

Wie im richtigen Leben

Was wäre eine Weiterbildung, wenn sie sich nicht an den aktuellen Erfordernissen der Praxis orientiert? Geschichtsunterricht. Das aber reicht nicht, um Studenten auf das vorzubereiten, was an Aufgaben in der Wirtschaft auf sie zukommt. Deshalb bilden sich auch die Dozenten der «gib»Zürich weiter – und stellen dabei selbst ihren Lehrstoff in Frage.

Die Branche scheint verunsichert, Geschäftsmodelle ändern sich, weil alte nicht mehr auskömmlich funktionieren, die Kunden haben andere, sich permanent wandelnde Ansprüche, Investitionen werden zurückgestellt oder von der Agenda gestrichen, Personal wird abgebaut, Fachliteratur nur noch mässig genossen und auch an der Weiterbildung wird gespart. Die Nervosität in der grafischen Industrie nimmt zu und der Ton wird ruppiger.

Und genau in diesem Umfeld will der Viscom sein Aus- und Weiterbildungsprogramm unter dem Dach visCampus über alle Bereiche der Branche hinweg als ruhenden Pol etablieren. Folgt man Viscom-Direktor Dr. Thomas Gsponer, kann das auch gelingen. Schliesslich gebe es in der Schweiz auch Kantone, in denen es drei Amtssprachen gibt und man dennoch eine einzige Sprache spreche. Diese gemeinsame Sprache kann im übertragenen Sinne nur heissen: Lebenslang lernen, um sich auf den stetigen Wandel der Branche einzustellen.

Denksportaufgabe Modellfirma

Für die «gib»-Dozenten gilt die gleiche Zielsetzung. Sie wollen den Studierenden eine Ausbildung aus einem Guss bieten. Und das mit dem Anspruch, die beste Schule auf ihrem Gebiet zu sein. Deshalb treffen sich die Dozenten der Kaderschule zweimal jährlich, um die Lerninhalte abzustimmen, die Per-



Zum wiederholten Male war das Guarda Val in Graubünden Ort der Begegnung und Diskussionen der «gib»Zürich-Dozenten. Die Ruhe und Abgeschiedenheit sorgt einerseits für eine entspannte Atmosphäre, bietet andererseits aber bei den Sitzungen die Möglichkeit für volle Konzentration.



Schnapschüsse von der 21. Weiterbildung der «gib»Zürich-Dozenten. Konzentration, Präsentation und Diskussion bilden den Schwerpunkt. Und das mit ganz konkreten Ergebnissen.

spektiven zu diskutieren und sich didaktisch und pädagogisch weiterzubilden.

Dies ist in der Vergangenheit auch immer gelungen, da man den Inhalt des Semester-Lehrstoffes praxisnah am Beispiel einer Modellfirma namens Druckerei «gib»Zürich AG, einer fiktiven Druckerei, anpasste. Dabei sind natürlich alle Disziplinen vom Marketing über die Produktion bis zur Administration und dem Personalwesen gefragt. Denn so lässt sich von der Modellfirma leicht die Theorie von der Praxis ableiten – und umgekehrt. Das wiederum be-

zieht traditionell-neue und digitale Drucktechniken, neue Medien, Nachhaltigkeitsfragen etc. mit ein. und wird zu einem hoch spannenden Fall gerade für die Weiterbildung von Praktikern.

Die bisherige Denksportaufgabe der Modellfirma konnte jedoch auf Dauer kein mustergültiges Geschäftsmodell sein, sondern nur eine Facette von vielen, nur eine Momentaufnahme, in der alle Ressorts beziehungsweise Fachdozenten ihre jeweilige Aufgabe als tragende Säule einbringen – ganz so, wie im richtigen Leben.

Vor allem verfolgte man von Beginn an einen interessanten Ansatz: Marketing geht vor Technik.

Doch geht das heute noch? Ist Marketing, wie es bis heute gelehrt und praktiziert wird, noch zeitgemäss in einer Situation, wo es für Preisfindung und Preismodelle kaum noch Raum gibt, weil die Kunden die Preise vorschreiben? Und kann Marketing überhaupt noch funktionieren, wenn sich die Märkte völlig geändert haben und mit ihnen die Geschäftsbeziehungen. Ja, es geht. Nur muss sich auch das Marketing anpassen.

Er war einer der ersten Dozenten an der «gib»Zürich Kaderschule und hat den Wandel der Branche über Jahrzehnte hautnah erlebt. Bei der 21. Weiterbildung der Dozenten wurde Wolfgang Fux nach weit über 30 Jahren aktivem Dienst an der Schule verabschiedet. Nicht ohne zu bemerken, dass er der Branche treu bleiben werde.

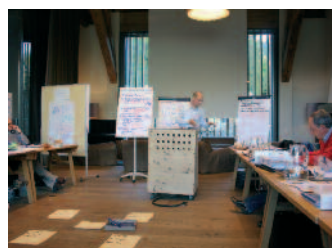


Positives Signal

Alle Dozenten der «gib»Zürich kommen aus der Praxis, aus dem Berufsleben. Das macht die Diskussionen innerhalb der Lehrerschaft umso wertvoller. Ja, es geht also auch um Pädagogik, um Wissensvermittlung, um Motivation der Studenten – aber das basierend auf praktischen Erfahrungen und eben nicht auf Basis theoretischer Erkenntnisse. Gerade diese praktischen Erkenntnisse der Branchenprofis führten zu einer Diskussion um die in die Jahre gekommene Modelldruckerei.

Was an der 21. «gib»Zürich-Weiterbildung dazu führte, dass es nur noch am Rande um die Dozentenweiterbildung ging. Vielmehr wurde diskutiert, wie man die Lerninhalte den aktuellen Marktgegebenheiten anpassen kann. Und zwar ganz konkret und fassbar in dem Beschluss, die bisherige Modellfirma umzubauen, den «Saftladen» zu sanieren, zu modernisieren und neu aufzustellen, um sie dem heutigen Stand anzupassen und dann entsprechend der Branchenentwicklung marktkonform zu modellieren. Ganz wie im richtigen Leben.

Damit wird sich die «gib»Zürich nicht ändern, damit werden sich auch die Lernziele nicht verändern, aber damit wird die Schule noch praxisnäher und sendet ein positives Signal an den Markt: «Wir wissen, was heute gefragt ist. Wir wissen, was benötigt wird, um Print im Medienmix zu stärken. Und dieses Wis-



Noch mehr Praxisnähe

Ursprünglich als Alternative zu den Kalkulationsseminaren der Schweizer Verbände gegründet, hat sich die «gib»Zürich Kaderschule über die Jahrzehnte hinweg zu einer festen Institution im Schweizer Weiterbildungs-Markt etabliert.

Jetzt, gut ein Jahr nach der Übergabe der Schulrechte an den Viscom, wird ein weiterer Wandel deutlich. Aber nicht etwa, weil es der Verband so wollte oder gar von oben diktierete, sondern weil die Dozenten ihre eigene Arbeit hinterfragt, diskutiert und neu definiert haben.

An der Struktur der Schule wird das keinen Deut ändern. Es wird weiterhin das bekannte und begehrte Ausbildungsangebot zum/zur Druckkaufmann/-frau EFA geben und ebenso das zum Publikationsmanager/-in ED. Was sich jedoch ändert, ist die Art und Weise, wie der Lehrstoff vermittelt wird. Eben mit noch mehr Praxisnähe, angepasst an die aktuellen Gegebenheiten des grafischen Marktes – genau so wie im richtigen Leben.

› www.gib.ch

sen werden wir den Studenten vermitteln», sagt Schulleiter Jean-Paul Thalmann. Um, so der Anspruch der «gib»-Dozenten, die beste Schule ihrer Art zu sein.

Ausbildungsniveau steigern

Damit signalisiert die «gib»Zürich Kaderschule dem grafischen Markt, dass das Ausbildungsniveau noch weiter steigen wird. Unternehmer können sich nunmehr noch besser darauf verlassen, dass es in der Schweiz Aus- und Weiterbildungsangebote gibt, auf die sie bauen

können. Denn die Absolventen solcher Ausbildungsstätten stehen mit beiden Füßen auf dem Boden der Tatsachen und beherrschen die Werkzeuge, um ein Unternehmen zeitgemäss im Markt zu platzieren und zu entwickeln.

Das gilt selbstverständlich für beide Ausbildungsgänge an der «gib»Zürich Kaderschule – das berufsbegleitende Studium zum Druckkaufmann oder zur Druckkauffrau EFA – und erst recht für das Studium zum Publikationsmanager oder zur Publikationsmanagerin ED. Damit lohnt sich ein Studium um so mehr.

