

Die Ausbildung bei der Merkel Druck AG

Editorial



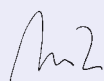
VSD-Präsident
Dr. Christophe Muth

Ein Tsunami ist unendlich viel wirksamer im Auslösen von Trauer und Betroffenheit, als die vielen kleinen täglichen Katastrophen. Ein Bischof lenkte, nach den schrecklichen Ereignissen des letzten Jahresendes, die Aufmerksamkeit auf diesen Umstand und legte gleich noch eine brennende Erkenntnis nach: Mengenmässig sind die vielen kleinen Katastrophen viel mörderischer als die Grossschäden.

Und kleine Katastrophen sind in unserer Branche seit Jahren Legion. Die Betroffenheit gegenüber den menschlichen Schicksalen, die hinter den gescheiterten Unternehmen stehen, geht im täglichen Stress unter. Es ist weniger eine Frage des Mitleids, sondern in erster Linie die der mentalen Hygiene bei der Betrachtung unternehmerischer Risiken. Denn wo soll das Land die unternehmerisch denkenden Menschen hernehmen, die es braucht, wenn die Betroffenen Gleichgültigkeit oder gar Geringschätzung als «Gescheiterte» erfahren?

Das Positive nach Katastrophen ist die Solidarität. Sie wird von allen mit starken Emotionen auch noch Jahre danach evoziert. Genau die Erfahrung, über die mir Unternehmer berichtet haben, die richtig handelten. Sie haben mit anderen zusammengelegt, menschlich und auch die Firmen. Sie haben voneinander gelernt. Sie haben sich neue Strategien einfallen lassen und sich unternehmerisch neu positioniert. Die Basis für diese Schritte war Solidarität und gegenseitige Wertschätzung, Offenheit, Neugierde, Kreativität und Agilität, statt Neid und Missgunst.

Die unumgängliche Anpassung in unserer Branche müssen wir menschenverträglicher über die Bühne bringen, denn in einer unternehmerischen Kultur muss jeder nicht nur sich selbst, sondern auch den Anderen vertrauen können.



«Wir fördern unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unsere Familienmitglieder derart, dass alle in der Lage sind, die gestellten Zielvorgaben auf hohem Niveau zu erfüllen. Damit kann unsere Marktposition weiter verstärkt werden.»

Dieser Auszug aus dem Leitbild der Merkel Druck AG zeigt auf, welch hoher Stellenwert der Ausbildung beigemessen wird. Cinzia Merkel ist es wichtig, den Jugendlichen einen Einstieg in die Berufswelt zu



Cinzia Merkel, Vorsitzende der
Geschäftsleitung

ermöglichen und bietet deshalb seit Jahren zwei Lehrstellen für die Ausbildung zum Drucktechnologen an. Ein Lernender ist aus dem Erlenhof in Reinach, einem Jugendheim, das sozialpädagogisch geführte Angebote zur Neuorientierung, Entwicklung und Ausbildung von Jugendlichen anbietet und Kunde der Merkel Druck AG ist. Die Lernenden durchlaufen die ersten beiden Jahre der Ausbildung im Heim und danach absolvieren sie das 3. und 4. Lehrjahr sowie die Lehrabschlussprüfung bei der Merkel Druck AG. Leider hat das Jugendheim seine Druckerei geschlossen. Dank der positiven Erfahrungen mit den Jugendlichen führt die Merkel Druck AG dieses Ausbildungsangebot mit dem Jugendheim Rehadruck in Lutzenberg weiter.

Der Maschinenpark bei der Merkel Druck AG ist für die Ausbildung optimal und setzt sich wie folgt zusammen: eine 2-Farben Dominant Format A3 Plus, eine 2-Farben MAN Roland im Format 500 x 700 mm, eine 2-Farben Multi Couvert-Maschine C6 - B4 sowie zwei Canon Digital-Farbkopierer für den Digitaldruck und den Copy-Shop-Bereich. Für die Weiterverarbeitung stehen eine Horizont Zusammentragstation mit 16 Stationen, ein Heidelberg Zylinder und Tiegel für das Stanzen, Rillen, Perforieren und Nummerieren sowie eine GUK Falzmaschine mit zusätzlichem Kreuz- und Fensterfalz zur Verfügung. Während der Ausbildung sind die Lernenden an allen Maschinen beschäftigt. Bei der Produktion ist die Selbstverantwortung sehr wichtig, und deshalb werden die Lernenden so früh wie möglich in den Produktionsalltag eingebunden. Für das Jahr 2005 steht eine Investition in eine 4- bis 5-Farben-Druckmaschine im Format 500 x 700 mm an. Cinzia Merkel ist überzeugt, dass sie mit dieser Investition dem Kunden gegenüber die Qualität steigern sowie eine noch bessere Dienstleistung anbieten kann. >

Die Gewinner

Verlosung Lehrstellenbörse



www.druckindustrie.ch

Der erste Gewinn der VSD-Lehrstellenbörse im Jahr 2005 geht nach Riehen, Basel, an die Merkel Druck AG. Cinzia Merkel, Vorsitzende der Geschäftsleitung, nahm stellvertretend für ihre Partner den Gutschein für ein Essen im Restaurant Bruderholz in Basel entgegen. Nach dem Skugra-Unternehmerkurs im Herbst 2003 hat sie den Vorsitz der Geschäftsleitung übernommen und bezeichnet die Firma als ihr «Hobby». Nebst dem geschäftlichen Engagement und der Betreuung ihrer beiden Töchter, 8- und 13-jährig, bleibt für weitere Aktivitäten, ausser fürs Reisen, nicht mehr viel Platz. Das enorme Pensum – Firma, Kinder und Haushalt – lässt sich nur dank guter Organisation bewältigen. Für das Siegerfoto strahlten zudem Ursula Merkel (rechts), verantwortlich für das Marketing, und Thomas Merkel (Mitte), Produktionsleiter der Druckerei Merkel AG, in die Kamera und freuten sich über den Gewinn anlässlich der Verlosung im Rahmen der Lehrstellenbörse.

Der VSD wünscht der Familie Merkel schon jetzt einen gemütlichen Abend sowie einen guten Appetit und bedankt sich nochmals für die aktive Teilnahme an der Lehrstellenbörse sowie für ihr Engagement in der Ausbildung in der Schweizer Druckindustrie.



«Utbildig bringt's!»

«Wir bilden Lehrlinge aus, um ihnen eine solide Basis für ihre berufliche Zukunft zu bieten.»

«Nachhaltig denken – vorausschauend handeln». Nachhaltige Entwicklung gewährleistet, dass die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt werden, ohne dass dadurch die Möglichkeit künftiger Generationen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse beeinträchtigt werden. In ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht soll langfristig gedacht und vorausschauend gehandelt werden.

Mit diesem Slogan hat sich die Merkel Druck AG mit einem Plakat an einem Projekt der Gemeinde Riehen für nachhaltige Entwicklung in der Ausbildung beteiligt.



Projekt «Utbildig bringt's» der Gemeinde Riehen

An der Gewerbeausstellung, die letzten Herbst in Riehen stattfand, konnten ortsansässige Firmen ihre Lehrberufe vorstellen. Die Merkel Druck AG beteiligte sich mit diversen Werbeunterlagen sowie der POI-Säule des VSD an dem Projekt «Utbildig bringt's». In diesem Jahr sollen weitere Veranstaltungen zum Thema Ausbildung folgen, denn mit solchen Projekten wird den Jugendlichen die reale Berufswelt in einer ungezwungenen Atmosphäre vorgestellt und näher gebracht.

Bewerbungen werden professioneller

Mit Erstaunen hat Cinzia Merkel festgestellt, dass die Bewerbungen, die auf die ausgeschriebene

Lehrstelle als Drucktechnologe eingegangen sind, im Vergleich zu Vorjahren viel professioneller verfasst wurden. Wer weiss, vielleicht ist das eine positive Auswirkung des Projektes «Utbildig bringt's». Da die Ausbildung ein wichtiger Aspekt der Firmenphilosophie ist, sieht Cinzia Merkel vor, in naher Zukunft auch eine Lehrstelle als Polygraf anzubieten, da nach der Ausstellung diverse Spontanbewerbungen eingegangen sind. Momentan fehlt aber bei der Merkel Druck AG in der Druckvorstufe noch eine Person, die über die nötige Berufserfahrung verfügt, um als Lehrmeister tätig zu sein.

Polygraf gesucht – aber mit Erfahrung

Durch einen Stellenwechsel in der Druckvorstufe ist Cinzia Merkel auf eine Situation gestossen, die ihr zu denken gegeben hat. Viele der jungen Polygrafen, die ihre Ausbildung beendet haben, finden wegen der wirtschaftlichen Situation keinen Job. Ihr grösstes Handicap bei einem Vorstellungsgespräch ist die fehlende Berufserfahrung. Arbeitslos – wie soll man denn unter diesen Bedingungen überhaupt je in einem Berufsfeld Erfahrung haben? Diese Situation hat Cinzia Merkel zum Anlass genommen, beim Regionalen Arbeitsvermittlungszentrum (RAV) nachzufragen, ob die Möglichkeit besteht, jenen Jugendlichen eine Praktikumsstelle anzubieten. Dabei ist sie beim Kanton auf offene Ohren gestossen. Er unterstützt solche Ideen und beteiligt sich sogar finanziell daran. Cinzia Merkel ist der Meinung, dass grössere Firmen auf diese Weise den jungen Polygrafen eine Chance bieten könnten, sich die fehlende Erfahrung zu erarbeiten, ohne dass die Betriebe dabei grosse finanzielle Risiken eingehen müssen. Erfahrungen können nur in der Praxis gesammelt werden, deshalb müssen unbedingt mehr Praktikumsstellen geschaffen werden.

Arbeitslos nach der Lehre – was nun?

Bei der Merkel Druck AG ist seit November ein Polygraf als Praktikant tätig. Er war seit Sommer 2004 arbeitslos. Cinzia Merkel wird diesem jungen Polygrafen nach den sechs Monaten Praktikum einen definitiven Arbeitsvertrag anbieten. Er ist sehr froh, dass er endlich seinen gelernten Beruf ausüben kann. Einige seiner Klassenkameraden waren nach der Lehrabschlussprüfung ebenfalls

arbeitslos. In einem persönlichen Gespräch mit dem Praktikanten wurden ein paar Punkte angesprochen, die verbessert werden könnten: Die Schule sollte die Polygrafen im 3. oder 4. Lehrjahr auf die Lage im Arbeitsmarkt vorbereiten. Der Hinweis der Schule auf die Möglichkeit, ein Praktikum zu absolvieren, fehlte. Seinen Angaben zufolge waren die letzten sechs Monate in der Schule sehr arbeitsintensiv, da noch viel Stoff aus dem Lehrplan vor der Lehrabschlussprüfung bearbeitet werden musste, so dass die Planung der Zeit nach der Ausbildung keinen Platz mehr fand. Die Lehrbetriebe sollten den angehenden Polygrafen auch in diesem Bereich eine Unterstützung bieten. Wichtig ist eine klare Information über die Weiterbeschäftigung nach der Lehrzeit. Dies könnte mit einer besseren Personalplanung sicher effizienter gestaltet werden. Auf dem RAV fehlte dem Jugendlichen die professionelle Betreuung. Während der Gespräche wurde er immer wieder aufgefordert, Bewerbungen zu schreiben. Es fehlte aber an konkreten Vorschlägen, welche den jungen Arbeitslosen eine Chance bieten, wie z. B. das Praktikum, das er jetzt in der Druckvorstufenabteilung der Merkel Druck AG absolvieren darf.

Für Cinzia Merkel gehört es ganz klar zur Ausbildung im Betrieb, die Jugendlichen über den Weg nach der Lehrzeit zu informieren

Events und Vernissagen

In Zukunft will Cinzia Merkel vermehrt mit speziellen Kundenanlässen in der Region Basel auf die Firma aufmerksam machen. Sie hat schon einige Ideen entwickelt, wie zum Beispiel eine Vernissage von Künstlern, die Kunden der Merkel Druck AG sind. Diese Ausrichtung bedingt auch gut ausgebildete und flexible Mitarbeitende. Dies ist einer der Gründe, weshalb sich diese Firma so intensiv mit der Ausbildung befasst.

Der VSD wünscht dem Team der Merkel Druck AG für die Zukunft alles Gute sowie weiterhin Freude und Elan bei der Ausbildung des Nachwuchses für die grafische Branche.

Redaktion VSD-Mitteilungen

VSD, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern

Telefon 031 351 15 11

Generalversammlung VKS

und gemeinsame Veranstaltung mit Swisscarton

Am 3. Dezember 2004 fand in Egerkingen die Generalversammlung der Fachgruppe Vereinigung Kartonverpackung Schweiz (VKS) statt. Nebst den üblichen statutarischen Traktanden stand auch die Wahl eines neuen Präsidenten an. Dieses Amt wurde in den letzten Jahren stets von einem Tagespräsidenten bekleidet. Mit Dr. Markus Staub, Rondo AG, Allschwil, hat die VKS wieder einen festen Präsidenten, welcher die Interessen der Verpackungsdrucker auch im Zentralvorstand des VSD vertritt.



Dr. M. Staub, neu gewählter Präsident

Jürg Läser, Präsident der IGB (Interessengemeinschaft für Berufsbildung), informierte über die zur Zeit laufende Revision des Berufsbildes «Verpackungstechnologie». Aufgrund der technischen Veränderungen im Bereich der Produktentwicklung und der Produktion von Kartonverpackungen wurde dieser Schritt notwendig. Die Lehrzeit betrug bisher drei Jahre, momentan wird über eine mögliche Verlängerung auf vier Jahre diskutiert. Die Revisionsarbeiten werden zügig durchgeführt, da die Vorgaben für das neu in Kraft tretende Berufsbildungsreglement erarbeitet werden müssen.

Gemeinsame Veranstaltung mit Swisscarton

Zum zweiten Teil der Veranstaltung, in welchem zwei Referate auf dem Programm standen, wurden auch die interessierten Swisscarton-Mitglieder begrüsst.

Der Schwerpunkt des Themas drehte sich um den technischen Standard für Hersteller von Lebensmittelverpackungen BRC/IoP.

Die Qualitätsanforderungen an die Produkte der Verpackungshersteller nehmen laufend zu. Diverse Lebensmittelskandale in verschiedenen Ländern zwingen sowohl Produzenten als auch Verteiler, einheitliche Standards zur Überwachung der Sicherheit für die ganze Lieferantenkette einheitlich zu gewährleisten und die Rückverfolgbarkeit der Aufträge bei Schadenfällen zu garantieren. Das British Retail Consortium (BRC) und das Institut of Packaging (IoP) haben diese Richtlinien entwickelt, um Einzelhändler und Lebensmittelhersteller bei der Einhaltung ihrer gesetzlichen Verpflichtungen zu unterstützen. Auch in der Schweiz setzt sich dieser Standard immer mehr durch.

Die Referate

Jürg Trachsel, Leiter Q-Management und Logistik, referierte über die Planungsphase und die Einführungsvorbereitungen bei der Firma Pawi Verpackungen, Winterthur. Dabei verstand es der Referent, gezielt auf die Schwerpunkte dieses Standards einzugehen und auch den sachlichen, zeitlichen und finanziellen Umfang der Einführung aufzuzeigen.



Die beiden Referenten, S. Gerhard (li.) und J. Trachsel (re.), während der Diskussion

Diese Phase haben die Firmen Limmatdruck AG und Zeiler AG bereits hinter sich. Der BRC-Standard ist bereits in beiden Unternehmungen eingeführt. Sebastian Gerhard, Leiter QM-Projekte, schilderte in seinem Erfahrungsbericht die organisatorischen und technischen Anpassungen, welche für ein gutes Funktionieren dieses Standards notwendig sind. Dabei erwies sich, dass es nicht immer einfach ist, genügend Produkteinfor-



Der Teilnehmerkreis

mationen der Zulieferer zu erhalten, wenn diese keine Zertifizierung anstreben.

Es zeigte sich in diesem Erfahrungsbericht auch, dass sich der BRC-Standard nur ein- und weiterführen lässt, wenn das Personal mitzieht und das Verständnis für die ergriffenen Massnahmen vorhanden ist.

Welches ist nun die Bilanz nach einem Jahr BRC-Standard in der Limmatdruck AG?

Nicht nur die Kunden aus der Lebensmittelbranche reagieren sehr positiv. Im Moment kann dies ein Marktvorteil sein, wird aber längerfristig bei den meisten Zulieferern von Lebensmittel verarbeitenden Betrieben zur Notwendigkeit werden. Das Unternehmen und die Mitarbeitenden profitieren, die Arbeitsplätze werden deutlich aufgewertet.

Die Einführung eines Hygiene-Standards ist nicht zu unterschätzen. Er kostet Zeit sowie Geld und verteuert die Produktionskosten der Verpackungen. Auf der anderen Seite bietet die Einführung die Chance, betriebliche Abläufe zu prüfen und die Hygiene im Betrieb zu forcieren. Die Frage sei gestattet, ob für die Verpackungsdruckereien in Osteuropa die gleichen Hygiene-Standards gelten wie für die westeuropäischen Betriebe. Hoffen wir es.

Resümee

Der BRC/IoP-Standard wird die Hersteller von Lebensmittelverpackungen in den nächsten Jahren sicher noch beschäftigen. Aus diesem Grunde war es ideal, dass sich die Teilnehmenden vor Ort mit Praktikern über die Einführung der Standards informieren konnten. Die anschliessende angelegte Diskussion zeigte das Interesse an der gelungenen, ersten gemeinsamen Veranstaltung von VKS und Swisscarton.

Das EKAS 10 Punkte-System

bei der praktischen Umsetzung

Bei der Farbendruck Weber AG in Brügg bei Biel organisierte der VSD zusammen mit der Suva am Dienstag, 7. Dezember 2004, einen interessanten Erfa-Workshop für die Verantwortlichen der Arbeitssicherheit und dem Gesundheitsschutz.

Es ist wichtig, dass die EKAS-Richtlinie im Betrieb effizient und nachhaltig integriert wird. Jede/r Sicherheitsbeauftragte entscheidet selbst, welche Punkte für sie/ihn relevant sind und sinnvoll umgesetzt werden. Mit diesem Workshop gelang es dem VSD, Theorie und Praxis ideal miteinander zu verbinden und somit einen interessanten Wissenstransfer zu schaffen. Ein wichtiger Aspekt dieser Erfa-Workshops ist auch, den Kontakt zwischen den zuständigen Sicherheitsbeauftragten (SiBe) all jener Betriebe, welche an der VSD-Betriebsgruppenlösung angeschlossen sind, zu ermöglichen. Für viele der Teilnehmenden ist es von grosser Bedeutung, Einblick in andere Betriebe zu erhalten, um dann das eigene Konzept umzusetzen oder zu verwirklichen.

Sicherheitskonzept

1. Sicherheitsleitbild, -ziele
2. Sicherheitsorganisation
3. Ausbildung, Instruktion, Information
4. Sicherheitsregeln, -standards
5. Gefahrenermittlung, Risikobeurteilung
6. Massnahmenplanung, -realisierung
7. Notfallorganisation
8. Mitwirkung der Arbeitnehmer
9. Gesundheitsschutz
10. Kontrolle, Audit

Das Sicherheitskonzept der Farbendruck Weber AG

Stefan Rösch, Personalverantwortlicher und Leiter Einkauf bei der Farbendruck Weber AG, zeigte in seinem Anfangsreferat auf, welche Massnahmen für die Arbeitssicherheit im Betrieb bereits realisiert wurden. Mit spannenden Schilderungen aus dem betrieblichen Alltag legte er bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine ideale Basis für den Workshop. Seine Angaben im Bereich der Berufsunfälle zeigten deutlich auf, dass ein Jahr nach der Einführungsphase eine Zunahme der Unfälle zu verzeichnen war. Ein Grund dafür war

sicher die mit dem EKAS-Konzept entstandene vollständige Erfassung aller Ereignisse (auch der Bagatelunfälle). Die Tendenz im Jahr 2004 ist dank weiterer Massnahmen aber rückläufig und somit wieder im Bereich der Zahlen nach dem Startjahr. Ein ganz wichtiger Erfolg für Stefan



Stefan Rösch präsentiert die Lösung der Farbendruck Weber AG

Rösch ist aber die Ausweitung der SiBe-Spezialisten im Betrieb. In den letzten Jahren wurden alle Personen, die für den technischen Bereich zuständig sind, in einem in Zusammenhang mit der VSD-Betriebsgruppenlösung durchgeführten Grundkurs im Bereich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes ausgebildet. Ein Aufwand, der sich jetzt im Betrieb durch eine ständige Präsenz des Themas auszeichnet. Auch die Ausbildung von Samariterinnen und Samaritern für jeden Arbeitsbereich wurde bei den Mitarbeitenden sehr positiv aufgenommen. Auf dieser Grundlage lässt sich das Sicherheitskonzept mit den zehn Elementen effektiver umsetzen. Röschs persönliche zeitliche Belastung reduzierte sich durch die Erweiterung der SiBe-Verantwortlichen massiv, so dass er nun seine Schwerpunkte auf strategische Massnahmen und die Umsetzung langfristiger Ziele richten kann. Die Zahlen im Bereich der Unfallstatistik im Vergleich zum Umsatz der Farbendruck Weber AG zeigen ganz klar auf, wie viel das Potenzial eines guten Sicherheitskonzeptes in Franken wert ist. Als positiven Punkt erwähnte Stefan Rösch die Umsetzung des Hautschutzplanes. Diese Massnahmen haben sich absolut bewährt und seitdem sind jegliche Hautallergien eliminiert worden. Dieses Beispiel zeigt einmal mehr, wie wichtig die Verbindung zur Koordinationsstelle des VSD ist, welche die Grundlagen für die Umsetzung bereitstellt.

«Ausbildung, Instruktion und Information» – ein wichtiges Element

René Theiler, Sicherheitsfachmann des VSD, zeigte in seinem Referat auf, wie ein Ausbildungsplan im Betrieb aufgebaut werden kann. Jeder Betrieb, unabhängig von der Grösse, muss seine Aktivitäten im Bereich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes «fokussieren», um die richtige Effizienz zu erhalten.

Wichtig in diesem Zusammenhang sind die Auswahl der Themen sowie die Definition der Lernziele. Eine stetige Wiederholung der Aktivitäten muss als Jahresziel definiert werden, um das Verständnis der Mitarbeitenden zu erhalten. Die Organisation im Notfall gehört unbedingt jährlich auf die Aktivitätenliste.

Bei der Einführung von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist diese Instruktion zwingend und in jedem Pflichtenheft aufgeführt, was Stefan Rösch mit dem bei der Farbendruck Weber AG gültigen Formular praxisgerecht demonstrieren konnte.

Ein ganz grosser Vorteil eines Ausbildungsplans ist auch, die zeitliche Planung ideal mit den im Betrieb vorhandenen Plänen zur Arbeitsdisposition abzugleichen. Die Erstellung eines Ausbildungs- und Instruktionsplanes ist zeitaufwändig, doch mit einer effizienten Umsetzung lässt sich diese Investition sehr schnell amortisieren. Beim Element «Ausbildung, Instruktion und Information» ist es wichtig, alle Aktivitäten korrekt aufzulisten. Mit einer transparenten und seriösen Dokumentation kann man das Interesse aller Beteiligten für das «Pflänzchen» Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewinnen.

Das Beispiel von Hanspeter Luzio, SiBe bei der Südostschweiz Print AG, beweist, dass mit gezielten Aktionen im Betrieb auch die Sensibilität für die Sicherheit während der Freizeit geweckt werden kann. Anfangs Herbst 2004 wurde das Projekt «Leuchtweste» lanciert. 720 Westen mit dem Logo der Südostschweiz Mediengruppe wurden an die Mitarbeitenden verteilt. Das löste nicht nur bei den Zeitungsverträgern eine positive Reaktion aus. Praktisch alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benutzen die Leuchtweste aus Sicherheitsgründen auch auf ihrem Arbeitsweg.

Einbezug der praktischen Erfahrungen in die Gruppenarbeiten

Der zweite Teil der Veranstaltung stand unter dem Motto «Praktische Gruppenarbeiten im Betrieb». Rolf Bösch, Sicherheitsingenieur und Suva-Branchenbetreuer Druckindustrie und Medien, orientierte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über den Umgang mit Chemikalien und die Gefahren im Bereich des Lösungsmittel-Lagers. Mit praktischen Beispielen veranschaulichte er, wie in diesem Bereich mit wenig Aufwand sehr viel erreicht werden kann. Die Praxis zeigt, dass den Gefahrstoffen zu wenig Aufmerksamkeit beigemessen wird. Eindrücklich waren seine Erläuterungen zum Umfüllen von leicht brennbaren Lösungsmitteln in die verschiedenen Kunststoffbehälter und die Auswirkung der statischen Ladung. Die Gefahrstoffe tangieren im Sicherheitskonzept etliche Punkte, so auch die persönliche Schutzausrüstung und die Notfallorganisation. Jürg Hänzi, Samariter der Farbendruck Weber AG, erläuterte, wie wichtig bei Unfällen eine schnelle und korrekte Reaktion ist. Er zeigte den Anwesenden, wie effizient eine Augendusche bei falscher Handhabung mit Gefahrstoffen sein kann und wie die Anwendung im Betrieb funktioniert.

René Theiler suchte mit den Gruppen die Gefahren im Bereich der Bogenoffsetdruck-Maschinen, dem Papierlager sowie der Spedition. Das Verständnis für die Wichtigkeit der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes wuchs bei den Teilnehmenden, gerade weil sie «hautnah» und in Gruppen die Gefahrenquellen und Risiken eruier-



Im Team geht es besser!

ten und gleich Massnahmen zur Unfallverhütung vorschlagen/erarbeiten konnten. Die Farbendruck Weber AG profitierte in mancher Hinsicht auch vom Potenzial der Gruppen. Sie präsentierten nämlich im Anschluss im Gremium ihre Resultate. Gewisse Ergebnisse aus diesen Gruppenarbeiten ermöglichen es der in Brugg ansässigen Firma

nämlich nun, einige noch nicht realisierte Punkte umzusetzen.

Sicherheitsstandard und Regeln

Ein weiteres wichtiges Element des Sicherheitskonzeptes sind Sicherheitsstandards und -regeln für die Durchführung im Betrieb. Rolf Bösch verwies dabei auf ein Muster, welches er den Teilnehmerinnen und Teilnehmern im Schulungsordner zur Verfügung stellt. Wie wichtig Sanktionen und deren Auswirkungen für die Mitarbeitenden sind, konnte Stefan Rösch mit einigen Beispielen aus den letzten Jahren aufzeigen. Im Konzept der Farbendruck Weber AG sind diese Sicherheitsanforderungen ganz klar definiert und bei Neuanstellungen werden sie entsprechend instruiert. In diesem Zusammenhang erwähnte er dabei die diversen Tätigkeiten an den Maschinen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden ganz klar über die Konsequenzen bei Missachtung der Sicherheitsvorschriften und -vorkehrungen informiert. Ohne strikte Regeln ist eine Einführung des Sicherheitskonzeptes weder vorstell- noch umsetzbar.

Rolf Bösch erläuterte an einem Beispiel aus der Praxis die Auswirkungen, welche das neue Haftungsprivileg im Bereich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes in allen Belangen der Tätigkeiten im Betrieb hat. Eine entsprechende Information finden Sie auch auf der Internetseite des VSD (www.druckindustrie.ch) im Bereich Arbeitssicherheit.



Rolf Bösch am Posten der Lösungsmittel: Wo lauern die Gefahren?



Nicht immer sind alle der gleichen Meinung

Die Teilnehmenden konnten sehr viele neue Erkenntnisse aus dem Erfa-Workshop für ihre Tätigkeit im Betrieb mitnehmen. Beim anschließenden Apéro wurde das eine oder andere Thema noch weiter besprochen und analysiert. ■

Differenzierung im Markt

René Theiler, VSD Consult AG

Informationsprozesse in allen Wirtschaftszweigen beinhalten ein grosses Potenzial an Chancen für die Betriebe im Bereich der Druckindustrie. Das bedingt allerdings ein Verständnis für den Marketing- und Werbemarkt. Erfolgreich können in Zukunft all jene Betriebe sein, welche es verstehen, die Bedürfnisse der Kunden mit den heute zur Verfügung stehenden technologischen Mitteln optimal zu erfüllen. Das wiederum setzt ein Verständnis für die Kundenprozesse sowie die richtige Interpretation der Trends im Markt voraus. In der momentanen wirtschaftlichen Situation ist es wichtig, die Informationsprozesse beim Kunden genau zu analysieren, um ihm die für ihn optimale Lösung anbieten zu können. Die Druckindustrie verfügt über genau diese wichtigen Grundlagen und sollte diese für ihre zukünftigen Prozesse unbedingt nutzen. Der Druckprozess selber wird in vielen Belangen nur noch ein Produkt in einer Kette verschiedener Informations-Elemente ohne grosse Wertschöpfung sein.

Der Preis als Verkaufsargument

In den letzten Jahren hat sich in der Druckindustrie ein sehr grosser Preiszerfall etabliert, nicht zuletzt aus versenkten Technologie-Entwicklungen. Bei der Verkaufsaktivität steht immer der Preis im Zentrum der Verhandlungen und dieser kann mit sehr wenigen Argumenten seitens der Kunden widerlegt werden. Der Preis hat sich heute bedauerlicherweise als eines der wenigen Differenzierungsmerkmale bei den Einkäufern von Druckprodukten eingepreist. Den Kunden der Druckindustrie wird der Preis auch als einer der wenigen Fakten gegenüber dem Konkurrenten immer wieder als Verhandlungselement signalisiert. Ein Teufelskreis, der sehr schwer zu durchbrechen ist und nur mit entsprechenden Kenntnissen seitens des Kundenberaters nachhaltig überwunden werden kann. Ein grosser Vorteil wird verschenkt, wenn die Anstrengungen in Zukunft nicht zu mehr Innovation und Dienstleistung führen. Momentan wären diese Betriebe rar und könnten sich demzufolge bei der Zielgruppe entsprechend profilieren.

Welcher Weg führt denn zum Erfolg?

Ein wichtiges Kriterium für eine neue zukünftige Ausrichtung ist die richtige Einschätzung der

Marktsituation. Mit einer Analyse können in einem ersten Schritt die Informationen über die wichtigsten Kunden zusammengetragen werden, um relative Stärken und Schwächen für die Angebotsformulierung zu ermitteln. Eines der wichtigsten Themen, das seit Jahren wieder diskutiert wird, ist die Erkennung der Potenziale zur Erhöhung der Kundenbindung, um Möglichkeiten zur Steigerung des Profits in den Prozessen mit den Kunden zu identifizieren. Gute Kundenberater sehen und fühlen die Anknüpfungspunkte zur Produktivitätssteigerung, denn technologisch gesehen ist heute alles realisierbar.

Kundenpflege – ein strategisches Ziel

Die Kundenpflege stellt eine Basis für die Erhaltung und Steigerung des langfristigen Unternehmenserfolges dar. Unternehmen müssen ihre Zielkunden so gut kennen, dass sie zu jeder Zeit das richtige Produkt liefern und die richtige Dienstleistung erbringen können. Wichtigste Elemente sind immer noch der persönliche Kontakt sowie ein Gespräch beim Kunden. Vieles läuft bei der Kundenpflege über ein intensives Beziehungsnetz, welches sicher bei vielen Auftraggebern heute noch der wichtigste Verkaufsparameter ist. Immer mehr gehen die grossen Firmen zu Gesamtangeboten beim Einkauf der Druckprodukte über, bei denen nur der Preis eine Rolle spielt. Diesem Aspekt kann man nur mit neuen, flexiblen Lösungen begegnen, die eine integrierte Kommunikation (Crossmedia-Strategie) beinhalten, die nicht nur ausgabeorientiert sind. In diesem Punkt sind die Unternehmer gefordert, Kommunikationsinhalte nicht nur einmalig zu verteilen, sondern die Nachfrage den Bedürfnissen der Auftraggeber anzupassen. In diesem Kontext sind alle Dienstleister gefordert, die vom Markt verlangten Prozesse im Betrieb zu integrieren und auch zu verstehen.

Mit einer Datenbank alleine ist noch keine Crossmedia-Strategie erfolgreich umgesetzt worden. Die Möglichkeit einer multimedialen Informationsübermittlung hat in den letzten Jahren erfreulicherweise zu einer Differenzierung in der Kommunikation und zu einer enormen Vielfalt an Marketingprodukten geführt. Für den agilen Dienstleister mit eigener Strategie gilt es nun, diese positive Entwicklung zu nutzen.

Workshop zur Evaluation der eigenen Strategie: 7. bis 9. April 2005 in Menzberg

Die Zukunft hat schon lange begonnen, viele Visionen der digitalen Produktion sind erkannt. Jetzt gilt es, mit den richtigen Konzepten die Unternehmung in die wegweisenden Bahnen zu steuern. Im Kontext zu einem aktuell schwierigen wirtschaftlichen Umfeld ist das zugegebenermassen nicht einfach. Es beinhaltet aber auch sehr viele Chancen, die sich mit einer richtigen Strategie für die eigenen Bedürfnisse umsetzen lassen. Auf Grund der grossen Nachfrage der Entwicklungen sowie der aktuellen Bedürfnisse der Auftraggeber in der Schweiz organisiert die VSD Consult AG zusammen mit der Marketinghub AG einen Workshop zur Findung der eigenen Strategie. In diesem Workshop werden innovative Konzepte, visionäre Denkanstösse und konkrete Handlungsempfehlungen vermittelt und gemeinsam erarbeitet. Die genauen Ziele des Workshops finden Sie im Internet unter www.druckindustrie.ch (Bereich Ausbildung/Kurse). Nach dem Workshop sind neue Differenzierungsmerkmale für eine effiziente Kundenbindung vorhanden, die eine neue Wertschöpfung generieren, denn die Prozesse in der Druckindustrie sind bereit; es gilt jetzt, diese kundengerecht umzusetzen.

Statements von Kursteilnehmern:

«Für den Unternehmer in der Druckvorstufe ist es heute sehr schwierig, den Spagat zwischen neuen, integrierten Lösungen im Bereich Media Asset Management und den klassischen Aufträgen zu machen. Die intensive Auseinandersetzung mit dieser Problemstellung im Rahmen des Strategie-Workshops hat mir einige praktikable Lösungsansätze aufgezeigt, welche ich nun in meinem betrieblichen Umfeld schrittweise umsetzen werde.»

(Stephan Ast, Ast & Jakob, Vetsch AG)

«Ein geschickter Mix aus Vorträgen, Gruppenarbeit und Gruppendiskussionen, dies mit starkem Praxisbezug und kompetenter Moderation, zudem in inspirierender Umgebung. Selten habe ich von einem Seminar derart profitieren können.»

(Thierry Ferrier, Calitho SA) ■