

GFZ UNTER NEUER FÜHRUNG FREI VON ALTLASTEN

Es ist kein neues und auch kein typisch Schweizer Problem. Es ist aber ein Trend, der nicht aufzuhalten scheint: der Mitgliederschwund bei Vereinen. Ob dies nun durch den demografischen Wandel bedingt ist oder wie in der Druckindustrie durch immer weniger Berufsleute in der Branche, spielt keine Rolle. Motivierend für die Ehrenamtlichen, die eine Vereinigung führen, ist das nicht.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Doch es gibt sie noch, die Menschen, die aus eigenem Antrieb in Vereinigungen eine Führungsrolle übernehmen. Auch wenn sie wissen, dass das Gewinnen von Mitgliedern und das Binden ehrenamtlicher Mitarbeiter zu den klassischen Problemen gehört.

Anders geht es auch nicht dem GFZ. Das Grafische Forum Zürich sollte schon 2007 aufgelöst werden. Grund war die schwindende Motivation der Organisatoren aufgrund der schwach besuchten Weiterbildungsangebote sowie die rückläufige Mitgliederzahl. Nach grossen Erfolgen in der Vergangenheit wurde die Vereinsarbeit aber zunehmend schwieriger. Die immer weiter schrumpfende Branche und das wachsende Weiterbildungsangebot von professionellen Instituten macht es den «freien» Bildungsangeboten immer schwerer.

Nach einem Findungsjahr und einer Neukonzeption hatte das GFZ 2008 mit seinen «Guerilla-Seminaren» eine interessante Strategie gefunden und wieder mehr Interessierte zu seinem breit gefächerten Weiterbildungsangebot locken können.

Dennoch geriet das GFZ wieder in Schieflage. Diesmal aber mangels Führung. Der bisherige Präsident Andreas Ruoff ist selbst nicht mehr in der Branche tätig und stellte sein Amt zur Verfügung. Mit wenig Resonanz. Und abermals war die Rede von der Auflösung der traditionsrei-

chen Vereinigung, die einst grosse Säle mit einem interessierten Fachpublikum füllte.

Weibliches Präsidium

Seit Juli gibt es aber eine neue Führungsriege. Oder muss es etwa Führungsriegin heissen? Denn das Präsidium des GFZ ist nunmehr weiblich. Yvonne Gadoni, die im Kundendienst bei der galledia AG in Flawil arbeitet, ist nunmehr Präsidentin des GFZ. Stellvertreterin ist Michelle Tresch. «Ich hatte keine Ambitionen für die Präsidentschaft – bin aber jetzt auch nicht böse darüber», sagt Yvonne Gadoni.

Die neue Präsidentin stammt aus dem Appenzellerland und ist in der grafischen Branche gross geworden. «Mein Vater hatte eine kleine Werbeagentur und stellte Kleindrucksaachen selbst her. So habe ich schon mit zwölf Jahren am Mac und mit QuarkXPress meine Hausaufgaben gemacht», erzählt sie schmunzelnd. Danach durchlief sie eine Ausbildung zur Polygrafin und arbeitete in verschiedenen Druckereien. Bei galledia hatte sie zunächst einen Aushilfs-Job und beschäftigte sich mit der Datenaufbereitung. Daraus wurde aber schnell eine Festanstellung. Heute ist sie im Innendienst bei galledia. «Das ist ein Allround-Job vom ersten Kontakt über die Kundenberatung bis zur Auftrags-Übergabe an die Produktion», sagt sie.

Die ersten ernsthaften Berührungspunkte mit dem GFZ hatte sie wäh-

rend ihres Studiums zur Druckkauffrau im «gib»Zürich. «Mir haben die Veranstaltungen immer viel gegeben», sagt Yvonne Gadoni. «Da wäre es doch jammerschade, wenn es das GFZ nicht mehr gäbe.»

Michelle Tresch ist gelernte Druckerin, hat sich ebenfalls zur Druckkauffrau im «gib»Zürich weitergebildet, war im Aussen- und Innendienst bei verschiedenen namhaften Unternehmen der Schweizer grafischen Industrie beschäftigt und arbeitet jetzt als Projektleiterin bei FO-Fotorotar.

Für sie ist klar: «Die Fachleute der Branche brauchen mehr Praxisbezug und noch weniger Theorie. Auch und gerade neben ihrem Beruf.»

Form oder Inhalt?

Es ist vielleicht ein erster Ansatz. Denn auch andere Schulungsinstitute klagen über mangelnde Anmeldungen für ausgeschriebene Kurse. Oft genug müssen diese sehr zum Ärger der Weiterbildungswilligen und Organisatoren kurzfristig abgesagt werden. Warum ist das so? Sind Fachkräfte und Kader der Druckindustrie weiterbildungsmüde geworden? Oder liegt es eher an der Form als am Inhalt? Und welche Form der Weiterbildung hat eine Zukunft?

Eine eindeutige Antwort darauf gibt es nicht. Auch Yvonne Gadoni und Michelle Tresch kennen kein Patentrezept. Doch die Frage, woher die Mitarbeiter der Branche künftig ihr Fachwissen beziehen, beschäftigt sie schon. Denn nachdem auch Herstel-

ler und Händler sparen, wird das qualifizierte Bildungsangebot neben dem Beruf immer dünner. Die Events der Zulieferindustrie reduzieren sich heute – Ausnahmen bestätigen die Regel – fast ausschliesslich auf Verkaufsveranstaltungen, bei denen es eindeutig um den Absatz von Produkten geht.

Wenn es aber zu wenig werthaltige Informationen und zu wenig neutrale Plattformen gibt, sollte das GFZ echte Perspektiven haben. «Das GFZ ist unabhängig, die Weiterbildungsmöglichkeiten werden extrem günstig und mit fachlichem Tiefgang angeboten. Das soll auch so bleiben», erklärt Yvonne Gadoni.

Sie weiss auch, dass Bildung heute nun einmal anders stattfindet als früher. Die Informationsflut und die Arbeitsbelastung fressen uns nicht nur symbolisch gesehen auf. Zwar ist es nicht etwa so, dass sich die Berufsleute einer beruflichen Qualifikation verweigern. In der Schweiz schon gar nicht. Aber das Ende der Belastbarkeit scheint erreicht.

War früher also doch alles besser? Nein, die Umstände waren andere. Und was vor 20 Jahren noch als Stammtisch oder Kollegenabend durchging, will man heute unter Networking verstanden wissen. Doch dieser Begriff wird gerne falsch interpretiert. Networking wird inzwischen mit dem egoistischen Hintergedanken verbunden, direkt davon profitieren zu können. Unter Networking sollte man vielmehr verstehen, gemeinsam etwas zu realisieren. Net-



Yvonne Gadoni (links) und Michelle Tresch bilden das neue Präsidium des GFZ. Neue Ideen sind vorhanden. Jetzt fehlt es noch an Unterstützung für die Umsetzung.

working, zu deutsch Netz und Arbeit, sollte auch so verstanden werden. Nicht als Beziehungsgeflecht mit garantiertem Profit.

Was ja nicht heisst, dass sich das GFZ-Netzwerk nicht auch als Türöffner erweisen kann.

GFZ-Guerilla-Seminare

«Unsere Vorstellung von Weiterbildung ist effiziente Information mit Praxisnutzen», sagen Michelle Tresch und Yvonne Gadoni, die ergänzt: «Die Guerilla-Seminare bieten diesen Praxisnutzen. Es ist eine fantastische Form von Fachinformation. Die Teilnehmer erhalten eine prägnante Einführung in den jeweiligen Themen-

komplex. Die anschliessende Vertiefung bezieht die Teilnehmenden mit ein und bietet wertvolle Anregungen und Impulse, die im eigenen Betrieb umsetzbar sind. Die so gewonnenen Erkenntnisse helfen, rascher und wirkungsvoller auf die Anforderungen im Markt zu reagieren.» Ausserdem bietet dieses konzentrierte Workshop-Angebot auch grossen Spielraum für Fachgespräche und den praxisorientierten Erfahrungsaustausch unter Kollegen.

«Je komplexer die Rahmenbedingungen in der Arbeitswelt werden, desto wichtiger wird die direkte Kommunikation. Menschen müssen Informationen schneller verstehen, verarbeiten und in der Lage sein, sofort Ent-

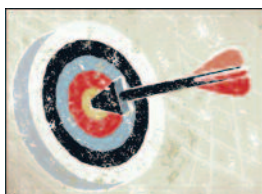
scheidungen zu treffen. Die Guerilla-Seminare treffen diese Wünsche unserer Mitglieder», ist Michelle Tresch überzeugt.

Frei von Altlasten

Doch die beiden Frauen im GFZ-Präsidium wollen mehr erreichen, als lediglich das Bewährte fortzusetzen. Noch sind sie zu frisch im Amt, um ausführlich mit ganz konkreten Ideen Stellung beziehen zu können. Dafür muss man Verständnis haben. Doch sie sind sich ihrer Herausforderungen durchaus bewusst. «Wenn die Branche immer weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat, müssen wir uns auch etwas vom bisherigen Standort

Zürich lösen und uns auf die Berufsleute in anderen Regionen zu bewegen», sagt Yvonne Gadoni. «Unsere Aufgabe ist es jetzt, Leute zu finden, die eine Chance darin sehen, uns als freie Mitarbeiter zu unterstützen. Wir müssen eigentlich komplett neu aufbauen», sagt sie. «Das Team ist völlig neu. Dementsprechend agieren wir jetzt auf der grünen Wiese. Mit dem Vorteil, dass wir nicht wissen, was nicht geht», sagt sie. Gute Voraussetzungen für einen Neuanfang. Neue Denke, neue Ideen und frei von Altlasten.

› www.gfz.ch



Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

medienjobs.ch
ictjobs.ch