

Der Vielfalt gerecht werdend: Crossmedia-Fachleute

Berufsbild Mediamatikerin EFZ / Mediamatiker EFZ

Printmedien sind und bleiben wichtig. Doch sie sind heute nur ein Feld im Puzzle moderner Kommunikations-, Werbe- und Informationsstrategien. Die Kombination von E-, N- und P-Medien, von Electronic, Netzen/Internet und Print wird immer wichtiger – und zugleich immer normaler, alltäglicher. Deshalb ist der VSD jetzt Träger bei der Grundbildung Mediamatikerin / Mediamatiker EFZ.

Annamaria Senn-Castignone, Fachfrau beim VSD für Grund- und Weiterbildung: «Die Breite der Ausbildung und die Fähigkeit der Absolventen, in allen Vorstufen- und Medienbereichen tätig sein zu können, entspricht genau dem, was Unternehmen brauchen, die im Wettbewerb stehen. Die Mitarbeiter müssen nämlich sozusagen über Nacht für neue Aufgaben gerüstet sein. Mediamatiker sind dies.»

Das Berufsbild ist nicht ganz neu, aber bei Weitem noch nicht bekannt genug. Senn-Castignone: «Mediamatiker lernen seit der Überarbeitung der BiVo (in Kraft seit 1. 1. 2011) nun viel über Print; Polygrafien mit dem Schwerpunkt Druckindustrie aber leider zu wenig über Netz- und Digitalmedien.» Schon seit geraumer Zeit bilden Unternehmen nach diesem Berufsbild aus. Sie haben extrem positive Erfahrungen gemacht. Unternehmer schätzen die Flexibilität des Berufsbildes. Eine typische Beurteilung aus der Praxis, aus Sicht im Wettbewerb stehender Druckereien: «Das ist der Sprung raus aus der Strenge und Enge, die bisher durch die einseitige Ausrichtung auf Druck gegeben war. Wir können jetzt auch in der gesamten, breit ausgelegten Premedia-Produktion Kunden noch qualifizierter bedienen. Damit sind wir sowohl für Industriekunden wie auch für Agenturen wesentlich interessanter geworden.»

Ein Beruf mit Zukunftspotential

Vom ersten Tag der Lehre an ist diese Berufsperspektive spannend, herausfordernd und garantiert nie in eintöniger Routine versumpfend. Es ist deutlich im Qualifizierungsprofil festgelegt, dass dieser Beruf an der Schnittstelle zwischen dem am Entstehungs- und Produktionsprozess beteiligten ist: der Technik wie auch der Organisation und

den kaufmännisch-kalkulatorischen Belangen von Cross- und Multimedia-Projekten. Eine Art Dreh- und Angelpunkt.

Logisch, dass dazu gründliche praktische Kenntnisse, Erfahrungen aus dem Eingebundensein in die Produktion gehören. Aber genauso auch eine offene, ständige Lernbereitschaft. Neues kennenlernen, zu erproben und praktisch anwendbar zu machen, ist sozusagen Pflicht. Doch immer ist der Beruf und die daraus resultierende Funktion auch drei Zielen unterworfen:

- es müssen die Kommunikationsziele der Kunden erreicht werden,
- die Produktion muss wirtschaftlich abgewickelt werden können, wozu vor allem auch ein gekonnt beherrschtes Projektmanagement gehört,
- und schliesslich ist Qualität oberstes Gebot. Modernes Crossmedia im professionellen Bereich muss Märkte und Nutzer begeistern können, verblüffen und bei Laune halten. Nur so können Dienstleister sich profilieren und auf Dauer wirtschaftlich arbeiten.

Mit dem Berufsbild der zukünftigen Mediamatiker ändert sich auch endgültig ein eigentlich Jahrhundert altes Prinzip der Lehre: Bislang galt es vor allem, aus den Erfahrungen der aufgestellten Fachpersonen zu lernen und ihr Wissen zu übernehmen. Das ist nach wie vor Teil des Lernens, aber Neues kommt hinzu. Nämlich die «Eroberung der Zukunft» in einer Balance aus Theorie, Technik und Tun. Ein Ausbilder: «So viel Herausforderungen gab es für junge Berufsleute bisher nicht; aber genau dies, sich täglich neuen Aufgaben zu stellen, entspricht der Realität der Betriebe, die im Markt vorne sind und bleiben wollen.»



Mediamatiker – Ein Beruf für junge Menschen mit Neigung zu HighTech.

Darin liegt auch ganz klar die Ansage: Wer die Prüfung schafft, hat beste Aussichten, Karriere zu machen. Vor allem, wenn die Bereitschaft dazulernen nicht aufhört.

Eher für Agenturen als für Druckereien?

Im VSD ist man mehrheitlich der Ansicht: «Es macht keinen Sinn mehr, sowohl die verschiedenen Typologien von Agenturen oder freiberuflich Kreativen einerseits und andererseits Druckereien in Schubladen stecken zu wollen. Die Zeiten, in denen man darauf achtete, wer nun welche Arbeit erledigen soll, darf oder kann, sind endgültig vorbei. Kunden und Auftraggeber der grafischen Branche haben für solche internen Feinheiten keinen Sinn mehr. Sie müssen schnell, mit geringen monetären Ressourcen zu maximalen Ergebnissen kommen. Da braucht man Ansprech- und Leistungspartner, die sich im Ganzen ebenso wie in den Details auskennen.»

Deshalb können Mediamatikerinnen/Mediamatiker sowohl in Agenturen wie auch in Druckereien oder auch in Programmierbüros – Stichwort: Internet – arbeiten und dort ausgebildet werden. «Für die gut aufgestellte Druckerei ist dieses Berufsbild sozusagen von Tag zu Tag richtiger. Das heisst ja nicht, dass alle Lernenden eines Jahrganges nur noch Mediamatiker sein müssen. Aber es ist allemal vernünftiger, von vorneherein breit gefächert auszubilden als später die frisch Ausgebildeten wieder umzuschulen – das ist ein Zeitverlust, der keinem nützt.»

Einen wichtigen branchenpolitischen Aspekt sieht der VSD bei der Konzentration auf echte Crossmedia-Ausbildung: «Damit wird die Druckindustrie auch für die Jahrgangsbesten der Schulen wieder attraktiv und interessant. Mit dieser Ausbildung, die stark in den IT-Sektor reicht, können wir aufgeschlossenen Berufssuchenden eine attraktive Zukunft versprechen», sagt der VSD-Geschäftsführer Maurice Wicky. Sein Kalkül: «Mit solchen Fachleuten punkten die Druckereien wieder. Sie bieten, was Kunden brauchen. Und gleichzeitig verwirklichen wir mit der Unterstützung des Berufsbildes unser in vielen Bereichen eingelöstes Versprechen, als Unternehmerverband offen und attraktiv für Unternehmen zu sein, die sich nicht primär an Druck orientieren.»

Triale Ausbildung

Der Lernortkooperation wird grosses Gewicht beigemessen. Der Lehrbetrieb ist das Lern- und Erprobungsfeld für die Umsetzung von Wissen und Theorie in praktisches Tun. Die Berufsfachschule vermittelt detaillierte Fachkenntnisse und die notwendige Wissensbasis im Berufskundebereich. Und überbetriebliche Kurse sind Übungsfelder für komplexe und intensive Workshops, die Lernen mit praktischem Tun verbinden. Hier werden auch Themen und Vorgänge geübt, die möglicherweise im Ausbildungsbetrieb nicht intensiv genug vermittelt werden können, weil sie in dieser Form nicht vorkommen.

Mediamatik-Grundbildung ist gewissermassen die medientechnische Ausprägung der IT. Der Beruf wurde voll auf den All-Media-Bereich ausgerichtet. Die überarbeitete Bildungsverordnung ist am 1. Januar 2011 in Kraft getreten. Träger ist der Berufsverband ICT-Berufsbildung Schweiz, der auch für die Berufe InformatikerIn und InformatikpraktikerIn verantwortlich zeichnet. Der im Frühjahr 2010 vom Dachverband ICT-Schweiz und den kantonalen und regionalen Organisationen der Arbeit (Oda) gegründete Verband, dem seit April 2011 auch der VSD angehört, hat zum Ziel, dem ICT-Fachkräftemangel in der Schweiz aktiv zu begegnen. Er schafft die Voraussetzungen für einen zahlenmässig ausreichenden und genügend qualifizierten Nachwuchs an ICT-Berufsleuten, ausgerichtet auf die Anforderungen von Wirtschaft und öffentlichen Verwaltungen und abgestimmt auf die internationalen Standards.

Diesen Praxisbezug «aus der heutigen Realität für die morgige Berufswelt» schätzt Annamaria Senn-Castignone als Bildungsexpertin sehr, sie ist sich sicher: «Mit dem Berufsbild Mediamatik wird die grafische Produktionstechnik einen erheblichen Schritt weiterkommen, weil sie jetzt konkrete Möglichkeiten hat, grundsolide, praxisnah, verantwortungsbewusst und Chancen bietend zugleich auszubilden.»

Gute Nachrichten für junge Menschen, die sich für die HighTech-Welt des Cross- und Multimedia begeistern lassen und das Gespür für Design-Qualität auf Bildschirmen und Druckseiten haben.

Infoveranstaltungen zur Ausbildung

Der Verbindung von IT & Print gehört die Zukunft

Es ist noch nicht lange her, da herrschte im Medienproduktionsbereich – insbesondere in der Mediovorstufe von der Kreation bis zur Seitengestaltung – eine strenge Arbeitsteilung. Spezialisierte Berufe zergliederten den Arbeitsprozess in viele Stufen. Organisatorisch und kalkulatorisch ein mühsames Unterfangen. Jetzt wurde ein Berufsbild vorgestellt, welches jungen Menschen mit Neigung zu HighTech und der Bereitschaft zu anhaltender geistiger Flexibilität und Lernbereitschaft optimale Perspektiven bietet: Mediamatikerin EFZ / Mediamatiker EFZ. Ein Universalberuf, der drei Bereiche zusammenfasst: IT, PrePress-Workflow und Cross-/Multi-Media.

Infoveranstaltungen zur Mediamatiker-Ausbildung:

Zürich; 13. Juli 2011

Ort: Digicomp Academy AG,
Limmatstrasse 50, 8005 Zürich
Zeit: 18.00 bis ca. 20.30 Uhr
Anmeldung unter www.druckindustrie.ch

Adligenswil; 13. September 2011

Ort: VFI, Ebikonstrasse 75, 6043 Adligenswil
Zeit: 18.00 bis ca. 20.30 Uhr
Anmeldung unter www.druckindustrie.ch oder
www.vfi.ch

Weitere Veranstaltungen und Daten unter
www.druckindustrie.ch.

Informationsmaterial Mediamatiker:

BiVo, Bildungsplan, Qualifikationsprofil –
www.druckindustrie.ch

ICT-Berufsbildung –
www.ict-berufsbildung.ch

VFI (Verein zur Förderung der
ICT Berufsbildung) – www.vfi.ch

BBT (Bundesamt für Berufsbildung und
Technologie) Berufsverzeichnis –
www.bbt.admin.ch/bvz/index.html?lang=de



Xerox Executive-Forum 2011

Studienreise ins Gil Hatch Center for Customer Innovation

Eine Gruppe Schweizer und Österreichischer Unternehmer erlebte auf Einladung von Xerox am Executive-Forum, einem Workshop für den digitalen Druck-Bereich, drei interessante Tage im Gil Hatch Center for Customer Innovation in Rochester.

Dabei ging es vor allem um neue Technologien von Xerox und auch um einen Austausch unter Fachleuten mit der Möglichkeit einer direkten Rückmeldung bei den zuständigen Personen am Produktionsstandort in Rochester. In spezifischen Workshops wurde der Fokus auf die neuen Chancen im High-End-Produktionsdruck gelegt und auch Lösungen gezeigt, die in den Xerox-Laboratorien erst in Bearbeitung sind.

Solide Partnerschaft von grosser Bedeutung

Der Digitaldruck hat die grafische Industrie in den letzten Jahren massiv verändert und wird diese auch weiterhin mit einer schnellen Kadenz in Bewegung halten. Sowohl der Druck von Dokumenten als auch der Inkjet-Druck führen zu einem Umbruch auf den Gebieten Mitarbeitende, Fachkenntnisse, Technologien und Marketing von druckbasierter Kommunikation.

Xerox konzentriert sich nicht mehr nur auf den Bau von Maschinen. Der Fokus liegt neben der

breiten Modelpalette auch in den Segmenten «Software-Lösungen» und «professionelles Finishing». Dabei ist eine solide Partnerschaft sowohl bei den Kunden als auch bei der Zulieferindustrie von grosser Bedeutung. Der Markt ist klar umrissen: die neuen Felder «Fotobuch» und «Fotofinishing» sind schon gut besetzt, der Bereich «Verpackung» wächst immer noch und dem Sektor «Transpromo-Druck» geben alle Studien eine interessante Zukunft.

Neue Toner-Technologie

Im Bereich «Qualität» ist bei der iGen4 mit der neuen Toner-Technologie ein wichtiger Schritt erfolgt. Die Bilder sind mit diesem Matt-Toner jetzt im Bereich des Fotorealistischen und lassen keine Wünsche mehr offen. Eine Diskussion gegenüber dem Offsetdruck ist jetzt endgültig vom Tisch. Auch die Produktivität und die Konstanz haben sich durch die Optimierung der farbmtrischen Kontrolle verbessert. Die Linearisierung und Profilierung der iGen4 sind einfach und steigern somit die Leistung des Operators. Schwankungen innerhalb einer Auflage reduzieren sich dank dieser Massnahmen massiv. Allgemein ist der Trend der Automatisierung und Kontrolle der Prozesse ein wichtiges Thema bei der Xerox-Forschung.

Auffallend war die Offenheit der Produktverantwortlichen am Forum in Rochester, mit welcher die Verbesserungen aus den Anwenderkreisen aufgenommen wurden. Xerox ist bestrebt, ihre Maschinen ständig zu optimieren. Die gezeigten Druckmuster dieser neuen Toner-Technologie überzeugten die Teilnehmenden des Forums, bei einigen kam bereits Euphorie auf.

Lack als kreatives Gestaltungsmittel

Zum Thema «Veredelung» ist auf der Color 800/1000 mit dem «Clear Dry Ink» ein interessantes Produkt für einen neuen Markt entstanden. Durch die Effekte lassen sich die Printprodukte für den Kunden massiv verbessern und bringen einen Mehrwert. Lacke als Veredelungsmittel werden von Marketingfachleuten als kreatives Gestaltungsmittel immer mehr geschätzt. Die Printqualität auf diesen beiden Geräteserien ist sehr gut, mit einem hohen Grad an Produktivität.

Im Bereich «Vernetzung» ist mit der Öffnung des Workflows eine Anbindung an verschiedene Systeme möglich. In diesem Zusammenhang sind vor allem die Anbieter von Web-to-Print-Lösungen sehr interessiert, müssen doch für die Kunden oft komplexe Prozesse mühsam integriert werden. Mit dem FreeFlow ist die Anbindung auch von Diensten wie beispielsweise XMPie um einiges einfacher. Damit lässt sich auch ohne grosse Programmierkenntnisse ein personalisiertes Mailing mit entsprechender Web-Unterstützung (Mail) erstellen. Die Lösung ist sehr stark Marketing getrieben und soll die Druckdienstleister bei diesen Schritten näher Richtung Kunden optimaler unterstützen. Ein Ansatz, welcher auch die Erstellung von neuen Geschäftsmöglichkeiten für den digitalen Produktionsprozess (Business Development) angeht. Dabei wird bei einem Betrieb anhand einer Analyse ein Kommunikationskonzept erstellt, welches einen dokumentierten Entwicklungsplan für die Druckerei oder den Dienstleister enthält. Dabei steht der Kunde mit seinen Kommunikationszielen im Zentrum, und nicht die Geschwindigkeit der Maschine. Ein wichtiger Baustein ist auch bei dieser Lösung eine gute Integration einer Web-to-Print-Anbindung beim Kunden. Die Druckerei soll es ihren Kunden leicht machen, mit ihr als Partnerin zu produzieren. Mit



Gruppenbild der Schweizer Teilnehmenden 2011.



Xerox iGen4 – Spitzengerät für hohe Produktivität.



Neue wasserlose Inkjet-Technologie setzt Massstäbe.

diesem Modell soll eine Druckerei von dem Wachstum profitieren, welches die PIRA-Studie bis 2014 für den Digitaldruck aufzeigt.

Wasserlose Inkjet-Technologie

Im Sektor «Sustainability» (Nachhaltigkeit) ist Xerox schon seit einigen Jahren aktiv und plant immer neue Entwicklungen unter diesem Aspekt. Die neue wasserlose Inkjet-Technologie ist auch in diesem Zusammenhang entwickelt worden. Zum einen steht der Faktor «Energie» im Zentrum, das heisst die Einsparung beim Wasserverbrauch, und zum anderen die technologische Perspektive des welligen Papiers in der Verarbeitung.

Beim Thema «Umwelt» hat auch das Recyclen von bedrucktem Papier einen Einfluss auf die Entwicklung der neuen, auf Granulat basierten Farbe gehabt. Durch die neue Technologie bei der Endlos-Inkjet-Maschine kann diese im Stand-by-Modus stehen und ohne grossen Vorlauf wieder eine Auflage produzieren. Über die Menge an Makulatur und der nicht eingesetzten Energie lässt sich bei diesem Maschinentyp in einem Jahr viel Zeit, Material und somit Geld einsparen.

Nachhaltigkeit ist bei allen Produkten von Xerox ein Bestandteil des Prozesses. Bei der iGen4 sind 97 % der Komponenten wieder verwendbar (recyclable) und können somit wieder im Prozess eingesetzt werden.

Die neue wasserlose Inkjet-Hochleistungsmaschine für den Endlosbereich ist seit der Präsentation an den Hunkeler Innovation Days in diesem Jahr nochmals verbessert worden. In ein paar ausgewählten Betrieben wird die Maschine jetzt in Form eines Beta-Tests in der Praxis eingesetzt. Dank der ausgeklügelten Bauweise kann ein Operator sehr viele Unterhaltsarbeiten selber ausfüh-

ren. Die neuen Inkjet-Module sind sehr schnell austauschbar und zeichnen sich durch einen stabilen Prozess aus. Die Reinigung und der Unterhalt der Maschine entlasten den Operator, damit dieser sich der Aufbereitung der Daten und dem Druckprozess widmen kann.

Ein grosser Vorteil dieser wasserlosen Inkjet-Technologie ist auch die Auswahl des Papiers: Von 50 g/m² bis 160 g/m² ist alles möglich. Auch die Anpassung auf ein ungestrichenes Papier für ein Mailing ist mit dem Farbmanagement kein Problem mehr, was bei den Endlosdruckern ein wichtiges Argument ist. Diese Technologie wird in den nächsten Jahren sicher noch für die eine oder andere Schlagzeile sorgen.

Ein Blick in das Forschungslabor

Einen interessanten Einblick in das Forschungslabor gewährte Rainer Eschenbach, ein langjähriger Mitarbeiter in der Xerox-Entwicklung. Als erstes zeigte er auf, in welche Richtung sich die Toner weiterentwickeln. Ein erstes Beispiel ist ja die «Matte Dry Ink», welche jetzt in der iGen4 bereits erhältlich ist. Die Forschung ist jetzt mit der Nanotechnologie am Testen. Eine Anwendung könnte ein Toner sein, der keinen Reinigungsaufwand mehr benötigt. Welch ein spannender und auch nachhaltiger Ansatz!

Im zweiten Teil zeigte Rainer Eschenbach anhand eines Beispiels den Bereich des Sicherheitsdruckes unter ganz anderen Aspekten. Jede/r Teilnehmende am Forum war von diesen Beispielen fasziniert. Durch eine Erweiterung in der Software bei der iGen4 lassen sich interessante Sicherheitsmerkmale auf den Drucken erzeugen, so zum Beispiel eine Linie mit einer Mikroanwendung der Schrift, welche nur mit der Lupe ersichtlich ist.

Dann sind aber auch verschiedene Farbnuancen in einem Farbfeld durch die Steuerung des Rasters Algorithmus möglich. Eschenbach präsentierte auch Beispiele mit Infrarot-Anwendungen, welche auch zur Sicherheitskontrolle dienen. Dieser kurze Ausflug in die Forschung zeigte auf, was bei Xerox im Bereich des digitalen Druckes in Zukunft noch möglich ist und vor allem, welches Potenzial in dieser Technologie steckt ...

Die Zeit verging wie im Flug, dank der perfekten Reise-Organisation wurde den Teilnehmenden ein ideales Umfeld für den Austausch unter Fachleuten ermöglicht. Für jede/n war die Reise eine gute Investition in die Zukunft und zum Teil entstand daraus auch eine neue Bestandsaufnahme der eigenen Business-Lösungen. Allen ist nach dieser Reise klar: Nicht die Technik ist entscheidend für die Zukunft, sondern die Dienstleistungen und Lösungen für die eigenen Kunden. Mit den aktuellen Xerox-Modelpaletten ist alles möglich. Der Fokus in den Unternehmen muss sich jetzt auf den Markt und seine Dienstleistungen ausrichten, denn im Bereich «Dokument-Lösungen» ist die Druckindustrie nicht alleine. Es sind schon mehrere Spieler mit guten Voraussetzungen aktiv, die sich nicht auf die Technik konzentrieren. Neben dem Drucken ist die wichtigste Aufgabe das Angebot von Lösungen im Bereich IT und dort die Schnittstellen-Thematik. In diesem Umfeld ist Wertschöpfung auch im Jahr 2011 möglich, aber es muss relativ zügig angegangen werden. ■

Redaktion VSD-Mitteilungen

VSD, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern
Telefon 031 351 15 11 Fax 031 352 37 38