



## Herausforderungen für die Ausbildung

### Mehr Service-Orientierung für die Druckindustrie

**Kaum eine Branche hat sich in den letzten vierzig Jahren so sehr verändert wie die Druck- und Medienbranche. Aus Druckereien mit einem klar umrissenen Angebotsprofil sind Medienhäuser geworden, die inzwischen einen Komplettservice von der Visitenkarte über den Geschäftsbericht bis hin zum Web-Auftritt bieten. Darüber hinaus beraten sie Kundenunternehmen auch bei ihren Werbemaßnahmen. Andere Druckereien oder Buchbinderbetriebe haben sich wiederum stärker auf bestimmte Produkte spezialisiert.**

Seit jeher baut die Druckindustrie auf das duale System der Berufsausbildung. Rund 18.500 Auszubildende lernen im Jahr 2008 in deutschen Druckbetrieben. Damit liegt die Ausbildungsquote – überdurchschnittlich – bei ca. 10 Prozent. Doch so wie sich die Branche verändert hat, haben sich auch die Anforderungen an die Ausbildungsberufe – wie Mediengestalter/innen Digital und Print, Drucker/innen, Buchbinder/innen und Verpackungsmittelmechaniker/innen – verändert. Und der Wandel wird sich weiter fortsetzen.

Dieser Beitrag formuliert in vier Thesen, welche Anforderungen auf die Ausbildungsberufe in den kommenden Jahren zukommen werden. Grundlage hierfür sind u.a. Erfahrungen, die in der BIBB-Studie „Strukturwandel in Medienberufen“ in den Jahren 2007/2008 sowie im Förderprojekt des Bundesbildungsministeriums „mediencommunity 2.0“ (Aufbau einer Branchenbildungsplattform für die Druck- und Medienbranche) gesammelt wurden.

#### **Jeder Mitarbeiter hat Kundenkontakt und sollte schon früh lernen, serviceorientiert zu arbeiten.**

In Dienstleistungsunternehmen, die immer stärker individuelle Kundenwünsche erfüllen, kommt es häufig vor, dass auch Mitarbeiter aus dem operativen Geschäft Kontakt mit dem Kunden haben. So beschäftigen beispielsweise Werbeabteilungen oder -agenturen Fachleute, die bei der Ausführung eines Werbeauftrags ihr entsprechendes „Pendant“ in der Druckerei sprechen möchten. Nicht selten repräsentieren daher Facharbeiter das eigene Druckunternehmen gegenüber dem Kunden. Auch sie müssen auf die Wünsche der Kunden flexibel reagieren.



Diese Art der Serviceorientierung kann man lernen – auch in der Ausbildung. Die Ausbildung in der Druckindustrie sollte daher noch mehr als bisher den Erwerb von kommunikativen Kompetenzen und anderen „Soft Skills“ berücksichtigen.

#### **Mitarbeiter müssen sich schneller in neue Spezialgebiete einarbeiten**

**84 Prozent** aller Unternehmen in der Druckindustrie haben weniger als 20 Beschäftigte. Gerade diese kleinen Unternehmen haben in den momentanen Krisenzeiten eine Überlebenschance, wenn sie sich gezielt Marktnischen suchen und durch neue Ideen auffallen – beispielsweise durch das Bedrucken von Werbemanschetten um Kaffeebecher.

Das bedeutet für Mitarbeiter, dass sie sich schnell in neue Spezialgebiete einarbeiten müssen. Oft ist es nicht möglich, sich dieses Wissen im eigenen Unternehmen anzueignen, weil die entsprechenden Trainer hierfür fehlen. Aufgrund der Vielfalt der Gebiete ist es auch nicht sinnvoll, alle diese Facetten in der Ausbildung zu berücksichtigen.



Die Berufsausbildung sollte aber so gestaltet sein, dass gelernte Gestalter, Drucker oder Buchbinder beim Besuch von Fortbildungskursen an das vorhandene Wissen der Ausbildung andocken können.

Bei überschaubaren Spezialthemen können diese Kurse von den einschlägigen Weiterbildungsakademien angeboten werden. Für breiter angelegte Themen sind auch

Zusatzqualifikationen im Sinne des Berufsbildungsgesetzes (§5 Abs. 2 Nr. 5) denkbar.

Ein Thema, das zurzeit von der Medienbranche allgemein als besonders dringlich erachtet wird, hat die Studie „Strukturwandel in Medienberufen“ ermittelt: Vor allem Kenntnisse in der Content-Produktion im Sinne von „Textkompetenz, Schreiben für die Öffentlichkeit“ könnten Inhalt einer solchen Zusatzqualifikation sein.



Dr. Lutz Goertz, MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen/Berlin

## Mitarbeiter der Druck- und Medienbranche nehmen das Lernen selbst in die Hand.

In kleinen Unternehmen ist die Weiterbildung nur selten klar organisiert. Zum Teil findet sie gar nicht statt, in anderen Fällen besteht sie in Händlerschulungen oder dem gelegentlichen Besuch von Kursen. Hinzu kommt, dass gerade in Zeiten knapper Kassen oft an der Weiterbildung zuerst gespart wird. Das hat angesichts des oben beschriebenen Qualifizierungs- und Innovationsdrucks zur Konsequenz, dass sich Mitarbeiter zunehmend selbst um ihre Weiterbildung kümmern müssen.

Doch auch dies will gelernt sein. Die Ausbildung in der Druck- und Medienbranche sollte deshalb immer stärker die Kompetenz zum „lebenslangen Lernen“ berücksichtigen, z.B. unter den Leitfragen „Wo finde ich die Informationen, die ich brauche?“ und „Wie kann ich Netzwerke von Gleichgesinnten nutzen, um meine Herausforderungen am eigenen Arbeitsplatz zu bewältigen?“

Unterstützung für den Erwerb von Lernkompetenzen bietet neuerdings das Portal „mediencommunity“ ([www.mediencommunity.de](http://www.mediencommunity.de)), das sich an alle Lernenden in der Druckindustrie wendet. Dieses Portal fördert schon jetzt das selbstorganisierte Lernen und bietet allen kostenlos die Möglichkeit, eigene Lerngruppen einzurichten.

## Das Lernen mit dem Computer spielt eine immer größere Rolle.

Die Nutzung von internetbasierten Branchenbildungsplattformen wie „mediencommunity“ setzt aber auch voraus, dass Mitarbeiter der Druckindustrie in der Lage sind, Computer zu Lernzwecken zu bedienen. Für Mediengestalter ist dies sicherlich kein Problem, da sie den Computer als tägliches Arbeitswerkzeug verwenden. Etwas anders liegt der Fall bei Druckern und Buchbindern, bei denen eher die Bedienung von Maschinen im Vordergrund steht. Auch hier sollte die Ausbildung einen Beitrag zur Verbesserung der Computer- und Internet-Kompetenz leisten.

Bei vielen Jugendlichen sind PCs und Notebooks auch aus dem Privatleben nicht mehr wegzudenken. Im Ausbildungsbetrieb und in der Berufsschule muss dann aber der Transfer geleistet werden, wie sich diese Werkzeuge auch für das berufliche Lernen einsetzen lassen.

## Fazit: Neue Herausforderungen für die Ausbildung

Veränderungen in den Anforderungen in der Druck- und Medienbranche ziehen Veränderungen für die berufliche Ausbildung nach sich. Kommunikative Kompetenzen, Lernkompetenzen und Computer-Kompetenzen sollten hierbei in Zukunft eine (noch) größere Rolle spielen. Wie dies geschehen kann – ob als Unterrichtsinhalt in den Berufsschulen, ob als Teil der betrieblichen oder überbetrieblichen Ausbildung – wird die Diskussion über die Neuregelung dieser Berufe zeigen.