

Druckkaufmann? Druckkauffrau? Regisseur!

Was ein Kaufmann ist und was er tut, sollte eigentlich hinlänglich bekannt sein. Nach der klassischen Definition ist ein Kaufmann eine Person, die erwerbsmässig ein Geschäft betreibt. Dazu wird er Waren einkaufen und weiter zum Kauf anbieten. Und, nicht zu vergessen: Beim Verkauf will und sollte er einen finanziellen Gewinn erzielen.

Und was hat ein Job in einer Druckerei mit «kaufen und verkaufen» zu tun? Nach der traditionellen Beschreibung erst einmal wenig. Doch sieht man genauer hin, ist eine Druckerei nicht in erster Linie ein Produktionsbetrieb, sondern ein Unternehmen, das technische Kapazitäten in Form von Druckmaschinen und anderem Gerät, Dienstleistungen und vor allem Know-how zur Verfügung stellt. Und dies gilt es zu verkaufen. Mit Profit!

Mädchen für alles?

Dazu müssen Rohstoffe und Verbrauchsmaterialien wie Papier, Farbe, Druckplatten, Chemikalien und vieles mehr eingekauft werden und möglichst energie- und kostensparend eingesetzt werden. Dies gilt in erster Linie für die Produktionsabteilungen. Aber diese Ressourcen müssen auch gezielt eingesetzt, geplant und organisiert werden.

Dementsprechend arbeiten Druckkauffrauen und -männer (ab jetzt nur noch Druckkauffleute) meist im Innendienst von Druckereien. Im Verkauf oder in der Administration sind ihre Einsatzgebiete. Denn nach heutigem Verständnis gehören zu den Hauptaufgaben die Produk-



Es sind zwar nicht immer die ganz grossen Filme, die in Druck- und Medienbetrieben gedreht werden. Dennoch bedarf es eines Regisseurs, der die Fäden zieht. Diese Top-Führungsaufgabe übernehmen hervorragend ausgebildete Druckkauffleute in den Unternehmen.

tionsplanung und -steuerung, die Kundenberatung, Tätigkeiten im Finanz- und Rechnungswesen und nicht zuletzt im Marketing. Quasi ein Kümmerer, ein Mädchen für alles oder eine Art Eier legende Wollmilchsau? Und demnach doch etwas anderes als Kaufleute? Ja! Denn Druckkauffleute verfügen über produktionstechnische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse, um an der Schnittstelle zwischen Organisation und Produktion Verantwortung zu übernehmen. Sie müssen mit den im Betrieb einge-

setzten und in der Druckindustrie üblichen Verfahren, den Abläufen, Technologien und Systemen der Produktion vertraut sein. Und sie müssen sich darüber hinaus in Unternehmensführung, Organisation, Recht, Buchhaltung, Kosten-, Leistungs- und Investitionsrechnung auskennen. Ein wahrhaft umfassender und wenig stressfreier Job.

Planen, koordinieren und führen

Druckkauffleute sind verantwortlich für die kostengünstige, fach- und termingerechte Abwicklung der Aufträge. Mit ihrem Wissen zur Produktionsplanung und -steuerung bearbeiten sie – je nach Einsatzgebiet – Anfragen, sie beraten die Kunden, erstellen Kalkulationen, schreiben Offerten und Auftragsbestätigungen. Sie planen und koordinieren die Produktion und über-

wachen die korrekte Durchführung aller Arbeiten. Als Bindeglied zwischen Kundschaft und Druckerei samt deren Mitarbeitern bewahren sie auch in hektischen Zeiten und bei kurzfristigen Änderungen die Übersicht und sorgen dafür, dass Kostenrahmen, Termine und Qualitätsansprüche eingehalten werden. Neben der Qualitätssicherung sind Druckkauffleute auch für das Einhalten von Umweltschutzmassnahmen zuständig. Sie berücksichtigen umweltschonende Produkte und ökologisch und ökonomisch nachhaltige Produktionsprozesse. Abhängig vom Unternehmen und seinem Organisationsgrad übernehmen Druckkauffleute auch weitere Aufgaben: Sie organisieren beispielsweise die Auslieferung der Drucksachen, kümmern sich um geeignete Verpackungen und den rechtzeitigen Transport samt richtig ausgefüllter Lieferscheine, Zollpapiere und anderen administrativen Aufgaben.

Dass sie Teams von Mitarbeitern koordinieren, den Personaleinsatz und die Betriebsmittelauslastung planen, Terminpläne erstellen und die Materialdisposition überwachen, macht die Aufgabe um so interessanter. Zudem beteiligen sie sich auch an der Vermarktung der

Dienstleistungen, erarbeiten Marketingkonzepte, sorgen für die Umsetzung und der Realisierung von verkaufsfördernden Massnahmen und tragen so wesentlich zum Markterfolg des Unternehmens bei.

Regie führen

Druckkaufleute stehen sowohl mit der Kundschaft im engen Kontakt, die sie kompetent beraten, als auch mit den kaufmännisch-technischen Beschäftigten und der Produktionsleitung im Unternehmen. Sie setzen Termine und überwachen deren Einhaltung, sie disponieren Material und Betriebsmittel und planen den Einsatz des Personals. Häufig leiten sie selbst ein Team oder mehrere Arbeitsgruppen. Sie arbeiten also an der Schnittstelle zwischen Produktion und Geschäftsleitung (wenn sie dieser nicht ohnehin selbst angehören). Druckkaufleute ziehen aufgrund ihres breiten Wissens und Know-hows die Fäden im Unternehmen, sie führen im wahrsten Sinne des Wortes die Regie.

Druckkaufleute werden immer wichtiger

Das Regieführen ist gerade in den letzten Jahren immer zwingender geworden. Denn mit der weiter zunehmenden Digitalisierung der Produktionsprozesse wurden und werden in Technik und Produktion immer mehr Positionen und Mitar-

beiter abgebaut. Immer weniger Drucker bedienen eine oder gleich mehrere immer produktiver werdende Maschinen.

Damit fehlen allerdings auch diejenigen Fachkräfte, die auf etwaige Unzulänglichkeiten aufmerksam machen könnten. In zahlreichen praktischen Fällen, die dem «gib» Zürich bekannt sind, bleiben in diesem Netz oftmals Informationen hängen, die die Wertschöpfung des Unternehmens steigern könnten. Zudem verlagern die Entwicklungen hin zur Automatisierung die Qualitätsverantwortung und -sicherung aus der Produktion zunehmend auf die vorgelagerte Sachbearbeitung. Damit sind hier immer komplexere Aufgaben zu lösen. Die erforderlichen Mehrleistungen in der Sachbearbeitung können allerdings nicht zum Nulltarif erbracht oder nebenbei erledigt werden.

Deshalb verlangt der wirtschaftliche Umgang mit den digitalen Technologien nach einem qualitativen und quantitativen Ausbau der Sachbearbeitung in den Betrieben. Denn es ist dieser Arbeitsbereich in den Betrieben, in dem künftig über Erfolg oder Nichterfolg eines digitalen Workflows entschieden wird. Dass diese Aufgaben idealerweise von Druckkaufleuten übernommen werden, ist Gebot der Stunde. Nur gut ausgebildete Fachleute mit einem breit angelegten Wissen und zusätzlichem Know-how in Spezialdisziplinen können diese hoch komplexen Zusammenhänge erkennen

und die entsprechenden Problemstellungen lösen.

«gib»Zürich

Die «gib»Zürich Kaderschule wird in Fachkreisen hoch geschätzt und von Unternehmen, Gönnern und Verbänden mitgetragen und aktiv unterstützt. Über 40 Jahre Erfahrung der «gib»Zürich Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation mit mehr als 1.900 erfolgreichen Absolventen sind ein stichhaltiger Beweis für die Qualität der Ausbildung, die effizienten Lehrmittel, die Erfahrung und das Engagement der praxisnahen Dozenten.

«gib»Zürich ist ein Institut, das die angesehene EduQua-Zertifizierung erhalten hat. EduQua ist das objektive und umfassende schweizerische Qualitätszertifikat für Weiterbildungsinstitutionen. Neutrale Zertifizierungsstellen prüfen die Einhaltung von Standards, die Qualität bedeuten und sicherstellen.

So hat jeder Lehrgangsteilnehmer eine faire Chance zum Erfolg. Und nach erfolgreichem Studium bestehen Aufstiegschancen im Verkaufsinnen- und Aussendienst, im Einkauf, in der Kalkulation, als Produktionsverantwortlicher, Team-, Gruppen- oder Abteilungsleiter, als Assistent der Geschäftsleitung sowie als Geschäftsführer im Klein- und Mittelbetrieb.

WICHTIGE TERMINE

Die nächsten Lehrgänge und Veranstaltungen

BP Druckkauffrau/-mann EFA Lehrgang DK84
ab Oktober 2012 in Zürich.

DK Informationsabende

Donnerstag, 12. April 2012

18.00 Uhr in Aarau

Donnerstag, 3. Mai 2012

18.00 Uhr in Zürich

Donnerstag, 14. Juni 2012

18.00 Uhr in Bern

HFP Publikationsmanager/in ED

Lehrgang PM02

ab 12. Mai 2012

PM Informationsabende

Donnerstag, 29. März 2012

18.00 Uhr in Aarau

Dienstag, 3. April 2012

18.00 Uhr in Zürich

Alle Informationsabende sind kostenlos und ohne jegliche Verpflichtung.

Details, Informationen, Anmeldung:

Kaderschule «gib»Zürich

Seefeldstrasse 62

Postfach

8034 Zürich

Telefon 044 - 380 53 00

Telefax 044 - 380 53 01

› www.gib.ch



Übersicht und Orientierung.

«Pressespiegel» – Die Medien- und Kommunikationsbranche wöchentlich im Überblick.

Jetzt kostenlos abonnieren auf www.mediaforum.ch

mediaforum.ch

Branchenportal für Kommunikation und Medienproduktion