

Grundbildung Polygraf/in am Scheideweg

Gedanken zur Anforderung in der Medienvorstufe

Die Medienkonvergenz – also Annäherung, Ineinandergreifen und gleichzeitige Nutzung verschiedener Medienkanäle – hat die gesamte Kommunikationsbranche überrollt und teilweise auch überfordert. Weder die technische Basis, die Schulungskonzepte, noch die zugehörigen Geschäftsmodelle, um Kunden und Auftraggeber zukunftsorientiert zu bedienen, sind hinreichend bekannt.

Dabei geht es doch längst nicht nur um die formale Verknüpfung verschiedener Medienkanäle, sondern auch um die wirtschaftliche Dimension. Es ist deshalb die zentrale Aufgabe der Betriebe in der Medienproduktion, die Kehrtwende in Richtung Informationsökonomie einzuleiten.

Erst wenn es gelingt, die Wirkungsweise zu erfassen, können zukunftsorientierte und Erfolg versprechende Geschäftsmodelle überhaupt entwickelt und umgesetzt werden. Dazu muss in erster Linie die Brücke geschlagen werden zwischen Technik (Informationsmanagement) und Unternehmenskommunikation. Das funktioniert jedoch nur über die Lösungsorientierung, über die Vorteilsargumentation und mit einem hohen Mass an Einfühlungsvermögen und Motivation aller Prozessbeteiligten und Auftraggeber.

Im Vordergrund steht der gemeinsame Nutzen. Und genau darauf sollte zukünftig auch der Fokus der Medienproduktion liegen. Technisches Know-how bildet dabei nach wie vor die Basis, quasi das grundlegende Handwerkszeug. Darauf sollte aber

stets die Beratungskompetenz aufbauen, die auch über den Tellerrand der eigenen Dienstleistungen hinweg auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden blickt.

Die Entwicklung der Medienkonvergenz kam nicht überraschend, über E-Paper, E-Reader oder Tablet-PC's spekuliert und diskutiert die Branche schon seit längerem. Die crossmediale Aufbereitung von Inhalten ist bei unseren Kunden längst angekommen, wenn auch nicht bei allen. Dort liegt ein verborgenes Potenzial für Mediendienstleister.

Dass diese Entwicklung hin zur integrierten Kommunikation Auswirkungen auf die Grundbildung hat, liegt jedoch auf der Hand. Was seit einiger Zeit ein Problem darstellt, ist das Abwandern der frisch ausgebildeten Polygrafen in die vorgelagerte Produktion, bei Kreativ- oder Werbeagenturen oder Unternehmen (Corporate Communications). Mit grossem finanziellem Aufwand werden in der Druckindustrie Fachleute in der Medienvorstufe nicht für die eigene, sondern für andere Zweige der Kommunikationsbranche ausgebildet. Seit Jahren müssen Polygrafen neben einem Grundschuljahr noch sieben überbetriebliche Kurse (üK) absolvieren, die im Schnitt pro üK je Lernenden ca. 1.000,- CHF kosten und fakturiert oder durch Verbandsbeiträge getragen werden. Im Gegensatz darf ein Drucktechnologe ganz normal im Lehrbetrieb seine Grundbildung absolvieren und ist mit drei üKs scheinbar nicht so anspruchsvoll in der Grundbildung. Die Investition in einen Poly-

graf/in ist also im Vergleich zum Drucktechnologe – bezogen auf die üK – mehr als doppelt so hoch. Nur bleiben die Drucktechnologe nach der Grundbildung der Branche meistens erhalten, während sich die Mehrheit der ausgebildeten Polygrafen einen Job ausserhalb der Druckindustrie sucht. Nicht nur, weil sie keine Stelle finden, sondern schlicht und einfach, weil in Agenturen und auf Kundenseite interessantere Arbeiten zu erledigen sind, die eher dem breit gefassten Berufsbild des Polygrafen entsprechen. Die Druckindustrie unterstützt und finanziert damit eine Grundbildung, die zum grossen Teil gar nicht mehr der eigenen Branche zugute kommt.

Bei einer Druckerei werden heute schätzungsweise 80% bis 90% der Daten fertig angeliefert, da bleibt für eine kreative und vielfältige Arbeit nicht viel Spielraum. Das sind neu entstandene Realitäten, die einen Wechsel der kostspielig ausgebildeten Polygrafen in die vorgelagerte Produktion beschleunigen. Seit Jahren wissen wir auch: die Kompetenzen der Medienvorstufe in Druckereibetrieben haben sich von der Gestaltung hin zum Datenmanagement verschoben – und trotzdem verspricht unsere Branche mit dem Beruf des Polygrafen einem Schulabgänger, einen vielseitigen und kreativen Beruf erlernen zu können. Die Druckindustrie braucht daher nicht in erster Linie breitbandig ausgebildete Allrounder ohne Spezialisierung, sondern vermehrt Spezialisten mit Kompetenzen im Bereich Medien-IT (Daten-, Schnittstellen- und Output-Management).



Polygrafen bewegen sich in die falsche Richtung ...



Polygrafen sollten auch technischen Anforderungen genügen.

Für Druckereien gilt es, in diesen Disziplinen den Anschluss nicht zu verlieren, damit sie bei konkreten Crossmedia-Projekten ihre Rolle in diesem Bereich der Medienkonvergenz übernehmen können. Unsere Auftraggeber haben längst eine zentrale Rolle in der Produktionskette eingenommen, ihre Systeme zum Management von Kommunikationsmassnahmen (MAM/PIM) bilden vermehrt die Grundlage. Der Druck- und Mediendienstleister muss sich beim Kunden «einklinken» können, dort wo es seinem Bedürfnis entspricht.

Entwicklungschancen für junge Polygrafen?

An Feiern nach dem Qualifikationsverfahren (LAP) konnte in verschiedenen Gesprächen mit Polygrafen/innen ihre Sicht der Zukunft besprochen werden. Viele am Anfang ihrer beruflichen Karriere stehende Berufsleute sehen nach vier Jahren Grundbildung in den Betrieben der Druckindustrie zu wenig Perspektiven für ihre Weiterentwicklung. Das Reparieren und »druckbar Machen« angelieferter Daten stellt für die wenigsten eine gewünschte Tätigkeit auf Dauer dar. Dabei hätte die Branche durchaus Potenzial in verschiedenen Bereichen der Medienkommunikation. Dazu müsste aber endlich auch der Bildungsplan in der Fachrichtung «Medienproduktion» angepasst werden. Mit den neuen Aufgabenteilungen und Produktionsformen sowie der konsequenten Ausrichtung auf den Kunden (Publishing 3.0) müssten auch bei der Grundbildung die Themen Kommunikation und Projektmanagement ein zentrales Thema im Lehrplan darstellen.

Um dieses Manko abzudecken, muss die Branche dann auf Quereinsteiger zurückgreifen, weil die teuer ausgebildeten Polygrafen/innen nach der Lehre lieber auf der Kundenseite arbeiten. Ein Aspekt, welcher seit Jahren von der Branche stillschweigend toleriert wird. Da fehlt einem normal denkenden Fachmann das Verständnis und man fragt sich zu recht: Können wir uns das noch lange in diesem Ausmass leisten? Der Ansatz, über einen allgemein verbindlichen Berufsbildungsfonds für zusätzliche Einnahmen zu sorgen, hilft auch nicht weiter. Die gesicherte Finanzierung eines reformbedürftigen Gebildes alleine ist noch keine Lösung, es werden höchstens Missstände und Fehlentwicklungen zementiert, weil

der Reformdruck gemildert wird. Was in diesem Zusammenhang fehlt, ist die Offenheit, mit allen Beteiligten in diesen Berufsfeldern einen Konsens zu finden und zu definieren, welche Publishing-Kompetenzen jetzt und in Zukunft von Druck- und Mediendienstleistern gefordert werden.

Die grafische Branche verliert die Hoheit über die Polygrafen-Grundbildung

Alle reden vom digitalen Workflow, der die Medienproduktion so wesentlich verändert hat. Doch welches sind die hauptsächlichsten Veränderungen, und wie wirken sie sich aus, heute und morgen? Die wichtigsten Arbeitsschritte sind dieselben geblieben: Konzept/Planung, Mediendesign/Vorlagenerstellung, Workflowmanagement/CtP, Druck, Finishing/Veredelung, Verpacken und Versand.

Mit der digitalen Technik wurde allerdings die direkte Verbindung geschaffen, und zwar vom Kunden bis zur fertigen Drucksache. Welche Grundbildung braucht die Druckindustrie in diesem Kontext, damit die hohen Investitionen, welche in die Grundbildung gemacht werden, auch später von den Betrieben der Branche genutzt werden können? Welche Kompetenzen braucht ein Mitarbeiter in der Medienstufe, um die Anforderungen eines Kunden im Bereich des Web-to-Print vollumfänglich zu erfüllen? Der Produktions- und Management-Workflow bei der Erstellung eines Printproduktes wachsen zusammen, so dass der Kunde nicht nur bei der Vorlagenerstellung eingreifen, sondern auch die Fertigung direkt steuern kann. Bei Drucksachen mit kleiner bis mittlerer Komplexität ist dies bereits Realität: Geschäftsdrucksachen, Flyer, Anzeigen etc. können heute über das Web ausgewählt, editiert, mit der eigenen Vorlage ergänzt und in der gewünschten Papierqualität und Auflage bestellt werden. In der Regel sind solche kompletten Beschaffungslösungen auch direkt mit Procurement-Systemen auf der Kundenseite verknüpft, was eine zusätzliche Kompetenz im Bereich der Schnittstellen bedingt, um nicht dauernd von Systemintegratoren abhängig zu sein.

Durch das Verschieben der Kompetenzen sowie den Anforderungen des Marktes hat sich die heutige Polygrafen-Grundbildung inhaltlich von der Druckindustrie weg zu den Auftraggebern ver-

schohen. Die Mehrheit der Polygrafen wird heute ausserhalb der Druckindustrie eingestellt (siehe Kastentext). Dort finden sie ein Umfeld, das ihren vielseitigen Qualifikationen entspricht, nämlich dem Gestalten und Herstellen von Medieninhalten (meist Druckprodukte). Das entspricht aber immer weniger den Anforderungen der Druckbetriebe. Es wird in der Zukunft kaum mehr möglich sein, dass die Druckindustrie alleine entscheiden kann, welche Kompetenzen bei diesem Berufsbild verlangt werden. Es sei denn, sie definiert die Grundbildung im Interesse der Druckbetriebe. Dann erst werden die Polygrafen der Branche erhalten bleiben. Bleibt es bei der heutigen Definition des Polygrafenberufs, so verliert die Druckindustrie die Hoheit über die Polygrafenausbildung. Dann müssten nämlich auch der Verlegerverband oder die Verbände der Werbeagenturen oder der Werbeauftraggeber mitreden können, über welche Kompetenzen ein Polygraf verfügen muss.

Die Druckindustrie selber braucht jedoch Leute, die die Datenaufbereitung für den Workflow (CtP), die Steuerung des Workflow, der Automation von Layouts aus Datenbanken (Redaktionssysteme), die Erstellung von Templates für die Web-to-Print Produktion, die Aufbereitung von Daten für ein personalisiertes Mailing, der strukturierten Anpassungen an verschiedene Medienkanäle (Digital-Publishing), der Kompetenz für die Bildbearbeitung und das Composing (Computer Generated Image) sowie die Kontrolle der Standardisierung (Farbmanagement) nicht nur in der Theorie kennen, sondern auch beherrschen. Es ist höchste Zeit, dass sich die Grundbildung wieder auf die Interessen unserer Branche fokussiert.

Analyse des Arbeitsmarktes und telefonische Befragungen

Der VSD ist der Frage nachgegangen, wo Polygrafen nach ihrer Ausbildung arbeiten. Befragt wurden gegen 100 Lehrbetriebe. Dabei ging es darum herauszufinden, wie viele Lernende der Branche als Fachleute erhalten bleiben. Ein zentraler Aspekt, der für die Berufsentwicklung beachtet werden sollte. Wie bereits vorgängig beschrieben, kostet der Branche die Polygrafen-Grundbildung sehr viel personelle und finanzielle

Ressourcen. Im Zeitraum vom 6. August bis 6. Oktober 2010 haben wir zudem auf medienjobs.ch Stellenanzeigen auf die Anforderungen des Marktes analysiert. Dabei ging es zum einen um die Kompetenzen (Skills), welche die Betriebe von Mitarbeitern/innen in der Medienstufe heute verlangen. Ein weiterer Punkt dabei war auch herauszufinden, welche Betriebe Polygrafisten suchen und welches Anforderungsprofil verlangt wird. Zusätzlich wollten wir bei den Polygrafisten, welche von klassischen Druckereibetrieben eingestellt werden, folgendes herauslesen: Erwartet sie dort eher eine kreative, Druckvorlagen herstellende oder eine vorwiegend technische, Daten- und Output-orientierte Aufgabe. Die Resultate aus dieser Kurzanalyse finden Sie im Kastentext. Diese Kurzanalyse ist ein erster Versuch aufzuzeigen, welche strukturellen Probleme in der Branche bei der Grundbildung im Bereich der Medienstufe bestehen. Für ein noch schärferes Bild braucht es jedoch eine vertiefte Analyse. Leider läuft der Branche die Zeit davon – es braucht jetzt eine Korrektur und nicht erst in ein paar Jahren. Die Technologie ist heute auf allen Stufen vorhanden, es gilt jetzt schnell zu handeln. Eines ist aus diesen Recherchen aber klar ersichtlich, die grafische Branche verliert die Hoheit über die Polygrafisten Grundbildung und muss sich zwingend wieder auf die eigenen Bedürfnisse fokussieren und Fachleute ausbilden, die anschliessend der Branche auch zur Verfügung stehen beziehungsweise erhalten bleiben. Zu lange haben uns

verschiedene Spezialisten der Berufsbildung erklärt, dass sich der Polygraf in alle Richtungen entwickeln muss, damit die Branche im medienkonvergenten Umfeld eine Chance hat. Nehmen wir doch jetzt endlich die Chance wahr und formulieren die Kompetenzen der Branche, damit wir Schulabgänger und auch Fachleute auch für eine Karriere in der grafischen Industrie begeistern können. Das Umfeld der Medienproduktion hat sich massiv in eine Richtung verändert, in der die heutige Grundbildung nicht mehr für alle nachvollziehbar ist.

Fazit

Die Mehrheit der Polygrafisten wird heute ausserhalb der Druckindustrie eingestellt, etwa im Verhältnis 60% zu 40%. Bei den erfassten 20 Polygrafistenstellen ausserhalb der Druckindustrie (Verlage, Agenturen, Corporate Communications) ist fast durchwegs Kreation/Gestaltung für die Herstellung von Drucksachen Voraussetzung. In diesen Unternehmen werden keine rein technischen Kompetenzen analog den Druckbetrieben verlangt. Es gibt also eine grosse Diskrepanz zwischen den Anforderungen inner- und ausserhalb der Druckindustrie. Was bei den Stelleninseraten auffällt: Viele Betriebe wissen heute nicht mehr, wie sie die Anforderungen an das gesuchte Personal richtig formulieren müssen. Sehr oft werden die Berufsbezeichnungen vermischt – wie die folgenden Beispiele zeigen:

AUSWERTUNG JOBANGEBOTE

Total 34 Stellenausschreibungen für Polygrafistinnen/ Polygrafisten auf medienjobs.ch vom 6. August bis 6. Oktober 2010.

Von den 34 Firmen, die Polygrafistinnen/Polygrafisten suchen, waren:

14 Druckereien/Verpackungsdruck,
5 Verlage,
8 Design-/Werbe-/Kommunikationsagenturen,
7 Unternehmen (Corporate Communications).

Diese Aufgaben erwarten Polygrafistinnen/Polygrafisten in Druckereien:

10 x Datenhandling/-management/-output (CtP, Digitaldruck), Workflow, IT (10),
4 x Kreation, Druckvorlagenherstellung.

«Wir suchen Grafik Designer/in – Polygrafist/in ...
Wir suchen Mediamatiker/in – Polygrafist/in ...
Wir suchen Digitaldrucker mit DTP-Erfahrung ...
Wir suchen Fachpersonen mit Gestaltungs- und Web-Programmierungskennntnisse ...»
(aktuelle Beispiele aus medienjobs.ch).

Die Grundbildung Polygrafist wurde offensichtlich aufgegeben zwischen dem Anspruch, Druckvorlagen herstellende Tätigkeiten in der Druckindustrie zu behalten und den neuen entstandenen Anforderungen. Zeit also für eine Neujustierung und Anpassung des Bildungsplans bei der Fachrichtung Medienproduktion. ■



Bildung auf den Punkt gebracht.



Höchste Zeit für eine Veränderung.

Praxistraining Leadership & Coaching

Trainings für Führungskräfte der Druckindustrie

Führungsentwicklung ist ein Thema das, richtig angegangen, ein grosses Potenzial aufweist. In den prozessorientierten und auf Effizienz ausgerichteten Industrieunternehmen sind vermehrt Kaderleute gefragt, die nebst Fachwissen auch über ausgeprägte soziale und kommunikative Fähigkeiten verfügen. Darüber hinaus müssen sie in der Lage sein, über Abteilungsgrenzen hinaus zu denken und ihre Teams zu Spitzenleistungen zu führen.

Diese Fähigkeiten und Anforderungen werden oft mit dem Begriff «Leadership» umschrieben. Er beschreibt einen situativen Führungsstil, der die Entwicklung einer nachhaltigen Führungs- und Unternehmenskultur bewirkt. Dabei spielen Selbstverantwortung und Eigeninitiative der Mitarbeiter eine besondere Rolle. Wichtig ist auch, dass das Kommende antizipiert und somit proaktiv geführt wird. Leadership heisst, nicht (nur) Dinge, sondern vor allem Menschen zu bewegen.

Die Führungskraft als Coach

Im Sport finden wir genau diese Fähigkeiten und die entsprechende mentale Haltung in der Rolle

des Trainers (engl. Coach), ohne dessen Arbeit Höchstleistungen seit langem schon kaum mehr denkbar sind. Wie im Sport kann die Wirksamkeit der Führungsarbeit auch im beruflichen Alltag durch den gezielten Aufbau von Coaching-Kompetenzen erheblich gesteigert werden. Oft wird unter Coaching jedoch eine etwas kollegialere Führung verstanden, was so überhaupt nicht zutrifft. Im Gegenteil, die Aneignung von Coaching-Kompetenzen ist mit der Möglichkeit verbunden, die eigene Führungsrolle kritisch zu reflektieren und das eigene Führungsverhalten anzupassen. Überdies zielt Coaching darauf ab, verborgene Mitarbeiter-Potenziale zu erkennen und auszuschöpfen. Nicht zuletzt ist damit eine mentale Einstellung verbunden, die das gegenseitige Vertrauen und die Wertschätzung zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden stärkt.

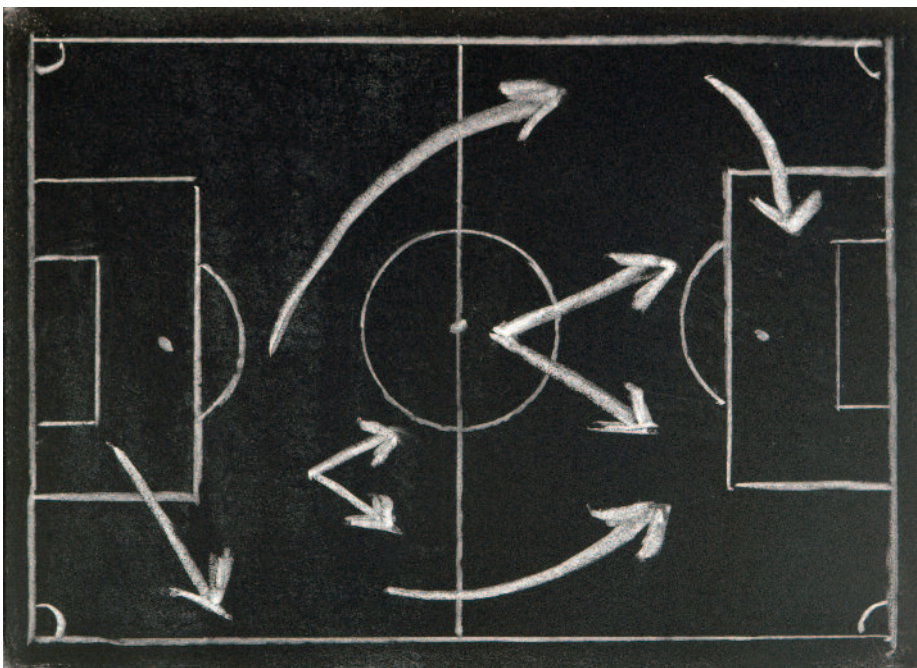
Coachingtechniken sind überdies hilfreich, wenn es darum geht Auswege aus festgefahrenen Konfliktsituationen zu finden und neue Perspektiven zu gewinnen, damit die Führungsarbeit insgesamt reibungsloser, effektiver und erfolgreicher wird. Auch in Veränderungssituationen wie beispielsweise Umstrukturierungen können diese Skills von Nutzen sein, wenn manche Menschen den Eindruck haben, etwas zu verlieren, während an-

dere sich zu den Gewinnern zählen. Dann stösst Führung oft an ihre Grenzen, da die Führungskraft selbst verunsichert ist und sich nicht länger mehr nur auf ihr Fachwissen berufen kann. Wenn tiefgreifende Veränderungen zur Verbesserung der Leistungserbringung erfolgen sollen, ist es entscheidend, wichtig und unerlässlich, dass Teamleiter ihre Rolle als Coach richtig verstehen und leben.

Viele geschäftliche und persönliche Situationen können durch eine klare Kommunikation und das Denken im Gesamtsystem enorm verbessert werden. Die Schlüssel dazu sind eine entsprechende Gesprächskultur sowie ein entsprechendes Betriebsklima und Menschen, die bereit sind, ausserordentliches zu leisten. Leadership findet in der Begegnung zwischen Menschen statt und lebt damit nicht zuletzt von der Glaubwürdigkeit der Führungskraft. Neuste Ansätze der Führung, und seien sie noch so Erfolg versprechend, wirken in erster Linie durch die Persönlichkeit und die Haltung der Führungskraft und ob es ihr damit gelingt, die Köpfe und Herzen der Mitarbeiter gleichermaßen zu erreichen.

Erfolg durch gezieltes Training

In jeder Druckerei gibt es ein mehr oder weniger grosses Leistungsgefälle innerhalb der Drucktechnologien in einem Bereich, welcher heute für die Rentabilität eines Auftrages von entscheidender Bedeutung ist. Warum wird beispielsweise nicht einmal in einer Druckerei in ein Trainingsprogramm für Drucktechnologien investiert, in dessen Rahmen die Leistung gemessen, gefördert und entsprechend bewertet wird? In diesem Training wäre dann der Teamleiter in der Rolle des Coaches und Ermöglicher. Neugierde, Kreativität und persönliches Engagement wären seine Assistenten und nicht länger nur der drohende Termindruck. Fast alle Betriebe der Grafischen Industrie erarbeiten heute Visionen, Leitbilder und strategische Unternehmensziele – um diese am Ende des Jahres meist wieder zu relativieren. Doch woran liegt das? Reicht es, ungenügende Resultate lediglich mit der schwierigen wirtschaftlichen Situation zu begründen, in dem sich die Branche befindet? In den Grafischen Betrieben steht jedoch heutzutage meist die Technik an erster Stelle, was



Die richtige Taktik ist Entscheidend.



Lösungen stehen im Vordergrund beim Coaching.

die nach wie vor sehr hohen Investitionen in neue Druckmaschinen, Geräte und Software belegen. Leider selten wird jedoch in die sogenannten «weichen Faktoren» investiert, zu denen die eingangs erwähnten Leadership-Kompetenzen gehören.

Brachliegende Mitarbeiterpotenziale ausschöpfen

Unternehmen, welche die Bedeutung einer Leadership-Kultur erkennen, verbinden mit Begriffen wie Investition und Produktivität nicht länger mehr nur die Anschaffung neuer Technologien, sondern sehen in der Förderung des in jedem Betrieb bereits vorhandenen Humankapitals eine Chance, sich vom Mitbewerber zu differenzieren. Wäre es nicht logisch die mit Abstand wertvollste Ressource Mitarbeiter so zu fördern und weiterzuentwickeln, dass sie im beidseitigen Interesse von Unternehmen und Angestelltem wachsen kann? Wenn wir schon bei allen Stelleninseraten das Thema Selbständigkeit, Teamfähig ständig strapazieren sollten wir nicht auch die entsprechenden Rahmenbedingungen schaffen. Systematisches Führungstraining wird in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen.

Konkretes Angebot zur Umsetzung

Im Hinblick auf die schnelle technische Entwicklung, die Spezialisierung, den Wertewandel und die zunehmende Automatisierung werden Veränderungs- und Anpassungsprozesse der Unternehmen und der einzelnen Mitarbeiter immer wichtiger. Genau hier setzt das Führungstraining an,

welches der VSD zusammen mit Stephan Kälin, einem international erfahrenem Coach und Organisationsberater anbietet. Es ist ein praxisorientiertes Training für Führungskräfte, die ihre Stärken und Potenziale gezielt fördern wollen.

Dabei steht neben der Theorievermittlung vor allem der praktische Transfer im Zentrum. Im Hinblick auf die schnelle technische Entwicklung, die Spezialisierung, den Wertewandel und die zunehmende Automatisierung werden Veränderungs- und Anpassungsprozesse der einzelnen Mitarbeiter und der Unternehmen immer wichtiger. Genau hier setzt das Führungstraining an. Es gewährleistet, dass die einzelnen Mitarbeiter, die Teams und letztlich das Gesamtunternehmen den Anforderungen unserer Zeit besser gewachsen sind. Dieses Angebot hat zum Ziel, dass Menschen an Kompetenz gewinnen, erfolgreicher sind und letztlich mehr Freude in ihrem Job haben.

Hauptnutzen dieses Praxistrainings ist die Verbesserung der persönlichen Führungskompetenz durch das Erlernen effektiver Coaching-Skills. Sie erfahren, wie Sie ihre Handlungs- und Veränderungskompetenz erhöhen, neue Lösungswege im Führungsalltag beschreiten und in Veränderungs- und Konfliktsituationen souveräner auftreten. Sie erhalten praxiserprobte Coaching-Tools, profitieren von Live-Coachings in Gruppen und entwickeln Lösungen für ihre betrieblichen Fragestellungen. Eine entsprechende Lerngruppe wird als temporäre Lernorganisation aufgefasst, die alle Aspekte der Dynamik von Einzelpersonen, Teams und Gruppen behandelt. Aus diesem Ansatz heraus soll eine einzigartige Lernsituation hervorgehen, wo die Teilnehmer ihre Anliegen aktiv einbringen und jeder vom Erfahrungswissen des anderen profitiert.

Weitere Informationen und Termine

Die Termine: 11. Januar, 12. Januar, 2. Februar, 15. März und 30. März 2011.

Die Kurse finden in der Region Zürich statt, weitere Angaben zu den Kursblöcken finden Sie im Bereich Weiterbildung auf der Internetseite www.druckindustrie.ch.

INFORMATION ZUM KURSLEITER



Stephan Kälin
Geboren am 23. 9. 1965
Verheiratet, zwei Kinder

Beruflicher Werdegang:

Nach einer Berufslehre in der Grafischen Industrie und mehreren Jahren Praxis als

Ausbildungsleiter, Projektleiter und Unternehmensberater wechselte Stephan Kälin im Jahre 2000 zur Migros. Dort war er bis 2006 Leiter der konzernweiten Strategie- und Organisationsberatung bevor er 2007 sein eigenes Beratungsunternehmen »Paradigmenwechsel« mit Sitz in Lachen SZ gründete. Das Unternehmen ist auf Organisationsentwicklung, Changemanagement, Prozessmanagement, Leadership und Coaching spezialisiert. www.paradigmenwechsel.ch

Studien:

Diplomtechniker HF Polygrafie, Technikerschule der Grafischen Industrie Zürich
TGZ Master of Nonprofit Management, Fachhochschule Nordwestschweiz Olten,
MBA systemische Organisationsentwicklung und Beratung, Universität Augsburg, Deutschland.

Informationen zum Kursangebot gibt Ihnen René Theiler (rene.theiler@vsd.ch), Projektleiter, oder die Geschäftsstelle des VSD, Telefon 031 351 15 11 (office@vsd.ch).

Redaktion VSD-Mitteilungen

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

Net4print – Branchenlösung für Drucksachenmanagement

Die Web-to-Print-Branchenlösung für Druckdienstleister konzentriert sich in erster Linie auf die Automatisierung von Beschaffungsprozessen im Druckbereich, von der Angebotsabgabe bis hin zu Vorlagenherstellung, Vertrieb und Rechnungslegung über das Internet. net4print.ch sorgt an vorderster Front für die Weiterentwicklung der Geschäftsprozesse in der Druckindustrie, weil es entscheidenden Einfluss darauf hat, wie Anbieter kommunizieren und ihre Leistungen erbringen.

Die Lösung ermöglicht es Druckbetrieben, Geschäfte effizienter abzuwickeln und erschliesst einen riesigen Markt für Mehrwertleistungen in E-Commerce, Kooperation, Vertriebsmanagement und/oder Kundenservice.

Durch die neue Branchenlösung des VSD als «SAS software as a service» (SAS = Mietmodell) sind neu auch kleine und kleinste Druckereien in der Lage, ihren bestehenden und künftigen Kunden das Drucksachenmanagement über das Internet anzubieten. Die Mietlösung garantiert minimalste Investitions- und Betriebskosten, sorgt für überschaubare finanzielle Risiken und sichert dem Drucksachenanbieter einen leichten und raschen Zugang zu dieser zukunftsorientierten Technologie.

Unterstützung durch den VSD

Seit der offiziellen Vorstellung von net4print an der SwissPublishing Week 2009 konnten zahlreiche Projekte mit Druckereien und deren Industriekunden umgesetzt werden.

Die Druckerei beginnt oft mit einem net4print Kundenportal und sammelt erste Erfahrungen mit dem Geschäft über das Internet. Mit der Betriebsdauer und den Verkaufsaktivitäten steigen die Ansprüche der Kunden, und es kommt zur Erweiterung der Funktionen oder sogar zu einem speziellen Kundenprojekt mit net4print.

Für diesen Teil bietet die VSD Consult AG technische Projektleitung und Umsetzung an. «Wir setzen Kundenwünsche in Code um», erklärt Tom Lanbacher von VSD Consult AG. «Wir unterstützen die Druckerei beim Meeting mit dem Kunden und formulieren in diesem Dreieck das Projekt.

Danach klären wir mit der Entwicklung die eleganteste Lösung für die Aufgabe ab und erstellen das Systemdokument für die technische Umsetzung. Wir unterstützen die Druckerei im Prozess der Systemumsetzung und Entwicklung. Weil diese Disziplin dem Kader der Druckereien oft fremd ist, übernimmt die VSD-Consult AG diesen Teil des Projektmanagements. So entstehen dedizierte Portallösungen mit net4print als robustem Systemunterbau. Dazu stehen wir auch gerne bei Anforderungen im Bereich des Marketings als Dienstleister bereit.»

Die beiden nachfolgend beschriebenen Projekte bei der Sihldruck AG in Zürich mit einem Kundenportal und dem Shop für Kartenmacher.ch der Bacher Prepress in Schachen zeigen exemplarisch auf, wie Lösungen mit net4print in der Praxis realisiert werden.

Zusätzlicher Kundennutzen dank net4print

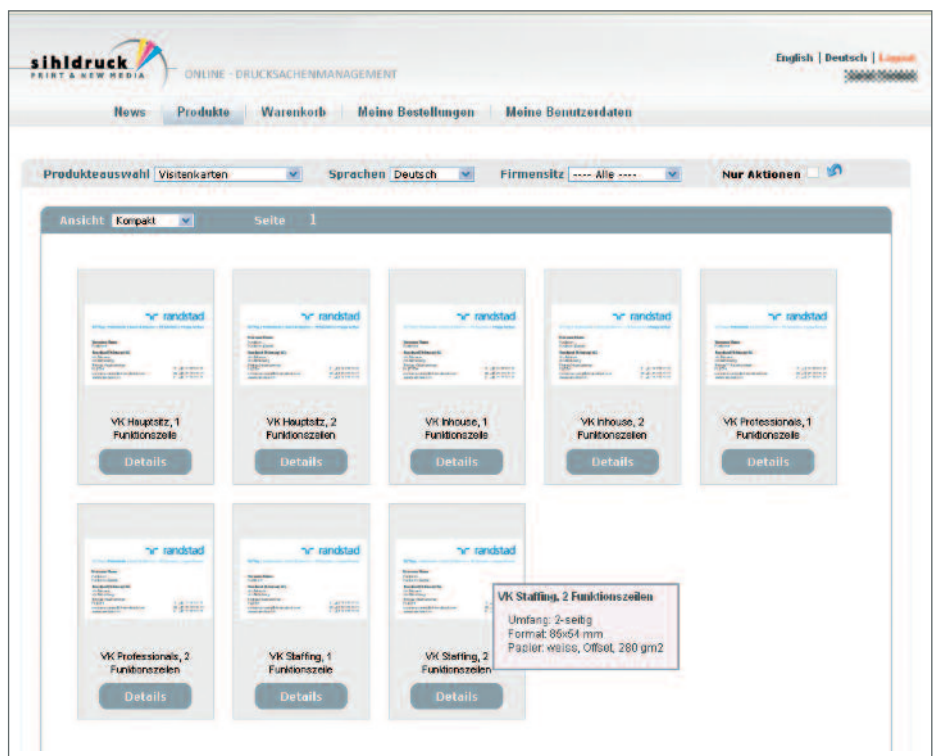
Die Sihldruck AG ist immer wieder bemüht, für ihre Kunden zusätzlichen Nutzen zu generieren. Damit versucht das Unternehmen, sich von anderen Dienstleistern abzugrenzen – schliesslich



muss die Kaufentscheidung nicht zwingend vom Preis abhängen.

net4print ermöglicht uns mit der Portallösung einen solchen Kundennutzen zu schaffen. Das in diesem Beispiel aufgezeigte grosse, international tätige Personalvermittlungsunternehmen bezieht über uns sowohl Lagerartikel wie auch Visitenkarten in diversen Sorten und Sprachen.

Um die Transparenz über die vorhandenen Lagerartikel zu gewährleisten, loggt sich der Kunde in eine Produkteübersicht ein und kann die Artikel nach Sorte, Sprache und Firmenbereich aufgliedern. Er erhält nebst Informationen über Format, Umfang und Material auch den Lagerbestand aufgelistet. Die Bestellmenge ist je nach Produkt vorgegeben (zum Beispiel Gebindegrösse) oder frei. Auch die Lieferadressen werden individuell angepasst – so erscheinen bei französischen Artikeln auch nur die Adressen in der französischen



Schweiz. Die Bestellung wird einem Warenkorb übergeben und von dort ausgelöst. Sie ist zugleich der Lieferschein und erleichtert somit auch auf unserer Seite den Workflow.

Einen Schritt weiter geht die Bestellung der Visitenkarten. Hier kann der Kunde die individuellen Daten in eine vorbereitete Maske einfüllen und erhält direkt ein verbindliches PDF. Dieses lässt sich zur Freigabe an eine beliebige Adresse senden und wird erst nach dem Gut-zum-Druck als Bestellung ausgelöst.

Zeitgleich mit der Bestellung geht ein Datenlink mit dem hochauflösenden Druck-PDF an die Druckvorstufe. Die beschriebene Lösung ist momentan in der Testphase und steht unmittelbar vor dem Launch.

Die ersten Erfahrungen sind aber für beide Parteien äusserst positiv. Ein Vorzug des Systems ist auch, dass sich relativ einfach individuelle Lösungen realisieren lassen. Wenn Sie an einer Beratung interessiert sind, nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

Sihldruck AG, Binzstrasse 9, 8045 Zürich,
www.sihldruck.ch



net4print Shop – Kartenmacher.ch

Seit Anfang dieses Jahres ist der Kartenshop kartenmacher.ch in Betrieb. Das Konzept war, ein kundenfreundliches Shopsystem für Karten mit exklusivem Design zu erstellen. Kundenfreundlichkeit entsteht, wenn die Auswahl der Karten, die Bearbeitung der Karten und der abschliessende Bestellprozess für den Benutzer einfach und angenehm präsentiert wird.

Es wurde bewusst auf übermässiges Einblenden von Informationen und Modulen verzichtet. Kleine Dinge, wie perfekt gestaltete themenbezogene Thumbnails, machen oft den entscheidenden Unterschied. Im Mittelpunkt soll das für den Kunden perfekte Endprodukt stehen.

«Wir haben viel Arbeit in das exklusive Design der Karten investiert und bauen unser Angebot stetig

aus. Wir bieten jedes Design in den verschiedensten Farben und Ausführungen an. Somit kann der Kunde seine individuelle Karte gestalten. Das Layout dafür wird von unseren Layoutspezialisten erstellt« erklärt André Bacher, Geschäftsführer von BacherPrepress AG.

Seine Tipps für jemanden, der ein Shopsystem für Drucksachen plant:

- «Die Zeit für die Umsetzung vom Projektstart bis zur Onlineschaltung ist nicht zu unterschätzen.»
- «Die internen Arbeitsabläufe mussten dem Bestellvorgang angepasst werden.»
- «Da wir ein Portal für Privatkunden haben ist der Anspruch respektive das Userverhalten unterschiedlich gegenüber einem reinen Geschäftsportal.»
- «Es ist immer wieder spannend mit welchen Fragen die User zu uns kommen.»
- «Bis jetzt ziehen wir ein positives Fazit, doch es gibt immer wieder neue Ideen oder eben Kundenwünsche welche für die Weiterentwicklung berücksichtigt werden.»
- «Der Bestellablauf sowie auch das Angebot der Karten inklusive Druckqualität wird sehr geschätzt.»

«Bei Fragen stehe ich gerne zur Verfügung.»

André Bacher, Tel. 041 498 09 88,
abacher@bacherprepress.ch



WEB-TO-PRINT FÜR DRUCKDIENSTLEISTER

net4print.ch, die neue Branchenlösung des VSD, sichert Drucksacheanbietern einen einfachen und raschen Zugang zur Web-to-Print-Technologie. Diese bedeutet Automatisierung von Beschaffungsprozessen im Druckbereich von der Offerte über die Vorlagenherstellung und den Vertrieb bis zur Rechnungslegung über das Internet. net4print.ch sorgt für die Weiterentwicklung der Geschäftsprozesse, der Kommunikation und der Leistungen einer Druckerei.

Informationen: René Theiler, Projektleiter,
rene.theiler@vsd.ch

Starke Branchenlösungen für eine starke Schweizer Druckindustrie