

Das Stellwerk im Unternehmen

Eigentlich führt der Begriff «Druckkaufmann/frau» ein wenig in die Irre, hört sich eher etwas antiquiert an in einer Zeit, in der ein Kaufmann einem Business nachgeht, in der alles digital und zunehmend Online ist. Doch hinter der Bezeichnung verbirgt sich eine Ausbildung, die genau dem entspricht, was in einer modernen Druckerei heute verlangt wird.

Die konjunkturellen Schwankungen und der Strukturwandel in der Druckindustrie stellen die Betriebe vor immense Herausforderungen. Eines ist in dieser Situation sicher: Ein «Weiter so» oder «Augen zu und durch» wird in unserer Branche nicht mehr funktionieren. Die Weichen müssen neu gestellt werden. Dabei kann es eine einzig richtige Weichenstellung natürlich nicht für alle geben. Denn es gibt viele Möglichkeiten, ein Unternehmen neu auszurichten. So führt ein Weg in Richtung Industrialisierung mit hocheffizienten, durchstrukturierten Arbeitsabläufen auf allen Unternehmensebenen. Was sich in anderen Industrien mit dem Schlagwort «Lean Production» etabliert hat, wird zunehmend auch von Druckereien angestrebt. Daneben öffnen sich weitere Möglichkeiten durch Spezialisierung, eine erweiterte oder neue Produktpalette und viele mehr.

Wissen ist gut. Machen ist besser!

Einige Management-Experten warnen jedoch: «Wir haben kein Innovations- oder Wissensproblem, wir haben vielmehr ein Umsetzungsproblem.» Immer wieder würden



In Positionen, die durch Druckkaufleute besetzt werden, werden Weichenstellungen erwartet.

Verbesserungsaktivitäten gestartet, es würde qualifiziert, was das Zeug hält, Wissen würde angehäuft – mit dem Ergebnis, dass nichts von dem in der Praxis ankomme. Es fehlen also nicht die Ideen, es mangelt an der Umsetzung.

Diese Lücke zu schliessen, ist Teil des Jobs des Druckkaufmanns innerhalb der Führungsorganisation. Hinter dem Begriff Druckkaufmann/Druckkauffrau verbirgt sich alles, was eine moderne Druckerei ausmacht: Hightech, Informatik, Qualitätsmanagement, Marketing und Nachhaltigkeit.

Deshalb braucht man in diesem Job heute vor allem Fantasie, viel Basis- und Fachwissen sowie ein Gespür für neue Chancen und Möglichkei-

ten im Markt. Dabei ist es durchaus erwünscht, durch Infragestellen des Bisherigen auf neue, bessere Lösungen zu kommen. Die Rede ist also von einem Job, der unterschiedliche Namen und Bezeichnungen tragen mag, im Kern aber immer darauf abzielt, die Wünsche der Kunden mit den Erfordernissen der innerbetrieblichen Produktion zu verbinden. Man könnte es auch schlicht und ergreifend das Stellwerk einer jeden Druckerei bezeichnen.

Weichenstellungen

Es geht also nicht nur im übertragenen Sinne um Weichenstellungen. Früher, zumindest vor einigen Jahren noch (und vielleicht auch noch heute) sorgten Mitarbeiter dafür, dass ein Druckauftrag, egal wie er im Einzelnen auch aussah, so

aufbereitet wurde, dass er in den Betrieb passt. Heute dagegen muss es oft das genaue Gegenteil sein. Wie kann man das Unternehmen und den Produktionsprozess flexibel genug gestalten und dennoch so stabil halten, dass man jede sich bietende lukrative Marktchance ergreifen kann?

Eine Aufgabe, die vor allem eins verlangt: keine Minute Stillstand in der Beobachtung des sich immer schneller drehenden Marktes. Es gilt, den Veränderungsprozess, der bei Kunden stattfindet und der auch von den Druck- und Mediendienstleistern immer wieder neue Fähigkeiten und Fertigkeiten erfordert, genau zu analysieren.

Um den Kunden unter dem Strich Gelder zu sparen – auch das wird heute erwartet – müssen ständig neue Wege gefunden werden, sie müssen möglich, machbar und gangbar gemacht werden. Und damit obliegt den Managern im Auftragsbüro eine Aufgabe nach innen und aussen. In den Betrieb hineintragen, was auf dem Markt in Aufträge umgesetzt werden kann und die Kunden anzuregen, vor allem aber kompetent zu beraten und zur Seite zu stehen. Genau dies sollte dem fortgeschrittenen Leistungsspektrum eines grafischen Betrie-

bes entsprechen: Dreh- und Angelpunkt für Weichenstellungen zu sein.

Ständige Weiterbildung

Es ist logisch, dass solches Tun auf einer soliden, vielfältigen und vor allem einer auf ständiger Weiterbildung angelegten Ausbildung basiert. Eine, wie sie beispielsweise im Vorbereitungsstudium auf die eidgenössische Berufsprüfung zur Druckkauffrau und zum Druckkauffmann seit jeher in der «gib»Zürich praktiziert wird.

Dabei werden die Grundlagen gelegt, die in der Folgezeit befähigen, selbstständig oder im Verbund mit ähnlich qualifizierten Kollegen im Betrieb einen permanenten Evolu-

tionsprozess zu initiieren und in Gang zu halten. Der Beispiele gibt es genügend, wo «gib»Zürich-Absolventen nach dem Diplom in den Betrieben zum Innovationsmotor wurden und der sprichwörtliche Ruck durchs Unternehmen ging.

Aussichtsreiche Chancen

Grund genug, sich rasch für dieses berufsbegleitende viersemestrige Studium zu entscheiden. Denn es ist mit positiven und aussichtsreichen Karrierechancen verbunden. Das ist die Erfahrung der bisherigen Absolventen. Denn sie sind durch ihre Qualifikation befähigt, in den Unternehmen zu den Vordenkern und damit den Führungskräften zu gehören.

Damit dies auch so bleibt, orientiert sich die «gib»Zürich-Ausbildung mit ihren eigenen Lehr- und Lernmitteln wie dem «Integrierten Management-Handbuch» ganz konkret an Praxis und Realität.

«Integriertes Management-Handbuch»

Lernen, so glauben viele, sei «Theorie pauken». Nicht so in der Ausbildung «Druckkauffrau/-mann EFA». Der «gib»Zürich-Unterricht ist oft mehr Normalität des Berufsalltags, als man in einem einzelnen Unternehmen mitbekommen kann, sagt Schulleiter Jean-Paul Thalman. «Weil wir hier konzentriert zusammenfassen, was einem in der Summe der typischen Unternehmungen

begegnen kann und auf das man durch die Ausbildung und Prüfung vorbereitet sein muss».

In dieser Klarheit der Herausarbeitung von Stoff und Lösungen, von Bandbreite und «best practice»-Erfahrung – wie im Unterricht oder den Seminarwochen – bleibt im Firmenalltag kaum Zeit, oder es sind die betriebspezifischen Besonderheiten, die den Blick auf andere Lösungen und Möglichkeiten versperren.

Konsequent werden die verschiedenen, auch in der Realität verbundenen und ineinander greifenden Disziplinen im «gib»Zürich-Unterricht nach dem «Integrierten Management Handbuch» vermittelt, das in



DIPLOMKURS Unternehmensführung

Ihr Nutzen: Vorurteilslose Überprüfung Ihrer Führungsarbeit, umfassende Analyse der eigenen Unternehmung, Analyse und Vergleich der Marketing- und Verkaufstätigkeiten, Begleitung bei der Formulierung der eigenen Unternehmensstrategie, Instrumente für die Finanz-, Marketing-, Verkauf- und Beschaffungsplanung und individuelle Begleitung der Kursteilnehmer.

Teilnehmerkreis: UnternehmerInnen, GeschäftsführerInnen, ProfitcenterleiterInnen, Marketing- und VerkaufsleiterInnen, GeschäftsnachfolgerInnen, Oberstes Kader

Kursbeginn: 09. – 11. Oktober 2012; 48.5 Tage verteilt auf 15 Kursblocks

DIPLOMKURS oberes & mittleres Kader

Ihr Nutzen: Vorurteilslose Überprüfung Ihrer Führungsarbeit, umfassende Analyse der eigenen Unternehmung, Förderung der Zusammenarbeit unter den Führungskadern der Unternehmung, Vertrautmachen mit den modernen Grundlagen der Unternehmungsführung

Teilnehmerkreis: Obere Führungskräfte aus Technik, AVOR, Verkauf, Administration

Kursbeginn: 09. – 11. Oktober 2012; 37 Tage verteilt auf 11 Kursblocks

SKUGRA SEGRA KURSANGEBOTE

Intensivrepertorium Finanzen

23. Oktober 2012

Refresher AL/VID

19. - 20. Oktober 2012

Professionelles Beschaffungsmanagement

29. Januar 2013 und 23. April 2013

Verkaufstechnik und -planung

16. Oktober 2012

Anmeldungen und Auskünfte unter:

SKUGRA-SEGRA AG
Oberdorfstrasse 2, 6340 Baar
Telefon 041 763 20 30

Dauerthema Marketing

Der viersemestrige, berufsbegleitende Lehrgang für die Prüfung zur/zum «Druckkauffrau/-mann mit eidg. Fachausweis» ist eine vielfältige Tour durch die Fachgebiete, die Kaderleute für die Unternehmensführung und für Leitungs- und Entscheidungsaufgaben in der Printmedienindustrie beherrschen müssen. Standen früher eher technische Fächer im Vordergrund, überwiegen im Kanon der Fakultäten inzwischen die betriebswirtschaftlichen und kaufmännischen Management-Themen mit einer zentralen Komponente – dem Marketing. Ein Thema, das viele Facetten hat, das die Basis für Business ist und Grundlage der Innovationsfähigkeit.

Um dem Marketing als Ganzem noch mehr Bedeutung zuzumessen, ist der Bereich Marketing fester, integrierter Bestandteil, sogar die Fäden ziehende Komponente im Lehrplan der «gib»Zürich Kaderschule geworden. Ganz einfach aus der praktischen Erwägung, weil Marketing über allen Aktivitäten eines Unternehmens schwebt. Denn zum Marketing gehören so wichtige Bereiche wie Verkauf, Kommunikation und Werbung ebenso wie die Selbstdarstellung von Unternehmen, die ihre Leistung am Markt gegen oft mächtig starken Wettbewerb behaupten müssen. Es zählen aber auch immer mehr die Fähigkeiten dazu, sich in die Marketingaufgaben der Kunden hineinzuversetzen, um mit ihnen die gleiche Sprache zu sprechen. Denn Drucken ist in weiten Teilen nichts anderes als die Ausführungsebene von Marketingzielen und Marketingaufgaben. Wer die «Druckwünsche» der Kunden verstehen will, muss als Berater oder Auftragsbearbeiter in einer Druckerei, als Konzeptionierer und Aufgabenverantwortlicher die Marketingsituation der Kunden nachvollziehen können. Marketing ist deshalb «Permanent-Thema» in verschiedenen Variationen. Synchronisiert und aufeinander abgestimmt ist das Thema in die Stundenpläne eingebaut. So ist gewährleistet, dass die Absolventen mit einem fundierten Wissen aus den vier Semestern kommen und fit sind für Aufgaben des Praxisalltags. Denn gerade die Kombination von technischen, kaufmännischen, werbe- und kommunikationsbezogenen Fächern macht die besondere Güte des «gib»Zürich-Studiums aus und qualifiziert jüngere wie ältere Berufsleute, sich in verantwortungsvollere Aufgaben und Positionen einzuarbeiten.

der Summe ein prototypisches Modellunternehmen beschreibt. Mit Zahlen und Ereignissen, Relationen und Konditionen, wie sie tausendfach in der Praxis anzutreffen sind. «Damit lernen die Studierenden die pure Praxis anstelle von schöngeläufiger Theorie oder idealisierten

Soll-Situationen kennen», führt Jean-Paul Thalmann aus. Diesem Modellunternehmen hat man zudem «Leben eingehaucht», denn es finden – wie im richtigen Leben – Geschäftsleitungs- und Verwaltungsratsitzungen statt, es gibt eine klare, persönlich festgelegte Aufgabenstellung, in der die Dozenten Lenkungs- und Führungs-

aufgaben des Modellunternehmens ausfüllen und somit auch kurzfristige Trends auf dem Markt in den Unterricht einfließen lassen können. Ganz nach dem Motto: «So nahe wie möglich an der Branchenwirklichkeit».

Rendite Lehr- und Lernmittel

Das zahlt sich konkret aus. Erstens erleichtert es das Verständnis für manche zunächst fremden Fächer. Musste man früher für jede Disziplin ein eigenes Beispiel bilden, erkennt man nun die Zusammenhänge im Musterunternehmen wieder und kann die Fachgebiete miteinander verknüpfen. Da bleibt mehr Zeit für die Konzentration auf den eigentlichen Stoff (der auch zur Prüfung parat sein muss). Und es fördert die Möglichkeit, kreativ zu lernen (auch in kleinen Arbeitsgruppen) und kann sofort auf die eigene Berufspraxis und -tätigkeit übertragen werden.

«Eigene Lehr- und Lernmittel sind eine Besonderheit der «gib»Zürich. Dies fördert nicht nur die Kontinuität, sondern vor allem die Intensität des Unterrichts. In den Prüfungsnoten und Abschluss-Ergebnissen erkennen wir diese Vorteile konkret. Wer regelmässig den Unterricht besucht, hat fast schon die Garantie, die Prüfung bestehen zu können», sagt Jean-Paul Thalmann und ergänzt: «Somit hat die Investition in das Schulgeld eine maximale Rendite. Es lohnt sich tatsächlich und die Absolventen der vergangenen Jahre, Jahrzehnte sogar, können dies voll und ganz bestätigen. Die Prüfung und die damit verbundene Qualifikation war das, was man heute einen «Karriere-Booster» nennt, ein Beschleuniger für den Aufstieg in Kaderpositionen oder der Schritt in die Selbstständigkeit.»

WICHTIGE TERMINE

Die nächsten Lehrgänge und Veranstaltungen

BP Druckkauffrau/-mann EFA Lehrgang DK84

3. November 2012 in Zürich.

Lehrgang DK85

ab Januar 2013 in Zürich.

DK Informationsabende

Donnerstag, 27. September 2012

18.00 Uhr in Aarau

Donnerstag, 11. Oktober 2012

18.00 Uhr in Luzern

Donnerstag, 18. Oktober 2012

18.00 Uhr in Bern

HFP Publikationsmanager/in ED

Lehrgang PM03

ab 11. Mai 2013

Lehrgang PM04

ab 10. Mai 2014

PM Informationsabende

Donnerstag, 8. November 2012

18.00 Uhr in Zürich

Donnerstag, 29. November 2012

18.00 Uhr in Luzern

Donnerstag, 10. Januar 2013

18.00 Uhr in Aarau

Alle Informationsabende sind kostenlos und ohne jegliche Verpflichtung.

Details, Informationen, Anmeldung:

Kaderschule «gib»Zürich

Seefeldstrasse 62

Postfach

8034 Zürich

Telefon 044 - 380 53 00

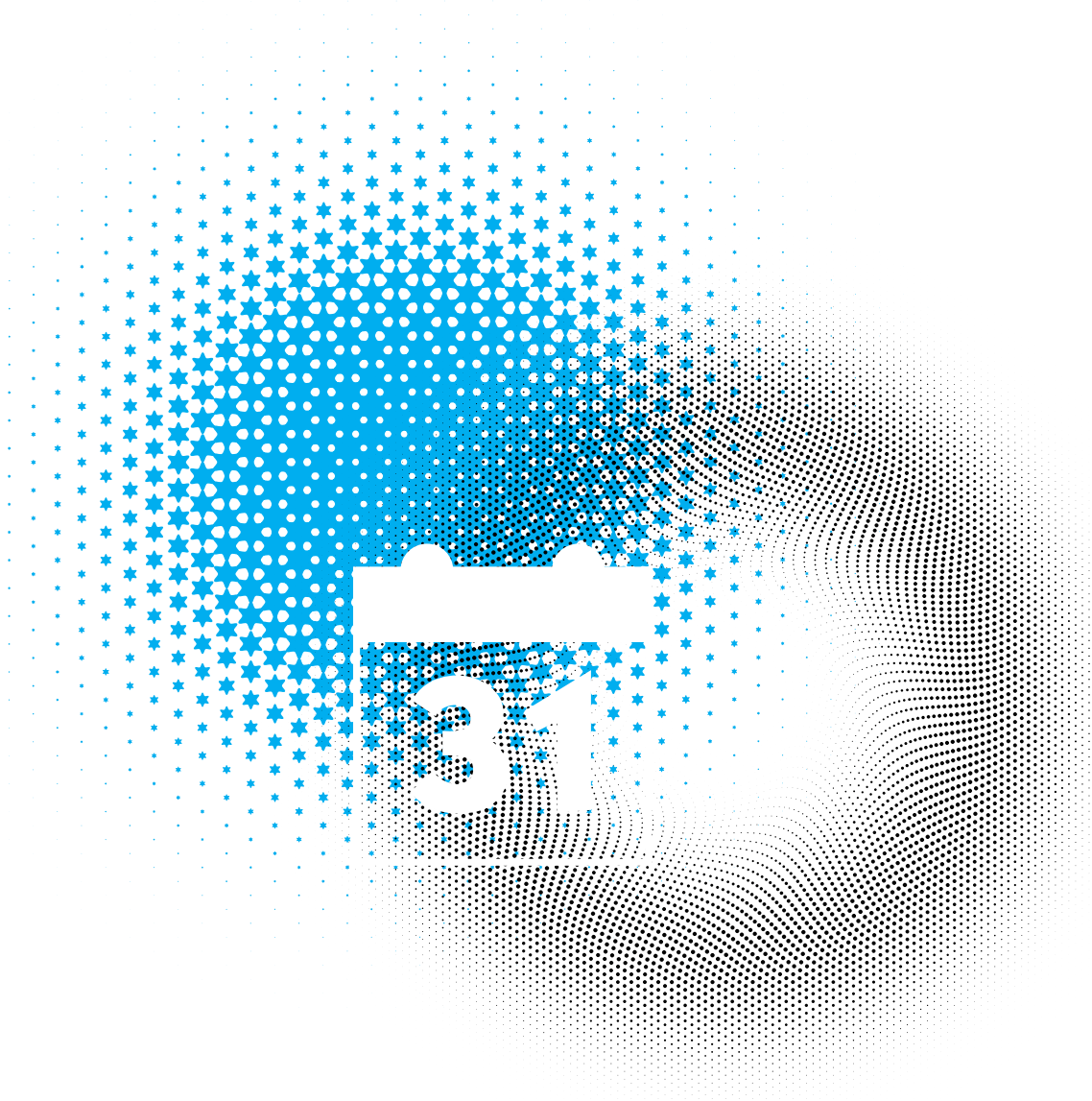
Telefax 044 - 380 53 01

➤ www.gib.ch



Sommer & Herbst 2012

Terminkalender



GRAFISCHES FORUM ZÜRICH

27.9.2012

Erfolgsfaktor Positionierung

Profilierungsmöglichkeiten für Druckereien im dynamischen Marktumfeld

25.10.2012

Automation mit XBRL

Geschäftsberichte automatisch erstellen.

29.11.2012

Ohne Stress und Alkohol

Umweltschutz und Wettbewerbsdruck mit innovativen Lösungen begegnen

www.gfz.ch

Alle weiteren Informationen finden Sie auf unserer Website