

Das Déjà-vu-Erlebnis

Weit über 50% aller Menschen hatten schon mindestens einmal ein Déjà-vu-Erlebnis. Damit bezeichnet man ein Phänomen, das sich in dem Gefühl äussert, eine Situation schon einmal erlebt, gesehen oder geträumt zu haben.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Déjà-vu kommt aus dem Französischen und bedeutet schlicht und einfach «schon (einmal) gesehen». Psychologen nennen dies auch qualitative Gedächtnisstörung, die beim gesunden Menschen vereinzelt, im Zustand der Erschöpfung oder bei Vergiftungen gehäuft auftritt. Da mich das Gefühl, schon einmal etwas erlebt zu haben, immer häufiger überkommt, bin ich offenbar arg erschöpft, vergiftet oder zumindest nicht mehr gesund.

Woran das liegen könnte? Möglicherweise an der erneuten (vergifteten?) Diskussion um die neue Bildungsverordnung zum Polygrafen. Denn mein jüngstes «Déjà-vu» hatte ich, als ich den Text auf Seite 34 dieser Ausgabe las. Es ist ja auch gerade erst einmal acht Jahre her, dass wir das gleiche Thema (in Heft Druckmarkt 22) auf elf Seiten diskutierten. Da ging es im Grunde genommen um die gleichen Punkte, die auch heute wieder im Fokus stehen: Weckt man bei den Lernenden falsche Erwartungen? Soll man die eine oder andere Fremdsprache mehr oder weniger gewichten? Ist Basiswissen heute noch relevant, wie setzt man die Schwerpunkte und wie wird das alles finanziert?

Wir hatten uns damals von den Argumenten des VSD überzeugen lassen und von einer existenzbedrohenden Situation in der Polygrafen-Ausbildung geschrieben oder von der Gefahr, dass ein Dilemma zementiert wird. Und was ist wirklich passiert? Nichts. Die Welt ist nicht untergegangen, die ausgebildeten Polygrafen wissen heute, um was es geht – aber das Geplärre ist trotzdem gross.

Vielleicht sollte man das alles auch gar nicht so ernst nehmen, denn gerade bei der Berufsbildung kann man es keinem Recht machen. Oder wie es der Volksmund so treffend definiert: Wie man es macht, ist es verkehrt!

Das trifft auf die Schweiz zu, das trifft auf Deutschland zu und wahrscheinlich auch auf Frankreich oder England. Und erst recht auf die USA. Ganz so im Argen scheint die Grundbildung samt den Möglichkeiten der Weiterbildung nämlich doch nicht zu liegen. Denn nicht umsonst hat Barak Obama höchst persönlich das duale System, so wie es in Deutschland und der Schweiz praktiziert wird, der amerikanischen Wirtschaft anempfohlen. Die Berufsausbildung in einem Betrieb der Wirtschaft einerseits und in der Berufsschule andererseits haben sich Wirtschaftskreise aus den USA in der Schweiz angesehen und scheinen begeistert.

500% mehr! Oder 25% weniger?

Dennoch gibt es bei der Ausbildung zum Polygrafen eine Besonderheit. Nach vier Jahren Lehrzeit müssen die Jugendlichen gleich fünf Berufe kennen, können und beherrschen: Setzer, Retuscheur, Reprograf, Lithograf und Druckformenhersteller. Fünf völlig unterschiedliche Berufe, die früher jeweils

vier Lehrjahre benötigten, werden heute in vier Jahren abgefackelt. Rein rechnerisch müssten die Auszubildenden heute 20 Jahre Lehre in vier Jahren durchziehen. Oder: 500% mehr lernen als ihre Vorgänger-Generationen.

Gut, die Technik hat sich verändert und der Computer ersetzt den einen oder anderen Arbeitsschritt oder gar das Werkzeug. Dennoch ist das, was selbst dem cleversten Jugendlichen zugemutet wird, schon hart an der Grenze zum Unmöglichen.

Programme oder Tätigkeiten lassen sich zwar relativ leicht erlernen, doch viel zu oft fehlt das Hintergrundwissen. Und jeder Ausbilder stellt sich die Frage, wie man den Lehrlingen erklären soll, weshalb und was man tut, wenn man mit Schiebern und Reglern die teils völlig überfrachteten Softwarepakete zu kontrollierten Tätigkeiten bewegen will. Vielfach ist es ja wirklich nur der sprichwörtliche «Knopfdruck», um in modernen Workflows etwas zu bewerkstelligen. Aber was passiert da im Hintergrund? Und wie erkläre ich das dem Nachwuchs? In den Softwaremodulen steckt schliesslich das Wissen ganzer Generationen von Fachleuten.

Wenn selbst gestandene Fachleute heute noch beim Thema Color Management ins Schleudern kommen, wie soll das ein Auszubildender verstehen, dem die Farbenlehre nur mal en passant erläutert wurde? Den Zusammenhang zwischen einer Workflow-geprägten Realität und dem Basiswissen kann aber nur der herstellen, dem es anschaulich erklärt wird!

Es ist also zwingend notwendig, Basiswissen zu erlernen, um das Neue zu verstehen. Und meiner Ansicht nach kommt es auf das Verstehen der Hintergründe und des Basiswissens, an.

Allerdings ist der Blick «über den Tellerrand» auf die Tätig- und Fertigkeiten in Druck und Buchbinderei eher eingeschränkt. Was es den Auszubildenden künftig schwer machen wird, ganzheitliches Denken im Beruf zu praktizieren.

Dennoch darf angesichts der angespannten wirtschaftlichen Situation auch in Schweizer Betrieben die Frage erlaubt sein, ob es denn wirklich vier Jahre Lehrzeit sein müssen und nicht etwa drei wie in Deutschland. Denn vieles von dem, was neue Entwicklungen und Technologien mit sich bringen, lässt sich ohnehin nicht zeitnah in einer Bildungsverordnung unterbringen. Das Erlernen von Skripten und Ähnliches kann man sich sowohl in der Praxis nach der Lehrzeit als auch bei dem in der Schweiz hervorragenden Weiterbildungs-Angebot aneignen.



GRAS

integral

Integral arbeitet und lebt seit 25 Jahren an der Sprachgrenze der deutschen und französischen Schweiz und pflegt dieses Mentalitätsempfinden.

Integral ist eine greifbare und von überdurchschnittlicher Leistung geprägte Agentur, deren Kapital die Professionalität und die Motivation ihrer Mitarbeiter sind. Bei Integral arbeiten Querdenker, die die Herausforderung lieben, ungewöhnliche Wege zu gehen und Unmögliches möglich zu machen.

Eine Agentur, die Wert legt auf Konstanz im persönlichen Kontakt, mit dem Ziel, dass sich ihre Kunden und Partner wohl fühlen.

Integral – kreative und erfolgreiche Kommunikation durch ganzheitliches Denken und Schaffen.

Integral MC ist seit 1994 ASW-Mitglied.

Integral MC
Marketing Communication AG
Mühlebrücke 2, Pont-du-Moulin

CH-2500 Biel/Bienne 3
T +41 (0)32 328 75 00
www.integral-mc.ch



ausgezeichnet.

ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen
Breitestrasse 1
CH-8304 Wallisellen
T +41 44 831 15 50
www.asw.ch