die Opazität beschreibt, wie lichtundurchlässig ein Papier ist. Je höher sie ist, desto weniger scheint die Rückseite durch. Wichtig bei beidseitig bedruckten Produkten mit dünnem Papier.

### Häufige Fragen

**Was bedeutet 135 g/m²?**

Ein Quadratmeter dieses Papiers wiegt 135 Gramm. Das ist eine typische Grammatur für Flyer.

**Was ist der Unterschied zwischen gestrichenem und ungestrichenem Papier?**

Gestrichenes Papier hat eine glatte Beschichtung, auf der Farben brillanter wirken. Ungestrichenes Papier ist offener, lässt sich besser beschreiben und wirkt natürlicher.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/papier-grammatur-papiersorten/

# DIN-Formate und Briefumschläge: A4, DIN lang, C6 und Co.

Warum A4 genau 21 × 29,7 cm misst, welches Format bei jedem Halbieren entsteht und welcher Umschlag zu welchem Papier passt.

Flyer in DIN lang, Anschreiben in A4, Umschlag in C6: In der Printproduktion und in Papiergewichts-Aufgaben kommen ständig Formate vor. Mit einem Prinzip kannst du dir alle herleiten.

## Das Prinzip

A0 ist genau einen Quadratmeter groß. Jedes nächste Format entsteht, wenn man das vorherige an der langen Seite halbiert. Aus A0 werden zwei A1, aus A4 zwei A5. Das Seitenverhältnis bleibt dabei immer gleich.

| FORMAT | MASSE IN MM | TYPISCHER EINSATZ |
|---|---|---|
| **A0** | 841 × 1189 | Großes Plakat |
| **A1** | 594 × 841 | Plakat |
| **A2** | 420 × 594 | Poster |
| **A3** | 297 × 420 | Kleines Poster, aufgeklappte A4-Broschüre |
| **A4** | 210 × 297 | Brief, Broschüre |
| **A5** | 148 × 210 | Flyer, Heft |
| **A6** | 105 × 148 | Postkarte |
| **A7** | 74 × 105 | Kleiner Handzettel |
| **A8** | 52 × 74 | Etwa Visitenkartengröße |
| **DIN lang** | 99 × 210 (Flyer) bzw. 110 × 220 (Umschlag) | Werbeflyer, ein A4-Blatt zweimal gefalzt |

## Welcher Umschlag passt

| UMSCHLAG | MASSE IN MM | PASST FÜR |
|---|---|---|
| **C6** | 114 × 162 | A6 oder A4 zweimal quer gefalzt |
| **DIN lang** | 110 × 220 | A4 zweimal gefalzt, Flyer DIN lang |
| **C5** | 162 × 229 | A5 oder A4 einmal gefalzt |
| **C4** | 229 × 324 | A4 ungefalzt |

KURZ GEMERKT

- Halbieren an der langen Seite ergibt das nächste Format.
- Zwei A5 ergeben ein A4, vier A6 ebenfalls.
- Die C-Reihe ist jeweils etwas größer als die A-Reihe, damit das Papier hineinpasst.

## Häufige Fragen

**Wie groß ist DIN A4?**

210 × 297 mm, also 21 × 29,7 cm.

**Ist DIN lang ein DIN-A-Format?**

Nein. DIN lang ist ein eigenes Format, das einem A4-Blatt entspricht, das zweimal parallel gefalzt wurde. Deshalb passt es in einen DIN-lang-Umschlag.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/din-formate-briefumschlaege/

# Papiergewicht berechnen: Passt der Brief noch ins Porto?

Grammatur mal Fläche: So rechnest du aus, wie schwer ein Mailing wird, mit zwei durchgerechneten Beispielen und der typischen Falle bei Faltblättern.

---

Ein Mailing mit Flyer und Anschreiben soll als Standardbrief raus, und der darf bei der Deutschen Post höchstens 20 Gramm wiegen. Ein Gramm zu viel, und die ganze Auflage kostet das nächsthöhere Porto. Deshalb wird vorher gerechnet.

## Die Formel

> **Gewicht in g = Länge in cm × Breite in cm × Grammatur ÷ 10.000 × Anzahl der Blätter**

Durch 10.000 teilst du, weil ein Quadratmeter 10.000 cm² hat. Die Grammatur gilt pro Quadratmeter.

## Seiten oder Blätter?

Ein Blatt hat zwei Seiten, vorne und hinten. Ist die Anzahl der Seiten angegeben, teilst du sie durch zwei. Bei Faltblättern zählst du die Felder in Endformatgröße: Ein Wickelfalz-Flyer mit 6 Seiten besteht aus 3 Feldern, ist aber nur ein Blatt.

Ein **Briefumschlag** besteht aus zwei Lagen Papier, Vorder- und Rückseite. Er wird deshalb doppelt gerechnet.

## Beispiel: Mailing

Ein 6-seitiger Flyer im Endformat DIN lang (9,9 × 21 cm) auf 170 g/m², ein Anschreiben in A4 auf 80 g/m², ein Umschlag DIN lang (11 × 22 cm) aus 80 g/m².

| TEIL | RECHNUNG | GEWICHT |
|---|---|---|
| **Flyer** | 6 Seiten ÷ 2 × 9,9 × 21 × 170 ÷ 10.000 | 10,60 g |
| **Anschreiben** | 1 × 21 × 29,7 × 80 ÷ 10.000 | 4,99 g |
| **Umschlag** | 2 × 11 × 22 × 80 ÷ 10.000 | 3,87 g |
| **Gesamt** | | **19,46 g** |

Mit gut einem halben Gramm Luft passt das Mailing als Standardbrief.

## Zweites Beispiel: Karten

Vier Karten im Format 20 × 9,9 cm aus 250 g/m² wiegen 4 × 20 × 9,9 × 250 ÷ 10.000 = 19,8 g. Mit einem Umschlag von 3 g sind es 22,8 g, also über 20 g. Hier hilft ein leichteres Papier oder eine Karte weniger.

TYPISCHE PRÜFUNGSFALLEN

- Millimeter in Zentimeter umrechnen, bevor du rechnest.
- Seitenzahl durch zwei teilen, um auf Blätter zu kommen.
- Den Umschlag doppelt rechnen.
- Die Portostufen ändern sich nicht so oft wie die Preise. Prüfe trotzdem die aktuellen Gewichtsgrenzen bei der Post.

## Häufige Fragen

**Warum teilt man durch 10.000?**

Weil die Grammatur in Gramm pro Quadratmeter angegeben ist und ein Quadratmeter 10.000 Quadratzentimeter hat.

**Warum zählt der Umschlag doppelt?**

Ein Umschlag besteht aus zwei Lagen Papier, Vorder- und Rückseite, jeweils ungefähr in der Größe des Umschlags.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/papiergewicht-berechnen/

# Druckdaten richtig anlegen: Beschnitt, Auflösung, Farbraum

Die häufigsten Gründe, warum eine Druckerei Daten zurückschickt, und eine Checkliste für ein sauberes Druck-PDF.

---

Die Datei ist fertig, der Kunde hat freigegeben, und dann meldet die Druckerei: Daten fehlerhaft. Meist geht es um dieselben Punkte. Mit dieser Checkliste kommt das Druck-PDF beim ersten Mal durch.

## Beschnitt und Sicherheitsabstand

Druckmaschinen schneiden nie millimetergenau. Deshalb wird größer gedruckt und danach auf das Endformat beschnitten. Alles, was bis an den Rand gehen soll, muss über das Endformat hinausragen.

- **Beschnittzugabe:** meist 3 mm an jeder Seite. Ein A4-Flyer wird dann als 216 × 303 mm angelegt.
- **Sicherheitsabstand:** Texte und Logos halten meist mindestens 3 bis 5 mm Abstand zum Endformat, damit beim Schneiden nichts abgeschnitten wird.

## Die Checkliste

1. Format und Beschnitt entsprechen den Vorgaben der Druckerei.
2. Alle Bilder haben in Druckgröße rund 300 dpi.
3. Die Datei ist in CMYK angelegt, Sonderfarben sind richtig benannt.
4. Schriften sind eingebettet oder in Pfade umgewandelt.
5. Feine Linien sind nicht dünner als die Druckerei vorgibt.
6. Schwarzer Text steht in reinem Schwarz, nicht aus allen vier Farben gemischt.
7. Exportiert wird als PDF nach dem Standard, den die Druckerei nennt, häufig PDF/X.

FÜR DIE PRAXIS

- Vor dem Start die Datenblätter der Druckerei holen. Viele Online-Druckereien bieten fertige Vorlagen an.
- Den Proof oder das PDF immer in 100 % und am Rand prüfen.
- Freigabe erst, wenn Druckerei-Check und Kundenfreigabe vorliegen.

## Häufige Fragen

**Was ist Beschnitt?**

Eine Zugabe von meist 3 mm an jeder Seite, damit Hintergründe und Bilder nach dem Schneiden bis an den Rand reichen, ohne dass ein weißer Blitzer entsteht.

**Warum sollen Schriften eingebettet sein?**

Damit der Text in der Druckerei genauso aussieht wie am eigenen Rechner. Fehlt eine Schrift, ersetzt das System sie durch eine andere.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/druckdaten-anlegen/

# Druckveredelung: Stanzen, Prägen, Kaschieren, Lackieren

Soft-Touch, Heißfolie, Relief: Veredelungen machen aus einem Druckprodukt etwas zum Anfassen. Die vier Gruppen im Überblick.

---

Eine Visitenkarte mit Relief-Logo oder ein Katalog mit samtiger Oberfläche bleibt eher in Erinnerung. Veredelung spricht den Tastsinn an und hebt ein Produkt vom Standard ab. Man teilt sie in vier Gruppen.

## 1. Trennen

- **Stanzen:** Mit einer eigens angefertigten Stanzform werden Formen aus dem Material herausgetrennt, etwa Fenster oder runde Ecken.
- **Perforation:** Kleine Einschnitte, damit sich ein Teil abtrennen lässt, zum Beispiel ein Coupon.
- **Laserschnitt und Lasergravur:** Ein Laser schneidet feine Muster aus oder trägt die Oberfläche ab. Ohne Stanzform, dafür langsamer.

## 2. Umformen

- **Prägen:** Unter Druck und oft Wärme wird das Material verformt. Bei der Hochprägung steht das Motiv hervor, bei der Tiefprägung liegt es vertieft.
- **Strukturprägung:** Eine Oberfläche bekommt eine fühlbare Struktur, etwa wie Leinen oder Leder.

## 3. Fügen

- **Kaschieren:** Eine Folie wird auf den Bedruckstoff geklebt, glänzend oder matt. Sie schützt vor Kratzern und Feuchtigkeit.
- **Heißfolienprägung:** Eine metallisch glänzende Folie wird mit Hitze und Druck übertragen, typisch für Gold- oder Silbereffekte.
- **Kaltfolie:** Folienübertragung ohne Hitze, schonend für empfindliche Materialien.
- **Laminieren:** Das Produkt wird zwischen zwei Folien eingeschweißt, etwa bei Speisekarten.

## 4. Beschichten

- **Lacke:** Drucklack schützt, UV-Lack glänzt besonders stark und kann auch nur auf einzelne Stellen gesetzt werden (Spotlack).
- **Soft-Touch-Lack:** samtige, gummiartige Oberfläche.
- **Duftlack:** Mikrokapseln mit Duftstoff, die beim Reiben aufplatzen.
- **Effektfarben:** Metallic-, Leucht- oder Perlmuttfarben.

- **Lentikulardruck:** Linsenraster, die je nach Blickwinkel ein anderes Bild oder einen 3D-Effekt zeigen.

FÜR DIE PRAXIS

- Jede Veredelung braucht eigene Druckdaten, etwa eine Maske für Spotlack oder Folie.
- Veredelungen verlängern die Produktionszeit, oft um mehrere Tage.
- Weniger ist oft mehr: Ein veredeltes Element wirkt stärker als fünf.

## Häufige Fragen

**Was ist der Unterschied zwischen Kaschieren und Laminieren?**

Beim Kaschieren wird eine Folie auf eine Seite geklebt. Beim Laminieren wird das Produkt zwischen zwei Folien eingeschlossen und ist dadurch rundum geschützt.

**Was ist Spotlack?**

Ein Lack, der nur auf ausgewählte Stellen aufgetragen wird, etwa auf ein Logo. So entsteht ein Kontrast zwischen matter Fläche und glänzendem Detail.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/druckveredelung/

# Falzarten, Rillen und Nuten: Weiterverarbeitung im Überblick

Wickelfalz oder Zickzackfalz? Welche Falzart wie viele Seiten ergibt und wann Papier vor dem Falzen gerillt werden muss.

Ein Falz ist eine gebrochene Kante im Papier. Anders als beim Falten per Hand wird er maschinell gesetzt und lässt sich nicht rückgängig machen. Welche Falzart du wählst, bestimmt, wie der Leser das Produkt öffnet und in welcher Reihenfolge er die Seiten sieht.

## Die wichtigsten Falzarten

| FALZART | SO WIRD GEFALZT | SEITEN | TYPISCH FÜR |
|---|---|---|---|
| **Einbruchfalz** | Einmal in der Mitte | 4 | Einladungen, Klappkarten |
| **Wickelfalz** | Zweimal in dieselbe Richtung, das innere Feld ist etwas schmaler | 6 | Flyer DIN lang |
| **Zickzackfalz (Leporello)** | Abwechselnd vor und zurück wie eine Ziehharmonika | 6 oder mehr | Flyer, Faltpläne |
| **Fensterfalz** | Beide Außenseiten zur Mitte hin | 6 | Einladungen, Präsentationen |
| **Doppelparallelfalz** | Zweimal parallel in der Mitte | 8 | Kleine Faltblätter |
| **Kreuzbruchfalz** | Zuerst in eine Richtung, dann quer dazu | 8 oder mehr | Druckbogen für Broschüren |

Beim Wickelfalz muss das eingeklappte Feld ein paar Millimeter schmaler sein, sonst staucht sich das Papier. Beim Zickzackfalz sind alle Felder gleich breit.

## Rillen und Nuten

- **Rillen:** Vor dem Falzen wird eine Linie in das Papier gedrückt, damit es an der Kante nicht bricht. Auf der Rückseite entsteht eine kleine Wulst. Bei schwereren Papieren sinnvoll, der Lernzettel nennt ab 200 g/m², viele Druckereien empfehlen es schon etwas früher.
- **Nuten:** Eine feine Schicht Material wird entlang der Kante herausgefräst. Das braucht man bei sehr dicken, starren Materialien wie Karton ab etwa 300 g/m².

FÜR DIE PRAXIS

- Die Falzart vor der Gestaltung festlegen, weil sie die Breite der Felder und die Lesereihenfolge bestimmt.
- Vorlagen der Druckerei für die jeweilige Falzart nutzen.
- Bei Farbflächen über den Falz hinweg Rillen einplanen, sonst bricht die Farbe.

## Häufige Fragen

**Wie viele Seiten hat ein Flyer mit Wickelfalz?**

Sechs Seiten, verteilt auf drei Felder auf Vorder- und Rückseite.

**Wann muss Papier gerillt werden?**

Bei schwereren Papieren und bei Farbflächen über dem Falz, damit das Papier und die Farbe an der Kante nicht brechen.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/falzarten-rillen-nuten/

# Videoproduktion: Exposé, Treatment, Drehbuch, Storyboard

Vom ersten Gedanken zum Drehtag: Die Planungsdokumente einer Videoproduktion in der richtigen Reihenfolge und was in jedem steht.

---

Ein 30-Sekunden-Spot wirkt leicht. Dahinter stehen aber mehrere Planungsschritte, die jeweils genauer werden. Jeder Schritt gibt dem Kunden die Chance, die Richtung freizugeben, bevor es teuer wird. Am Drehtag kostet jede Änderung ein Vielfaches.

## Die Planungsdokumente

1. **Exposé:** Die Idee in wenigen Absätzen, frei formuliert. Worum geht es, was ist die Botschaft? Länge und Details sind hier noch egal.
2. **Treatment:** Die Idee wird konkreter: Aufbau, Szenenfolge, Stimmung und grobe Zeitabläufe. Liest sich wie eine Kurzgeschichte des Films.
3. **Drehbuch:** Das vollständige Konzept mit allen Texten, Dialogen, Bildbeschreibungen, Geräuschen und Musik.
4. **Storyboard:** Die einzelnen Kameraeinstellungen werden gezeichnet, ähnlich wie ein Comic. Für den Kunden die anschaulichste Grundlage zur Abstimmung.
5. **Drehplan:** Die Organisation der Produktion: wann an welchem Ort mit welchen Personen und welcher Technik gedreht wird. Er baut auf dem Drehbuch auf, sortiert die Szenen aber nach Drehort statt nach Handlung.

## Gestalterische Elemente

- Musik und Jingle, also eine kurze wiedererkennbare Tonfolge
- Sprecher oder Sprecherin und die Tonalität der Sprache
- Slogan als Abschluss
- Geräusche, die Szenen glaubwürdig machen

FÜR DIE PRAXIS

- Jede Stufe vom Kunden freigeben lassen, bevor die nächste beginnt.
- Das Storyboard ist das beste Werkzeug, um Missverständnisse vor dem Dreh zu klären.
- Nutzungsrechte an Musik, Sprecherstimme und Darstellern früh klären, sie bestimmen oft die Kosten.

## Häufige Fragen

**Was ist der Unterschied zwischen Exposé und Treatment?**

Das Exposé beschreibt die Idee kurz und frei. Das Treatment ist ausführlicher und zeigt schon Aufbau, Szenen und Stimmung.

**Warum folgt der Drehplan nicht der Reihenfolge des Drehbuchs?**

Weil man aus Kostengründen alle Szenen an einem Ort am Stück dreht, auch wenn sie im fertigen Film weit auseinanderliegen.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/videoproduktion-expose-bis-drehplan/

# Dienstleister auswählen: Angebote vergleichen mit der Nutzwertanalyse

Druckerei, Produktionsfirma, Fotograf: Das günstigste Angebot ist nicht immer das beste. So vergleichst du Dienstleister nachvollziehbar.

---

Für einen Katalog liegen drei Angebote von Druckereien auf dem Tisch. Eine ist die günstigste, eine hat den besten Ruf, eine sitzt um die Ecke. Wer nur nach Preis entscheidet, ärgert sich oft später über verpasste Termine oder Farbabweichungen.

Im Lernzettel steht zu diesem Thema nur die Überschrift. Der Inhalt hier folgt dem üblichen Vorgehen in der Praxis und in Prüfungen.

## Vergleichbare Angebote einholen

- Ein schriftliches Briefing an alle Dienstleister: Auflage, Format, Papier, Farben, Veredelung, Liefertermin, Lieferort.
- Alle bekommen dieselben Angaben, sonst sind die Angebote nicht vergleichbar.
- Referenzen oder Muster anfordern, bei neuen Partnern eventuell einen kleinen Probeauftrag.

## Die Nutzwertanalyse

Die Nutzwertanalyse macht aus einem Bauchgefühl eine nachvollziehbare Entscheidung. Sie funktioniert in vier Schritten:

1. Kriterien festlegen, zum Beispiel Preis, Qualität, Termintreue, Service.
2. Kriterien gewichten, zusammen 100 %.
3. Jedes Angebot pro Kriterium mit Punkten bewerten, zum Beispiel von 1 bis 10.
4. Punkte mit der Gewichtung multiplizieren und addieren. Der höchste Nutzwert gewinnt.

## Beispiel: drei Druckereien

In jeder Zelle steht die vergebene Punktzahl und daneben der gewichtete Wert, also Punkte × Gewichtung.

| KRITERIUM | GEWICHTUNG | DRUCKEREI A | DRUCKEREI B | DRUCKEREI C |
|---|---|---|---|---|
| **Preis** | 40 % | 8 → 3,2 | 6 → 2,4 | 9 → 3,6 |
| **Qualität** | 30 % | 6 → 1,8 | 9 → 2,7 | 5 → 1,5 |
| **Termintreue** | 20 % | 7 → 1,4 | 8 → 1,6 | 6 → 1,2 |
| **Service** | 10 % | 9 → 0,9 | 7 → 0,7 | 6 → 0,6 |
| **Nutzwert** | 100 % | **7,3** | **7,4** | **6,9** |

Druckerei C ist beim Preis vorn, verliert aber bei Qualität und Termintreue. Druckerei B gewinnt knapp, obwohl sie nicht die günstigste ist.

WORAUF ES ANKOMMT

- Gewichtung vor dem Bewerten festlegen, damit sie nicht nachträglich zum Wunschergebnis passt.
- Knappe Ergebnisse ernst nehmen: Bei 7,3 zu 7,4 lohnt ein zweiter Blick auf das wichtigste Kriterium.
- Das Ergebnis dokumentieren. Es hilft bei Rückfragen vom Kunden oder vom Einkauf.

## Häufige Fragen

**Was ist eine Nutzwertanalyse?**

Ein Verfahren, bei dem mehrere Alternativen anhand gewichteter Kriterien mit Punkten bewertet werden. So lassen sich auch Kriterien vergleichen, die sich nicht in Geld ausdrücken lassen.

**Wie viele Angebote sollte man einholen?**

In der Praxis meist drei. Das reicht für einen Marktvergleich, ohne dass der Aufwand zu groß wird.

Online lesen: marketingmember.me/lernen/dienstleister-auswaehlen-nutzwertanalyse/

# Qualitätsmanagement: Planung, Lenkung, Prüfung, Zertifizierung

Qualität heißt: Der Kunde bekommt, was er erwartet, und zwar jedes Mal. Wie Qualitätsmanagement aufgebaut ist und was eine Zertifizierung bedeutet.

---

Eine Agentur liefert zehn Kampagnen pünktlich und fehlerfrei, die elfte geht mit falschem Logo raus. Für den Kunden zählt die elfte. Qualitätsmanagement sorgt dafür, dass Qualität nicht vom Zufall oder von einzelnen Personen abhängt.

## Was Qualität bedeutet

Qualität ist hier kein Luxusbegriff. Gemeint ist, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung die Anforderungen und Erwartungen der Kunden erfüllt. Qualitätsmanagement umfasst alle Maßnahmen, die Abläufe verbessern und diese Qualität sichern.

## Ziele

- Zufriedenere Kunden und stärkere Kundenbindung
- Zufriedenere Mitarbeitende durch klare Abläufe
- Weniger Fehler, dadurch höhere Produktivität und mehr Gewinn
- Ein besseres Image

## Die Bausteine

| BAUSTEIN | WAS PASSIERT | BEISPIEL AUS DER AGENTUR |
|---|---|---|
| **Qualitätsplanung** | Qualitätsmerkmale festlegen, oft mit Kunden- und Mitarbeiterbefragungen | Jedes Druck-PDF wird vor Versand im Vier-Augen-Prinzip geprüft |
| **Qualitätslenkung** | Die geplanten Maßnahmen umsetzen und Abläufe steuern, auch mit Lieferanten | Checkliste für Druckdaten, Abstimmung mit der Druckerei |
| **Qualitätsprüfung** | Kontrollieren, ob die Maßnahmen wirken, und Verbesserungen finden | Auswertung, wie viele Korrekturschleifen Projekte brauchen |
| **Qualitätsdokumentation** | Ziele und Maßnahmen im Qualitätshandbuch festhalten | Prozessbeschreibungen im Wiki |

## Zertifizierung

Ein Unternehmen kann sein Qualitätsmanagement von außen prüfen lassen. Der bekannteste Standard ist die Norm **ISO 9001**. Prüfstellen wie der TÜV oder die DEKRA führen ein Audit durch und stellen bei Erfolg ein Zertifikat aus, das regelmäßig überprüft wird. Viele größere Kunden verlangen so ein Zertifikat von ihren Dienstleistern.

## Häufige Fragen

**Was ist ein Qualitätshandbuch?**

Ein Dokument, in dem ein Unternehmen seine Qualitätsziele, Zuständigkeiten und Abläufe beschreibt. Es ist Grundlage für Schulungen und für die Zertifizierung.

**Ist eine ISO-9001-Zertifizierung Pflicht?**

Nein. Sie ist freiwillig, wird aber von vielen Auftraggebern verlangt, besonders in der Industrie und bei öffentlichen Ausschreibungen.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/qualitaetsmanagement/

# TQM und KVP: Qualität als Aufgabe aller

Total Quality Management und der kontinuierliche Verbesserungsprozess: zwei Ansätze, die Qualität zum Alltag machen, mit dem PDCA-Zyklus als Werkzeug.

---

Qualitätsmanagement kann man als Abteilung verstehen, die am Ende kontrolliert. TQM und KVP gehen weiter: Qualität soll in jedem Arbeitsschritt entstehen, und zwar durch alle, nicht durch einen Prüfer.

## Total Quality Management

- Qualität richtet sich am Kunden aus.
- Alle im Unternehmen tragen Verantwortung für Qualität, das Management eingeschlossen.
- Qualität betrifft alle Bereiche, auch Buchhaltung, Einkauf und Empfang.
- Qualität ist nie fertig, sie wird laufend verbessert.

## Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Der KVP ist die Haltung dahinter: Viele kleine Verbesserungen statt seltener großer Umbrüche. Alle Mitarbeitenden stellen ihre Arbeit regelmäßig infrage und schlagen Verbesserungen vor. Die Idee stammt aus Japan und ist dort als Kaizen bekannt.

**Beispiel:** In einer Agentur fällt auf, dass Freigaben oft per Mail verloren gehen. Ein Teammitglied schlägt vor, Freigaben nur noch im Projekttool zu dokumentieren. Kleine Änderung, spürbar weniger Nachfragen.

## Der PDCA-Zyklus

Ein bekanntes Werkzeug für den KVP ist der PDCA-Zyklus, auch Deming-Kreis genannt:

1. **Plan:** Problem erkennen und eine Verbesserung planen.
2. **Do:** Die Verbesserung im Kleinen ausprobieren.
3. **Check:** Prüfen, ob sie wirkt.
4. **Act:** Bei Erfolg zum Standard machen, sonst anpassen. Dann beginnt der Kreis von vorn.

KURZ GEMERKT

- TQM ist die Unternehmensphilosophie: Qualität überall und von allen.
- KVP ist der Weg dorthin: ständig kleine Verbesserungen.
- PDCA ist das Werkzeug für jede einzelne Verbesserung.

## Häufige Fragen

**Was ist der Unterschied zwischen TQM und KVP?**

TQM beschreibt die Haltung, dass Qualität im ganzen Unternehmen von allen getragen wird. KVP ist das Vorgehen, mit dem diese Qualität laufend in kleinen Schritten verbessert wird.

**Was bedeutet Kaizen?**

Das japanische Wort für Veränderung zum Besseren. Es steht für den Ansatz, Abläufe ständig in kleinen Schritten zu verbessern, und ist das Vorbild für den KVP.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/tqm-und-kvp/

# Trustelemente: Bewertungen, Gütesiegel und Testurteile

Wer online kauft, braucht einen Grund zu vertrauen. Welche Trustelemente es gibt und was bei Bewertungen und Testsiegeln erlaubt ist.

Ein Onlineshop, den niemand kennt, verkauft schlecht, egal wie gut das Produkt ist. Vor dem Kauf suchen Menschen nach Signalen, dass sie dem Anbieter trauen können. Diese Signale nennt man Trustelemente.

## Die wichtigsten Trustelemente

- **Kundenbewertungen** direkt auf der Website oder über ein Bewertungsportal eingebunden.
- **Gütesiegel** unabhängiger Prüfstellen, etwa für sichere Zahlung und fairen Kundenservice im Onlinehandel.
- **Testurteile**, zum Beispiel von der Stiftung Warentest.
- **Transparenz:** vollständiges Impressum, erreichbarer Kundenservice, klare Versand- und Rückgabebedingungen.
- **Bekannte Zahlungsarten** mit Käuferschutz.

## Bewertungsportale

Bewertungen erscheinen nicht nur im eigenen Shop. Viele Menschen lesen zuerst Google-Bewertungen oder Portale wie Trustpilot, Yelp oder Tripadvisor, für Arbeitgeber auch Kununu. Wer dort aktiv auf Kritik antwortet, zeigt, dass er Probleme ernst nimmt.

## Stiftung Warentest

Die Stiftung Warentest wurde 1964 auf Beschluss des Bundestags gegründet und testet Produkte und Dienstleistungen unabhängig. Ziel ist, Verbrauchern einen objektiven Vergleich zu ermöglichen. Wer mit einem Testurteil wirbt, muss dafür einen Lizenzvertrag abschließen und das offizielle Logo korrekt verwenden.

### WAS NICHT ERLAUBT IST

- Gekaufte oder selbst geschriebene Bewertungen sind unzulässig und wettbewerbswidrig.
- Wer Bewertungen anzeigt, muss angeben, ob und wie er prüft, dass sie von echten Kunden stammen.
- Siegel und Testurteile dürfen nur verwendet werden, wenn sie tatsächlich für genau dieses Produkt vergeben wurden.

## Häufige Fragen

**Was sind Trustelemente?**

Inhalte auf einer Website, die Vertrauen schaffen und Kaufhemmungen abbauen, etwa Bewertungen, Gütesiegel, Testurteile und transparente Kontaktangaben.

**Darf man mit einem Testurteil der Stiftung Warentest werben?**

Ja, aber nur mit einem Lizenzvertrag und dem offiziellen Logo, und nur für das Produkt, das tatsächlich getestet wurde.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/trustelemente-bewertungen/

# Daten austauschen: Cloud, SFTP und Kollaborationstools

Druckdaten an die Druckerei, Rohmaterial vom Fotografen, Entwürfe an den Kunden: Welche Wege es für den Datenaustausch gibt und welche sicher sind.

In einer Agentur wandern täglich große Dateien hin und her. E-Mail stößt dabei schnell an Grenzen, und nicht jeder Weg ist für vertrauliche Kundendaten geeignet.

## Netze

- **Internet:** das öffentliche, weltweite Netz.
- **Intranet:** ein internes Netz, auf das nur bestimmte Personen im Unternehmen zugreifen, etwa für Handbücher oder interne Nachrichten.

## Wege für den Datenaustausch

| WEG | SO FUNKTIONIERT ES | GEEIGNET FÜR |
|---|---|---|
| **Cloud-Speicher** | Dateien liegen auf Servern eines Anbieters und sind von jedem Gerät erreichbar. | Laufende Zusammenarbeit, Freigabelinks für Kunden |
| **SFTP oder FTPS** | Protokolle zur verschlüsselten Übertragung von Dateien auf einen Server. | Große Druckdaten an Druckereien |
| **FTP** | Das ursprüngliche Protokoll, überträgt unverschlüsselt. | Heute nur noch, wenn nichts anderes möglich ist |
| **Kollaboration stools** | Gemeinsame Arbeit an Dateien, Aufgaben und Chats in einer Oberfläche. | Projektarbeit im Team und mit Kunden |

## Kollaborationstools

Verbreitet sind zum Beispiel Microsoft 365 mit Teams, Nextcloud als selbst betriebene Cloud, Trello oder Asana für Aufgaben und Zoom für Videokonferenzen. Skype steht in vielen älteren Unterlagen noch in dieser Liste, Microsoft hat den Dienst aber im Mai 2025 eingestellt.

FÜR DIE PRAXIS

- Vertrauliche Daten nur verschlüsselt übertragen, also SFTP, FTPS oder HTTPS statt FTP.
- Freigabelinks mit Ablaufdatum und Passwort versehen.
- Bei Cloud-Anbietern prüfen, wo die Server stehen und ob ein Vertrag zur Auftragsverarbeitung nach DSGVO vorliegt.

## Häufige Fragen

**Was ist der Unterschied zwischen FTP und SFTP?**

FTP überträgt Daten und Passwörter unverschlüsselt. SFTP verschlüsselt die Verbindung und ist deshalb heute der Standard für den Dateiaustausch mit Servern.

**Was ist ein Intranet?**

Ein internes Netzwerk, auf das nur Mitarbeitende eines Unternehmens zugreifen können, etwa für Dokumente, Richtlinien oder interne Nachrichten.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/daten-austauschen-cloud-sftp/

# Datensicherung: Backups, Verschlüsselung und Virenschutz

Ein gestohlener Laptop oder ein defekter Server darf nicht das Ende eines Projekts sein. Die wichtigsten Maßnahmen zur Datensicherung mit der 3-2-1-Regel.

---

Datensicherung schützt die Daten selbst: vor Verlust, Diebstahl und Manipulation. Das ist etwas anderes als Datenschutz, bei dem es um die Rechte der Menschen hinter personenbezogenen Daten geht. In der Praxis greift beides ineinander.

## Die wichtigsten Maßnahmen

| MASSNAHME | SCHÜTZT VOR |
|---|---|
| **Starke Passwörter und Zwei-Faktor-Anmeldung** | Unberechtigtem Zugriff |
| **Virenschutz** | Schadsoftware, die Daten stiehlt oder verschlüsselt |
| **Verschlüsselung von Geräten und Übertragungen** | Mitlesen und Kopieren durch Unbefugte |
| **Serverspiegelung** | Ausfall eines Servers, ein zweiter übernimmt sofort |
| **Regelmäßige Backups** | Datenverlust durch Defekte, Fehler oder Angriffe |
| **Updates** | Bekannten Sicherheitslücken |
| **Firewall** | Unerwünschten Verbindungen aus dem Netz |

## Die 3-2-1-Regel für Backups

- **3** Kopien der Daten, also das Original und zwei Sicherungen.
- auf **2** verschiedenen Speichermedien,
- davon **1** Kopie an einem anderen Ort, etwa in einer Cloud oder außer Haus.

So überlebt mindestens eine Kopie auch einen Brand, einen Diebstahl oder einen Angriff mit Erpressungssoftware, die alle verbundenen Laufwerke verschlüsselt.

## Sichere Übertragung

Für die Übertragung im Netz ist heute **TLS** der Standard, erkennbar am https in der Adresszeile. Ältere Unterlagen nennen oft noch SSL. SSL ist der Vorgänger und gilt als unsicher, der Begriff wird aber umgangssprachlich weiter verwendet. Für Dateien gibt es SFTP oder FTPS.

VERHALTEN IM ALLTAG

- Keine unbekannten Anhänge öffnen und Links in unerwarteten Mails prüfen.
- Software und Betriebssystem aktuell halten.
- Backups regelmäßig testen. Ein Backup, das sich nicht zurückspielen lässt, ist keins.

## Häufige Fragen

**Was ist der Unterschied zwischen Datensicherung und Datenschutz?**

Datensicherung schützt Daten vor Verlust und Manipulation. Datenschutz schützt Menschen davor, dass ihre personenbezogenen Daten missbraucht werden.

**Was bedeutet die 3-2-1-Regel?**

Drei Kopien der Daten auf zwei verschiedenen Medien, davon eine an einem anderen Ort.

---

Online lesen: marketingmember.me/lernen/datensicherung/

# Die anderen Fächer

Alle fünf Fächer der Ausbildung gibt es als eigenes PDF. Auf der Website sind die Themen zusätzlich nach Fach und Thema filterbar, und neue Beiträge kommen dort zuerst.

**Marketing (MA)**
PDF herunterladen

**Kommunikation (KMK)**
PDF herunterladen

**Produktion (Prod)**
Dieses PDF

**Finance & Controlling (FiCo)**
PDF herunterladen

**Wirtschaft und Soziales (WiSo)**
PDF herunterladen

**Überblick zur Ausbildung**
Prüfungsaufbau und alle Rechenthemen

### Über marketingmember.me

Ich bin Pascal Wartner, Kaufmann für Marketingkommunikation und im Marketing mit Schwerpunkt auf Google Ads, SEO und Konzeption unterwegs. Auf marketingmember.me teile ich Wissen aus der Praxis, kostenlos und ohne Anmeldung.

Fehler gefunden oder ein Thema fehlt? Schreib mir über marketingmember.me/kontakt.