

Tekniska specifikationer för annonstryck

- Färdigt tryckmaterial ska vara i PDF-format.
- Typsnitten bör vara inbäddade eller inkluderade i PDF:en.
- Bilderna i PDF:en ska vara konverterade till en coldset (uncoated) CMYK-färgprofil. Gärna tryckeriets egen CMYK-profil.
- Bildernas färgteckning bör vara under 220%.
- Fontstorlek minimi 8 pkt (svart på vitt botten), minimi 10 pkt på färgbotten. Vi rekommenderar minimi 12 pkt groteska typsnitt då det är frågan om vit text på flerfärgbotten.
- All svart text och grafik (svarta logon etc.) ska ha färgvärdet C=0, M=0, Y=0, K=100, dvs. 100% endast på K (svarta) lagret.
- Resolution 200 dpi.
- Dokumentens sidstorlek bör överensstämja med bokad annonsplats.
- Ifall kunden skickar originalfiler, bör alla bilder och fonter vara inbäddade eller inkluderade.

Tekniska specifikationer för bilagor

- Samma som ovan, men alla heatset (coated) sidors resolution bör vara 300 dpi och färgmängden max 280%.
- Hybridbilagor bör ha mittuppslaget och ingångssidan enligt heatset (coated), resten coldset (uncoated). Det är frågan om 8 sidor tillsammans, 1,2, baksidan, näst sista sidan och 4 sidor i mitten av tidningen.
- Sidorna levereras som skilda sidor och numrerade enligt sidorna – inte som uppslag.
- Använd gärna PSO_MFC_Paper_bas.ICC profil för Heatsettryck (coated) från Sanomas profilpaket. Ladda ner Sanomapainos färgprofil: <https://www.sanomapaino.fi/tietoa-tekijaille/>
- Mera instruktioner om bilagor finns på följande sida och under FAQ.

Installera tryckeriets CMYK profil i din Photoshop:

1. Gå till <https://www.sanomapaino.fi/tietoa-tekijaille/>
2. Klicka på "Sanomapaino-väriprofilit-ja-asetukset-2018.zip" och ladda ner zip filen.
3. Zip filen innehåller en fil som heter "SanomaNewspaperIFRA26.icc", denna fil är CMYK-profilen för din Photoshop och är lämpad för coldset (uncoated) tryck.
4. Öppna Photoshop
5. Klicka på "Redigera", sedan på "Färginställningar"
6. I färginställningsrutan finns på högra sidan en "Läs in..." knapp, tryck på den.
7. I dialogrutan, sök fram filen "WAN-IFRANewspaper26v5_gr.icc", klicka på den, och sedan på ok.

Alla bilder du konverterar till CMYK kommer automatiskt att använda tryckeriets CMYK-profil härfter. Denna profil är optimerad för coldset (uncoated)-tryck och fixar bl.a. bildens färgmättnad i mån av möjlighet. Färgprofilen i InDesign behöver inte installeras skilt.

Det räcker att bilderna är behandlade i Photoshop med tryckeriets färgprofil. Då materialet är klart i InDesign väljer du att exportera Adobe PDF-utskrift i högupplösning och utan färgkonvertering. Detta görs i exporteringsmenyn på "Utdata"-fliken under "Färgkonvertering". Värdet bör vara "Ingen färgkonvertering".

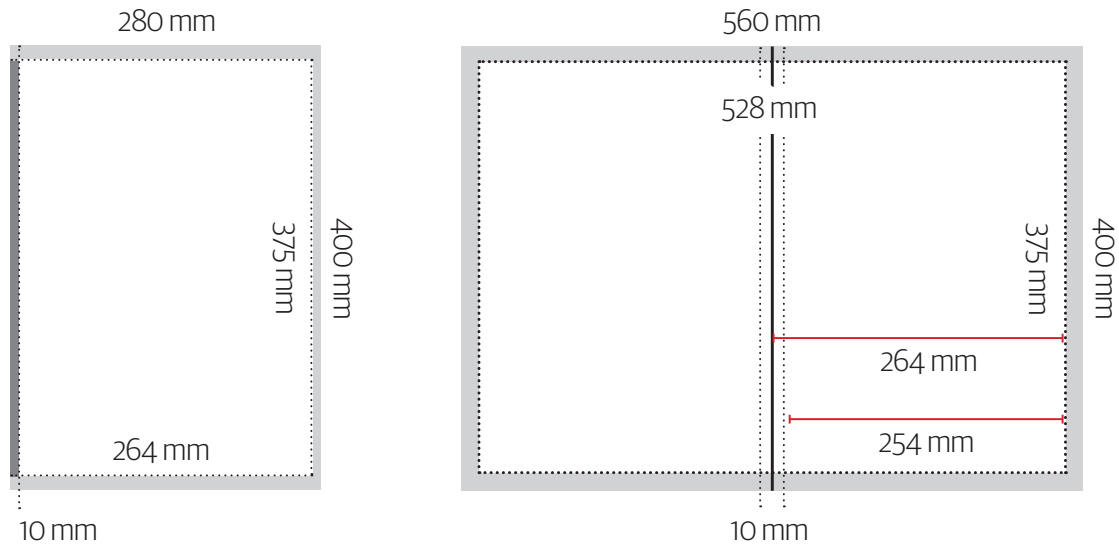
Bilagor

Bastabloid 280 x 400 mm

Totala tryckytan och sidstorleken på PDF-filen är **264 x 375 mm**.

Innermarginal måste finnas (254 + 10 mm = 264 mm).

Marginalen kan innehålla bild eller färgelement men inte brödtext.

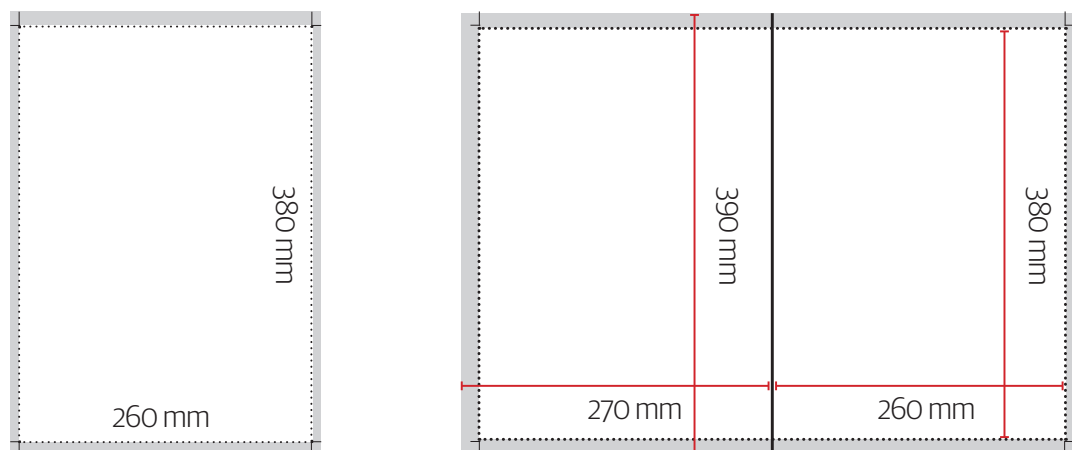


Renskuren tabloid 260 x 380 mm

En skuren tabloid kan skäras på många sätt. Minimi sidstorleken är 230 x 300 mm och max sidstorleken 260 x 380 mm.

Dokumentet bör ha 5 mm skärsmån (bleed) åt alla håll.

Obs! kom ihåg skärmärken.



Tekniska specifikationer för digitalt annonsmaterial

Inlämning

Färdiga .gif-, .jpeg-, .png- eller .swf-webbannonser bör skickas till KSF Media senast en arbetsdag före kampanjstart. Material för webbannonser som produceras hos KSF Media bör skickas senast två arbetsdagar före kampanjstart.

Färdigt material (bild/HTML5):

- Kontrollera max. filstorlek i placerings-tabellen på följande sida. Den maximala materialstorleken är 500 kb.
- Format: .gif, .jpg, .png eller .swf. Vi rekommenderar stillbilder i jpg eller png-format.
- Resolution 72 dp, RGB färg.
- Materialet ska helst inte innehålla egna länkar eller clicktags (HTML5/Flash).
- Alla filer som tillhör HTML5-materialet räknas till den totala filstorleken.

E-tidning + HBL365

E-tidning helsida & E-tidning framsida
(endast HBL)

Stående: 1 536 x 2 008 px
Liggande: 2 048 x 1 496 px
Desktop: 1024 x 748 px

Video

- Format: MP4 eller MOV (H.264)
- Max storlek: 1 920 x 1 080 px / 25 fps
Desktop: 980 x 400 px (aspect ratio: 2,45)
Mobil: Dimensioner: 300 x 150 px (ar: 2)
- Stereo audio 44.1 kHz eller 48 kHz
- Ljudnivå: -23 LUFS (EBU R128)
- Video bitrate: 8 000 – 16 000 kbps
- Audio bitrate: 60 kbps, max 128 kbps

Normalt visas Desktop-videoannons i annonsplatsen Parad, vars dimensioner är 980 x 400 px. Därav kommer den relativt smala proportionen (jämför 2,45 med 1,78 d.v.s 16:9). För mobil gäller detsamma, standard annonsstorlek på mobiler är 300 x 150 px. Ifall det är svårt att få videomaterialet att passa i dessa proportioner kan även 16:9 användas i specialfall. Annonsören skall vara beredd att leverera materialet även i originalkvalitet. Vid behov transkodar vi om videomaterialet till lämpligt format.

Placeringar, storlekar och maximala filstorlekar

Den maximala filstorleksvärdet är låst, vi kan vi tyvärr inte ta emot större filer.

Denna gräns finns till för att bidra till en bra kundupplevelse på vår sajt, och för att allt annonsmaterial hinner ladda innan kunden klickar sig vidare på sajten.

Placering	Storlek	Max kb	HTML5 tot. max kb
Max paradplats	980 x 552	80 kb	200 kb
Paradbanner	980 x 400	80 kb	200 kb
Panorama	980 x 120	80 kb	100 kb
Digihelsida	620 x 891	80 kb	200 kb
Digihelsida mobil	300 x 431	65 kb	100 kb
Digiframsida	1920 x 1080	200 kb	-
Digiframsida mobil	300 x 600	65 kb	100 kb
Jättebox	468 x 600	80 kb	200 kb
Dubbelbox	468 x 600	80 kb	200 kb
Förlängd stortavla	160 x 600	40 kb	100 kb
Box	300 x 300	40 kb	100 kb
Native	N/A	-	-
Mobil	300 x 300	65 kb	100 kb
E-tidning helsida stående	1 536 x 2 008	200 kb	-
E-tidning helsida liggande	2 048 x 1 496 1 024 x 748	200 kb	-
E-tidning framsida HBL365 stående	1 536 x 2 008	500 kb	-
E-tidning framsida HBL365 liggande	2 048 x 1 496	500 kb	-

OBS! Vi förbehåller oss rätten att låta bli att publicera olämpligt, olagligt eller på annat sätt diskutabelt material.

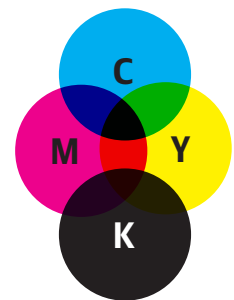
FAQ

Varför bara .PDF filer? Går inte .JPG eller .PNG lika så bra?

I annonser används oftast rasterbilder (foton) och vektorgrafik (text och logon). PDF-formatet kan kombinera både raster och vektorgrafik och spara bl.a. textinformation samt hålla dessa element intakta. För en optimerad tryckfil är PDF det bästa alternativet. En .JPG, .PNG, .GIF etc.-fil är en ihoptryckt rasterbild varav största delen inte klarar av CMYK, utan är låsta till RGB färghantering. Det betyder att ifall någonting är fel i bilden, t.ex. texten, storleken, marginalerna, färgerna, eller upplösningen, kan man allt som oftast inte göra korrigerade felet. Rasterlinjer är inte heller lika skarpa som vektorlinjer, vilket betyder att text och grafik blir otydligare i tryck utav en rasterbild.

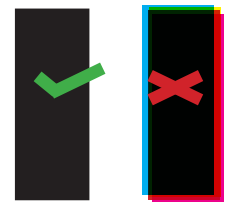
Vad betyder CMYK?

För så gott som allt tryck används **CMYK färgprofiler**. **CMYK står för Cyan, Magenta, Yellow och Key (svart)**. Profilen delar upp bildens färginformation på dessa fyra färglager. I tryckeriet placeras dessa färglager på fyra färgplåtar som trycks på varandra på pappret. Färgblandningen skapar alla färgbilder och texter som du ser i tidningen. T.ex. för att få en röd färg blandar vi M=100% och Y=100% (magenta och gul).



Vad betyder "svart text på alla fyra"/"K100%"?

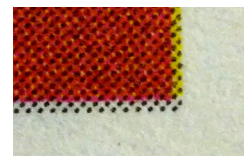
Eftersom fyra färglager trycks på varandra, är det bättre om viktig information endast finns på ett färglager. Om den svarta texten innehåller färger från alla fyra CMYK lager så kommer texten att tryckas fyra gånger separat på varandra. Risken blir att texten blir "luddig" och blöder då det inte kan garanteras att texten trycks på exakt samma ställe på pappret fyra gånger (se **färgtäckning, misspass**). Texten blir nog svart, men suddig p.g.a. att det då pappret trycks får fyra lager våt färg på samma ställe. Den svarta färgen i text och grafik alltså vara C=0, M=0, Y=0, K=100, d.v.s. 100% svart och 0% av de andra färgerna. Därav K100%.



Vänster: svart, K 100%
Höger: C100, M100,
Y100, K100

Vad betyder misspass?

Misspass är då färglagren inte trycks på exakt samma ställe, vilket också kan orsaka suddiga texter och bilder. För att undvika misspass måste man optimera färgmättnaden och kolla att all svart färg endast har K100%. Ingen maskin klarar av att undvika detta helt och hållet på alla fyra färglager, men oddsen blir bättre genom att optimera färgerna till färre färglager.



Närbild: Exempel på lätt misspass med tre olika färglager.

Vad betyder färgtäckning?

Färgtäckning betyder hur mycket färg som trycks fysiskt på pappret. För hög färgtäckning (mycket färg på alla CMYK lager) ger mycket färg på pappret. Detta betyder i sin tur vått papper som inte torkar och färger som suddas ut och blöder in på varandra och gör helheten oskarp och för mörk.

Vad är skillnaden mellan heatset och coldset?

Heatset och coldset (också kallat coated och uncoated) använder delvis skilda tryckmetoder. Utan att gå in på ytterligare detaljer så torkar färgen i coldset-tryck aldrig helt. Därför får du t.ex. svarta på händerna om du gnider dem mot tidningen. Coldset används främst i tidningstryck p.g.a. låg tryckkostnad. I heatset däremot torkas pappersbanan i en ugn där färgen stelnar till. Detta ger ett högkvalitativt tryck med djupa färgtoner som inte blöder och hålls skarpa. Heatset tryck används mest i glansiga tidningsskrifter.

Hur kan jag optimera mina färger?

Använd tryckeriets färgprofil då du konverterar dina bilder till CMYK. Optimera dina färger då du skapar annonsen, dvs. försök använda färgblandningar som inte är spridda på flera lager. Detta går inte alltid, men om du har kontroll över dina färger, prova olika alternativa blandningar.



Exempel 1
CMYK värde
C9, M11, Y13, K20

Exempel 2
CMYK värde
C0, M0, Y0, K31

Exempel 1 trycks fyra svaga färglager på varandra, medan i exempel 2 trycks färgen endast på ett lager/en gång.

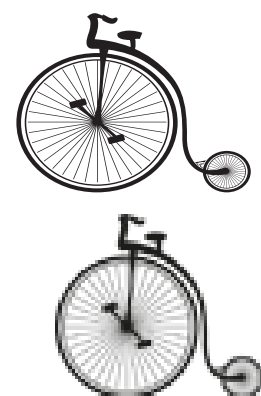
Mina bilder är väldigt bleka efter att jag konverterat dem till CMYK?

En CMYK-profil för coldset (uncoated) tryck balanserar färgmättnaden i bilden, som kan leda till lite blekare bilder på skärmen. Så länge som effekten inte är stor, blir de fortfarande tydliga i tryck. Tidningstryckfärgen torkar aldrig helt, vilket innebär att mörka och djupa färger blöder in på varandra, vilket i sin tur leder till en suddig produkt.

Vad är skillnaden mellan raster och vektor?

Raster är bildinformation som består av pixlar. Storleken och kvaliteten är låst i printstorleken och bildens dpi. Ifall man förstorar en rasterbild blir den alltid suddig/pixelerad, därför bör rasterbilder alltid bearbetas i bästa kvalitet. Det är bättre att förminska än att förstora och därmed få en suddig bild. Allt som oftast är foton rasterbilder. Rasterbilder är lämpade för fotografier och fotoliknande bilder.

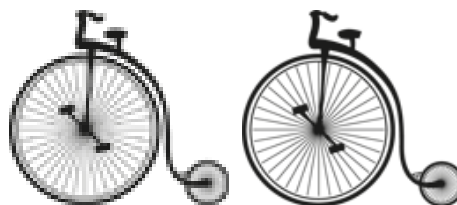
Vektor i sin tur är en mera flytande bildinformation som består av punkter, linjer och kurvor som datorn ritat upp till en bild. Vektor pixeleras aldrig eftersom datorn räknar ut hur linjerna ritas ut även efter extrem förstoring. Därför blir vektorbilder mycket skarpa i tryck. Vektorgrafik är mest lämpad för t.ex. text, logon och illustrationer. Ifall du läser denna fil som en PDF på en dator, kan du prova zooma in på bilder till höger och se hur vektorvarianten av cykeln reagerar.



Ovan: vektor
Nedan: lågupplöst raster

Vad betyder dpi?

DPI är en förkortning av **Dots Per Inch**. En bild består av tusentals prickar som kombinerat blir en bild. DPI är en måttenhet för upplösning, dvs. hur många prickar det ryms per tum (2,54 cm). Detta är viktigt i tryck eftersom bildkvaliteten är bättre ju högre DPI man jobbar med. För bildskärmsbruk (t.ex. banners) är 72 dpi ok, medan det för tryck rekommenderas 300 dpi.



Vänster: 30 dpi, höger: 60 dpi

När trycks bilagorna?

Bilagematerialet prepareras och skickas iväg till tryckeriet kl. 10 senast två vardagar för utsatt tryckdag. Ifall ni är osäkra på tryckdugligheten i materialet, eller har frågor angående materialet, lönar det sig att leverera det färdiga materialet till annonsavdelningen i så god tid som möjligt.

Ifall materialet är inne i god tid före deadline, finns det en liten buffer i tidtabellen för ändringar, sidbeskärning och eventuella korrigeringar.

När trycks tidningen?

Tidningens annonssidor klarmarkeras och skickas vidare till tryck mellan klockan 14.00 och 15.30 dagen innan tidningens utgivningsdatum. För veckoslutets tidningar gäller det samma för hela veckoslutets- och måndagens tidningar.

Materialet bör vara klart på annonsavdelningen i så god tid att annonsen kan skapas, korrekturläsas och bearbetas i tid. Färdiga PDF-filer bör vara hos oss senast klockan 12.00 ifall annonsen behöver testas och justeras för tryckduglighet.

Tips för innehållet

- Kort och koncist: En klarskriven och lättläst annons som man snabbt kan läsa igenom lockar läsaren och för fram sitt budskap bättre.
- Tänk stort: Fyll inte ut hela annonsutrymmet med råga utan låt bilderna vara stora och texten tydlig. En visuellt fullpackad annons är tung att läsa.
- Stjäl inte! Om du inte själv har fotograferat bilden du vill använda, kom ihåg att kontrollera ifall du har rätt att använda bilden. Copyrightregler gäller också små- och familjeannonser.
- Tunna typsnitt syns dåligt: Undvik att använda light eller condensed varianter av fonter. Ifall du är tvungen att använda dem, förstora då texten till 12 pkt eller större, och undvik tunga färger i texten/runt texten.
- Tänk på annonsens storlek när du väljer bilder: En fin vågrät panoramabild blir inte bra i en stående annonsutrymme, medan ett helbildsfoto på en person blir mycket litet i ett lågt annonsutrymme.

Layoutservice

I behov av layoutservice?

Produktion av annonser i tryck

Skicka oss ett utkast, din text i form av ett Microsoft Word-dokument, samt logotyp och bilder separat (jpg, .gif, .pdf, .ai, .psd, .png)., så utformar vi din annons.

Produktion av digitala annonser

Vi behöver:

- Ett manuskript (textdokument) i Word-, Open Office- eller PDF-format
- Bildmaterial, logo och övriga grafiskt material ni vill använda (jpg, .gif, .pdf, .ai, .psd, .png).
- En anvisning hur ni vill ha materialet ställs upp, enkla instruktioner för annonsproducenten
- Länken som bannern ska kopplas till
- Bannerns storlek

För produktion av annonser debiterar vi 30 €/timme (+ moms 24%). För produktion av digitala specialannonser eller video- och ljudproduktion debiterar vi ett påslag på + 20%.