

»Just in time« in der Weiterbildung

Wissen auf diese Weise erwerben, berufsbegleitend und in sozialen Netzwerken – dies alles bei einer sehr hohen Bereitschaft zur beruflichen Weiterbildung – ist in Zukunft ein Muss.

In einer innovationsgetriebenen Branche wie der Druck- und Medienindustrie gehört Lernen zum Arbeitsalltag. Die zunehmende Digitalisierung, Vernetzung und Personalisierung von Technologien und Produktionsprozessen fordert besonders von den Mitarbeitern eine hohe Flexibilität ab. Wer auf diesem Markt bestehen und weiterkommen will, muss ständig dazu lernen, um fit für die Zukunft zu sein. Für Betriebe und Beschäftigte ist Weiterbildung gleichermaßen ein Muss, für beide ist es die berufliche oder wirtschaftliche Zukunftssicherung.

Was sind also die Trends? Wie hoch ist die Weiterbildungsbereitschaft in der Druck- und Medienbranche tatsächlich? »Insgesamt ist die Weiterbildungsbereitschaft in unserer stark technik- und innovationsgetriebenen Branche sehr hoch«, wertet Theo Zintel, Bildungsexperte des Bundesverbandes Druck und Medien (BVDM), die aktuelle Situation. Ein Blick auf die Absolventen-Zahlen der Industriemeister, Medienfachwirte, Druck- und Medientechniker und für Studiengänge an den bekannten Hochschulen offenbart ein hohes Interesse an Weiterbildung in der Branche. So ist z.B. die Zahl der Absolventen für Industriemeister und Medienfachwirte von 425 im Jahr 2003 auf fast 700 im Jahr 2008 gestiegen.



Autorin Gabi Schermuly-Wunderlich
(Verlags- und Pressesprecherin des Bundesverbandes Druck und Medien)

Neue Verordnung und neue Voraussetzungen

Zu einem weiteren Schub werde die neue Weiterbildungsverordnung für die Medienwirtschaft führen, ist sich Zintel sicher. In ihr wurden erstmals die beiden Verordnungen Industriemeister und Medienfachwirt vereint. Interessenten können künftig zwischen den drei Profilen Industriemeister Printmedien, Medienfachwirt Print und Medienfachwirt Digital wählen. Der Verband bewertet die Verordnung positiv: »Facharbeiter können sich nun für drei klar abgegrenzte Profile entscheiden. Gleichzeitig erhalten die Bildungsträger, welche die Lehrgangs-

vorbereitungen auf die Prüfung durchführen, Rechtssicherheit.«

Ein weiteres Plus ist, dass der Gesetzgeber die Zulassungsvoraussetzungen entschärft hat. Nach einer einschlägigen Lehre ist keine einjährige einschlägige Berufspraxis mehr vorgesehen, sodass unmittelbar nach Abschluss einer Berufsausbildung mit den Qualifizierungsmaßnahmen begonnen werden kann. Der Zentral-Fachausschuss Druck und Medien (ZFA) hat kürzlich zur neuen Verordnung eine Broschüre herausgegeben, in der Prüfungsinhalte, Zugangsvoraussetzungen und Kompetenzprofile zu dieser für die Branche bedeutendsten Weiterbildungsmaßnahmen, beschrieben werden. Da die Vorqualifizierungen der Interessenten für Weiterbildungslehrgänge sehr unterschiedlich sind, entwickelten die Verbände einen internetbasierten Kompetenz-Check. Jeder Teilnehmer erhält nach der Durchführung des Tests ein Kompetenz-Profil, aus dem Stärken und Schwächen erkennbar sind.

Neben der klassischen Aufstiegsqualifizierung unterscheidet man typische Anpassungsqualifizierungen durch Workshops und Seminare. Die Druck- und Medienverbände bieten bundesweit in ihrem Netzwerk insgesamt rd. 800 Kurse und Workshops pro Jahr an. Vor allem bei den



Sehr hohe Bereitschaft zur beruflichen Weiterbildung in kleinem wie in großem Rahmen.



Beratungen und Firmenschulungen verzeichnen die Bildungsreferenten der Verbände eine hohe Nachfrage in den Druckunternehmen.

Neue Anforderungen

»Das größte Problem ist, dass neues Wissen in der Praxis sozusagen just-in-time nachgefragt und erworben werden muss. Das heißt, Unternehmen und Mitarbeiter stehen in der Regel vor einer neuen Anforderung und müssen diese sofort lösen«, wertet Zintel die aktuelle Herausforderung in der Weiterbildung.

Zunehmend Bedeutung erfährt daher das Lernen in sozialen Netzwerken und Communities. Dazu haben BVDM und Verdi gemeinsam im ZFA mit den Fachhochschulen Berlin und München die Mediencommunity 2.0 (www.mediencommunity.de) als Wissensnetzwerk in der Druck- und Medienbranche entwickelt. Hier kann man sich selbstorganisiert und berufsbegleitend weiterbilden. Zu diesem Netzwerk können alle Beschäftigten der Branche stoßen: die Mediengestalter ebenso wie der Drucker oder die Buchbinder, der Azubi genauso wie



Theo Zintel, Bildungsexperte des Bundesverbandes Druck und Medien

Studenten oder der freiberufliche Trainer, Lehrer und Professoren. Sie bietet Zugang zu einschlägigen Fachforen. In drei Rubriken finden Nutzer interessante Berichte zu den Themen Wissen und Nachschlagen, Vernetzen und Mitmachen sowie Lernen und Lehren sowie eine Bildungslandkarte mit allen wichtigen Bildungseinrichtungen in Deutschland. Zintel: »Die Mediencommunity ersetzt nicht das breite Seminarangebot der Bildungszentren der Verbände, sondern ist eine wichtige Ergänzung, um

sich in der Bildungslandschaft zurecht zu finden.«

Thematisch verzeichnen die Bildungszentren sowie die Kongresse und Fachveranstaltungen der Verbände Druck und Medien eine hohe Nachfrage nach Workflowthemen, bei denen auch Web-to-Print weiter eine Rolle spielt, sowie Kurse rund um das Thema Prozessstandardisierung. Aber auch die Bereiche Remote- und Multi-Channel-Publishing sind die Leitthemen der Zukunft.

Letzteres greift der BVDM im neuen jährlich geplanten Forum Media-Publishing auf. Der Kongress zeigt Druckdienstleistern, wie sie für ihre Kunden aus Verlagen und Industrie neue Publishing-Workflows aufbauen. Mit einem neuen Kongressformat will der bvdm auch den veränderten Produktionsmethoden und den stärker schnittstellenübergreifenden Themen zwischen Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung Rechnung tragen. Vom 22. bis 24. September beleuchtet der dreitägige Print Media Congress in Mainz im ZDF-Sendekongresszentrum daher die Themen Strategien, Produktion, Verarbeitung und Veredelung.