

Generalversammlung

Verband der Schweizer Druckindustrie (VSD)

EDITORIAL



Dr. Christophe Muth, VSD-Präsident

Die grafische Industrie ist eine der bemerkenswertesten Branchen überhaupt: seit ihrer Entstehung ist sie die Kernkompetenz, die der Menschheit die Schritte von einer landwirtschaftlichen Subsistenzwirtschaft über die Industriegesellschaft, das Informationszeitalter und jetzt – so sagt man – in die Wissensgesellschaft ermöglicht.

Immer wieder hat dies zu Spannungen mit konservativen Machtsystemen geführt. Und zwar bis jetzt, als Beispiel denken wir hier an die kürzlichen Auseinandersetzungen zwischen der chinesischen Regierung und den Internetunternehmen bezüglich die Sperrung des Zugangs zu regimekritischen Inhalten.

Ich habe immer wieder beobachtet, dass die Menschen in der grafischen Industrie, Unternehmer wie auch Mitarbeitende, ganz schön konservativ sind, linkskonservativ oder rechtskonservativ, ganz gleich, sie lieben die Veränderung vielleicht noch weniger als die Menschen, die in anderen Bereichen tätig sind. Vielleicht denken Sie, dass jemand, der an der Quelle der Information sitzt, von Haus aus fortschrittlich ist. Paradoxerweise scheint das Leben dies schmunzelnd wahrzunehmen und bringt zünftig Bewegung in tradierte Strukturen und festgefügte Ideen. Es gibt wohl kaum eine andere Branche, in der sich so viel so schnell änderte. Die grafische Industrie war in allen grossen technologischen Entwicklungen immer in den ersten Reihen dabei. Viele hat das fasziniert, leider hat es auch viele überfordert.

Heute stehen wir wieder vor grossen Veränderungen. Nachdem die Druckereien gelernt haben, ihre Kunden vollumfänglich zu beraten, nachdem die Vorstufe integriert wurde, wird wieder alles in Frage gestellt. Heute geht es um Crossmedia. Also stellen wir uns dabei vor, dass eine Druckerei vielleicht morgen ihrem Kunden sagt, er solle sich vom Papier verabschieden, für ihn seien die Neuen Medien viel besser? Und was passiert dann mit den teuren Maschinen, die gerade erst beschafft worden sind? All dies natürlich ungeachtet des unromantischen Fehlens des Duftes der Tinte.

Oder entwickelt sich die Branche in Richtung einer Aufspaltung und einer Spezialisierung? Dort waren wir schon einmal. Könnte dies bedeuten, dass es in ein paar Jahren nur noch vier oder fünf Druckereien in der Schweiz gibt, welche die Druckaufträge für alle anderen Unternehmen übernehmen, die heute in der grafischen Industrie tätig sind? Die entsprechenden Standards für ein solches Szenario sind zweifellos in Entwicklung, aber es gibt auch andere Szenarien.

Das Wichtigste beim Denken ist die Radikalität; diese ist jedoch sehr unbequem, deshalb werden auch immer wieder Praktiker gefordert, sie sind viel pflegeleichter. Um diesmal den Bogen zu spannen, haben wir drei kreative Praktiker unter die weise Gesprächsleitung von Urs Gossweiler gestellt. Kreative Praktiker waren früher einmal radikal in ihrem Denken und haben so die zündende Idee gefunden, die jetzt erfolgreich umgesetzt wird.

Am 29. Juni 2006 eröffnete der Präsident, Dr. Ch. Muth, die 112. Generalversammlung des VSD. In seinem Begrüssungsreferat konnte er feststellen, dass es dem VSD gut geht. Es gibt keine in den Himmel weisende Wachstumsgrafiken, aber gleichwohl gute Nachrichten, sowohl quantitativ als auch qualitativ. Der VSD hat sich auf drei Kernaufgaben konzentriert:

- **Kosten- und Ausgabenkontrolle**
- **In der Technologie ganz vorne sein**
- **Die zukünftigen Entwicklungen der Branche beim Entstehen zu entziffern**

Die Konzentration auf diese Aufgaben macht Sinn, denn unsere Branche ist durch einen extremen Konkurrenzdruck gekennzeichnet. Das ist der quantitative Teil; qualitativ ist sie technologiegetrieben, und das mit extrem schnellen Entwicklungsschritten. Der VSD versucht, nicht nur über diese Dinge und die notwendigen Massnahmen zu reden, sondern sie innerhalb der Verbandsstruktur auch gleich vorzuleben. Im vergangenen Jahr lagen die Akzente in den Bereichen Technologie und Weiterbildung in folgenden Bereichen:

«Visual PRINT Reference»

Dank dieser Testseiten kann die Prozesskette vom Monitor über die Anwendungsprogramme, die Proof-Ausgabe, die Plattenbelichtung bis hin zum Druck nach Standard kontrolliert werden.

Learn4print.com

Das Lernen in einer neuen Dimension. Nun ist es möglich, sich fehlendes Wissen in aktuellen Modulen auf Learn4print.com zu jeder Zeit, an jedem Ort und auf ganz persönliche Weise anzueignen.

PPS-Publishing-Forum 2006

Die Veranstaltung war ein grosser Erfolg, die Produkteschau sowie die Fachreferate behandelten das Thema Color Management.

Ausbildungsverordnungen

Bei den Ausbildungsverordnungen Drucktechnologie und Polygraf wollten einige Partner den VSD lieber vor der Tür stehen lassen, weil sich der VSD kontinuierlich mit kritischen, aber berechtigten Fragen unbeliebt gemacht hatte. Kürzlich hat das BBT entschieden, dass es bei der Verordnung Drucktechnologie ohne VSD kein Ticket gibt.

Anlässlich dieser GV wurde Christophe Muth als Präsident mit Akklamation für eine weitere Amtsdauer von drei Jahren bestätigt.

FAKTEN 2005 DES VSD

Die relevanten Fakten des Geschäftsjahres 2005 lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der Jahresbericht 2005 steht allen Interessierten als PDF-Datei auf der Internet-Seite www.druckindustrie.ch (Rubrik «Über uns», «Publikationen») zum Download zur Verfügung.
- 1995 zählte der VSD 160 Mitglieder, von einem Potenzial von ca. 3'500 Unternehmen

in der grafischen Industrie. 2005 hatte der VSD 250 Mitglieder, von einem Potenzial von ca. 2'900 Unternehmen. Der VSD hat somit Markanteile gewonnen.

- Die Mitgliederbeiträge blieben in dieser Zeit konstant.
- Die Jahresrechnung des VSD ist auch im Jahr 2005 ausgeglichen.

Forum 2006 der grafischen Industrie

Im Anschluss an die VSD-Generalversammlung erfolgte das neunte Forum der grafischen Industrie. Die Veranstaltung stand unter dem Motto «Ist der Drucker ein multimedialer Unternehmer?». Gegen 120 Personen wollten mehr über dieses verheissungsvolle Thema erfahren und leisteten der Einladung des VSD Folge.

Unter der Leitung des Brienzers Urs Gossweiler, Verleger der Jungfrau-Zeitung und ein multimedialer Unternehmer der ersten Stunde, diskutierten Betroffene von Auftraggeber-, Werber- und Lieferantenseite über die Möglichkeiten, die sich für den Drucker durch die multimediale Kommunikation ergeben. Zuerst legten die drei Gesprächsteilnehmer ihre Sicht in einem persönlichen Statement dar.



Dr. Caspar Coppetti, Leiter Strategie und Managing Partner von Advico Young & Rubicam AG, Zürich/Gockhausen

Der studierte Betriebswirt, ehemaliger Journalist und früherer Unternehmensberater bei McKinsey & Company, schloss seine Dissertation zum Thema Markenaufbau durch Sponsoring an der Universität St. Gallen (HSG) ab. Mit dem Strategieteam von AY&R berät er Kunden in der Markenentwicklung und -führung sowie bei der Planung von crossmedialen Kommunikationsstrategien. Dr. Caspar Coppetti ist Gastdozent an der Universität St. Gallen,

leitet die AdCademy von AY&R und ist Mitglied der Account Planning Group Switzerland.

«Markenideen medienspezifisch zum Leben erwecken: Chancen und Herausforderungen der crossmedialen Kommunikation für Agentur und Produktion.»

Die Werbung ist heute vielfach der ungeladene Gast. Rund 3'000 Werbebotschaften prasseln heute auf uns nieder und zwar in jeder Situation. Die Folge sind Gegenreaktionen: Die Werbung wird ausgeblendet, der Kauf verschoben, weil man nicht blöd sein will. Neue Kommunikationsformen machen sich breit, in denen die Informationsempfänger ein gewichtiges Wort mitreden. Sie fordern Gestaltungsrecht, Mitspracherecht und Versammlungsfreiheit, das Recht, die eigene Gemeinschaft zu wählen. Das veränderte Medienverhalten führt zu einem Paradigmawechsel im Marketing. Künftig soll der Werbetreibende sich auf Gruppen konzentrieren, denen die Marke gehört und die Gesamtkommunikation mitgestalten.



Angelika Deus, Head of Advertising, TUI Suisse Ltd, Zürich

Nach kaufmännischer Lehre und Praxis in einem grafischen Grossbetrieb wechselte sie auf die Werbeseite, zuerst in die Media-Planung bei Farner, dann in die Produktionsberatung von Wirz. Sie war verantwortlich für die Produkti-

onsleitung bei FCB Leutenegger Krüll AG in Wallisellen. Seit 2004 ist sie für die Produktion und Realisation sämtlicher Kataloge der TUI Suisse Ltd zuständig, mit dem Fokus auf Produktionsoptimierung der Werbe-Aktivitäten. Angelika Deus hat sich weitergebildet in der Druckproduktion, in klassischer Werbung, Below-the-Line-Massnahmen und in sprachlicher Richtung.

«Bei welchen Aufgaben in der multimedialen Kommunikation welche Fachleute gesucht werden.»

TUI Suisse umfasst eine Reihe spezieller Reise- marken für unterschiedliche Bedürfnisse von exklusiven Clubferien (Robinson) bis zum Preisbrecher im Reisemarkt (1,2-Fly). Mit diesem vielfältigen Angebot unter demselben Konzerndach werden vor allem Pauschalreisen angeboten (43%), zu einem Drittel erfolgen Direktverkäufe (32%) und ein Viertel des Umsatzes wird mit modular zusammengestellten Reisen erzielt. Das deutsche Mutterhaus verfügt über eine professionelle Infrastruktur, das Marketing wird dezentral konzipiert, wobei wichtige Bereiche wie Katalog-

Die untere Bildleiste zeigt einen bunten Querschnitt durch den VSD-Event.

Dr. Christoph Muth bei der Anmoderation des Forum 2006 (Bild links).

Aufmerksame Teilnehmer bei der Generalversammlung und dem Forum 2006.

Angeregte Gespräche unter den Forumsteilnehmern und den Fachspezialisten bei einem Glas Wein (Abbildungen ganz rechts).



produktion, Kooperationen, Sponsoring und Corporate Communication zentral (in Deutschland) erbracht werden.



Bernhard Kobel, Leiter Marketing und Unternehmensentwicklung, Mitglied der GL Stämpfli AG, Bern

Nach dem Wirtschaftsgymnasium in Bern schloss Bernhard Kobel ein Studium zum Druckingenieur FH ab. In der Praxis wirkte er zuerst als Verkaufsleiter in Druckunternehmen und war danach Geschäftsleiter in Firmen, die sich hauptsächlich mit neuen Technologien und Medien befassten. Dazu hatte er sich an der University of California sowie an der Universität St. Gallen weitergebildet. Seit 1998 ist Bernhard Kobel für die Stämpfli AG tätig, zuerst als Geschäftsleiter der allmedia AG, heute als Leiter Marketing und Unternehmensentwicklung.

«Was ein Drucker mitbringen muss, damit er als multimedialer Unternehmer wirken kann.»

Das renommierte Berner Verlags- und Druckhaus Stämpfli hat sich auf elektronische und gedruckte Publikationen spezialisiert. Dazu dienen drei sich ergänzende, selbstständige Firmeneinheiten: der Verlag, die Produktionsfirma sowie ein Spezialist zur Entwicklung von Publikationssystemen. Ein multimedialer Unternehmer braucht Risiko- und

Veränderungsbereitschaft, einen ganzheitlichen Blick auf seine Kunden, Bereitschaft zu anderen Zusammenarbeitsformen sowie Prozess- und IT-Wissen. Von seinen bisherigen Gepflogenheiten muss der Drucker einiges über Bord werfen, nämlich die Gläubigkeit an Maschinen oder dass ihm der Kunde genau sagt, was er machen muss. Künftig wird er auch nicht mehr alles selber machen, weil der Kunde selbst bei der Erstellung von Publikationen Hand anlegt. Zudem muss er lernen, dass elektronische Publikationen nicht Konkurrenzprodukte zu gedruckten Publikationen sind, sondern diese sinnvoll ergänzen können.



Spannend, weil zum Teil sehr kontrovers, diskutierten die Experten das Thema «multimedialer Unternehmer.»

SINGtonic

Die Vocal-Comedy-Formation SINGtonic servierte zum spannenden Thema des Forums einen bekömmlichen, gehaltvollen und spritzigen Mix aus Nostalgie, Schnulzen, Schlager, Hits und Evergreens, dargeboten mit hoher Gesangkunst, Pa-

VERLOSUNG

Alle Teilnehmenden des Forums 2006 der grafischen Industrie nahmen an einer Verlosung teil, bei welcher es verlockende Preise zu gewinnen gab:

- Die Digitalkamera Fujifilm FinePix V10 (gestiftet von Druckmarkt Schweiz) gewann Stefan Schärer, Benteli Hallwag AG.
- Den Fotodrucker HP Photosmart 8750 (gestiftet von Danka Schweiz AG) konnte Hansheinrich Meier, Bindereport Redaktion Schweiz, mit nach Hause nehmen.
- Den Reisegutschein der SBB (gestiftet vom VSD) gewann Stephan Jaeggi, PrePress-Consulting.

rodie, Slapstick, Tanz und einer grossen Prise Selbstironie.

Forum-Zeitung und Cocktail

Die hervorragende Zusammenarbeit mit der Danka Schweiz AG ermöglichte es, den Anwesenden nach dem Forum 2006 eine druckfrische Zeitung auszuhändigen, welche eine kurze Zusammenfassung in Text und Bild sowie viele News vom VSD beinhaltete. Wer nicht am Forum teilnehmen können, kann die Zeitung von der Homepage des VSD (www.druckindustrie.ch) herunterladen. Beim abschliessenden Cocktail bot sich den Teilnehmenden die Gelegenheit, Kontakte zu pflegen oder gar neue zu knüpfen. ■



Die Grundbildung bei der Hertig + Co AG

Mit 40 Mitarbeitenden bildet die Hertig + Co AG in der Druckerei eine Drucktechnologie und in der Druckvorstufe eine Polygrafin aus. Dank der Grundbildung konnte die Druckerei Hertig + Co AG in den letzten Jahren auch viele neue Erkenntnisse in der Produktion in Zusammenarbeit mit den Lernenden gewinnen.

Die Firma hat sich jedenfalls entschieden, auch in den nächsten vier Jahren einen Polygrafen auszubilden, welcher im Sommer 2006 seine Grundbildung mit dem Basisjahr in der Berufsfachschule startet.

Nach dem Studium der neuen Bildungsverordnung (BiVo) Polygraf hat Jürg Giger die eine oder andere kritische Anmerkung. Aus seiner Sicht bedeuten die drei Fachrichtungen Mediensupport, Mediengestaltung und Medienproduktion einen Abbau der Fachkompetenzen und zielen am Markt vorbei. Er fände eine Basisgrundbildung von drei Jahren sinnvoller. Im Anschluss daran könnten diverse Module eingehend und individuell behandelt werden, wie zum Beispiel die Themen Bildkompetenz, Grafik und Gestaltung, Produktion, Datenhandling, Informatik etc. Dieses Modell würde den Anforderungen des Marktes entsprechen.

Für Jürg Giger ist es wichtig, dass alle Polygrafen eine fundierte Grundbildung erhalten, damit Sie auf dem hart umkämpften Stellenmarkt eine Chance haben. Was die Fachrichtung Mediengestaltung betrifft, ist er gespannt, ob die Agenturen und Grafiker auch Polygrafen ausbilden werden. Seiner Meinung nach geht die Aufnahme dieser Fachrichtung genau in diese Richtung, denn die Druckereien haben nicht die Aufträge, um die hohen Richtziele der Grundbildung umzusetzen. Bei der Druckerei Hertig + Co AG ist es so, dass nicht alle Themen aus der Grundbildung Polygraf im eigenen Betrieb abgedeckt werden können. Das Gebiet Bild deckt ein externen Lithograf ab, da ihnen in diesem Bereich schlicht und einfach die entsprechenden Arbeiten fehlen.

Basisjahr, nicht alles ist optimal

Eines der Hauptprobleme beim Basisjahr sieht Jürg Giger darin, dass das theoretische Wissen nicht praktisch umgesetzt werden kann. Die Ler-

nenden erhalten sehr viel Theorie vermittelt, mit denen sie ohne die praktische Anwendung nichts anfangen können. Er selber lernt eine neue Anwendung am besten, wenn er sie gleich ausprobieren und praktisch umsetzen kann. In diesem Bereich müssten die Ausbildungspartner enger zusammenarbeiten und zwar mit Aufgaben, welche die Theorie aus der Schule im Betrieb praktisch vertiefen. Dadurch könnte den Lernenden auch die Arbeitstechnik besser vermittelt werden. Zudem hat er bei den meisten Lernenden die Feststellung gemacht, dass sie nach den neun obligatorischen Schuljahren schulmüde sind und nicht wieder in die Schule gehen wollen. Wenn sie zusätzlich zur Grundbildung noch die BMS absolvieren, wie dies bei der Druckerei Hertig + Co AG der Fall ist, sind sie während der Ausbildungszeit sehr viel in der Schule.

Gemäss Jürg Giger wird der Beruf Polygraf mit der neuen Grundbildung immer mehr zu einem

«Schulberuf» degradiert, da den jungen Polygrafen oft die praktischen Erfahrungen fehlen.

Schnupperkurs – unverbindlicher erster Kontakt mit dem Beruf

Seit Jahren können bei der Hertig + Co AG die Schüler aus der Region, welche Interesse am Beruf Polygraf haben, eine Schnupperlehre von zwei Tagen machen, ohne dass sie den Eignungstest absolvieren müssen. Jürg Giger ist der Auffassung, dass viele Jugendliche einmal einen ersten Eindruck eines Berufes erhalten möchten und dafür sollten sie nicht zu viel Aufwand betreiben müssen. In der Ausschreibung der Lehrstelle für Polygraf bei der Hertig + Co AG verlangt er aber von den Interessenten den Eignungstest. Die Jugendlichen, die sich bewerben, wollen die Grundbildung als Polygrafin/Polygraf absolvieren. Somit ist dieser Test für beide Seiten eine gute Grundlage und in den letzten Jahren hat Jürg

Der Gewinner

Verlosung Lehrstellenbörse



www.druckindustrie.ch

Jürg Giger von der Hertig + Co AG in Biel ist ein weiterer glücklicher Gewinner im Rahmen der Verlosung der VSD-Lehrstellenbörse. Als Berufsbildner für Polygrafen engagiert sich der gelernte Schriftsetzer seit Jahren sehr stark in der Grundbildung. Seit 2002 arbeitet er in der Druckvorstufenabteilung der Hertig + Co AG und ist dort hauptsächlich für den Bereich Kleindrucksachen zuständig, deren Produktion er zusammen mit der Lernenden Polygrafin Barbara Siegrist bewältigt.



Jürg Giger, Gewinner der VSD Lehrstellenbörse

Seine Freizeit verbringt Jürg Giger oft mit seiner Tochter, die jetzt nach vielen Absagen endlich eine Lehrstelle gefunden hat. Die Problematik bei der Lehrstellensuche zeigte ihm deutlich auf, wie wichtig das Anbieten von Lehrstellen für die Jugendlichen ist. Für die körperliche Fitness und als Ausgleich zu seiner Arbeit ist er viel mit dem Bike in der freien Natur unterwegs. Sehr gerne unternimmt er auch Reisen. Seine letzten Ferien, unmittelbar vor dem Interview, hat er in der Karibik verbracht (deshalb seine gesunde Hautfarbe). Zudem hört er gerne Musik bei der er sich gut erholen und vom allgemeinen Stress Abstand nehmen kann.

Als Anerkennung für seinen Einsatz in der Grundbildung überreichte ihm René Theiler, VSD, einen Gutschein des Restaurants Sonne, Scheunenberg, Wengi bei Büren. Der VSD wünscht Jürg Giger einen schönen Aufenthalt in diesem Feinschmecker Lokal im Seeland.



Giger mit diesem Vorgehen gute Erfahrungen gemacht.

Jürg Giger und Barbara Siegrist, Polygraf im 4. Lehrjahr: am Bildschirmarbeitsplatz und bei der Kontrolle eines Plotts.

Verbundlösungen - eine Chance für die Zukunft

Bei der Grundbildung Polygraf können in Zukunft die meisten Betriebe immer weniger alle geforderten Bereiche abdecken. Jürg Giger sieht darin eine Chance, dass sich mehrere Betriebe zusammenschliessen, um den Polygrafen auszubilden. Dabei kann mit einem abgestimmten Konzept die fachliche Breite auf die zukünftigen Anforderungen des Marktes angepasst werden. Die Vision von Jürg Giger sieht so aus, dass ein Betrieb, zum Beispiel die Druckerei, die Basisausbildung übernimmt, ein Prepress-Betrieb den Bereich Bild und eine Agentur den Bereich Gestaltung. Durch diese Zusammenlegung könnten sich alle drei ideal ergänzen. Dies wäre nicht nur für den Lernenden, der so eine umfassende Grundbildung erhält, sondern auch für die Betriebe selbst eine ausgezeichnete Lösung. In solch einem Verbund sieht Jürg Giger eine grosse Chance für den Beruf Polygraf, denn aus seiner Sicht braucht es in Zukunft weiterhin die Fachkompetenz in den Themen Typografie und Bildbearbeitung. Für ihn ist eine gepflegte Typografie nach wie vor eine der wichtigsten Grundlagen, die Basis, für das Aussehen eines Druckproduktes.

Unterstützung in der Grundbildung

In vielen Betrieben der Druckindustrie sind die personellen Ressourcen auf ein Minimum redu-

ziert worden. Die Aufgaben der Berufsbildnerinnen/Berufsbildner umfassen neben der praktischen Arbeit in der Produktion auch noch die Grundbildung der Lernenden im Nebenamt. Diese Situation wird sich in Zukunft wohl nicht mehr ändern.

Jürg Giger ist froh, dass er für die Grundbildung auf die Unterlagen des VSD zurückgreifen kann. Der Praxisleitfaden Polygraf und die Lern-Werkstatt sind für ihn eine ideale Unterstützung und geben ihm Zeit, sich auf das Wesentliche «die Grundbildung der Fertigkeiten» bei den Lernenden, zu konzentrieren. Die Übungen beider Lehrmittel setzt er regelmässig ein. Er ist sogar der Auffassung, dass Betriebe, die nicht ausbilden, solche Lehrmittel finanziell unterstützen sollten. Ein wichtiger Bestandteil der Grundbildung sind auch die überbetrieblichen Kurse (ÜK). Hansruedi Negri, Instruktor in Bern, ist ein kompetenter Instruktor, der die komplexen Themen sehr gut vermitteln kann. Die Inhalte der Kurse sind sehr ausgewogen und decken die Anforderungen der Lehrbetriebe ideal ab.

Die LAP - oder das Qualifikationsverfahren der Zukunft

Mit der neuen BiVo hat eines der bekanntesten Kürzel «LAP» (Lehrabschlussprüfung) ausgedient. Gemäss Jürg Giger sollte das Qualifikationsver-

fahren der Zukunft auf die Praxis ausgerichtet sein. Die Prüfung sollte ein Projekt umfassen, das alle Fertigkeiten der Druckvorstufe beinhaltet, wie Avor, Bildbearbeitung, Tabellensatz, gepflegte Typografie, Datenhandling und zur Kontrolle der Arbeit ein verbindliches Proof.

Die jetzt aktuellen Positionen der Prüfung sind ideale Parameter, die er für die Grundbildung einsetzen muss. Die Lehrbetriebe haben mit dieser Aufgabenstellung eine Messlatte, die man gut als «Qualifikation für einen zukünftigen Mitarbeiter» einsetzen kann. Es ist klar vorgegeben, was der Lehrbetrieb während der vier Jahren seinem Lernenden vermitteln muss, damit er auch in Zukunft einem Qualifikationsverfahren standhalten kann. Die Prüfung sollte der Lernende im Lehrbetrieb, in der gewohnten Umgebung, absolvieren dürfen. Ein Examen in der Berufsfachschule findet er nicht sinnvoll. Die betriebliche Installation der Geräte sowie die eingesetzte Software sind zu verschiedenen – und auch die Kosten spielen eine Rolle.

Der VSD wünscht Jürg Giger auch in Zukunft das Engagement für eine zeitgerechte Grundbildung und dass er noch vielen angehenden Polygrafen mit seinem «Typografischen Wissen» zur Seite stehen kann.

Redaktion VSD-Mitteilungen

VSD, Schosshaldenstrasse 20, 3006 Bern

Telefon 031 351 15 11 Fax 031 352 37 38

Fachgruppen

Generalversammlung der PrePress Schweiz (PPS) und der Vereinigung Repronion (VRU) 2006

In der stilvollen Umgebung des Paul Klee Zentrums in Bern führte die Fachgruppe Prepress Schweiz (PPS) am 17. Mai 2006 ihre Generalversammlung mit anschliessendem Rahmenprogramm durch.

Thierry Ferrier, Präsident der PPS, konnte in seinem Jahresrückblick von einer aktiven Zeit des Vorstandes sowie der Technischen Kommission berichten. Bei der Erarbeitung der Grundlagen zur Umsetzung der PDF/X-Normen leistete die Fachgruppe im Verein PDFX-ready einen grossen Beitrag und konnte bei der Erarbeitung der Visual PRINT Reference als Kontrollmittel für die technischen Prozesse bei der Umsetzung der ISO-Norm 12647-2 ebenfalls einen erheblichen praktischen Beitrag leisten. Für ihn als Präsident war vor allem das Publishing-Forum in Biel vom 26. April 2006 ein Höhepunkt.

Das Thema «Standard im Datenaustausch und im Farbmanagement» wird die Fachgruppe PPS auch in den nächsten Monaten des Jahres begleiten. Als Träger der Ugra hat der VSD auch eine gute Informationsquelle für die Integration und Umsetzung der Standards in der Produktion. Thierry Ferrier ist der Meinung, es sei für einen Unternehmer in dieser Zeit extrem wichtig, so früh wie möglich über die technologischen Entwicklungen zu erfahren, damit die Betriebe am Markt schnell und sicher agieren können.

Die Vernehmlassung der neuen Bildungsverordnung Polygrafin/Polygraf wurde von den Mitgliedern aktiv diskutiert. Zwar konnte keine Lösung gefunden werden; es zeigte sich aber, dass PPS-Betriebe einzig in der Fachrichtung Medienproduktion ausbilden können. Dort braucht es aber noch eine Vertiefung der Themen Informatik,

Workflow, Farbmanagement und Qualitätskontrolle.

Für das Rahmenprogramm konnten noch weitere Besucher für die Führung durch das Paul Klee-Zentrum sowie für ein Referat von Peter Karlen, Karlen Consulting, begrüsst werden. Er zeigte aus Sicht des Unternehmensberaters wie die nahe Zukunft aussieht. Welche Strategien können erfolgreich sein, wie muss die Wertschöpfungskette verbreitert werden und wo muss eine weitere Spezialisierung vorgenommen werden? Ein ganz wichtiger Punkt in seinem Referat «Erfolgreich in die Zukunft» war auch die Situationsanalyse im Ausland und die damit verbunden Konsequenzen für die Unternehmen in der Schweiz.

Die stärksten Konstanten der letzten Jahre werden uns weiter begleiten: das tiefe Preisniveau und wechselnde Marktanforderungen. Die Kunden suchen Autonomie und die Auflösung gebündelter Abhängigkeiten bei Crossmedia- Dienstleistungen. Die medienneutrale Datenerstellung wird eine der grössten Herausforderungen, die für den Mediendienstleister das Ziel sein muss. In diesem Punkt gilt es für den Kunden einen Mehrwert zu schaffen. Die Prozessintegratoren werden sich auf dem Markt profilieren, eine Chance, die es zu packen gilt. Peter Karlen zeigte auch an aktuellen Beispielen aus dem Markt auf, wohin die Reise der Zukunft geht. Mediendienstleister haben gute Aussichten, wenn die zu starre Printfokussierung abgelegt wird. Der Blick über die Prepress-Landesgrenze zeigt uns viele gute Ansätze, aber wir brauchen uns in der Schweiz nicht zu verstecken. Eine Chance hat der Unternehmer, der sie packt und nicht wartet, bis die Kunden Produktion und Prozesse vorschreiben. Prepress bleibt – soweit es das überhaupt in dieser Form weiterhin noch gibt – ein kundennahes Geschäft. Die Medienagenturen brauchen Produzenten, die sich ganz klar auf die neuen Prozesse sowie die Standardisierung konzentrieren. Die Automatisierung lässt sich nicht mehr aufhalten, demzufolge müssen die Prozesse so schnell wie möglich integriert und optimiert werden. Den Prozessintegratoren mit Wissen im Bereich Crossmedia gehört die Zukunft.

Am Schluss der Veranstaltung konnte beim Apéro das eine oder andere Thema mit dem Referenten noch direkt besprochen werden.

Personalvorsorgestiftung der graphischen Industrie (pvgi): 2005 – Die Stiftung wächst

Im Vorjahr konnte festgestellt werden, dass sich die Personalvorsorgestiftung der graphischen Industrie (pvgi) nach einer auch für sie schwierigen Phase gut erholt hatte. Diese positive Entwicklung hat im Berichtsjahr weiter angehalten. Der Deckungsgrad nach BVV2 hat sich wiederum verbessert und beläuft sich nun auf 112.12%.

Am 01.01.2005 ist die 1. BVG-Revision in Kraft getreten. Die pvgi hat ihr Reglement dem neuen Bundesrecht angepasst. Erfreulich ist, dass die Lebenserwartung der Altersrentner und Altersrentnerinnen weiter ansteigt. Für die pvgi bedeutet dies andererseits, dass für die künftigen Rentenleistungen mehr Mittel bereitstehen müssen. Gleichzeitig muss aufgrund der heutigen Situation im Anlagemarkt mit tieferen Renditen gerechnet werden. Der Stiftungsrat hat deshalb im Bereich der Rückstellungen notwendigerweise geeignete Massnahmen getroffen. Damit sind die Leistungen der pvgi trotz der schwierig gewordenen Rahmenbedingungen weiterhin gesichert.

Die Gesamttrendite der pvgi betrug 10.10 % (Vorjahr 3.90 %). Das Vermögen der pvgi betrug Ende 2005 CHF 132.950 Mio. (Vorjahr 102.849 Mio.) und hat somit um CHF 30.101 Mio. zugenommen. Das netto Jahresergebnis nach Swiss GAAP FER 26 betrug CHF 2.430 Mio. (Vorjahr CHF 0.049 Mio.).

Im Gegensatz zum Vorjahr hat die Zahl der angeschlossenen Betriebe von 98 auf 95 ab-, die Zahl der Versicherten hingegen von 450 auf 519 zugenommen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass einerseits einige Betriebe infolge Geschäftsaufgabe aus dem Kreis der angeschlossenen Betriebe ausgeschieden sind, andererseits aber eine grössere Stiftung übernommen werden konnte, so dass unter dem Strich ein Wachstum resultiert. Zu bemerken ist, dass sich die Branche noch immer in einer Restrukturierungsphase befindet und die Zahl der Betriebe weiterhin tendenziell abnehmen wird.

Speziell zu erwähnen ist noch der Umstand, dass die Stiftung weiterhin aus den Verpflichtungen der früheren Personalvorsorgestiftung des Buchdruckervereins (später Schweizerischer Verband graphischer Unternehmen und heute Viscom) Leistungen in der Form von Renten erbringt. Im Berichtsjahr betrugen diese Leistungen CHF 2.185 Mio. an insgesamt 1232 Rentenbezüger. (pvgi)



Thierry Ferrier, Präsident PrePress Schweiz (links), Teilnehmer am Referat von Peter Karlen, der sich dem Thema «Erfolgreich in die Zukunft» stellte (rechts).