

Globalisierung

Bedeutet Globalisierung Krieg gegen die Schweizer Druckindustrie? (Teil 2)

«It is not the strongest that survive, nor the most intelligent, but the ones most responsive to change.» (Charles Darwin)

Durch die Globalisierung wird die Druckindustrie in eine dramatische Lage gebracht, deren Auswirkungen im 1. Teil des Beitrags dargestellt wurden¹.

In dieser Folge geht es um die Möglichkeiten einer «wehrhaften Offenheit» gegenüber dem globalen Wettbewerb. Vorher muss die Frage «Welche Unternehmen und welche Technologien für welche Märkte?» beantwortet werden. Können Konzepte wie «Nachhaltigkeit» und «kollektive Strategien», die mehrere Unternehmen einbinden, die Marktfähigkeit und die Überlebenschancen positiv beeinflussen?

Die erste Schwierigkeit ist, Unternehmen in Kategorien einzuordnen, auf die unterschiedliche Strategien angewandt werden: die maschinellen Ausrüstungen sind zu unterschiedlich, die Fachbereiche nicht klar getrennt (Prepress, Druck, Verarbeitung usw.), schliesslich sind die technologischen Orientierungen und Kompetenzen meilenweit voneinander entfernt, so dass eine einfache Typologie der Unternehmen unmöglich ist. Gleichwohl macht es Sinn, zwei grundverschiedene Gedankengänge zu verfolgen, die sich auf zwei unterschiedliche Arten von Unternehmen beziehen:

1) Grosse Unternehmen mit einer auf grosse Auflagen ausgerichteten Ausrüstung, die im globalisierten Wettbewerb mit gleich gearteten Unternehmen im Ausland stehen, haben als strategische Option nur das Wachstum. Die höheren Investitionen für leistungsfähigere Maschinen verschieben die Gewichtung zwischen Investitions- und Lohnkosten und verdünnen die letzteren. Damit gestaltet sich das Ungleichgewicht zwischen Niedriglohnländern und der Schweiz etwas weniger dramatisch als es auf den ersten Blick aussieht. Wenn es um den Wettbewerbsvorteil und die letzten Prozente geht, helfen nur Schnelligkeit, Flexibilität und eine bessere Kundenkenntnis.

Die Marktverschiebungen zu Ungunsten dieser Kategorie werden den Wettbewerb weltweit härter werden lassen: Grossauflagen wandern in Niedriglohnländer ab, Printing on demand und



Dr. Christophe Muth, Präsident VSD, ist Autor dieses Beitrags.

die neuen Medien lassen das Gesamtvolumen weiter schrumpfen.

2) Für kleinere Unternehmen, die sich auf Nischen und lokale Märkte konzentrieren, sind Preise nur einer der Entscheidungsfaktoren unter anderen: die Beziehung mit dem Kunden, das Verständnis

seiner Bedürfnisse, Schnelligkeit, Flexibilität und gute Technologie, ganz besonders beim Datenhandling. Die oben genannte Marktverschiebung bietet kleineren Unternehmen durchaus interessante Chancen. Bei Kleinauflagen und Printing on demand sind sie die Gewinner. Vorausgesetzt, sie verfolgen zielgerichtet und entschlossen die entsprechende Strategie. Makulatur, zeitraubende Umrüstungen für neue Jobs, zu grosse Maschinen sowie unzuverlässiges Datenhandling sind für sie Killer, Technologien wie «equalprinting» die richtigen Lösungen. Einer der grundlegenden Unterschiede zwischen diesen beiden Unternehmertypen ist die Gewichtung des Preises im Entscheidungsprozess des Kunden. Dabei soll jedoch nicht der Eindruck erweckt werden, dass hohe Preisunterschiede durch andere Kriterien aufgefangen werden können. Hingegen stellen viele Kunden intuitiv die Eigenleistung beim Kaufakt in Rechnung: wer mit minimalem Eigenaufwand ein Angebot in der gewünschten Qualität zu einem günstigen Preis erhält, tritt darauf ein; wer jedoch einen grösseren Eigenaufwand und Zeitverlust in Kauf nehmen muss und dazu noch Zweifel an der Qualität hat, tritt auf ein teureres Angebot ein. Das Konzept der Eigenleistung beim Kaufakt sollte vermehrt ins Blickfeld rücken.

Differenzierungsmöglichkeiten

Aus diesem Grunde beziehen sich die nachfolgenden Überlegungen nicht nur auf Kostenkontrolle und Preisgestaltung, sondern auch auf andere, qualitative Kriterien, welche die Wettbewerbsfähigkeit massgeblich beeinflussen.

Wissen und Technologie

Der «Heimvorteil» gegenüber weit entfernten Marktteilnehmern liegt erstens in der Kenntnis der Kunden, deren Gepflogenheiten sowie der Bedürfnisse ihrer Kunden, und zweitens in der Kenntnis der Kollegen und Partner, die in der Wertschöpfungskette mitwirken. Die Prozessoptimierung im Datenhandling bietet noch zahlreiche Verbesserungsmöglichkeiten, die jedoch alle eine hervorragende Ausbildung der Mitarbeitenden voraussetzen. Das Wissen um den Kunden und die Technologie muss enger verknüpft werden. Damit Wissen und Technologie als Hebel im Wettbewerb wirksam werden, muss die Teamarbeit zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wie auch zwischen Geschäftspartnern über Unternehmensgrenzen hinweg gefördert werden.

Flexibilität

Die Zeiten der gleichmässigen Auslastung der Betriebe kommen möglicherweise nie wieder. Wenn die Erhaltung von Arbeit und Wissen ein wichtiges Ziel ist, muss ein Konzept der Flexibilisierung der Arbeitszeiten erarbeitet werden. Viele meinen, es sei jetzt ein schlechter Zeitpunkt für solche Gedanken: Die Branche steht ertragsmässig mit leeren Händen da und glaubhafte Versprechungen können auch nicht abgegeben werden. Hingegen kann aus der Not die Tugend entstehen: Mehr Ausbildung und bessere Unternehmenskulturen fördern erfahrungsgemäss das Engagement und die Motivation. Im gleichen Atemzug sollte man sich allerdings auch die Frage stellen, inwieweit die Mitarbeitenden an den Unternehmen und/oder an deren Erfolg beteiligt werden können.

Nachhaltigkeit

Wirtschaft und Umwelt werden zuweilen noch als unvereinbare Widersprüche dargestellt. Es ist höchste Zeit, Ideologien zu beerdigen, denn im Kielwasser des Qualitätsmanagements entstehen neue Normen, anhand derer die Qualifizierung von Lieferanten gemessen wird. Kürzel wie CSR (Corporate Social Responsibility = soziale Gesamtverantwortlichkeit des Unternehmens) und GRI (Global Reporting Initiative = globales Berichten unter Einbezug sozialer und umweltrelevanter Aspekte) werden am Anfang vielleicht

¹ Druckmarkt Schweiz, Heft 15, Februar 2004

nur von den öffentlichen Auftraggebern beachtet, rasch werden sie dann auch von anderen Kunden als Voraussetzung für jedes seriöse Geschäft angesehen. Es macht keinen Sinn, die Nichtregierungsorganisationen wie FSC, WWF, VCS als Feindbilder zu brandmarken; sie sollten vielmehr die Inspiration und den öffentlichen Rückhalt für dringend nötige Verbesserungen liefern. Z. B. ist die nächste ökologische Herausforderung die «Transportoptimierung». Bei Interessengruppen und Fachhochschulen sind Vorarbeiten zur Entwicklung eines Transportlabels im Gange. Ein solches wird die Unternehmen begünstigen, welche für lokale Märkte produzieren.

Werte und Beziehungsfähigkeit

«Während man «früher» (will sagen: bis heute) noch in Zielgruppen und Mitarbeiterhierarchien dachte, die von äusseren Faktoren, Eigenschaften oder Handlungen geprägt waren («die Motorradfahrer», «die älteren Landfrauen», «die Abteilungsleiter», «die Schüler», «die Buchhalter/-innen» usw.), sind es immer mehr die emotionalen Befindlichkeiten, die eine «communication target community» [Kommunikationszielgruppe, Red.] charakterisieren.

Man kommt nur noch an die Leute heran, wenn man sie in und mit und wegen und durch ihre Emotionen anspricht. Gruppen von Menschen charakterisieren sich also weniger durch äussere Merkmale, sondern durch innere Gemeinsamkeit², stellt ein Thinktank fest, der sich Deltafuture nennt. Der Slogan «Nachhaltigkeit für Ihr Überleben» dürfte sich zunehmend als der Schlüssel zu Zielgruppen erweisen, mit der sich zahlreiche Entscheidungsträger der nachrückenden Generation identifizieren. Beispiel einer proaktiven Nutzung solcher Möglichkeiten ist die Interessenvernetzung zwischen einer Druckerei und dem Marketingteam des Herstellers eines ökologisch zukunftsweisenden Autos: Der Druckunternehmer rührt im Freundes- und Bekanntenkreis die Werbetrommel und bekommt dafür die entsprechenden Druckaufträge für das Werbematerial. Die Beziehungsfähigkeit mit dem Kunden wird auch

durch Teamleistung beeinflusst: Die Kunden sollen durch das Zusammenspiel des Teams und seiner Einzelkompetenzen ein intensives Gefühl des Vertrauens bekommen – das Gefühl, dass sie mit ihren Anliegen geborgen sind.

Dieses Vertrauen ist einer der Hauptbeweggründe für stabile Geschäftsbeziehungen. Das Erleben von Werten und die Entwicklung der Beziehungsfähigkeit funktioniert jedoch nur mit einer entsprechenden Unternehmenskultur. Darin sollten wir deutlich mehr investieren.

Kollektive Intelligenz

«Ob Werbeagentur, grafischer Betrieb, Informatikdienstleister oder Unternehmensberater – nur durch enge Kooperation und tiefgründiges Kundenwissen können exzellente Dienste angeboten werden», schreibt Rudolf Pauli im UBS Outlook³. Im Gespräch doppelt er nach: «Wenn sie überleben wollen, müssen die Unternehmer ihre klein-karierte Egozentrik ablegen und unternehmensübergreifende Formen der Zusammenarbeit entwickeln. Leider gibt es zu wenig gute Beispiele dazu.» Einzelgängertum und eine lückenhafte Kenntnis von dem, was Darwin wirklich meinte, führen zu einer pseudo-darwinistischen Geisteshaltung nach dem Prinzip «mors tua, vita mia». Das behindert die Entwicklung gemeinsamer Strategien.

Dabei bietet die Natur zahllose Beispiele kooperativer Verhaltensweisen und kollektiver Intelligenz. Fisch- und Vogelschwärme sind zur Zeit beliebte Forschungsthemen an amerikanischen Universitäten. Die Resultate werden als Analogien an die Kaderschmieden geliefert und in wenigen Jahren als neue Managementmoden angeboten. Auch das Jagdverhalten und der Altruismus in Delphingeseellschaften sind denkwürdige Beispiele.

Man kann davon ausgehen, dass sich in «kultur-begabten» menschlichen Gesellschaften Konzepte des Gemeinwohls verwirklichen lassen, auch wenn es anfänglich schwierig sein mag, entsprechende konsensfähige Spielregeln zu entwickeln. Das Ziel ist hier eine Stärkung der Branche, und zwar nicht nur durch Summierung der Stärken einzelner Unternehmen, sondern durch Strategien, die mehrere Unternehmen umfassen. Um hier noch einmal auf das Konzept der Eigen-

leistung beim Kaufakt zurückzukommen: Je zahlreicher die Einzelleistungen, die der Kunde einkaufen und verbinden muss, umso stärker wirkt es sich aus. Wer die Gesamtleistung aus einer Hand anbieten kann gewinnt, auch wenn er ein wenig teurer ist.

Voraussetzung für den Erfolg innovativer Strategien

Die Einbindung dieser Aspekte setzt jedoch gesunde Unternehmen und unternehmerisches Denken voraus. Heute wird zum kurzfristigen Überleben zu oft unter den Selbstkosten produziert. Die dadurch erreichte Gnadenfrist in der Liquidität macht ein Unternehmen nicht stärker. In vielen Situationen, wenn eine strategische Neuausrichtung nicht mehr möglich ist, wäre die mutige Tat nicht das verbissene Verharren, sondern das Akzeptieren der Liquidation als zwar schmerzliche, aber schliesslich vernünftigste Lösung. Der Gewinn muss wieder in den Vordergrund gestellt werden; Verlustgeschäfte sollten die Ausnahme und, wenn unumgänglich, auf Grund einer klar definierten Strategie gerechtfertigt sein.

Kann der Krieg gewonnen werden oder ist die Metapher unpassend?

Die Schweiz hat gute Voraussetzungen, um gewiefte und innovative Strategien umzusetzen: Es bestehen Traditionen des Miteinanders und Füreinanders, an denen man neue Verhaltensweisen festmachen kann. Diese Traditionen müssen dazu nur wiederbelebt werden. Wenn die Unternehmen die strategische Optimierung beherzt anpacken, entsteht eine neue Realität für die Branche, neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit, neue Geschäftsoportunitäten. In diesem Falle wäre der Vergleich mit dem Tanz passender als mit Krieg.

Der VSD bietet der Branche deshalb nicht nur Überlegungen, sondern auch konkrete Dienstleistungen und Hilfen zur Umsetzung. Kommen Sie doch am 17. Juni nach Bern ans Forum 2004 der grafischen Industrie; dort hören Sie mehr darüber. ■

² Siehe Deltafuture: <http://www.deltafuture.net/deltafuture/index-deltafuture.htm>

³ UBS Outlook, 1/2004, Artikel: Beratung und Kommunikation

Die Ausbildung bei der Druckerei Flawil AG

«Dienstleistungen, soweit das Auge reicht», so lautet der Marketingleitsatz der Druckerei Flawil AG. Dieser ist auch bei der Ausbildung verbindlich. Momentan befinden sich neun Lehrlinge, verteilt auf die Bereiche Druckvorstufe, Druck und Druckweiterverarbeitung, in Ausbildung. Bei der Druckerei Flawil AG wird viel Engagement für den Nachwuchs der Druckindustrie gezeigt.

Den Lehrlingen werden moderne, zeitgemässe Ausbildungsplätze in allen Bereichen zur Verfügung gestellt. Durch die rasche Integration der Lernenden im Prozess wird die Teamarbeit schon früh gefördert. Barbara Märkli ist bestrebt, den Polygrafen-Lehrlingen eine umfassende Ausbildung in allen Belangen der Druckvorstufe zu bieten. Auch das Ausschneiden und die Plattenbelichtung gehören zu den vielfältigen Aufgaben ihres Prozesses. Die Arbeit in der Druckvorstufe hört nicht mit der Speicherung der PDF-Datei auf. Bei der Druckerei Flawil AG führen alle Mitarbeitenden die Arbeiten bis zur Plattenbelichtung aus, denn im heutigen Workflow ist eben gerade diese Arbeit der letzte Schritt in der Druckvorstufe. Auf diese Weise wird das Verständnis der Auszubildenden für ihren Beitrag am Arbeitsprozess für einen Druckauftrag gefördert.

Während der Ausbildung kommen alle Lehrlinge der Druckvorstufe auch in der Redaktion der verschiedenen Zeitungen zum Einsatz. Eine ganz wichtige Erfahrung ist dort die selbstständige Disponierung der Arbeitszeit. Den Lernenden wird frei gestellt, ob sie im Sonntagsdienst für die Zeitung mitarbeiten möchten. Bis jetzt haben diesen Dienst alle gerne übernommen. Für Barbara Märkli ist das auch ein wichtiger Schritt in der

Entwicklung, denn die flexible Arbeitszeit muss auch während der Ausbildung einmal erlebt werden. Im Akzidenzbereich haben die Lehrlinge die Möglichkeit, anhand eines monatlich erscheinenden Periodikums vieles autonom zu disponieren sowie Erfahrungen im Kundenkontakt zu sammeln. Eine Aufgabe, die heute unbedingt in das Ausbildungsprogramm der Polygrafen dazugehört, denn in Zukunft sind das Verständnis des Kunden sowie die entsprechende Umsetzung des Auftrages zwei unserer wichtigsten Aufgaben in der Druckindustrie. Schade, dass für diesen Bereich in der Berufsschule kein Platz eingeräumt wird. Sehr oft stellt Barbara Märkli fest, dass die Lehrlinge beim ersten Kundengespräch etwas unsicher reagieren und handeln. Mit einem entsprechenden Training könnte gezielt sehr viel erreicht werden.

Das Grundschuljahr für die Polygrafinnen und Polygrafen empfindet sie als zu theoretisch. Genau so fällt auch das Feedback ihrer Lehrlinge nach dem ersten Lehrjahr aus. Die Lernenden erfahren in der Berufsschule viel Theorie, welche sie in der Praxis nirgends einordnen können. In diesem Bereich könnte für das Verständnis der praktischen Prozesse mehr getan werden. Die Lehrlinge geniessen jedenfalls die Praktika im Betrieb während des ersten Lehrjahres. Momentan absolviert Barbara Märkli den kantonalen Lehrmeisterkurs, wo sie im Gespräch mit anderen Ausbilderinnen und Ausbildern aus verschiedenen Branchen wichtige Erfahrungen betreffend die Lehrlingsausbildung austauscht und sammelt. Eines der Themen, worüber immer wieder gesprochen wird, ist die Anrede der Auszubildenden: Spricht man sie mit Du oder Sie an? Barbara Märkli ist ganz klar der Meinung, dass die Autorität gegenüber den Lehrlingen heutzutage nur noch mit Fachkompetenz erreicht werden kann. Sie ist überzeugt, dass trotz ihres kollegialen Führungsstils die Leistungsziele bei der Ausbildung der Lernenden erreicht werden.

Der Drucktechnologie in der Druckerei Flawil AG

«Wir sind stolz: Seit diesem Jahr dürfen wir das weltweit bekannte Unternehmen Sauber Petronas zu unseren Kunden zählen». Wieso hat sich Peter Sauber für die Druckerei Flawil AG als Printpartner



Verlosung Lehrstellenbörse

Die Gewinnerin Barbara Märkli, Verantwortliche für die Ausbildung von Polygrafinnen und Polygrafen bei der Druckerei Flawil AG, ist die glückliche Gewinnerin des Preises, den es regelmässig im Rahmen der Verlosung rund um die VSD-Lehrstellenbörse zu gewinnen gibt. Sie erhält einen Gutschein im Wert von CHF 300.-- vom Restaurant am Gallusplatz. An diesem Gasthof in der St. Galler Altstadt ist Barbara Märkli schon oft vorbei gegangen. Endlich ergibt sich für sie die Gelegenheit, sich dort einmal so richtig kulinarisch verwöhnen zu lassen.

Barbara Märkli ist gelernte Typografin und seit Juni 2001 bei der Druckerei Flawil beschäftigt. Zuerst war sie Stellvertreterin des Abteilungsleiters der Druckvorstufe. Seit einem Jahr hat sie die Aufgabe, die sechs Polygrafinnen und Polygrafen während ihrer Grundausbildung zu betreuen und begleiten. In ihrer Freizeit wirkt sie in der Guggenmusik «Guggekwätscher Rorschach» aktiv mit. Sie schätzt die Gesellschaft ihrer Kolleginnen und Kollegen enorm.

Der VSD bedankt sich bei Barbara Märkli für die Mithilfe, die Lehrstellenbörse im Internet auf aktuellem Stand zu halten, sowie für ihr Engagement zu Gunsten des Nachwuchses und wünscht ihr einen gemütlichen Abend bei Speis und Trank.



Gewinnerin Barbara Märkli



Barbara Märkli mit Charlotte Künzle (rechts, 2. Lehrjahr), Janine Steiner (Mitte stehend, 4. Lehrjahr) und Patricia Germann (sitzend, 3. Lehrjahr).

entschieden? «Wichtig für ihn war, dass wir ein innovativer, leistungsfähiger und moderner Betrieb mit Weitblick sind. Ein Betrieb mit hoch motivierten Mitarbeitenden, die bei jedem Auftrag Qualitätsarbeit abliefern». Diese Mitteilung steht mit begründetem Stolz auf der Internetseite der Druckerei Flawil AG (www.dfag.ch).



Marcel Metzger, Verantwortlicher Ausbildung Drucktechnologien.

Damit dies auch in Zukunft so bleibt, dafür ist Marcel Metzger bei der Ausbildung der Drucktechnologien besorgt. Ein Drucktechnologe oder eine Drucktechnologin muss heute ein/-e Allrounder/-in sein, genauso wie ein Mechaniker bei Sauber Petronas; «Immer einsatzbereit und flexibel». Momentan sind zwei Drucktechnologien in Ausbildung (im ersten und dritten Lehrjahr).

Das Credo der Druckerei Flawil AG bei der Ausbildung steht von Anfang fest: die Lehrlinge müssen sehr früh Selbstverantwortung übernehmen und tragen, mit dem Risiko, dass auch einmal etwas schief geht. Aus Fehlern lernt man bekanntlich am meisten!

Der Maschinenpark bei der Druckerei Flawil AG ist für die Ausbildung ideal:

- 1 Speedmaster CD 102-5+LX 5-Farben + Lack CP 2000
- 1 Speedmaster 102 ZP 2-Farben CP 2000
- 1 GTO FP 3-S CPC 32S
- 1 OHZ und 1 OHT für Rillen und Perforieren



Das Formel1-Team Sauber Petronas ist Kunde der Druckerei Flawil AG.



Oben: Das Flaggschiff im Drucksaal, die Heidelberg Speedmaster CD 102. Rechts: Die hell und modern eingerichtete Druckvorstufe.

Während der Lehrzeit können die Lehrlinge somit laufend auf eine grössere Maschine umsteigen. Das Thema «Selbstverantwortung» findet daher in der Ausbildung sehr schnell seinen praktischen Einsatz. Die Lernenden werden auf diese Weise so früh wie möglich in den Produktionsalltag eingebunden.

In der letzten Zeit macht sich aber Marcel Metzger je länger je mehr Gedanken über die Zukunft des Drucktechnologien. Er sieht immer mehr, dass sich qualifizierte und kompetente Fachkräfte weiterbilden und somit an den Maschinen ein Vakuum an guten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entsteht. Von den Drucktechnologien wird sehr viel Flexibilität am Arbeitsplatz verlangt. Es fehlt aber eine richtige, fachliche Weiterbildung. Die VSD-Kurse sind für ihn jedoch ein Ansatz, den er schon viel eher erwartet hätte. Heutzutage braucht es Mitarbeitende, die optimal auf die Anforderungen der Prozesse vorbereitet sind. Auch im Hinblick auf die immer kleinere Auswahl an Lernenden muss in diesem Bereich etwas geschehen, denn der Druckprozess wird auch in Zukunft nicht einfacher werden.

Neue digitale Prozesse

Beim Thema «Elektronische Bogenmontage und CTP» vertreten Barbara Märkli und Marcel Metzger ganz klar die Meinung, dass das in die Ausbildung des Vorstufenbereichs und nicht des Drucks



gehört. Die Lehrlinge müssen auch im Druck die vor- und nachgelagerten Prozesse kennen, aber das Thema «Datenhandling» ist schlicht zu komplex, um es so einfach nach ein paar Wochen zu beherrschen. Eines will Marcel Metzger festhalten: Die Ausbildung muss auf die am Markt verfügbaren Personen abgestimmt sein. Es ist nämlich schon jetzt mehr als schwierig, für den Beruf «Drucktechnologe» entsprechende Auszubildende zu finden. An den Druckmaschinen werden die täglichen Routinen immer mehr automatisiert, doch die immer kleineren Auflagen und schnellen Umrüstzeiten füllen den Arbeitstag der Drucktechnologien schon jetzt sehr stark, so dass kein Platz mehr für Aufgaben im Bereich der Druckformenherstellung bleibt.

Der VSD wünscht der Druckerei Flawil AG und den beiden engagierten Ausbildern weiterhin alles Gute und viele interessante sowie lehrreiche Ausbildungsverhältnisse. ■

VSD-Praxisleitfaden

Neues Lehrmittel für die Ausbildung von Polygrafen

Der Verband der Schweizer Druckindustrie (VSD) hat zusammen mit einem Autorenteam von Ausbilderinnen und Ausbildern sowie Expertinnen und Experten der LPK Zürich einen Praxisleitfaden für die betriebliche Ausbildung erstellt und bietet damit ein neues attraktives Lehrmittel für die praktische Ausbildung im Betrieb.

Heute wird bei der Ausbildung von Polygrafen sehr viel von den Lehrmeisterinnen und Lehrmeistern verlangt. Eine der grössten Anforderungen und zeitraubendsten Arbeiten ist es, einen der Ausbildung entsprechenden und zeitgemässen Fundus an Übungsmaterial bereit zu haben, welcher auf die Ansprüche des jeweiligen Lehrjahres abgestimmt ist. Zusätzlich muss auch die in der Schule vermittelte Theorie zu der praktischen Arbeit passen. Dieser Anforderung hat das Autorenteam, unter der Führung des VSD, Rechnung getragen und im Praxisleitfaden für Polygrafen umgesetzt.

Mit diesem neuen Arbeitsmittel können sich jetzt alle Ausbilderinnen und Ausbilder auf das Wesentliche konzentrieren: Die Umsetzung des Lehrstoffes sowie die Betreuung der Lehrlinge. Für jedes Lehrjahr stehen ab sofort im VSD-Praxisleitfaden perfekt dokumentierte Unterlagen (alles in allem über 50 Aufgaben/Übungen) für die praktische Umsetzung im Betrieb zur Verfügung. Es ist ein Kompendium, welches in der Druckindustrie bei der Ausbildung bis jetzt gefehlt hat. In diesem Praxisleitfaden gibt es nicht nur Übungen, zu finden sind auch Anleitungen zu Themen wie der Erstellung von PDF-Daten und wichtige Adressen für die Ausbildung, Unterlagen zur Erarbeitung und Beurteilung von Aufgaben.

Dieses Lehrmittel gehört – dank dem grossen praktischen Nutzen – in jedem Betrieb, der Polygrafen und Polygrafinnen ausbildet, zur Basisausrüstung. Durch die Zusammenarbeit mit Ausbilderinnen und Ausbildern, Berufsschullehrerinnen und Berufsschullehrern sowie Instruktorinnen und Instruktoressen von Einführungskursen erhalten die Betriebe mit dem VSD-Praxisleitfaden ein auf die heutigen Bedingungen angepasstes Arbeitsinstrument.

Grundlagen für die praktische Ausbildung

Als modernem Arbeitgeberverband steht für den VSD die Unterstützung der Betriebe mit zeitgemässen Unterlagen für die Ausbildung im Vordergrund. Die Übungen im VSD-Praxisleitfaden sind auf die 4 Lehrjahre im Betrieb abgestimmt und decken die im Modelllehrgang geforderten Richtziele jeweils optimal ab. Der Nutzen des VSD-Praxisleitfadens liegt in der bestmöglichen Umsetzung der formulierten Richtziele in auf die betrieblichen Anforderungen abgestimmte Aufgaben. Momentan ist die Aneignung des verlangten Fachwissens in der benötigten Breite und die Art der Stoffvermittlung in diesem Beruf an eine Grenze gestossen. Gezieltes Lernen ist sehr schwierig geworden. Die Betriebe, die sich in der Ausbildung engagieren, brauchen neue Grundlagenwerkzeuge. Der Praxisleitfaden erfüllt diese Anforderungen und gibt den Ausbilderinnen und Ausbildern auch bei konsequentem Gebrauch die Gewissheit, die praktischen Inhalte der Richtziele des Modelllehrganges korrekt und lückenlos umzusetzen. Das Autorenteam hat diese Richtziele in Form eines Auftragbeschreibs als Basis genommen und dazu dem Stand der Technik entsprechende Übungen erstellt. Aus jeder Übung lassen sich unzählige neue Aufgaben ableiten. Auf der CD-ROM, welche dem Praxisleitfaden beiliegt, sind über 100 Bilder sowie viele Texte und Grafiken enthalten und entsprechend riesig sind demzufolge die Möglichkeiten für die Lehrmeisterinnen und Lehrmeister, zusätzliche Aufgaben zu gestalten. Im VSD-Praxisleitfaden stehen ausserdem für das 4. Lehrjahr Abschlussarbeiten bereit, die eine Lehrabschlussprüfung (LAP) simulieren. Die Auszubildenden haben so die Gelegenheit,

vorab einmal eine prüfungähnliche Situation ohne Angst durchzuspielen.

Wertvolles Instrument auch für die Auszubildenden

Für die Auszubildenden ist der VSD-Praxisleitfaden ein Arbeitsbuch, in dem sie alle relevanten Schritte während der Ausbildungszeit dokumentieren können. Sie können jetzt ein auf die verschiedenen Ausbildungsstufen abgestimmtes Vorgehen korrekt rapportieren. Es gibt ihnen auch die Möglichkeit, ihren Wissensstand mit zeitgemässen Übungen zu testen. Für jedes Lehrjahr gibt es eine praktische Checkliste für die Überprüfung des Ausbildungsstandes der Lernenden. So können noch hängige Positionen gemeinsam besprochen und mit Aufgaben behandelt werden. Zeitgemässes Lernen ist auf die Förderung der Selbstständigkeit hin konzipiert. Die gestiegenen Ansprüche in der Ausbildung erfordern auf beiden Seiten ein neues, auf die Anforderungen unserer Zeit angepasstes Lernkonzept. Jeder Lernabschnitt schliesst mit einem Abschlusstest über die im Lehrjahr vermittelten Fertigkeiten ab und ermöglicht so eine ideale Standortbestimmung. Die Lernenden sollen schon früh ihre Arbeiten selber analysieren und mit einem entsprechenden Bericht dokumentieren. Der Praxisleitfaden wird für die Auszubildenden zum Arbeitsbuch, das sich während der Lehrzeit mit Wissen und Erfahrungen füllt.

Gliederung der Arbeiten im Praxisleitfaden

Die für die Ausbildung von Polygrafen relevanten Themen Gestaltung, Bildbearbeitung, Text/Layout, Grafik und Datenhandling dienen als Hauptkapitel im Praxisleitfaden für Polygrafen. Für die Vorbereitung der einzelnen Themen haben die Autorinnen und Autoren für jede Aufgabe eine gezielte Formulierung als Analyse verfasst. Die Auszubildenden sollen sich so einmal Gedanken über die Ausgangslage, die Aufgabenstellung sowie das zu fertigende Endprodukt machen. Im Bereich der Arbeitstechnik legt das Autorenteam sehr grossen Wert auf entsprechende Ideenskizzen sowie eine standrichtige Arbeitsskizze mit einer systembezogenen technischen Arbeitsvorbereitung. Für die Ausführung stehen jeweils Leitziele sowie eine Zeitvorgabe zur Verfügung. Bei



In der Medienverarbeitung muss die Informationsvermittlung auf eine neue Basis gestellt werden.

Forum 2004 der grafischen Industrie

Willkommen in Bern

Am 17. Juni 2004 findet im Hotel Bellevue-Palace in Bern das traditionelle Forum der grafischen Industrie statt.

«Zukunft für Gedrucktes»

Zwei renommierte Referenten, welche der Verband der Schweizer Druckindustrie hat gewinnen können, werden Ihnen mehr darüber verraten:

der Bewertung der Arbeit sollen vor allem die wichtigen Schritte als Kriterien dienen, welche auch bei der Arbeitstechnik im Vordergrund stehen: Arbeitsvorbereitung, Vorgehensweise, Systematik, Genauigkeit, Ausführung, Zeit und Gebrauchswert des Endproduktes. Für die Bildbearbeitung sind jeweils die Korrekturangaben beim Ausgangsmaterial im PDF-Beschrieb der Aufgabenstellung vorhanden.

Lern-Werkstatt und Praxisleitfaden – die neuen Synergien für die Ausbildung

Mit dem VSD-Praxisleitfaden erhalten die Lehrbetriebe jetzt ein optimales Grundlageninstrument für die Ausbildung. Die Module der Lern-Werkstatt sind dagegen sehr stark auf die am Markt geforderten Fertigkeiten in den Anwenderprogrammen ausgerichtet und sind eine hervorragende Ergänzung für die themenbezogene Ausbildung. Der Praxisleitfaden ist eine Aufgabensammlung zu den verschiedenen Richtzielen in der Ausbildung. Er lässt den Lehrmeisterinnen und Lehrmeistern sehr viel Raum, um eigene Ideen und Erfahrungen in die Aufgaben einfließen zu lassen. Somit kann jede Übung auf die Anforderungen im Betrieb angepasst werden. Dieses flexible Modell mit dem Angebot des VSD lässt allen die Entfaltungsmöglichkeit, die es für das duale Bildungssystem braucht, und unterstützt die Ausbilderinnen und Ausbilder bei ihrer anspruchsvollen Aufgabe. ■

Bezugsquelle

Der Praxisleitfaden Polygraf mit 2 CD-ROM ist ab sofort lieferbar und kann beim VSD zum Preis von CHF 450.-- für Mitglieder und CHF 550.-- für Nichtmitglieder (exkl. MWST, Verpackung und Porto) bezogen werden:

Verband der Schweizer Druckindustrie
Postfach 8536, 3001 Bern,
E-Mail: alexandra.nyffenegger@vsd.ch
sowie online im Internet im Bereich VSD-Publikationen unter www.druckindustrie.ch/d/publikationen/online_formular.htm.

Redaktion VSD-Mitteilungen

VSD/IGS, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern
Telefon 031 351 15 11



Dr. Wilfried Schäfer
VDMA/PRINTPROMOTION
GmbH,
Frankfurt a. M.

Trends der Drupa und Lage der
Branche



Meike Bütikofer,
Bütikofer – Wertorientierte
Unternehmensentwicklung,
Zürich

Schlechte Zeiten sind gute Zeiten
für Unternehmer

Postkartenwettbewerb 2004:

Anlässlich dieser Veranstaltung wird die Prämierung des siegreichen Gestaltungsvorschlages vorgenommen.

Mit dem Forum 2004 wartet ein weiterer Leckerbissen auf Sie! Koko & Lores: Sie bieten Ihnen eine Music-Comedy-Show ohne Worte rund um das grösste Streichinstrument, den Kontrabass. Lassen Sie sich überraschen...

Beim abschliessenden Cocktail erhalten die Teilnehmer/-innen des Forums auch dieses Jahr wieder die Gelegenheit, Kontakte zu knüpfen oder zu pflegen und untereinander Erfahrungen auszutauschen.



(© Bern Tourismus)



Sie haben mich neugierig gemacht! Gerne erwarte ich Ihre persönliche Einladung mit detailliertem Programm für das Forum 2004 der grafischen Industrie vom 17. Juni 2004 in Bern.

Name _____

Vorname _____

Firma _____

Adresse _____

Tel. _____

E-Mail _____

Talon faxen (031 352 37 38) oder einsenden an:

Verband der Schweizer Druckindustrie, Frau Pascale Massara, Postfach 8536, 3001 Bern