



Fachliche Informationen für die Ausbildung
in der Druck- und Medienindustrie

Druck- und Medien-Abc

INHALT

Titelbeschreibung

„Fotoalphabet“

Die Idee eines Fotoalphabets ist nicht neu, aber passend als Cover für das Druck- und Medien-Abc. Die Fotos mit Abbildungen von A bis Z zeigen die Vielfalt der Buchstabenformen und ihrer Einsatzgebiete. Der eigentliche Hefttitel ist jedoch leider typografisch unscheinbar und seine Positionierung im unteren Teil des Formates verstärkt diese Wirkung. In einem Zeitschriftenständer – ähnlich wie in Buchhandlungen – wäre der Titel gar nicht mehr zu erkennen.

- 3 Titelwettbewerb – Druck- und Medien-Abc
- 8 Warum muss man eigentlich in der Ausbildung ein Berichtsheft führen?
- 11 Neue Mediengestalter-Ausbildungsordnung
- 17 MedienAward 2007: Folder für Hairy Trends
- 18 Einsatz des LernCenters 200plus im Berufsschulunterricht
- 22 Mediengestalter-Ausbildung – Es gibt immer was zu tun
- 24 Tutorials: Lehr- und Lernmaterialien für Buchbinder
- 26 Standardisierung braucht gut ausgebildete Mitarbeiter
- 29 Kalkulation – Basis für den Unternehmenserfolg
- 32 Aus der Prüfungsaufgabenerstellung
 - » Mediengestalter für Digital- und Printmedien – Abschlussprüfung Winter 2007/08
 - » Wirtschafts- und Sozialkunde
- 36 World Skills in Japan: Drucker aus Deutschland mit dabei
- 38 Prokrustes' Wortbett
- 42 9. Tage der Typografie
- 46 Österreichische Erfahrungen mit dem Berufsbild „Mediendesigner/Medientechniker“
- 48 Gestaltungswettbewerb 2008
- 50 Buchbesprechungen
- 54 Prüfungstermine, Impressum

Technische Informationen für die Ausbildung in der Druck- und Medienindustrie

Titelwettbewerb Druck- und Medien- Abc

Titelwettbewerb – Druck- und Medien-Abc

In der letzten Druck- und Medien-Abc-Ausgabe, Heft 1, November 2006, 53. Jahrgang, hatten wir nach fast 7 Jahren wieder einmal einen Titelwettbewerb für unsere Zeitschrift ausgeschrieben. Es beteiligten sich mit 885 Einsendungen erfreulich viele Auszubildende an dem Wettbewerb. Es nahmen viele Berufsschulklassen von Mediengestaltern aus allen drei Ausbildungsjahren, aber auch Auszubildende zum Medienassistenten, Berufsfachschulklassen und Berufsbildungs- und -förderungswerke teil. Aus dem Ausland war das

Lycée technique des
Arts et Métiers aus
Luxemburg vertreten.





- Dadurch, dass die Gestaltungsmittel recht offen gelassen wurden (nur Titel und Untertitel der Zeitschrift waren vorgegeben) sind die Entwürfe entsprechend vielfältig ausgefallen. Die Auswahl ist der Fachjury nicht leichtgefallen.

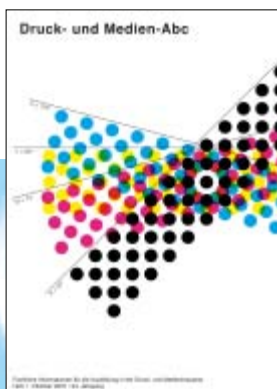
Die Fachjury, bestehend aus

- Klaus Brecht, Text. Bild. Grafik GmbH, Heidelberg
- Dieter May, Layout & Grafik May, Ingelheim
- Anette Jacob, ZFA, Kassel
- Peter Reichard, Typosition.
Botschaft für Typografie & Gestaltung, Offenbach am Main
- Martin Schonhoff, stazerDesign, Dortmund
- Theo Zintel, Bundesverband Druck und Medien, Wiesbaden, hat in mehreren Auswahlgängen folgende 20 Titel ausgewählt. Die ersten 10 Titel, wobei es hierunter keine Wertigkeit gibt, wurden mit jeweils 200 EUR prämiert und sind nachfolgend unter den Punkten A bis J aufgeführt.

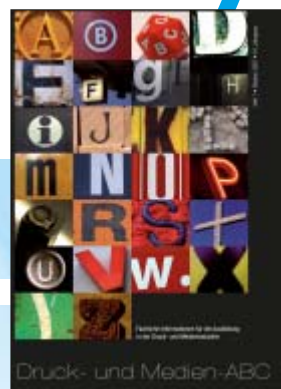
Erläuterungen zu den einzelnen Entwürfen finden Sie unter www.zfamedien.de/titelwettbewerb/2006

Titelwettbewerb Druck- und Medien-

Abc



A.



B.



C.



D.



E.



F.



G.



H.



I.



J.

Die Gewinner Die Gewinner

A. »Raster«

Peter Jan Schwach, Erkrath,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

B. »Fotoalphabet«

Elena Anetzberger, Lohr am Main,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

C. »70er Jahre«

Christian Hedden, Aurich,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

D. »Post-it«

Richard Hoppe, Wiesbaden,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

E. »Zum fröhlichen Drucker«

Johannes Kompa, Gelnhausen,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Medienoperating

F. »Hüpf«

Fabian Bremer, Wiesbaden,
1. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

G. »Piktogramme«

Kathrin Mosmann, Wiesbaden,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

H. »Klassiker«

Stephan Nürnberger, Regensburg,
3. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

I. »Labyrinth«

Nadine Bayerl, Bad Orb,
2. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

J. »Klick«

Susanne Dassen, Sandra Roppertz, Ina Krajewski,
Herzogenrath, 3. Ausbildungsjahr
Mediengestalterinnen für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign



► Die Belobigungen Die Belobigungen



A.



B.



C.



D.

Weitere 10 Titel erhielten eine Belobigung.
Diese wurden mit einem Fachbuch prämiert.
Die Belobigungen sind nachfolgend unter
den Punkten A bis J aufgeführt.
Auch hierunter gibt es keine Wertigkeit.



A. »Knorr«

Tobias Zaude, Eitorf, 2. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

B. »Grün«

Julian Backes, Schneppenbach,
1. Ausbildungsjahr Medienassistent

C. »Farbatlas«

Sindy Glöckner, Stuttgart, 2. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

D. »Matrix«

Kathrin Mosmann, Wiesbaden, 2. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

E. »Target«

Annika Bernardi, Dormagen, 2. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

F. »Web 2.0«

Steven Steelman, Bad Kreuznach, 3. Ausbildungs-
jahr Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

G. »Flimmern«

Simon Anderseck, Wiesbaden, 2. Ausbildungsjahr
Mediengestalter für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

H. »Scrabble«

Vera Zimmermann, Höhenkirchen, 1. Ausbildungs-
jahr Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign

I. »Punkte«

Nicole Nöding, Bad Sooden-Allendorf,
3. Ausbildungsjahr Mediengestalterin für Digital-
und Printmedien, Fachrichtung Mediendesign

J. »Typolösung«

Cornelia Wiedemuth, München, 3. Ausbildungsjahr
Mediengestalterin für Digital- und Printmedien,
Fachrichtung Mediendesign ■



E.



F.



G.



H.



I.



J.

Titelwettbewerb Druck- und Medien- A b c

Warum muss man eigentlich in der Ausbildung ein Berichtsheft führen?

Immer wieder muss ich mich in Gesprächen mit den Auszubildenden wundern, wie wenig sie über den Sinn oder Unsinn des Berichtsheftes wissen. An dieser Stelle möchte ich den Versuch machen, einige Informationen zu geben oder auch mit einigen Vor- bzw. Fehlurteilen aufzuräumen.



...

Das Berichtsheft dient ausdrücklich nicht der Schikane der Auszubildenden! In der juristischen Formalsprache ist die Rede vom „Ausbildungsnachweis“. Beim Berichtsheft handelt es sich also um eine Art „Quittung“, auf der der Auszubildende die Ausbildungsinhalte quittiert, die er vom Ausbildungsbetrieb erhalten hat. Stellt man eine Quittung aus, so geschieht dies im Regelfall nicht blanko, sondern man setzt den genauen Geldbetrag ein, den man erhalten hat. Ebenso sollte man mit dem Ausbildungsnachweis umgehen (und zwar von beiden Seiten, d. h. von Seiten der Auszubildenden ebenso wie von Seiten der Ausbilder!).

Auszubildender: Am Anfang fand ich das mit dem Berichtsheft ziemlich lästig. Mir kamen die drei Jahre, die vor mir lagen, ewig lang vor. Jetzt stehe ich kurz vor meiner Zwischenprüfung und stelle fest, dass mir noch unwahrscheinlich vieles in meiner Ausbildung fehlt, was ich schon lange hätte lernen sollen. Leider habe ich die Ausbildungsordnung für meinen Beruf nie wirklich gelesen. Erst jetzt, wo ich mich für die Prüfung vorbereite, merke ich, was ich alles versäumt habe.

Grundlage jeder Berufsausbildung ist die Verordnung über die Berufsausbildung des jeweiligen Berufes. Wichtiger Bestandteil dieser Verordnung ist der Ausbildungsrahmenplan. Er gibt der Ausbildung den äußeren „RAHMEN“. In ihm sind alle erforderlichen Ausbildungsinhalte den Lehrjahren zugeordnet. Für jeden Bereich ist dabei angegeben, wie viele Wochen sich der Azubi in dem jeweiligen Lehrjahr damit beschäftigen sollte. Diese Inhalte sind auch maßgeblich für die Abschlussprüfung der Ausbildung.

Nicht jede Firma verfügt aber über die gleiche Ausstattung an Maschinen, Geräten und Aufträgen. Daher kann und muss die Firma den relativ allgemein gehaltenen Ausbildungsrahmenplan

an die eigenen Gegebenheiten anpassen. Dieses erfolgt im firmeneigenen Betrieblichen Ausbildungsplan.

Dieser muss ganz am Anfang des Berichtsheftes eingeklebt sein. Unter Berücksichtigung von Urlaubs- und Berufsschulzeiten müssen sich hier die verschiedenen Bereiche der Firma finden. Angelehnt an den übergeordneten Rahmenplan müssen diese dann auf die Lehrjahre aufgeteilt werden. Genau wie im Rahmenplan auch, muss ebenfalls eine grobe Zeitangabe in Wochen stattfinden, die die Verweildauer des Auszubildenden in dieser Abteilung angibt.

Der Betriebliche Rahmenplan muss nicht zuletzt deshalb am Anfang des Berichtsheftes stehen, damit sowohl der Auszubildende als auch der Auszubildende stets die Gelegenheit hat, den Verlauf der Ausbildung zu überprüfen.

Ausbilder: Im alltäglichen Stress komme ich nicht immer dazu, im Auge zu behalten, auf welchem Ausbildungsstand unser Azubi ist. Mir ist es sehr recht, wenn ich durch den betrieblichen Ausbildungsplan immer mal wieder daran erinnert werde, dass ein neuer Bereich für den Azubi an der Zeit ist. Wenn mich mein Azubi darauf anspricht, ist es mir zwar in dem Moment manchmal lästig, aber ich finde es gut, wenn er selber die Mitverantwortung für seine eigene Ausbildung annimmt und sich aktiv kümmert.

Im Ausbildungsnachweis wird festgehalten oder auch Buch geführt darüber, was in der Ausbildungszeit alles stattgefunden hat. Man kann so die Wochen, die der Auszubildende in einem Bereich verbracht hat, regelrecht abhaken.

Das Gespräch zwischen Ausbilder und Auszubildenden ist auf diese Art immer wieder angeregt, um auch regelmäßig Zwischenstände des Ausbildungsfortschrittes zu ermitteln.



In vielen Fällen führen die Auszubildenden ein Notizbuch, in dem alle aufgeführten Arbeiten festgehalten und später in das eigentliche Berichtsheft übertragen werden.

Hierzu gehören natürlich neben den rein rechnerischen und zeitlichen Gesichtspunkten auch die inhaltlich fachlichen. Auch der Auszubildende sollte über das neutrale Instrument des Ausbildungsnachweises im Vergleich zum betrieblichen Ausbildungsplan seinen „Chef“ daran erinnern können, dass es möglicherweise wieder an der Zeit ist, ein neues Fachgebiet anzugehen, um die Inhalte der Ausbildung vollständig in der zur Verfügung stehenden Zeit absolvieren zu können.

Ausbildungsberater der Kammer: Immer wieder komme ich in Firmen zu Krisengesprächen. Entweder bitten mich die Ausbilder zu kommen, oder auch die Azubis sind mit ihrer Ausbildung unzufrieden. Anhand des Berichtsheftes kann ich mir einen Eindruck über den Ausbildungsstand machen. Ich sehe, ob der Azubi in der Firma herumgekommen ist oder immer nur dieselbe Tätigkeit zu machen hat.

Um einen realistischen Eindruck über die Ausbildung zu bekommen, ist es unbedingt wichtig, dass möglichst nachvollziehbar darüber berichtet wird, womit sich der Auszubildende tatsächlich beschäftigt hat.

Es gibt unterschiedliche Varianten von Berichtsheften. Einige stellen eine Seite für eine Woche zur Verfügung (je Werktag einige Zeilen), andere fassen einen ganzen Monat mit vier Wochen auf nur einer Seite zusammen. Ich möchte hier ausdrücklich empfehlen, ein Heft zu nutzen, in dem jeder Tag dargestellt ist. Nur so können die durchgeführten Tätigkeiten sinnvoll aufgeschrieben werden.

Es reicht allerdings nicht, wenn einfach nur eine Maschine genannt wird, an welcher der Auszubildende tätig war. Es macht einen großen Unterschied, ob er an dieser Maschine zugesehen hat, wie eine andere Person die Maschine eingerichtet hat, ob er Hilfstätigkeiten an der Maschine durchgeführt hat oder ob er die Maschine ausführlich erklärt bekommen hat. Hat der Auszubildende an der Maschine selbstständig gearbeitet, so ist weiter-

hin von Interesse, was er konkret bearbeitet hat. Hat er die laufende Maschine betreut oder einen neuen Auftrag eingerichtet? Wenn er die Maschine umgestellt hat, dann von welcher alten Einstellung auf welche neue Einstellung? Gleiches gilt natürlich im übertragenden Sinn auch für Tätigkeiten ohne Maschinen. Hier kann auch der Ausbildungsplan helfen, eine geeignete Formulierung zu finden. Fällt eine Aufgabe unter einen dort aufgeführten Ausbildungsinhalt, so kann dies auch durch einen Verweis deutlich gemacht werden (z. B. siehe Ausbildungsrahmenplan).

Die beschriebenen Tätigkeiten sollten mit ihrem zeitlichen Umfang genannt werden. Dabei kommt es nicht auf minuten-genaue Angaben an. Es sollte aber nachvollziehbar sein, welche Tätigkeit den größten Teil des Tages ausgemacht hat. Es ist schließlich ein Unterschied, ob an einem Tag eine halbe Stunde die Werkstatt gefegt wurde, nachdem sieben Stunden an der Maschine gearbeitet wurde oder ob es umgekehrt ist. Je informativer der Eintrag im Berichtsheft ist, desto eindrücklicher ist das Bild über die durchgeführte Tätigkeit und den Stellenwert innerhalb der Ausbildung.

Auszubildende in einem Internetforum: Stimmt es eigentlich, dass ich auch über die Inhalte des Berufsschulunterrichts im Berichtsheft etwas schreiben muss? Ich habe das von einer Klassenkameradin gehört. Bisher habe ich an den Schultagen immer nur das Wort „Schule“ stehen.

Zur Ausbildung gehört auch der Berufsschulunterricht. Daher muss auch er im Berichtsheft dokumentiert werden. Für jeden Tag sollten also die Fächer und die Themen der jeweiligen Unterrichtsstunden kurz zusammengefasst stehen. Diese Eintragungen ermöglichen auch dem Ausbilder bei der Durchsicht des Heftes einen Einblick in die schulische Ausbildung. Wenn auf diese Weise ein Fachgespräch zu den Unterrichtsthemen zwischen Azubi und Chef zustande kommt, so ist das bestimmt keine negative Begleiterscheinung. ▶▶

*** Beim Berichtsheft handelt es sich um eine Art „Quittung“, auf der der Auszubildende die Ausbildungsinhalte quittiert, die er vom Ausbildungsbetrieb erhalten hat. Das Heft kann sowohl von Hand als auch am Computer verfasst werden.

Aus einem Internetforum: „Einen Tipp: Nehmt Euch jeden Freitag 10 Minuten Zeit und schreibt die Berichtshefte! Ansonsten schauts dann zum Ende schlecht aus wie bei mir... ich muss noch ein Jahr nachschreiben und weiß echt nicht, was ich die ganze Zeit gemacht hab.“

Die rechtlichen Vorgaben sehen vor, dass das Berichtsheft während der Arbeitszeit geführt werden darf. In vielen Fällen sieht es allerdings so aus, dass die Auszubildenden während der Arbeitszeit ein Notizbuch führen, in dem sie die durchgeführten Tätigkeiten eintragen. In das Berichtsheft wird dies aber in gesammelter Form dann für einige Tage oder einen gewissen Zeitraum übertragen. Schließlich ist der Sinn des Hefes nur dann zu erfüllen, wenn es in einer leserlichen Form vorliegt.

Es ist rechtlich zulässig, das Berichtsheft am Computer zu führen. Einige Blankoformulare lassen sich kostenfrei aus dem Internet herunterladen (siehe hierzu die Homepages vieler IHKs und HWKs). Es gibt sogar spezielle Berichtsheft-Software. Diese ist mit einigen zusätzlichen Werkzeugen versehen, die das Führen des Nachweises erleichtern sollen. Ob das allerdings tatsächlich ein notwendiger Aufwand ist, bleibt Geschmackssache. Auch selber erstellte Formulare sind erlaubt.

Um den Überblick aber behalten zu können, ist es unbedingt wichtig, das Berichtsheft regelmäßig zu führen. Das heißt für ein Berichtsheft, welches am Computer erstellt wird, dass es in regelmäßigen Abständen ausgedruckt und von beiden Seiten (Ausbilder und Auszubildender) unterschrieben werden muss.

Wenn der Ausbilder das Berichtsheft unterschreibt, so bestätigt er damit, dass auch aus seiner Sicht die gemachten Angaben korrekt sind. Das ist ihm aber nur dann sinnvoll möglich, wenn der Zeitraum, um den es geht, nicht allzu groß ist. Am einfachsten ist es, wenn Ausbilder und Azubi einen festen Termin vereinbaren, zu dem der neueste Teil des Ausbildungsnachweises besprochen und unterschrieben wird. Ob es sich dabei immer um einen bestimmten Wochentag, das Monatsende oder einen beliebigen anderen Termin handelt, ist Vereinbarungssache.

Auszubildende: In mein Berichtsheft muss ich nicht nur meine Tätigkeiten schreiben. Ich schreibe in regelmäßigen Abständen auch noch Fachberichte. Diese behandeln ein Fachthema, ähnlich wie ein Referat.

Ein besonderes Thema sind die so genannten Werkstattberichte. In früheren Berichtsheften waren sie fester Bestandteil. Heute findet man sie nicht mehr überall. Die Berichte fallen eher nicht in die Sparte des reinen Ausbildungsnachweises und sind somit nicht unbedingt rechtsverbindliche Voraussetzung für die Zulassung zur Abschlussprüfung. Einige Ausbilder legen aber großen Wert auf die Berichte. Dazu kann ich hier nur sagen, dass ich jedem Auszubildenden nur empfehlen kann, so viele Berichte zu schreiben wie möglich. Zur Vorbereitung auf eine Prüfung gibt es kaum etwas besseres, als ein bestimmtes Fachthema in dieser Form zu bearbeiten.

Arbeitsrichter: Wie oft muss ich mich mit Klagen von Auszubildenden wegen nicht bestandenen Prüfungen auseinandersetzen. Ich bekomme viel zu hören, dass die Ausbildungsinhalte in den Ausbildungsbetrieben nicht behandelt worden seien. Wenn ich dann aber keinen Ausbildungsnachweis habe, in dem Ausbilder und Auszubildender die tatsächlich stattgefundenen Inhalte bestätigt haben, kann ich nicht viel für die Auszubildenden machen.

Sollte es am Ende der Ausbildung tatsächlich zu einem Konfliktfall kommen, so ist das beiderseitig unterschriebene Berichtsheft ein sehr wichtiger Beleg für die Ausbildungsqualität. Der hohe Stellenwert in einer solchen Konfliktsituation wird verdeutlicht dadurch, dass es ohne Berichtsheft keine Zulassung zur Abschlussprüfung gibt. Die Kammern haben das in ihren Prüfungsordnungen niedergelegt. So wird sichergestellt, dass die Kammer bzw. der Prüfungsausschuss anhand des Ausbildungsnachweises prüfen kann, ob alle Ausbildungsinhalte in der verlangten Zeit vom Prüfungskandidaten bearbeitet worden sind.

Das Berichtsheft wird nicht in die Bewertung der Prüfung mit einbezogen. Auch ist es nicht so, dass es „richtig“ oder „falsch“ ausgefüllt sein kann. Wenn ein Azubi in sein Berichtsheft die Inhalte aus der Ausbildungsordnung abschreibt, ohne dass sie im Betrieb tatsächlich behandelt worden sind, schadet er sich im Zweifel sehr viel mehr, als wenn er die tatsächlich durchgeführten Tätigkeiten dort hineinschreibt. Der Prüfungsausschuss muss davon ausgehen, dass alles, was im Ausbildungsnachweis aufgeführt steht, vom Prüfling tatsächlich gemacht worden ist.

Zusammenfassend wird also hoffentlich deutlich, dass ein gut geführtes Berichtsheft in jedem Fall eine gute Investition in die eigene Ausbildung ist. Auch für die Seite der Ausbilder stellt es ein wichtiges Hilfsmittel zur guten Durchführung dieser verantwortungsvollen Aufgabe dar. Ich wünsche hierbei allen Beteiligten ein gutes Gelingen. ■

Es lohnt sich, das Berichtsheft mit Sorgfalt zu führen, da es in Konfliktfällen ein wichtiger Beleg für die Ausbildungsqualität ist.



Neue Mediengestalter-Ausbildungsordnung

Am 1. August 2007 trat die neue Mediengestalter-Ausbildungsordnung in Kraft. Das heißt alle, die in diesem Sommer mit einer Ausbildung zum Mediengestalter/zur Mediengestalterin beginnen, werden nach der neuen Ausbildungsordnung ausgebildet. Der Beruf heißt jetzt Mediengestalter Digital und Print (statt bisher Mediengestalter für Digital- und Printmedien). Alle Azubis, die vor dem 1. August dieses Jahres ihre Ausbildung begonnen haben, werden allerdings noch nach der Ausbildungsordnung des „alten“ Mediengestalters ausgebildet und geprüft.

Warum ist der Beruf neu geordnet worden?

Den Mediengestalter für Digital- und Printmedien gibt es bereits seit 1998. Damals wurden die Druckvorstufenberufe Schriftsetzer, Reprohersteller, Reprograf und Werbe- und Medienhersteller in diesem einen Beruf zusammengefasst, hinzu kamen noch Inhalte aus kaufmännischen Bereichen und neuen Medien. Der Mediengestalter vereinigt also gestalterische, technische und kaufmännische Inhalte. Neben seinen vier Fachrichtungen Medienberatung, Mediendesign, Medienoperating und Medientechnik gab es erstmals bei einem Ausbildungsberuf auch Wahlqualifikationseinheiten, die nach der Spezifikation des jeweiligen Ausbildungsbetriebes ausgewählt werden konnten.

Ein Beruf mit so vielen neuen Inhalten muss natürlich immer wieder überprüft werden, ob die Inhalte und Anforderungen auch der Praxis entsprechen und ob das Ausbildungskonzept stimmig ist. Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BiBB) hat diesen Evaluierungsprozess begleitet und Anregungen gesammelt. Im Frühjahr 2006 wurde das BiBB dann mit der Neuordnung des Ausbildungsberufes beauftragt. Sachverständige von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite wurden benannt, um eine neue Ausbildungsverordnung zu entwickeln. Gleichzeitig hat die Kultusministerkonferenz mit Fachlehrern einen neuen Rahmenlehrplan für die Berufsschule entwickelt.

Was ist neu?

1. Schneidung der Fachrichtungen:

Mediengestalter für Digital- und Printmedien (alt)

Vier Fachrichtungen:

- Medienberatung
- Mediendesign
- Medienoperating
- Medientechnik

Mediengestalter Digital und Print (neu)

Drei Fachrichtungen:

- Beratung und Planung
- Konzeption und Visualisierung
- Gestaltung und Technik

Nach wie vor gliedert sich die Ausbildung in zwei gemeinsame Ausbildungsjahre aller Fachrichtungen (außer den Wahlqualifikationen) und eine Ausbildung in der jeweiligen Fachrichtung im 3. Ausbildungsjahr.

Die Säulen der gemeinsamen Ausbildung bilden wie bisher das Datenhandling, die Medienintegration sowie Gestaltungsgrundlagen. Dabei erhalten jedoch Gestaltung und Typografie einen deutlich höheren Stellenwert als bisher: ein halbes Jahr der Ausbildung ist für diese Inhalte vorgesehen.

■ Fachrichtung Beratung und Planung

Die Inhalte dieser Fachrichtung wurden weitestgehend aus der bisherigen Fachrichtung Medienberatung übernommen und zusätzlich um Marketingkompetenzen ergänzt. Diese Kompetenzen sollen in Zukunft auch verstärkt im Rahmen der Erarbeitung von Projektkonzeptionen, die ein wesentliches Element der Abschlussprüfung darstellen, einbezogen werden.

■ Fachrichtung Konzeption und Visualisierung

Diese Fachrichtung richtet sich überwiegend an die kreativ Tätigen. Kern der Ausbildung ist die Analyse von Kundenanforderungen, um daraus Gestaltungsideen für Medienprodukte zu entwickeln, Designkonzeptionen zu erarbeiten und diese präsentationsreif zu visualisieren.

■ Fachrichtung Gestaltung und Technik

Die meisten Auszubildenden werden in der Fachrichtung Gestaltung und Technik erwartet. Hier sind die bisherigen Fachrichtungen Mediendesign, Medienoperating und Medientechnik zusammengefasst. Kernqualifikation ist hier das Aufbereiten und Bearbeiten von Mediendaten unter Berücksichtigung gestalterischer und technischer Gesichtspunkte für Print- und Digitalmedien.



Die Ausbildungsstruktur

2. Wahlqualifikationen

Die Wahlqualifikationen haben für Unternehmen einen besonders hohen Stellenwert. Sie bieten die Möglichkeit, die Ausbildung auf die jeweiligen Kompetenzen des Unternehmens auszurichten, auch wenn diese in spezialisierten Marktbereichen tätig sind, wie z. B. in den Bereichen Reprografie, Mikrografie, Fotogravurzeichnung, Musiknotenherstellung etc.

Die Inhalte der Wahlqualifikationen wurden der technologischen Entwicklung entsprechend überarbeitet. Teilweise wurden dabei bisherige Wahlmodule neu geschnitten. Darüber hinaus wurden neue Wahlqualifikationen geschaffen, wie z. B. Systembetreuung und Geografik.

		Qualifikationseinheiten		
1. und 2. Ausbildungsjahr	1. bis 18. Monat	Berufsbildung, Arbeits- und Tarifrecht, Aufbau und Organisation des Ausbildungsbetriebes, Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit, Umweltschutz	Während der gesamten Ausbildung zu vermitteln	
		Arbeitsorganisation	10 Wochen	
		Gestaltungsgrundlagen	18 Wochen	
		Datenhandling	16 Wochen	
		Medienintegration	18 Wochen	
		W1-Wahlqualifikation	8 Wochen	
		W1-Wahlqualifikation	8 Wochen	
	19. bis 24. Monat	Zwischenprüfung		
		Arbeitsorganisation	4 Wochen	
		Gestaltungsgrundlagen	10 Wochen	
Datenhandling		6 Wochen		
	Medienintegration	6 Wochen		

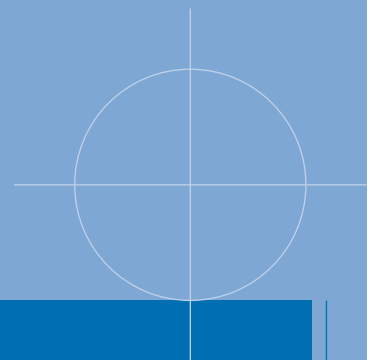
		Fachrichtung Beratung und Planung	Fachrichtung Konzeption und Visualisierung	Fachrichtung Gestaltung und Technik
3. Ausbildungsjahr, 25. bis 36. Monat	Kommunikation und Kooperation	Analyse des Auftrags und Erarbeitung der Konzeption	Arbeitsplanung	
	7 Wochen	7 Wochen	7 Wochen	
	Kundenorientierte Marketingmaßnahmen	Visualisierung der Ideen und Entwürfe	Gestaltungsorientierte Produktion	
	7 Wochen	7 Wochen	7 Wochen	
	Projektplanung und Konzeption	Gestaltungsabstimmung	Technisch orientierte Produktion	
	7 Wochen	7 Wochen	7 Wochen	
	Kundenbeziehungen und Präsentation	Mediengerechte Ausarbeitung	Übergabe- und Ausgabeprozesse	
	7 Wochen	7 Wochen	7 Wochen	
	W2-Wahlqualifikation	W2-Wahlqualifikation	W2-Wahlqualifikation	
	6 Wochen	6 Wochen	6 Wochen	
W2-Wahlqualifikation	W2-Wahlqualifikation	W2-Wahlqualifikation		
6 Wochen	6 Wochen	6 Wochen		
W3-Wahlqualifikation (prüfungsrelevant)	W3-Wahlqualifikation (prüfungsrelevant)	W3-Wahlqualifikation (prüfungsrelevant)		
12 Wochen	12 Wochen	12 Wochen		
Abschlussprüfung				

Wahlqualifikationen		Beratung und Planung	Konzeption und Visualisierung	Gestaltung und Technik
W1-Qualifikationen (je 8 Wochen)	1 Kaufmännische Auftragsbearbeitung I	■		
	2 Kreativitätstechniken	■	■	
	3 Medienproduktion		■	
	4 Typografische Gestaltung			■
	5 Digitale Bildbearbeitung I			■
	6 Produktion von Digitalmedien I			■
	7 Datenausgabeprozesse			■
	8 Hard- und Software			■
	9 Fotogravurzeichnung I			■
	10 Musiknotenherstellung I			■
	11 Verpackungsgestaltung I			■
	12 Geografik I			■
W2-Qualifikationen (je 6 Wochen)	1 Kosten- und Leistungsrechnung	■		
	2 Projektdurchführung	■		
	3 Designkonzeption I		■	
	4 Gestaltung von Printmedien		■	■
	5 Gestaltung von Digitalmedien		■	■
	6 Digitale Bildbearbeitung II			■
	7 Produktion von Digitalmedien II			■
	8 Systembetreuung I			■
	9 Datenbankanwendung			■
	10 Druckformherstellung			■
	11 Reprografie I			■
	12 Druckweiterverarbeitung			■
	13 Digitalfotografie			■
	14 Redaktionstechnik I			■
15 Fotogravurzeichnung II			■	
16 Musiknotenherstellung II			■	
17 Verpackungsgestaltung II			■	
18 Geografik II			■	
W3-Qualifikationen (je 12 Wochen, prüfungsrelevant)	1 Kaufmännische Auftragsbearbeitung II	■		
	2 Designkonzeption II		■	
	3 Text-, Grafik- und Bilddatenbearbeitung			■
	4 Produktorientierte Gestaltung			■
	5 Datenbankbasierte Medienproduktion			■
	6 Interaktive Medienproduktion			■
	7 Audiovisuelle Medienproduktion			■
	8 Systembetreuung II			■
	9 Digitale Druckformherstellung			■
	10 Digitaldruck			■
	11 Reprografie II			■
	12 Mikrografie			■
	13 Tiefdruckformherstellung			■
	14 Redaktionstechnik II			■
	15 Fotogravurzeichnung III			■
	16 Musiknotenherstellung III			■
17 Verpackungsgestaltung III			■	
18 Geografik III			■	

Die vorliegende Ausbildungsstruktur ist eine vereinfachte Darstellung der neuen Ausbildungsmöglichkeiten, die das modulare Konzept der neuen Verordnung für die Ausbildung zum Mediengestalter Digital und Print bietet. Die Verordnung regelt ab August 2007 die Ausbildung zum Mediengestalter. Sie berücksichtigt die vielfältigen Vorschläge aus der Praxis zur Aktualisierung der Verordnung.

Gegenüber der bestehenden Verordnung ist besonders die Neuschneidung der Fachrichtungen und die kompetenzorientierte Beschreibung und Präzisierung der Prüfungen hervorzuheben.

Die Ausbildungsordnung besteht wie bisher aus Pflichtqualifikationen für alle Fachrichtungen, fachrichtungsspezifischen Qualifikationen und Wahlqualifikationen, die sich meist auf die individuelle Produktionsstruktur eines Unternehmens beziehen. Diese sind in den Übersichten mit W1 (jeweils 8 Wochen), W2 (jeweils 6 Wochen) und W3 (jeweils 12 Wochen) aufgeführt.





3. Prüfungen

3.1 Zwischenprüfung

Es gibt nach wie vor eine Zwischenprüfung, die vor dem Ende des 2. Ausbildungsjahres durchgeführt wird. Die Zwischenprüfung bezieht sich sowohl auf die in den ersten 18 Monaten der Berufsausbildung betrieblich vermittelten Qualifikationen, als auch auf den in den Lernfeldern der Berufsschule vermittelten Lehrstoff. Der Zeitrahmen für die gesamte Zwischenprüfung beträgt höchstens sieben Stunden.

Die Prüfung findet in drei Prüfungsbereichen statt:

1. Gestaltung und Realisation eines Medienproduktes
2. Gestaltungsgrundlagen und Medienproduktion
3. Kommunikation, Arbeits- und Sozialrecht

Im Prüfungsbereich *Gestaltung und Realisation eines Medienproduktes* soll der Prüfling eine praktische Aufgabe durchführen. In den Prüfungsbereichen *Gestaltungsgrundlagen und Medienproduktion* sowie *Kommunikation, Arbeits- und Sozialrecht* soll er schriftliche Aufgaben, die sich auf praxisbezogene Fälle beziehen, bearbeiten.

Die Verteilung der Prüfungszeiten ist in der Verordnung nicht geregelt, sodass die Zeiten auf der Ebene des ZFA festgelegt werden. Derzeit sind für den praktischen Prüfungsteil fünf Stunden vorgesehen. Für die beiden schriftlichen Prüfungsbereiche stehen dann jeweils 60 Minuten zur Verfügung. Damit ist eine Umverteilung der Prüfungszeiten zugunsten der praktischen Prüfung getroffen worden. Im Prüfungsbereich *Gestaltungsgrundlagen und Medienproduktion* wird man künftig weniger Aufgaben zu bearbeiten haben als bisher in den fachtheoretischen Prüfungsgebieten. Für jeden der drei Prü-

fungsbereiche werden gesonderte Punkte und Noten ausgewiesen, die jeweils für sich zu betrachten sind. Es wird keine Gesamtnote ausgewiesen.

Bei der praktischen Aufgabe zur *Gestaltung und Realisation eines Medienproduktes* kann je nach Ausbildungsschwerpunkt zwischen einem Printprodukt (z. B. Flyer, Anzeige, Plakat) und einem Digitalmedienprodukt (Internetseite, Bildschirmpräsentation) gewählt werden. Die praktische Aufgabe ist im Gegensatz zur Abschlussprüfung ohne eine konzeptionelle Vorbereitungsphase zu absolvieren. In der Regel legt der Prüfungsausschuss einen Termin zur Durchführung fest. Der Zeitrahmen umfasst 5 Stunden, wobei z. B. das Ausdrucken der Prüfungsunterlagen und das Brennen der CD-ROM mit den Prüfungsergebnissen nicht zur Prüfungszeit gehören. Prüfungsausschüsse müssen keine durchgängige Prüfungsaufsicht führen, können aber jederzeit Stichproben bei der Prüfungsdurchführung machen. Bewertet wird das Endergebnis.

3.2 Abschlussprüfung

Die Abschlussprüfung wird künftig nicht mehr, wie bisher, in die Teile A (Praxis) und B (Theorie) getrennt, sondern es werden Prüfungsbereiche ausgewiesen, die entweder praktisch oder schriftlich zu prüfen sind (siehe Tabelle S. 16).

Der Prüfungsbereich 1 wird mit einem Gesamtgewicht von 50 % bewertet, die vier schriftlich zu prüfenden Prüfungsbereiche 2–5 insgesamt mit 50 %. Am Ende wird eine Gesamtnote gebildet.

Prüfungsbereich 1

Der zeitliche Gesamtrahmen für die Durchführung der praktischen Prüfungsaufgaben beträgt insgesamt in allen drei Fachrichtungen gleichermaßen höchstens neun Stunden. Dabei wurde das bewährte Konzept einer konzeptionellen Phase beibehalten und präzisiert, das heißt, die zehn Arbeitstage für die Kon-

zeptionsphase sind nicht wie bisher eine Empfehlung des ZFA, sondern in der Verordnung heißt es jetzt ausdrücklich, dass dem Prüfungsausschuss 10 Arbeitstage nach Aushändigung der Aufgabenstellung die Konzeption vorzulegen ist.

Die einzelnen Aufgaben wurden in Prüfungsstück I und II umbenannt, und auch die Präsentation wurde dort, wo sie gefordert ist, in der Verordnung klar ausgewiesen. Entsprechend den unterschiedlichen Kompetenzen der Fachrichtungen finden sich diese auch in unterschiedlichen Aufgabenstellungen wieder:

■ Fachrichtung Beratung und Planung

In der Fachrichtung *Beratung und Planung* besteht das Prüfungsstück I aus einer Projektkonzeption einschließlich der Realisierung eines Produktentwurfes. Nach Aushändigung der Aufgabenstellung ist dem Prüfungsausschuss spätestens nach 10 Arbeitstagen die Projektkonzeption vorzulegen. Die Realisierung des Produktentwurfes ist in höchstens 6,5 Stunden durchzuführen. Die Projektkonzeption einschließlich Produktentwurf ist dem Prüfungsausschuss zu präsentieren (max. 30 Minuten). Das Prüfungsstück II, das sich auf die W3-Qualifikation „Kaufmännische Auftragsbearbeitung II“ bezieht, ist in höchstens zwei Stunden anzufertigen. Hier wird sicherlich wieder die bewährte Kalkulation gewählt werden.

■ Fachrichtung Konzeption und Visualisierung

In der Fachrichtung *Konzeption und Visualisierung* besteht das Prüfungsstück I aus einer Designkonzeption einschließlich der Realisierung eines Medienteilproduktes (Entwurf). Nach Aushändigung der Aufgabenstellung ist auch hier dem Prüfungsausschuss nach spätestens 10 Arbeitstagen die Designkonzeption vorzulegen. Für die Realisierung des Medienteilproduktes sind höchstens 6,5 Stunden vorgesehen. Die Designkonzeption ist dem

Prüfungsausschuss zu präsentieren (max. 30 Minuten).

Das Prüfungsstück II *Designkonzeption II* ist in höchstens zwei Stunden anzufertigen. Dies kann sich z. B. auf eine Logogestaltung beziehen.

■ Fachrichtung Gestaltung und Technik

In der Fachrichtung *Gestaltung und Technik* ist hingegen keine Präsentation vorgesehen. Hier besteht das Prüfungsstück I aus der Erarbeitung eines Lösungsvorschlages für die Gestaltung eines Medienproduktes (Entwurf) mit Arbeitsplanung, wobei ein Teilprodukt der Medienproduktion (durchgestaltetes Print- oder Digitalmedienprodukt) zu erstellen ist. Nach Aushändigung der Aufgabenstellung ist dem Prüfungsausschuss spätestens nach 10 Arbeitstagen der Lösungsvorschlag mit einer Arbeitsplanung vorzulegen. Das Teilprodukt der Medienproduktion ist in höchstens sieben Stunden anzufertigen.

Das Prüfungsstück II, das in höchstens zwei Stunden zu erstellen ist, bezieht sich auf die W3-Qualifikationen, die in dieser Fachrichtung vielschichtig sein können.

Bei Prüfungsstücken gilt, dass nur das Endergebnis bewertet wird und nicht der Weg dorthin. Die Prüfungsausschüsse vor Ort sind also nicht verpflichtet, während der gesamten Prüfungszeit beobachtend anwesend zu sein. Es muss lediglich für die ordnungsgemäße Durchführung der Prüfung durch den Prüfling Sorge getragen werden. Einige Prüfungsausschüsse regeln dies, indem sie stichprobenartig die Prüfungsbetriebe besuchen, andere führen die Prüfung an einem zentralen Ort durch.

Beispiele zur Anfertigung der Prüfungsstücke:

Der Prüfungsausschuss gibt zu einem festgelegten Termin die konkrete Prüfungsaufgabe mit der Daten-CD-ROM an die Prüflinge aus und setzt einen Endtermin für die Abgabe der Prüfungsleistung fest,

der mindestens 10 Werktage später datiert ist. Hiermit sind dann 10 Tage konzeptioneller Vorlauf gegeben. Außerdem steht ein Tag zur Verfügung, an dem das Prüfungsstück I realisiert und abgegeben wird.

In welcher Art und Weise die Realisierung der Prüfungsleistung vom Prüfungsausschuss organisiert und überwacht wird, bleibt den örtlichen Gegebenheiten vorbehalten. Die Erfahrung mit den ersten Mediengestalter-Prüfungen zeigt, dass hier über Aufsicht und Organisation unterschiedliche Vorstellungen herrschen.

An einem vom Prüfungsausschuss festzulegenden Termin wird das Prüfungsstück II, die W3-Qualifikationseinheit, abgeprüft. In der Fachrichtung Beratung und Planung ist in Bezug auf die Aufgabenstellung die Durchführung in Klausur bzw. unter Aufsicht zwingend geboten. In den anderen Fachrichtungen wird der notwendige Technikeinsatz eine zentrale Prüfungsdurchführung in den meisten Fällen nicht gestatten.

Für die Präsentation in den Fachrichtungen *Beratung und Planung* und *Konzeption und Visualisierung* stehen verschiedene Optionen zur Verfügung. Eine Möglichkeit könnte sein, dass der Prüfungsausschuss am Ende der Bewertungsphase diese Präsentation durchführen lässt, das Ergebnis in das Gesamtergebnis einbringt und den Prüflingen das Gesamtergebnis der Prüfung mitteilt.

Prüfungsbereiche 2–5

Die Bezeichnungen der schriftlich zu prüfenden Prüfungsbereiche 2 bis 5 (siehe Tabelle S. 16) sind in der Benennung gleich geblieben, außer 3. Medienproduktion (früher: Medienintegration und Medienausgabe). Obwohl für alle Fachrichtungen gleiche Prüfungsbereiche gelten, können die Prüfungskompetenzen, die nachgewiesen werden sollen, unterschiedlich sein. Hier gibt es, analog zur bisherigen Abschlussprüfung,

einen allgemeinen Teil und einen fachrichtungsspezifischen Teil.

Die Prüfungszeiten der Prüfungsbereiche 2 und 3 wurden auf 90 Minuten verringert (statt 120 Minuten). Demnach werden auch hier künftig weniger Aufgaben zu erwarten sein. Bisher hatte man 10 (aus 12) allgemeine Aufgaben und 4 (aus 5) fachrichtungsspezifische Aufgaben. Die neue Verteilung wird so aussehen, dass 8 (aus 9) allgemeine Aufgaben und 3 (aus 4) fachrichtungsspezifische Aufgaben zu lösen sind. In den Prüfungsbereichen *Kommunikation und Wirtschafts- und Sozialkunde* war bisher eine maximale Prüfungszeit von 60 Minuten möglich. Die reale Prüfungszeit lag allerdings bei 45 Minuten. In der aktuellen Verordnung werden keine Maximalzeiten, sondern IST-Zeiten vorgegeben, somit werden diese beiden Prüfungsbereiche künftig 15 Minuten länger geprüft. Ob dies auch Auswirkungen auf den inhaltlichen Umfang hat, muss noch geklärt werden. In der Wirtschafts- und Sozialkunde werden weiterhin die PAL-Prüfungsaufgaben zur Anwendung kommen. Insgesamt kommt man bei den schriftlichen Prüfungsbereichen auf eine Gesamtzeit von 300 Minuten.

Bestehensregelung

Von Bedeutung ist auch die Bestehensregelung. Sowohl im Gesamtergebnis als auch im Prüfungsbereich 1 (praktische Prüfung) müssen mindestens ausreichende Leistungen erbracht werden. In drei weiteren Prüfungsbereichen müssen ebenfalls mindestens ausreichende Leistungen erbracht werden. Die Prüfung ist auch dann nicht bestanden, wenn ein Prüfungsbereich mit ungenügend bewertet wurde. Insgesamt bedeutet dies, dass man sich nur in einem schriftlichen Prüfungsbereich eine mangelhafte Note erlauben kann, in welchem ist allerdings egal. Hier gibt es kein Sperrfach im bisherigen Sinne mehr.



Zwischenprüfung
Maximal 7 Stunden
3 Prüfungsbereiche:
1. Gestaltung und Realisation eines Medienproduktes (praktische Aufgabe) – 5 Stunden Bearbeitungszeit – Aufgabenbeispiele: Anzeige, Flyer, Internetseite, Bildschirmpräsentation
2. Gestaltungsgrundlagen und Medienproduktion (schriftliche Aufgaben) – 60 Minuten Bearbeitungszeit – Aufgaben aus fachtheoretischen Prüfungsgebieten, auch mathematische Berechnungen
3. Kommunikation, Arbeits- und Sozialrecht – 60 Minuten Bearbeitungszeit – Deutschaufgaben (z. B. Arbeitsablaufbeschreibung, Korrekturtext) – Englischaufgaben (z. B. zum Beispiel Gebrauchsanweisungen verstehen und Fragen dazu beantworten) – Aufgaben aus dem Bereich Arbeits- und Sozialrecht

Abschlussprüfung – Praktischer Prüfungsbereich (50 Prozent)			
Fachrichtung	Beratung und Planung	Konzeption und Visualisierung	Gestaltung und Technik
Prüfungsbereich 1	Projektplanung und Konzeption	Designkonzeption und Visualisierung	Gestaltungsumsetzung und technische Realisation
Bestandteile, Prüfungszeiten und Gewichtung	Prüfungsstück I Projektkonzeption (10 Arbeitstage) Realisierung eines Produktentwurfes (6,5 Stunden) 50 Prozent	Prüfungsstück I Designkonzeption (10 Arbeitstage) Realisierung eines Medienteilproduktes (6,5 Stunden) 50 Prozent	Prüfungsstück I Lösungsvorschlag mit Arbeitsplanung (10 Arbeitstage) Erstellung eines Teilproduktes der Medienproduktion (7 Stunden) 75 Prozent
	Präsentation der Projektkonzeption (0,5 Stunden) 25 Prozent	Präsentation der Designkonzeption (0,5 Stunden) 25 Prozent	
	Prüfungsstück II unter Berücksichtigung der W3-Qualifikationseinheit (2 Stunden) 25 Prozent	Prüfungsstück II unter Berücksichtigung der W3-Qualifikationseinheit (2 Stunden) 25 Prozent	Prüfungsstück II unter Berücksichtigung der W3-Qualifikationseinheit (2 Stunden) 25 Prozent

Abschlussprüfung – Schriftliche Prüfungsbereiche (50 Prozent)		
Prüfungsbereich	Prüfungszeit	Gewichtung
2. Konzeption und Gestaltung	90 Minuten	15 Prozent
3. Medienproduktion	90 Minuten	15 Prozent
4. Kommunikation	60 Minuten	10 Prozent
5. Wirtschafts- und Sozialkunde	60 Minuten	10 Prozent

►► Wie lange gibt es Zwischen- und Abschlussprüfungen nach alter Ausbildungsordnung und ab wann werden Prüfungen nach neuer Abschlussprüfung angeboten?

Am 1. August dieses Jahres tritt die neue Mediengestalter-Ausbildungsordnung in Kraft. Demnach steht die erste reguläre Zwischenprüfung in zwei Jahren, also im Frühjahr 2009 und die erste reguläre Abschlussprüfung im Sommer 2010 an.

Da aber vermutlich auch 2-jährige Ausbildungsverträge abgeschlossen werden, bieten wir bereits ein Jahr früher Zwischen- und Abschlussprüfungen an.

Die letzte Abschlussprüfung nach alter Verordnung findet regulär im Sommer 2009 statt, für Wiederholer bieten wir noch eine Abschlussprüfung nach alter Verordnung im Winter 2009/10 an.

	Prüfung alte VO	Prüfung neue VO
AP Winter 2007/08	x	–
ZP 2008	x	x
AP Sommer 2008	x	–
AP Winter 2008/09	x	–
ZP 2009	–	x
AP Sommer 2009	x	x
AP Winter 2009/10	x	x
ZP 2010	–	x
AP Sommer 2010	–	x

Abkürzungen:

AP = Abschlussprüfung

ZP = Zwischenprüfung

Alte VO = Verordnung von 1998, geändert 2002

Neue VO = Verordnung von 2007

Wird es eine Muster-Abschlussprüfung geben?

Eine Muster-Abschlussprüfung nach neuer Ausbildungsordnung veröffentlichen wir ab Winter 2007/08 auf unserer Website www.zfamedien.de

Ausführliche Informationsbroschüre zur neuen Mediengestalter-Ausbildungsordnung

Die aktuelle ZFA-Broschüre „Mediengestalter/in Digital und Print – Informationen für Ausbildungsbetriebe“ enthält neben der Verordnung mit Erläuterungen, den Ausbildungsrahmenplan, umfangreiche Informationen zu den Prüfungen, die Struktur des Rahmenlehrplanes für die Berufsschule, das Ausbildungsprofil und Informationen zur Ausbildungsstruktur und dem zu Grunde liegenden Qualifizierungskonzept.

Informationsschrift, 48 Seiten, DIN A4, Art.-Nr. 84 512
 Hrg.: Zentral-Fachausschuss Berufsbildung
 Druck und Medien (ZFA), Kassel
 Bezug: Druck- und Medienverbände. (bvdm) ■





MedienAward 2007: Folder für Hairyrends

Für die angehenden Mediengestalter bestand in der Fachrichtung Mediendesign im Printschwerpunkt der Sommer-Abschlussprüfung 2007 die Herausforderung, für den fiktiven Friseursalon „Hairyrends“ einen acht- bis zwölfseitigen Folder zu gestalten.

Das erforderte das ganze Können der Prüflinge, denn Hairyrends, ansässig in München, plant den Ausbau seiner Friseurkette an den Standorten Stuttgart, Frankfurt und Hamburg. Ein ehrgeiziges Projekt, das einen anspruchsvollen Werbeauftritt erfordert. Dargestellt werden sollten in erster Linie die neuen Friseurtrends 2008.

Da die 100-Jahre-Gebrüder-Schmidt-Stiftung alle zwei Jahre den MedienAward für Mediengestalter ausschreibt, war es ein ideales Wettbewerbsthema, das die Auszubildenden herausforderte. Für den MedienAward 2007 stehen Preisgelder in einer Gesamthöhe von 2.000 Euro zur Verfügung. Wieder ist eine überwältigende

Beteiligung festzustellen. Anfang August waren bereits über 200 Arbeiten eingegangen. Die Jury wird die Arbeiten im Oktober bewerten, wobei bereits heute festzustellen ist, dass die überwiegende Zahl der Einsendungen ein hohes Niveau aufweist.

Die besten Arbeiten werden am 15. November 2007 in der Print Media Academy in Heidelberg anlässlich der Vergabe des MedienAwards 2007 und des MfG Award 2007 präsentiert. Dann kann auch wieder heftig über das Votum der Jury gestritten werden, und das ist gut so, denn gute Gestaltungsideen entstehen nur im Dialog. Wer die Ausstellung sehen möchte, sollte sich den 15. November vormerken. ■



Weitere Infos erhält man unter:
<http://www.bvdm-online.de/medienaward07/>

Tauchen in der Karibik Fly and Dive



Einsatz des LernCenters 2000plus im Berufsschulunterricht

In der letzten Druck- und Medien-Abc-Ausgabe, Heft 1/53, November 2006, berichtete die Berufsschullehrerin Kirsten Jünck aus Ahaus, was sie ihren Schülern als zusätzliche Lernhilfe zur Prüfungsvorbereitung empfiehlt. Eine Möglichkeit war die Nutzung des LernCenters 2000plus auf der ZFA-Plattform. Ganz konkret hat Kirsten Jünck im letzten Jahr mit zwei Berufsschulklassen des Berufskollegs für Technik Ahaus ein Aufgabenbeispiel aus dem Übungspool herausgegriffen und umgesetzt.

Die Idee des Übungspools: Aus Kundenaufträgen werden Lernaufträge

In der Ausbildungsordnung des Mediengestalters sind die formulierten Fertigkeiten und Kenntnisse relativ allgemein und offen gehalten, um möglichst alle Facetten der Medienproduktion zu berücksichtigen und ein schnelles Veralten der Verordnung zu verhindern.



Anstelle einer Kommentierung der Ausbildungsordnung haben sich die Sachverständigen darauf geeinigt, betrieblichen Produktionsabläufen die Qualifizierungsinhalte aus dem Ausbildungsrahmenplan gegenüberzustellen und zuzuordnen. Dabei sind die einzelnen Arbeitsschritte einer Medienproduktion chronologisch aufgelistet, um den Projekt- und Arbeitsprozesscharakter herauszustellen.

Die im Übungspool veröffentlichten Aufgaben und Beispiele zeigen deutlich auf, dass durch die tägliche Medienproduktion in den Betrieben ein Großteil der Qualifizierungsinhalte vermittelbar ist.

Getreu dem Motto „Aus Kundenaufträgen Lernaufträge machen“, hat der ZFA den Versuch unternommen, realistische betriebliche Geschäftsvorfälle abzubilden und als Übungsaufgaben aufzubereiten.

Aufbau und Nutzung

Die im Übungspool vorliegenden Aufgaben orientieren sich an fiktiven Geschäftsvorfällen im Bereich der Medienproduktion. Um eine bessere projekt- und prozessorientierte Aufgabenstellung entwickeln zu können, wurden ein Projektthema und ein Kunde erfunden: Unter dem Slogan **Fly & Dive** haben sich drei

Tauchschulen in der Karibik zusammengeschlossen. Ein ebenfalls frei erfundenes einleitendes „Briefing“ enthält Informationen zum Image, Angebot und der möglichen Zielgruppe der Tauchschulen.

Zu jeder Aufgabenstellung (Übungsmodul) gibt es eine Aufgabenbeschreibung. Die Aufgabenbeschreibungen enthalten Informationen über die entsprechende Medienproduktion, wie z. B. technische und gestalterische Hinweise.

Ein Modul entspricht der Produktion eines Medienprodukts (z. B. Logo, Briefbogen, Flyer, Website). Die einzelnen Module wurden nach Schwierigkeitsgrad in die drei Ausbildungsjahre aufgeteilt. Diese Aufteilung ist lediglich eine Empfehlung. Es ist durchaus denkbar, dass Azubis, die im 2. oder 3. Ausbildungsjahr sind, Aufgabenstellungen (Module) aus dem 1. Ausbildungsjahr bearbeiten und umgekehrt – je nach Kenntnisstand.

Die didaktische und pädagogische Entscheidung der Ausbilder/innen über die Auswahl, Ergänzung oder Veränderung der Aufgaben bleibt unberührt.

Zu jeder Aufgabenstellung gehören eine Auflistung der möglichen Arbeitsschritte und eine Gegenüberstellung der Inhalte

aus dem Ausbildungsrahmenplan sowie dem schulischen Rahmenlehrplan. Ergänzende Hinweise zur Tiefe der zu vermittelnden Kenntnisse und Fertigkeiten, der Methodenkompetenz sowie Link- und Literaturempfehlungen runden die Module ab.

Konkrete Aufgabenstellung für die Umsetzung des Projektes in der Berufsschule in Ahaus:

Für das Projekt **Fly and Dive** sind Anzeigen für Fachzeitschriften in verschiedenen vorgegebenen Größen zu gestalten.

Bild- und Textmaterial ist vorgegeben. Allerdings stehen die Bilder nur in geringer Auflösung zur Verfügung. Hochauflösende Bilder können beim ZFA bestellt werden, es kann aber auch eigenes Bildmaterial ausgewählt werden.

Für die Herangehensweise werden verschiedene Handlungsweisen vorgeschlagen:

- Prüfung der gelieferten Daten
- Arbeitsablauf planen
- Ideenfindung
- Eckwerte der Gestaltung festlegen
- Produktion
- Qualitätskontrolle

Arbeitsschritte und Qualifizierungsinhalte analog des Ausbildungsrahmenplanes:

Arbeitsschritte

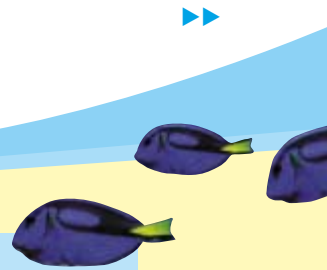
- Kundengespräch/Briefing
- In einem Gespräch mit dem Kunden die Vorstellungen des Kunden klären
- Zusammen mit dem Kunden eine Konzeption entwickeln und ihn über die grundsätzlichen Möglichkeiten der Gestaltung und der technischen Realisierung unter Berücksichtigung der entstehenden Kosten informieren

Inhalte aus dem Ausbildungsrahmenplan

- Kundenbetreuung (§ 4 Abs. 3 Nr. 1.3)
- Kundenwünsche ermitteln und mit dem betrieblichen Leistungsangebot vergleichen sowie daraus Vorgehensweisen für die Kundenberatung ableiten.
- Konzeption (§ 4 Abs. 3 Nr. 2.3)
 - a) Gestaltungskonzeption entwickeln
 - d) Wirkung und Funktion der verschiedenen Medien einplanen sowie Verbreitungsmedien festlegen
 - e) technische und wirtschaftliche Gesichtspunkte berücksichtigen

Hinweise

- Methoden der Vermittlung: Rollenspiel gemeinsam mit Ausbilder/in und Azubis ein Kundengespräch simulieren
- Unterstützt folgende Schlüsselqualifikationen: Kommunikationsfähigkeit



In den Berufsschulklassen wurden Arbeitsgruppen von fünf Personen gebildet, die jeweils eine Anzeigenreihe von fünf Anzeigen gestalten und erstellen sollten.

Das Projekt „Anzeigengestaltung“ wurde mit zwei Berufsschulklassen, einer Mittelstufe und einer Oberstufe, über ein halbes Jahr durchgeführt. Die Klassen hatten 1-2 Schulstunden pro Woche Zeit, an dem Projekt zu arbeiten. Die Mittelstufe musste weder Media- noch Budgetplan erstellen, das Logo der Tauchschule **Fly & Dive** wurde vorgegeben. In der Oberstufe war jeder Arbeitsgruppe ein Azubi der Fachrichtung Medienberatung zugeordnet, der für die Projektleitung zuständig war.

Die Lehrerin Kirsten Jünck hat den Schülern zu Beginn des Projekts einen schriftlichen Arbeitsauftrag mit den Kundenwünschen ausgehändigt, anschließend wurden die bereitgestellten Daten im LernCenter gesichtet. Gemeinsam mit den Schülern wurden Bewertungskriterien für die Gestaltung der Anzeigenkampagne und für die Präsentation festgelegt. Grundsätzlich hielt man sich an die im LernCenter vorgegebenen Arbeitsschritte. Jünck nahm die Rolle der Moderatorin ein, außerdem hat sie zusätzliches Infomaterial zum Thema Anzeigengestaltung bereitgestellt.

Allgemeines Fazit einer Schülerin:

Neues Projekt/neue Fähigkeiten: Nicht jeder von uns ist ein geübter Anzeigengestalter und kennt sich mit den notwendigen Programmen wie Photoshop, InDesign, QuarkXPress und Illustrator auf Anhieb aus. Deswegen haben wir das **Fly & Dive**-Projekt auch dafür genutzt, unsere Fähigkeiten in diesen Bereichen zu erweitern oder aufzufrischen.

Neuer Zeitplan: Was ebenfalls sehr wichtig bei so einem Projekt ist, ist das Planen und Einteilen von Arbeiten. Ohne eine gute Ein- bzw. Aufteilung der gestellten Aufgaben wäre es uns kaum möglich gewesen, eine fertige Anzeige in dem vorgegebenen Zeitraum abzuliefern.

Viel Kommunikation: Etwas, was in diesem Projekt im Mittelpunkt stand, war die Kommunikation unter uns. Bei uns innerhalb der Gruppe hat die Sprache gestimmt, den wir konnten uns immer gut miteinander verständigen und austauschen. Dabei haben wir auch auf verschiedene Hilfsmittel wie unser Forum, E-Mail und SMS zurückgegriffen. Dies alles hat uns geholfen, den vorgegebenen Zeitplan einzuhalten und den Stressfaktor für jeden Einzelnen zu minimieren.

Ein Rückblick: Alles in allem kann man sagen, dass uns das Projekt **Fly & Dive** viel Spaß gemacht hat. Wir haben viel gelernt und konnten auch selber einiges weitergeben.

Fazit einer Schülerin zum Thema Gruppenarbeit:

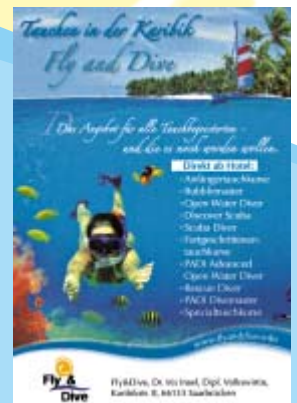
„Ich denke, dass die gesamte Gruppenarbeit in kleineren Gruppen viel besser und vor allem schneller über die Bühne gegangen wäre.“

In unserer Gruppe ist meiner Meinung nach so einiges schief gelaufen. Wir haben zu Beginn versucht, schnell jeder für sich eine Anzeige zu gestalten, uns diese dann gegenseitig vorzustellen und dann die schönsten Gestaltungselemente, Schriften, etc. auszuwählen, um daraus dann unsere Gruppenanzeige zu erstellen ... Wir haben dann beschlossen, welche Elemente in unsere Gruppenanzeige kommen. Da wir uns aber bezüglich Schrift, Farbe etc. noch nicht 100%ig einig waren, vereinbarten wir, uns weitere Entwürfe zuzumailen.

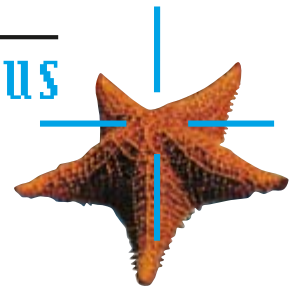
Als wir nach der Zwischenprüfung weiter an den Anzeigen arbeiten wollten, hatten einige ihre Anzeigen bereits fertig gestellt und danach sollte sich dann gerichtet werden. Es wurde nichts mehr in der Gruppe beschlossen. Von daher hatte diese Anzeigengestaltung für mich nichts mit einer Gruppenarbeit zu tun. Es war allerdings auch die erste Gruppenarbeit, in der wir zusammen etwas Gestalterisches entwickelt haben.

Ich für meinen Teil denke aus dieser Vorgehensweise gelernt zu haben und versuche es beim nächsten Mal besser zu machen. Vielleicht sollte man in Zukunft einen aus der Gruppe bestimmen, der das Ganze in die Hand nimmt. Ich glaube, dann wäre so einiges besser gelaufen.“

mediengestalter|in **2000 plus**



mediengestalter|in 2000 plus



Die 33 Auszubildenden haben nach dem Projekt folgenden Feedback-Bogen ausgefüllt, dabei kamen folgende Ergebnisse heraus:

Wie bewerten Sie allgemein das Angebot des Übungspools:

Note 1:	1
Note 2:	6
Note 3:	21
Note 4:	3
Note 5:	2

Was gefällt Ihnen sehr gut an dem Übungspool/den Modulen:

Das Layout der Module	2
Navigationsstruktur/Benutzerführung	7
Der Funktionsumfang/die Funktionalität	8
Usability/Benutzerfreundlichkeit/Übersichtlichkeit	11
Art und Weise der Vermittlung der Inhalte (Text/Animation)	15
Download und Infos zu den Modulen	12

Was gefällt Ihnen weniger an dem Übungspool/den Modulen:

Das Layout der Module	8
Navigationsstruktur/Benutzerführung	13
Der Funktionsumfang/die Funktionalität	6
Usability/Benutzerfreundlichkeit/Übersichtlichkeit	16
Art und Weise der Vermittlung der Inhalte (Text/Animation)	5
Download und Infos zu den Modulen	10

Diese Ergebnisse sind sehr vielfältig, man kann erkennen, dass die Art und Weise der Vermittlung besonders gut ankam, andere Dinge wie Usability/Benutzerfreundlichkeit/Übersichtlichkeit wurden von vielen Schülern sowohl positiv als auch negativ eingeschätzt. Auch „Download und Infos zu den Modulen“ wurde von vielen Nutzern positiv eingeschätzt, aber auch von vielen als weniger gut.

Gab es während der Benutzung technische Probleme?

- Teilweise Probleme mit dem Einloggen ins LernCenter 2000plus
- teilweise zu lange Ladezeiten
- manche Seiten waren nicht druckbar

Persönliche Anmerkungen:

- Bildauswahl ist schlecht
- Texte sind für Anzeigen zu umfangreich
- Texte teilweise fehlerhaft
- gute Vorbereitung auf Zwischen- und Abschlussprüfung (schriftlich und praktisch)
- die Idee des LernCenters ist sehr gut
- die Inhalte und Übungsaufgaben waren klasse und sehr informationsreich
- teilweise sehr gute Module, teilweise langweilige Module

Verbesserungsvorschläge:

- solche Projekte nicht unbedingt als Gruppenarbeit durchführen
- Aufgaben weniger umfangreich stellen
- Bildauswahl sollte selbst getroffen werden
- Informationsaustausch der Benutzer fördern
- Animationen dauern zu lange/und sind teilweise zu verspielt

Alles in allem haben die Auszubildenden anhand der Gruppenarbeit sicher viel gelernt, sowohl positive als auch negative Erfahrungen gemacht. Das ist Sinn und Zweck des Übungspools, der noch sehr viel mehr Aufgabenstellungen und Projektarbeiten anbietet.

Nutzen auch Sie die Möglichkeiten des LernCenters: <http://lerncenter.mediengestalter2000plus.de/>

Kosten für die Nutzung des LernCenters

Damit das LernCenter auch nach Ende des geförderten Projektes „Mediengestalter 2000plus“ weiter zur Verfügung gestellt und weiterentwickelt werden kann, muss seit August 2003 für die Benutzung ein Beitrag von 24 Euro pro Nutzer jährlich erhoben werden.

Für Berufsschulen gibt es vom ZFA folgendes Angebot:

ein Schüler	24 Euro/Jahr
bis 10 Schüler	150 Euro/Jahr
bis 20 Schüler	240 Euro/Jahr
bis 30 Schüler	330 Euro/Jahr
ab 30 Schüler	11 Euro/Jahr pro Schüler

Tauchen in der Karibik

Das Angebot für alle Tauchbegeisterten - und die es noch werden wollen.

- Anfängertauchkurse
- Bubblemaster
- Open Water Diver
- Discover Scuba
- Scuba Diver
- Fortgeschrittenentauchkurse
- PADI Advanced Open Water Diver
- Rescue Diver
- PADI Divemaster
- Spezialtauchkurse
- Höhlentauchen
- Rilltauchen
- Wracktauchen

Infos unter www.flyanddive.info

Hotel Adressen:

Punta Cana
Beach Place / P.O. Box 1153
Tel.: 221 - 33 78 / Fax.: 687 - 85 26

Beach Hotel
Beach Plaza / P.O. Box 5634
Tel.: 563 - 48 11 / Fax.: 523 - 75 39

Hotel Dominica
Bayshore / P.O. Box 3639
Tel.: 686 - 92 15 / Fax.: 687 - 52 97



Mediengestalter-Ausbildung – es gibt immer was zu tun

Ein Gespräch mit der Ausbilderin und Auszubildenden von Hornbach



Die Hornbach-Baumärkte sind bekannt aus der TV- und Rundfunkwerbung und nicht zuletzt durch ihre Märkte selbst. Dabei denken wohl die wenigsten daran, dass am Erscheinungsbild auch Mediengestalter-Azubis der hauseigenen Marketingabteilung mitwirken. Auf den ersten Blick mag man es als Außenstehender als eine Einschränkung begreifen, nur für einen Kunden mit einem vorgegebenen Design zu arbeiten. Auch fragt man sich, wie alle Ausbildungsinhalte vermittelt werden können – eine Aufgabenstellung, vor der viele Ausbildungsbetriebe stehen.

Druck- und Medien-Abc im Gespräch im Gespräch

Das Gespräch mit Katherina Stamer, Leiterin Team Printmedien im Bereich Marketing und Ausbilderin, sowie mit den Auszubildenden im zweiten Lehrjahr Sabrina Keck und Jaqueline Koppe und den in diesem Sommer ausgelehrten Mediengestaltern Christopher Boesner, Christoph Straßburger und Bastian Trauth gibt einen Einblick, wie Ausbildung sinnvoll gestaltet werden kann.

Wie viele Auszubildende gibt es bei Hornbach und wie viele davon sind im Medienbereich beschäftigt?

Katherina Stamer: Aktuell werden bei Hornbach 677 Azubis beschäftigt. Davon sind zwei im Marketing im 2. Ausbildungsjahr. In diesem Jahr haben bei Hornbach vier Mediengestalter ihre Prüfung mit Erfolg beendet.

Welche Berufe und Fachrichtungen werden bei Ihnen ausgebildet?

Katherina Stamer: Im Hornbach-Konzern werden die Berufe Verkäufer/in, Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Kaufmann/-frau für Bürokommunikation, Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel, Bürokaufmann/-frau, Fachinformatiker/-in Systemintegration, Fachkraft für Lagerlogistik und Mediengestalter/in ausgebildet. Die Mediengestalter-Ausbildung findet in der Fachrichtung Mediendesign, Schwerpunkt Print, statt.

Wo liegen die Arbeits- und damit Ausbildungsschwerpunkte in der Marketing-Abteilung von Hornbach?

Katherina Stamer: Im Bereich Marketing/Werbegrafik werden im Moment Mediengestalter mit dem Schwerpunkt Print ausgebildet. Nonprint-Ausbildung ist für das Jahr 2008 angedacht. Ein Schwerpunkt der Ausbildung liegt darin, die Auszubildenden darauf vorzubereiten, komplexe Themen und Projekte selbstständig und später eigenverantwortlich zu betreuen. Außerdem wird durch das vorgegebene CI die Kreativität der Azubis besonders gefordert und somit auch gefördert.

Mit den vorhandenen Schriften, Farben und Elementen müssen immer wieder neue und an aktuelle TV- und Print-Kampagnen angelehnte Projekte geplant und medienübergreifend (Anzeigen, Werbehefte, Marktbeschilderung, Geschäftsdrucksachen und Internet) umgesetzt werden.

Ein weiterer Schwerpunkt der Ausbildung liegt in der professionellen Bedienung der Programme InDesign, Photoshop und Illustrator ebenso wie Kenntnisse in MS Office.

Genauso wichtig ist es, die Sozialkompetenzen wie z. B. Disziplin, Höflichkeit, Freundlichkeit, Umgangsformen, das Übernehmen von Verantwortung, den Mut, die Initiative zu ergreifen und Selbstständigkeit zu vermitteln, um dem Auszubildenden das nötige Rüstzeug und die Motivation, die Zukunft positiv anzugehen, an die Hand zu geben.

Bilder: Team Print Hornbach



Sie arbeiten in Ihrer Abteilung im Grunde ja nur für einen Kunden mit festgelegtem Corporate Design, vorgegebenen Schriften und Farbenpaletten.

Wie beziehen Sie in der Ausbildung auch andere Aspekte der Gestaltung mit ein?

Katherina Stamer: Durch die vielfältigen Printprodukte (Werbehefte, Flyer, Broschüren, Plakate, Anzeigen, Geschenkgutscheine, Geschäftsdrucksachen usw.) und die jeweilige Integration aktueller Kampagnen ist eine Vielfältigkeit in der Ausbildung gegeben. Dies wird ebenfalls durch Neuentwicklungen (Eigenmarken, Fanshop-Artikel und deren Präsentation in den Märkten) sowie die Zusammenarbeit mit Werbeagenturen verschiedener Lieferanten gefördert.

Um den Aspekt des Layoutens mit der Hand nicht zu verlieren, gibt es einen monatlichen Workshop, bei uns genannt Zeichenschule mit Karli, in dem kreatives Festhalten von Eindrücken, freies Zeichnen von Perspektiven und vieles mehr vermittelt wird.

Die Azubis können bei Fotoshootings dem Fotografen und dem Organisator über die Schulter schauen und bekommen so einen Überblick, was zu einem Shooting dazu gehört.

Nicht vergessen sollte man die „Tage der Typografie“, bei denen es immer wieder neue Denkansätze und Erfahrungen auszutauschen gilt.

Über eine Vielzahl von Fachbüchern wird es den Azubis ermöglicht, auch hier Anregungen und Informationen einzuholen.

Wie werden z. B. die Ausbildungsaspekte von Druck- und Weiterverarbeitung oder Nonprint-Themen vermittelt?

Katherina Stamer: Durch die teilweise Prooferstellung im Haus kann dieser Bereich sehr umfassend vermittelt werden. Ebenso sind Besuche von Druckereien mit den verschiedensten Druckverfahren (Tief-, Rollenoffset- und Siebdruck) ein fester Bestandteil der Ausbildung. Auch Messebesuche (Mac Expo, PRO SIGN und 2008 die Drupa) dienen den Azubis als Informationsquelle und Möglichkeit der Weiterbildung.

Wie sehen Sie als Auszubildende Ihre Ausbildungssituation innerhalb der hauseigenen Grafikabteilung?

Die Auszubildenden: Wir haben die Möglichkeit, schon frühzeitig (je nach Erfahrungsstand) eigenverantwortlich zu arbeiten. Dies betrifft kleinere Projekte, die mit der Zeit an Wichtigkeit und Umfang zunehmen können und uns danach als eigener Bereich zugeteilt werden. Dennoch ist jederzeit eine Ansprechperson in Reichweite, welche uns bei Fragen oder auftretenden Problemen zur Seite steht. Die Möglichkeit, eigene Entscheidungen zu treffen, prägt die Persönlichkeit und bildet somit eine gute Basis für das spätere Berufsleben.

Trotz der Einschränkung auf einen „Kunden“, welche Vorteile sehen Sie in der Ausbildung bei Hornbach?

Die Auszubildenden: Die einzige Einschränkung bezieht sich lediglich auf das vorgegebene CI. Durch die Zusammenarbeit mit fast allen Abteilungen sowie Märkten und internationalen Regionen ist die Arbeit stets abwechslungsreich und herausfordernd. Die an uns herangetragenen Aufträge reichen von deutschlandweit gesteuerten Anzeigen über Broschüren, Plakate, Textildesign, Verpackungsdesign bis hin zur Konzeption einzelner Projekte und deren Betreuung. Die Arbeit für einen Kunden hat außerdem den Vorteil, dass wir perfekt auf den Kunden eingestellt sind und auch relativ kurzfristig auf Anfragen reagieren können. Sehr gute technische Ausstattung erleichtert uns das Arbeiten auf hohem Niveau.

In welchen Bereichen werden Sie als Auszubildende eingesetzt?

Die Auszubildenden: Konzeption und Gestaltung von Printprodukten aller Art, Betreuung und Steuerung externer Agenturen, Präsentationsvorbereitung und deren Vorführung, Proof-Erstellung, Datenaufbereitung, Bildbearbeitung, Arbeiten mit Datenbanken und vieles mehr.

Vielen Dank für das aufschlussreiche Gespräch! ■

Tutorials: Lehr- und Lernmaterialien für Buchbinder

Es gibt in der Druckindustrie keinen zweiten Bereich, der in den Be- und Verarbeitungstechniken so vielfältig ist wie die Buchbinderei. Allein die Maschinentechnologien umfassen einen Bogen von Trenn- über Materialverform- und Fügetechniken bis hin zu Maschinen- und Anlagensystemen in Fließlinie zur Herstellung und dem Versand von komplexen Druckprodukten.

Die computergesteuerte Produktion ist heute weitgehend Realität. Neben der traditionellen Herstellung von Broschüren und Büchern ist das Publizieren auf Bestellung (Printing-and-binding-on-demand) eine große Herausforderung. Zudem verarbeiten Buchbinder ganz unterschiedliche Materialien, angefangen von Papier und Pappe sowie Karton über unterschiedliche Kunststoffe bis hin zu Klebstoffen, Gewebe, Gazen, Vliesen, Shirting, Zwirnen, Heftdraht u. a. m. Die Vielfalt der Materialien und Fertigungstechniken ist fast unbegrenzt.

Leider ist die buchbinderische Literatur sehr begrenzt. Vielfach muss auf Unterlagen der Zulieferindustrie zurückgegriffen werden, die in den meisten Fällen, bezogen auf spezifische Maschinentechiken und -verfahren, hervorragend sind. Nur wenige umfassende Fachbücher sind auf dem Markt. An erster Stelle ist das Werk „Industrielle Buchbinderei“ von Heinze/

Liebau zu nennen, das im Verlag „Beruf+Schule“ erscheint. Es bietet auf fast 800 Seiten das gesamte Wissensspektrum für den Buchbinder, enthält aber zum Teil Informationen, die sich eher an die Leitungsebene einer Buchbinderei oder Studierende wenden.

Das umfassendste Werk für die Ausbildung von Buchbindern war jahrelang der Ausbildungsleitfaden Druckweiterverarbeitung des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm), der 1986 erstmals erschien und 1996 in überarbeiteter Fassung herausgegeben wurde. Leider ist dieses Werk, an dem 20 Autoren aus der Praxis und Berufsschullehrer mitwirkten, derzeit vergriffen. Der Verband hat sich deshalb entschlossen, das Werk den Auszubildenden in einzelnen Teilen digital zur Verfügung zu stellen. Jetzt steht es in Form von Tutorials auf der Homepage des ZFA kostenlos unter www.zfa.medien/Ausbildung/Buchbinder/Tutorials zur Verfügung. Zu einem

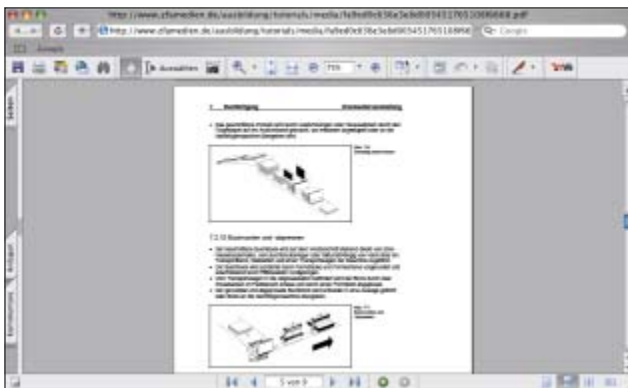
großen Teil wurden die Artikel von den Autoren überarbeitet, denen an dieser Stelle unser Dank gilt. Einige Teile müssen allerdings noch überarbeitet werden. Trotzdem wurden diese Kapitel online gestellt, damit das gesamte Wissensspektrum zur Verfügung steht.

Daneben wurde das in dem Leitfaden integrierte Lexikon für Buchbinder von Jochen Goerke, Berufsschullehrer aus Essen, überarbeitet und ergänzt und ebenfalls auf der Homepage des ZFA online gestellt. Das Lexikon ist die umfangreichste Fundstelle für das buchbinderische Fachwissen, das derzeit im Internet existiert. Integriert wurden zum besseren Verständnis auch Abbildungen, die aus dem „Handbuch der Printmedien“ von Helmut Kipphan stammen, erschienen im Springer Verlag, Heidelberg. An dieser Stelle gilt unser Dank der Heidelberger Druckmaschinen AG, die freundlicherweise der Veröffentlichung der Abbildun-



gen in dieser Form zugestimmt hat. Gerade das Lexikon bietet sich insbesondere für die Prüfungsvorbereitung an, denn viele Begriffe in der Buchbinderei werden oft unterschiedlich interpretiert.

Die Tutorials sollen natürlich ständig an die aktuelle technische Entwicklung angepasst werden. Deshalb ist es hilfreich, wenn die Leser Fehler finden und diese an die Redaktion melden. Man kann Anregungen entweder per E-Mail an den ZFA richten (info@zfamedien.de) oder direkt online Kommentare zu den einzelnen Tutorials schreiben. Dieses Tool findet man jeweils direkt unter den einzelnen Tutorials. Wer umfangreiche Korrekturen hinzufügen oder eigene Tutorials zu noch nicht bearbeiteten Themen schreiben möchte, sollte sich als Autor melden (siehe Infokasten: Autoren gesucht). ■



<http://www.zfamedien.de/ausbildung/buchbinder/tutorials/>

Tutorialthemen für Buchbinder

- 1 Erzeugnisse der Druckweiterverarbeitung
- 2 Naturwissenschaftliche Grundlagen (noch nicht veröffentlicht)
- 3 Werk- und Hilfsstoffe
 - 3.1 Papier, Karton, Pappe
 - 3.2 Kunststoffe
 - 3.3 Klebstoffe
 - 3.4 Gewebe
 - 3.5 Sonstige Werk- und Hilfsstoffe
- 4 Mess- und Prüftechniken
 - 4.1 Werkstoffprüfung
 - 4.2 Qualitätskontrolle
 - 4.3 Materialberechnung
- 5 Fertigungstechniken
 - 5.1 Schneiden
 - 5.2 Falzen (noch nicht veröffentlicht)
 - 5.3 Kleben
 - 5.4 Zusammentragen
 - 5.5 Heften
 - 5.6 Klebebinden
 - 5.7 Buchblockbearbeitung und -endfertigung
 - 5.8 Endausstatten
 - 5.9 Deckenmachen
 - 5.10 Prägen
 - 5.11 Sonderfertigungstechniken
- 6 Broschürenfertigung
- 7 Buchfertigung
- 8 Sonderarbeiten und Musterfertigung
- 9 Pflegen und Instandhalten
- 10 Arbeitssicherheit und Umweltschutz (noch nicht veröffentlicht)
- 11 Prüfungen

Buchbinder-Lexikon

Autoren gesucht

Der ZFA sucht noch kompetente Autoren, die bereit sind, einige Teile der Tutorials zu überarbeiten. Natürlich wird diese Überarbeitung honoriert.

Wenn Sie Interesse haben, melden Sie sich bitte bei Frau Jacob, ZFA (info@zfamedien.de, Tel.: 05 61 / 5 10 52-0). Oder melden Sie sich direkt als Autor unter dem Button an „Autor werden“.



Standardisierung vereinfacht die Kommunikation zwischen allen an der Produktion Beteiligten. (Foto: Viscom)

Der Autor ist Staatlich geprüfter Drucktechniker und Referent für Offsetdruck im Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm).

HARRY BELZ

Standardisierung braucht gut ausgebildete Mitarbeiter

Wozu eigentlich standardisieren?

Auftraggeber von Druckprodukten setzen heute bei jedem Druckvorstufen- und Druckbetrieb farbsicheres Arbeiten als selbstverständlich voraus. Die Kunden erwarten, dass das Ergebnis einer farbigen Druckauflage im Vorfeld korrekt visualisiert und gezielt beeinflusst werden kann. Außerdem legen sie Wert darauf, dass im Falle von Wiederholaufträgen oder verteilter Druckproduktion jederzeit und an jedem Ort das gleiche Resultat erzielt werden kann.

Dieser Erwartungshaltung stehen allerdings einige Schwierigkeiten entgegen:

- Die Produktion in der Druckindustrie erfolgt in der Mehrzahl aller Fälle in einer innerbetrieblichen oder gar betriebsübergreifenden Arbeitsteilung. Vor- oder nachgelagerte Prozessschritte entziehen sich vielfach dem Einfluss des jeweils ausführenden Betriebes. Das gilt insbesondere dann, wenn der Kunde z. B. die Datenerzeugung selbst übernimmt oder die Arbeit zwischen den unterschiedlichen Prozessstufen koordiniert.
- Es wird mit offenen Systemen gearbeitet. Hard- und Software sind dabei überwiegend frei kombinierbar.
- Die für den Druck aufzubereitenden Sujets durchlaufen eine Vielzahl von Bearbeitungsschritten und Konvertierungen, die jeweils Veränderungen an den für die Farbcharakteristik relevanten Bildinformationen hervorrufen können.
- Nicht nur die zur Produktion verwendeten Maschinen und Geräte sondern auch die eingesetzten Materialien wie Prüfdrucker-Tinten, Druckplatten, Druckfarben und Bedruckstoffe sind sehr vielfältig. Über deren drucktech-

nisch relevanten Eigenschaften ist naturgemäß nicht jeder an der Erzeugung des Druckproduktes Beteiligte informiert.

- Druckproduktionen laufen meist als individuelle Auftragsfertigung und unter einem hohen Zeitdruck ab. Umfangreiche Tests und Probeläufe (z. B. mit erstmals eingesetzten Bedruckstoffen) können daher normalerweise nicht durchgeführt werden.
- Die für die meisten Druckprodukte am Markt erzielbaren Preise lassen es ebenfalls oft nicht zu, auftragsindividuelle Lösungen für eine möglichst farbgetreue Reproduktion zu entwickeln.

Definierte Schnittstellen sind die Voraussetzung für das Funktionieren einer arbeitsteiligen Produktion

Um die Vielfalt der Einflussfaktoren bei der arbeitsteiligen Offset-Druckproduktion beherrschen zu können, bedarf es einer Fülle von Schnittstellen-Definitionen. Immer dort, wo ein Zwischenprodukt von einer Prozessstufe an eine andere übergeben wird, soll sichergestellt werden, dass es mit ihm möglich ist, das Endprodukt mit der gewünschten Farbqualität zu erzeugen. Die Definition von Schnittstellen wird im Handbuch *ProzessStandard Offsetdruck* des Bundesverbandes Druck und Medien in erster Linie in Form von Sollwerten vorgenommen, die als Richtschnur für die tägliche Arbeit im Betrieb dienen sollen.

Die Verantwortung zur Einhaltung der Sollwerte hat immer derjenige, der die entsprechenden Arbeiten durchführt und das Ergebnis an die nachfolgende Prozessstufe liefert. Eine Eingangskontrolle (z. B. eine Datenprüfung) im nächsten Prozessschritt kann nur dann zwingend vorausgesetzt werden, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.

Bei industrieller Produktion sind begrenzte Abweichungen vom Sollwert nicht zu vermeiden

In der Regel ist es nicht möglich, die in Form von Sollwerten vorliegenden Vorgaben exakt einzuhalten. Wie in allen industriellen Fertigungsprozessen treten auch bei der Druckproduktion Abweichungen oder Schwankungen um einen Vorgabewert auf, die technisch unvermeidbar sind. Sie ergeben sich zwangsläufig durch die Güte der eingesetzten Maschinen und Geräte und die Beschaffenheit der verwendeten Materialien. Daher sind im *ProzessStandard Offsetdruck* auch Toleranzgrenzen angegeben, die den Anspruch an das jeweilige Ergebnis auf das technisch machbare und wirtschaftlich sinnvolle Maß beschränken.

Natürlich ist es grundsätzlich denkbar, die Abweichungen und Schwankungen beispielsweise durch die genaue Abstimmung des Prozesses auf eine bestimmte Papiersorte, Druckfarbe, Druckmaschine oder ein bestimmtes Messgerät weiter zu reduzieren. Eine solche Vorgehensweise wäre allerdings mit hohen Kosten verbunden, die durch die erzielbaren Verkaufserlöse nur in den seltensten Fällen gedeckt

werden können. Es ist daher nicht die Intention des *ProzessStandard Offsetdruck*, Einzelfallregelungen für alle denkbaren Kombinationen von Einsatzfaktoren anzubieten. Vielmehr geht es darum, eine möglichst überschaubare Zahl branchenweit anwendbarer Schnittstellen zur Verfügung zu stellen, die eine effiziente Produktion (d. h. vertretbare Qualität zu vertretbaren Kosten) gewährleisten.

Standardisierung bedeutet nicht die Einschränkung der Materialauswahl

Andererseits strebt das Standardisierungskonzept nicht nach einer Vereinheitlichung der eingesetzten Geräte und Materialien. Im Fokus steht stattdessen immer das anzustrebende Farbergebnis der Druckauflage. Dabei ist es sogar durchaus erwünscht, dass Materialien mit unterschiedlichen Eigenschaften zur Verfügung stehen. Nur so ist es nämlich praktikabel, vor dem Hintergrund betriebsindividueller Gegebenheiten durch geeignete Auswahl und Kombination von z. B. Druckfarben und Drucktöchern die Vorgaben einzuhalten.

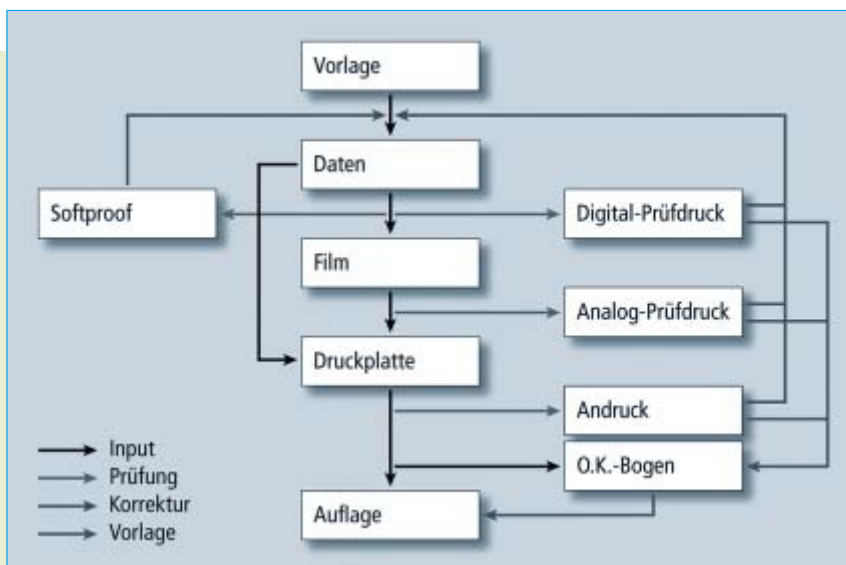
Der *ProzessStandard Offsetdruck* beschränkt sich jedoch nicht darauf,

Sollwerte und Toleranzen für die Druckproduktion vorzugeben. Es zeigt auch Methoden auf (z. B. in Form von Schritt-für-Schritt-Arbeitsanleitungen), wie diese Vorgaben im Produktionsprozess auf effiziente Weise erfüllt werden können. Ausführlich werden die dazu benötigten Mittel (Messgeräte und Kontrollmittel) beschrieben, mit denen sich die Produktionsergebnisse überprüfen und die einzelnen Prozessschritte absichern lassen.

Standardisierung steigert die Effizienz

Die konsequente Anwendung des *ProzessStandard Offsetdruck* bietet allen, die an der Erzeugung eines Druckproduktes mitarbeiten, eine Fülle von Vorteilen:

- problemlose Zusammenarbeit zwischen Kunden, Agenturen, Druckvorstufen- und Druckbetrieben,
- geringerer auftragsbezogener Kommunikationsaufwand durch klare, branchenweit gültige Vorgaben,
- gute Farbübereinstimmung bei Druckproduktion an unterschiedlichen Orten bzw. bei Folgeaufträgen,
- engere Fertigungstoleranzen durch gezielte Fertigung auf das gewünschte Farbergebnis hin,



Schematische Darstellung des Druckproduktions-Prozesses. An zahlreichen Schnittstellen werden Farbinformationen übergeben bzw. übernommen. Durch definierte Sollvorgaben wird sichergestellt, dass diese Informationen vorhersehbar, gezielt zu steuern und reproduzierbar sind.

- überflüssige (weil ungezielte) Farbkorrekturen in der Vorstufe werden vermieden,
- verkürzte Abstimmzeiten im Druck; Druckabnahmen durch den Kunden sind verzichtbar bzw. weniger zeitaufwändig,
- Vermeidung unnötigen Materialverbrauchs,
- problemloses Drucken von Sammelformen,
- weniger unproduktive Zeiten aufgrund von Prozessstörungen (z. B. durch Fehlbebilderung von Druckplatten und dadurch verursachte Wartezeiten an der Druckmaschine),
- geringere Fehlerkosten, weniger Reklamationen,
- klare Verantwortlichkeiten, dadurch Erleichterung der Fehleranalyse und Absicherung gegen ungerechtfertigte Reklamationen,
- transparente Prozesse, dadurch Möglichkeit zur Prozessautomatisierung und -vernetzung (z. B. Job-Tracking).

Zusammengefasst ergeben sich daraus deutliche Effizienzvorteile für standardisiert arbeitende Betriebe der Druck- und Medienindustrie:

- erhöhte Produktionssicherheit durch reibungslose Abläufe,
- reduzierte Kosten für Material und Zeit,
- erhöhte Qualität des Druckproduktes,
- höhere Kundenzufriedenheit, gesteigerte Kundenbindung.

Diese Vorteile sind umso spürbarer, je besser es gelingt, auch Kunden, Lieferanten und Kollegenbetriebe davon zu überzeugen. Erst wenn alle an der Druckproduktion Beteiligten ihren Teil dazu beitragen, können die Potenziale des *ProzessStandard Offsetdruck* voll ausgeschöpft werden.

Qualifizierung ist Grundvoraussetzung

Die Einführung der Standardisierung im Druck- und Medienbetrieb führt naturgemäß zunächst einmal zu Kosten, die durch die dargestellten Vorteile allerdings deut-

lich überkompensiert werden. So sind beispielsweise Kontrollmittel oder Messgeräte anzuschaffen, betriebliche Abläufe müssen angepasst werden und anderes mehr. Erfahrungsgemäß wird dabei häufig der Aufwand unterschätzt, der für die Schulung der Mitarbeiter betrieben werden muss. Denn standardisierte Prozessabläufe setzen bei allen Beteiligten eine hervorragende Beherrschung der ihnen anvertrauten Hard- und Software und ein hohes Maß an Methodenkompetenz voraus. Aus der Praxis wird berichtet, dass sich dieser Schulungsaufwand nicht nur bei der Umsetzung des *ProzessStandard Offsetdruck* amortisiert hat. Die dadurch gesteigerte Motivation der Mitarbeiter zu selbstständiger Arbeit, verbunden mit einer ganzheitlichen Sicht auf die im Unternehmen ablaufenden Prozesse (abteilungsübergreifendes Denken) haben vielfach ganz neue Potenziale für die Weiterentwicklung des Unternehmens erschlossen und damit auch den Mitarbeitern selbst neue Chancen für ihr berufliches Fortkommen eröffnet.

Standardisierungs-Know-how interaktiv und multimedial

Vorhersehbare und jederzeit reproduzierbare Farbqualität, hohe Prozesssicherheit und niedrige Produktionskosten sind die Ziele bei der Anwendung des *ProzessStandard Offsetdruck*. Mit der neuen Lern-CD-ROM „*ProzessStandard Offsetdruck – Eine Einführung*“ steht jetzt ein wirklich anschauliches Medium zur Verfügung, um auf einfache Weise unverzichtbares Grundlagenwissen zur Standardisierung zu erwerben.

Durch die multimediale Präsentation der Inhalte und die zahlreichen Interaktionsmöglichkeiten eignet sich die CD-ROM hervorragend für die Aus- und Weiterbildung. Sieben Kapitel mit jeweils bis zu vier Lerneinheiten führen durch den gesamten standardisierten Produktionsprozess von der Vorlage bis zum Druckprodukt. Wichtige Fachbegriffe sind jeweils direkt mit einem umfangreichen Lexikon verlinkt. Am Ende der Einheiten kann mit Hilfe von Testfragen und kleinen Aufgaben das Gelernte wiederholt werden. Außerdem besteht die Möglichkeit, einen Abschlusstest zu absolvieren und dabei ein Zertifikat für die erfolgreiche Bearbeitung des Lernprogramms zu erwerben.

Die CD-ROM enthält überdies ein 8-seitiges Booklet mit allen wichtigen Sollwerten und Toleranzen für den Bogen-, Heatsetrollen- und Zeitungsoffsetdruck. Sie wurde vom Bundesverband Druck und Medien herausgegeben und kann über den jeweils zuständigen Druck- und Medienverband auf Landesebene bezogen werden (Mitgliederpreis: EUR 20,- zzgl. Versandkosten). ■



Weitere Informationen gibt es in der Literaturdatenbank des bvdm: www.point-online.de.



Kalkulation – Basis für den Unternehmenserfolg

Der Zweck eines Unternehmens liegt darin, Produkte und Leistungen zu erstellen. Dazu werden vor allem Maschinen, Geräte, Personal und Material benötigt. Diese stellen Werte dar, durch deren Verwendung Kosten entstehen. Der Produktionsprozess wird somit auch als Werteverzehr bezeichnet.



Um wirtschaftlich arbeiten zu können, muss der Verkauf von Produkten und Leistungen diesen Verbrauch an Werten mindestens ausgleichen. Dabei ist die Leistungserstellung, auch in der Druck- und Medienindustrie, sehr komplex. Für den Druck einer Broschüre im Bogenoffset sind nicht nur Papier und Farbe, eine Druckmaschine und der Drucker, der die Maschine bedient, notwendig. Sondern auch das Gebäude, in dem die Maschine steht. Die Maschine muss mit Strom versorgt werden. Es werden Feucht- und Reinigungsmittel benötigt. Des Weiteren muss eine Druckform oder eine digitale Druckvorlage erstellt werden. Die gedruckten Bogen müssen auf anderen Maschinen weiterverarbeitet werden. Jeder Auftrag muss geplant, vorbereitet und abgerechnet werden. Dazu sind Büros mit Schreibtischen, Rechnern, Telefonen im Einsatz. Für das Personal sind Sozialräume (Pausenraum, Toiletten, Umkleieräume) notwendig. Und für all dies und noch einiges mehr fallen Kosten an, die mit den Erlösen aus dem Verkauf der Broschüre erwirtschaftet werden müssen.

Doch woher weiß der Drucker, ob der Preis, den er für ein bestimmtes Produkt erzielt, auch seine Kosten deckt? Wie hoch sind überhaupt seine Kosten? Macht er Gewinn oder Verlust? Zur Beantwortung dieser und noch weiterer Fragen ist die Kalkulation erforderlich.

Die Kalkulation steht somit für die Ermittlung der Kosten, die für die Produktion einer Mengeneinheit eines Erzeugnisses, einer Dienstleistung oder eines Auftrags entstehen. Eines der Ziele ist es, die

Selbstkosten bereits vor der Leistungserstellung absehen zu können. Insbesondere bei der für die Druck- und Medienbranche typischen Auftragsproduktion wird dies notwendig. Auf der Basis der ermittelten Selbstkosten einer Anfrage kann mit dem Kunden ein Verkaufspreis der Leistung verhandelt werden. Nur wenn der Marktpreis mindestens die Kosten der Auftragsausführung deckt, kann ein Unternehmen wirtschaftlich und erfolgreich sein. Eine der Voraussetzungen ist ein effizientes Kostenrechnungssystem.

Dabei ist die Kalkulation zunächst eine „Näherungsrechnung“. Man schätzt Zeiten und Mengen, die man für die Realisierung eines bestimmten Auftrags voraussichtlich benötigt. Die Zeiten werden mit Stundensätzen, die Mengen mit Stückkosten bewertet. Aus der Summierung der einzelnen Arbeitsschritte ergeben sich die Selbstkosten. Jeder Auftrag muss „seine“ Kosten tragen, deshalb bezeichnet man Aufträge auch als Kostenträger.

Die Kalkulation ist ein Bestandteil der Kostenträgerrechnung. Diese ist eingebunden in die betriebliche Kosten- und Leistungsrechnung. Weitere wichtige Elemente sind hier

- die Leistungsrechnung,
- die Kostenartenrechnung und
- die Kostenstellenrechnung.

Die Leistungsrechnung stellt die Zeiten und Mengen zur Verfügung, die in der Produktion für bestimmte Arbeitsschritte benötigt werden. Zeiten werden dargestellt in Minuten oder Stunden für eine bestimmte Mengeneinheit. So dauert bspw. der Druck von 1.000 Bogen auf einer bestimmten Vierfarbenmaschine 8 Minuten. Mengen stellen das Leistungsergebnis in Anzahl je Zeiteinheit, meist je



Ermittlung der Selbstkosten/des Preisvorschlags				Plakat "Frühlingsball" – Nr.: Bsp 1			Seite 3			
Zl.	Position	Betriebsmittel/Arbeitsvorgang	Zeit je Einheit in Min. (bei Stückst.=1)	Menge auflagenfix	Menge auflagenvariabel	Rüstzeit/ Ausführungszeit in Min. f = c • (d od. e)	Kostensatz Euro/Min. Euro/Einheit g	Kosten in Euro auflagenfix h = f • g	Kosten in Euro auflagenvariabel i = f • g	
a	b	c	d	e	f = c • (d od. e)	g	h = f • g	i = f • g		
1	4.1.4	Grundrüsten Workflow	5,0	1		5,0	1,50	7,50		
2	4.1.4.1 a)	Datenübernahme geschlossener Daten	10,0	1		10,0	1,50	15,00		
3		Datenaufbereitung - 50% Text/50% Bild, je 8 S. DIN A4	0,3	1		0,3	1,50	0,50		
4	4.1.4.2 a)	Farb-Proof aus gerippten Daten, DIN A2	1,0	1		1,0	28,00	28,00		
5	4.1.4.2 b)	Qualitätskontrolle Proof mit Messgerät	3,0	1		3,0	0,75	2,30		
6	4.1.4.3	CTF - Kl. I, 4- u.m.-fbg. 50% Text/50% Bild								
7		Rüsten Filmbelichtung	5,0	1		5,0	1,20	6,00		
8		1. Bogenplott und 1. Film	1,0	1		1,0	22,50	22,50		
9		jeder weitere Film	1,0	3		3,0	9,00	27,00		
10	4.1.3.3	Rahmenkopie - bis 52 cm x 74 cm, Grundwert	16,0	4		64,0	1,25	80,00		
11	4.3.1	Schneiden vor dem Druck - Rüsten: 1. Schnitt	5,0	1		5,0	1,00	5,00		
12	4.3.1 b)	Ausführen: über 52 cm x 74 cm, 2 Nutzen/1 Schnitt	5,6		1,086	6,1	1,00		6,10	
13	4.2.4	VO Kl. I - Grundeinrichten	8,0	1		8,0	4,00	32,00		
14		4 Platten- und 4 Farbwechsel	38,0	1		38,0	4,00	152,00		
15		Fortdruck Grundwert	10,0	1		10,0	3,50	35,00		
16		Fortdruck bis 250 g/m² - 1 Druckdurchgang	5,4		2,022	10,9	3,50		38,20	
17	4.3.1	Schneiden nach dem Druck - Rüsten: 1. Schnitt	5,0	1		5,0	1,00	5,00		
18		jeder weitere Schnitt	1,0	3		3,0	1,00	3,00		
19	4.3.1 b)	Ausführen: bis 52 cm x 74 cm, 1 Nutzen/1 Schnitt								
20		und drei weitere Schnitte (4,2 + 3 x 0,4)	5,4		2,000	10,8	1,00		10,80	
21	4.3.9.2	Zu Paketen verpacken - Rüsten	5,0	1		5,0	0,50	2,50		
22		Ausführen: Einzelblätter (250-stückweise, DIN A3: 14								
23		Minuten + 50 % Zuschlag für 100-stückweise, DIN A2)	21,0		2,000	42,0	0,50		21,00	
24										
25										
26										
27										
28										
29										
30										
31										
32										
33										
34										
35										
36										
37										
38										
39	Sa. Fertigungskosten (Zl. 1–38)								423,30	76,10
40	Sa. Material- und Fremdleistungskosten (S. 4, Zl. 42)								60,60	465,70
41	Sa. Selbstkosten (Zl. 39 + 40)								483,90	541,80
42	+ Gewinn % i. H.		10,0					53,80	60,20	
43	Zwischensumme								537,70	602,00
44	+ Provision/Skonto % i. H.		5,0					28,30	31,70	
45	Zwischensumme								566,00	633,70
46	Vertriebseinzelkosten/Versandkosten									
47	Kalkulierte Preisvorgabe								566,00	633,70
48	Angebotspreisvorschlag (fixe + variable Bestandteile)								1.199,70	
49	Preisvorschlag für 1.000 Stück (1.000er-Stückpreis)									599,85
50	Preisvorschlag für weitere 1.000 Stück									316,85

►► Stunde, dar. Im Beispiel entspricht dies 7.500 Bogen je Stunde.

Die Kostenartenrechnung befasst sich mit der Analyse der Kosten. Identifiziert, erfasst und gruppiert werden alle Kostenarten der Abrechnungsperiode, die im Unternehmen zur Leistungserzeugung notwendig sind. So wird die Frage beantwortet, welche Arten von Kosten in welcher Höhe für die betriebliche Leistungserstellung verbraucht wurden. Dabei werden die Kostenarten nach einer Vielzahl von Unterteilungsmöglichkeiten klassifiziert.

Eine wichtige Klassifizierung erfolgt nach Einzel- und Gemeinkosten. Einzelkosten können direkt einem Kostenträger zugerechnet werden. Sie sind eindeutig durch einen bestimmten Auftrag veranlasst, wie bspw. die jeweiligen Materialien Papier und Farbe. Gemeinkosten dagegen sind nicht so eindeutig einem Kostenträger zurechenbar. Sie entstehen meist über einen längeren Zeitraum, können an Verträge mit Laufzeiten oder Kündigungsfristen gebunden sein und entstehen i. d. R. auch dann, wenn keine Aufträge vorliegen und produziert werden.

In der Kostenstellenrechnung werden die Gemeinkosten möglichst verursachungsgerecht auf Kostenstellen verteilt. Kostenstellen sind Orte der Kostenentstehung. Die Zurechnung erfolgt im sogenannten Betriebsabrechnungsbogen. Innerhalb der Kostenstelle erfolgt, je nach Bedarf und betrieblicher Ausstattung, eine weitere

Unterteilung nach Arbeitsplätzen in der Platzkostenrechnung. Je Kostenstelle bzw. Arbeitsplatz wird ein Stundensatz ermittelt. Dieser Stundensatz enthält die Gemeinkosten, die bei Nutzung dieser Kostenstelle bzw. des Arbeitsplatzes für eine Stunde abzurechnen sind.

Leistungsrechnung, Kostenartenrechnung und Kostenstellenrechnung liefern aber erst einen Teil der Informationen, um überhaupt kalkulieren zu können. Eine weitere wesentliche Voraussetzung sind umfangreiche Kenntnisse über die technischen Abläufe in der Produktion. Dies ist insbesondere aufgrund der Auftragsfertigung wesentlich, da sich für jeden Auftrag die technischen Abläufe verändern. Denn sehr viele Parameter nehmen bei der Erzeugung von Druck- und Medienobjekten Einfluss auf die Leistungserstellung. Beispiele für leistungsbeeinflussende Faktoren sind das Flächengewicht des Papiers, das Bogen-/ Papierformat oder die Anzahl der Falzbrüche.

Zur Erlernung und Einarbeitung in den Kalkulationsprozess stehen zwei Standardwerke für die Ausbildung zur Verfügung. Die umfangreiche Broschüre *Kalkulations- und Projekt-Management* mit dem Untertitel *Leitfaden für Digital- und Printmedien* liefert das Grundwissen zur Umsetzung der Kosten- und Leistungsrechnung. *Die Kalkulationsunterlagen für die Aus- und Weiterbildung in der Druckindustrie* enthalten eine Vielzahl von Kalkulationsgrundlagen, insbesondere Leistungsdaten und Stundensätze, um Übungskalkulationen durchführen zu können.

Der Leitfaden vermittelt die zentralen Lerninhalte für die Print- und Nonprint-Kalkulation. Daneben enthält er eine fundierte Einführung in Instrumente und Methoden des Projekt-Managements. Die Inhalte sind Basis für die Fachrichtung Beratung und Planung des Ausbildungsberufs Mediengestalter sowie für die Fortbildungen zum Medienfachwirt und Industrie-meister Digital- und Printmedien. Der Leser kann sich das notwendige Wissen autodidaktisch aneignen, da das Werk durch eine Vielzahl von Übungs- und Selbsttestaufgaben inkl. Lösungen ergänzt wird. Weiterhin werden Kalkulationsformulare vorgestellt und deren Einsatz an Beispielen vorgestellt.

Die Kalkulationsbeispiele und -übungsaufgaben im Leitfaden basieren auf den Leistungsdaten, Stundensätzen und Stückkosten der Kalkulationsunterlagen. Diese sind aufgebaut nach dem Muster der Kosten- und Leistungsgrundlagen für Klein- und Mittelbetriebe. Strukturiert in fünf Hauptteile, den Prozessbereichen Druckvorstufe, Druck und Druckweiterverarbeitung, Kalkulationsbausteinen sowie der Materialwirtschaft werden eine Vielzahl von Kalkulationsgrundlagen anhand des technischen Ablaufs und der leistungsbeeinflussenden Faktoren aufgeführt. Abgerundet werden die Kalkulationsunterlagen mit einer kurzen Einführung in den Aufbau der Platzkostenrechnung und Erläuterungen zur Anwendung der Kosten- und Leistungstabellen. ■

Informationen zu den Publikationen:

- **Kalkulations- und Projekt-Management Leitfaden für Digital- und Printmedien**
3., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage
350 Seiten, DIN A4, inkl. CD-ROM, 2006
bvdm-Artikel-Nr. 83112
- **Kalkulationsunterlagen für die Aus- und Weiterbildung in der Druckindustrie**
3., unveränderte Auflage; 96 Seiten, DIN A5, 2007
bvdm-Artikel-Nr. 83109
- **Paket: Kalkulations- und Projekt-Management + Kalkulationsunterlagen für die Aus- und Weiterbildung**
bvdm-Artikel-Nr. 83113



ULRICH SMETS

Der Autor ist Referent für Betriebswirtschaft beim Bundesverband Druck und Medien e.V.

Aus der Prüfungs

Mediengestalter für Digital- und Printmedien Abschlussprüfung Winter 2007/08

Wie bereits bei den vergangenen Zwischen- und Abschlussprüfungen, veröffentlichen wir hiermit auch für die anstehende Mediengestalter-Abschlussprüfung die fachrichtungs-spezifischen Prüfungsgebiete der schriftlichen Prüfung.

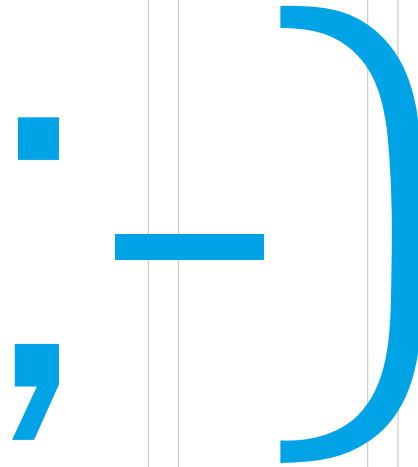
Struktur der Prüfung:

- Fachrichtungsübergreifender Teil: (Basiswissen, hier werden keine Themengebiete vorab veröffentlicht)
Je Prüfungsbereich „Konzeption und Gestaltung“ und „Medienintegration und Medienausgabe“:
12 für alle Fachrichtungen identische Aufgaben, jeweils zur Hälfte aus dem Printbereich und aus dem Nonprintbereich.
Es müssen 10 Aufgaben davon beantwortet werden.
- Fachrichtungsspezifischer Teil: (siehe u. g. Themengebiete)
Je Prüfungsbereich „Konzeption und Gestaltung“ und „Medienintegration und Medienausgabe“:
5 unterschiedliche Aufgaben je Fachrichtung für Print oder Nonprint (Digital), von denen 4 Aufgaben beantwortet werden müssen, je nach Ausbildungsschwerpunkt in der gewählten Fachrichtung.

Fachrichtungsspezifischer Teil:

MEDIENDESIGN	MEDIENOPERATING	MEDIENBERATUNG
Konzeption und Gestaltung – Print <ol style="list-style-type: none"> Anzeigenberechnung Tabellengestaltung Unternehmensdarstellung Gestaltungsmerkmale Anzeigengestaltung 	Konzeption und Gestaltung – Print <ol style="list-style-type: none"> Anzeigenberechnung Layout Colorkey-Effekt Gestaltungsmerkmale Faltschachtel/Stanzform 	Konzeption und Gestaltung – Print <ol style="list-style-type: none"> Präsentation Portfolio-Analyse Bildrechte Projektmanagement Zuschlagskalkulation
Medienintegration und Medienausgabe – Print <ol style="list-style-type: none"> Datenübertragung (Berechnung) PDF/X-Standard Datenformate der Digitalfotografie Ausschießen Tonwertkorrektur 	Medienintegration und Medienausgabe – Print <ol style="list-style-type: none"> Separation Qualitätskontrolle Farbe Tonwertkorrektur Ausschießen Datenformate der Digitalfotografie 	Medienintegration und Medienausgabe – Print <ol style="list-style-type: none"> Bilddatenbank Bildtonwerte Digitalkamera, Datenspeicherung Proofsysteme PDF/X-Standard
Konzeption und Gestaltung – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> Usability Redesign Videomontage Screenreader Fotografische Gestaltungstechnik 	Konzeption und Gestaltung – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> Gestaltungsraster Fotografische Gestaltungstechnik Maßeinheiten Suchmaschinenoptimierung Digitale Bildschutz 	Konzeption und Gestaltung – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> Präsentation Portfolio-Analyse Projektmanagement Bildrechte Zuschlagskalkulation
Medienintegration und Medienausgabe – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> Geräteprofilerstellung CSS-Box-Modell Audiodaten Dynamische Websites Gradation 	Medienintegration und Medienausgabe – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> XML-Dokument Bildaustausch Bildberechnung Audiodaten Gradation 	Medienintegration und Medienausgabe – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> Bilddatenbank Bildtonwerte Digitalkamera, Datenspeicherung Bildschirmtypografie Content-Management

aufgabenerstellung



MEDIENTECHNIK

Konzeption und Gestaltung – Offset

1. Anzeigenberechnung
2. Tabellengestaltung
3. Layout
4. Gestaltungsmerkmale
5. Satztechnik/Umbruch

Medienintegration und Medienausgabe – Offset

1. JDF
2. Scanauflösung
3. Druckfarbräume
4. Rasterverfahren
5. Separation

Konzeption und Gestaltung – Digitale Ausgabe

1. Anzeigenberechnung
2. Tabellengestaltung
3. Layout
4. Gestaltungsmerkmale
5. Satztechnik/Umbruch

Medienintegration und Medienausgabe – Digitale Ausgabe

1. JDF
2. Scanauflösung
3. PDF/X-Standard
4. Proofsysteme
5. Veredelungstechniken

Diese Informationen sollen bei den umfassenden Ausbildungsinhalten des Ausbildungsberufes Mediengestalter für Digital- und Printmedien eine Hilfestellung zur Prüfungsvorbereitung sein. Weitere Informationen zu den genannten Themengebieten kann der ZFA nicht erteilen.

Achtung:

Diese genannten Prüfungsgebiete haben nur ihre Gültigkeit, wenn die vorgesehene Prüfung verwendet werden kann. Sollte eine Ersatzprüfung notwendig werden, weil weitere Prüfungsinhalte als die von uns veröffentlichten im Vorfeld bekannt werden, so verlieren die genannten Prüfungsgebiete ihre Gültigkeit. ■

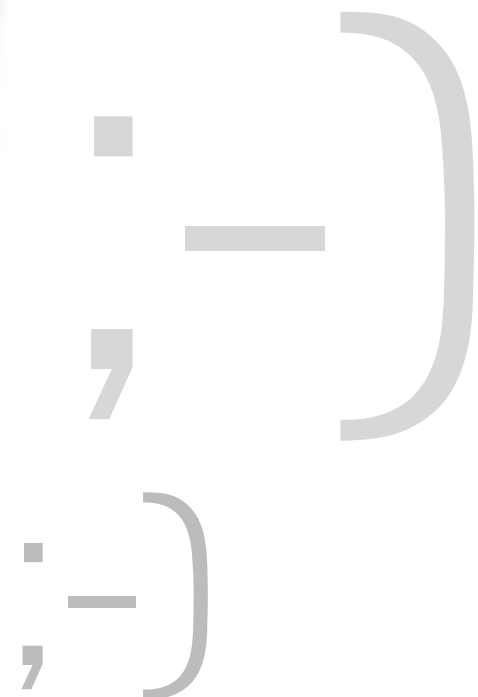
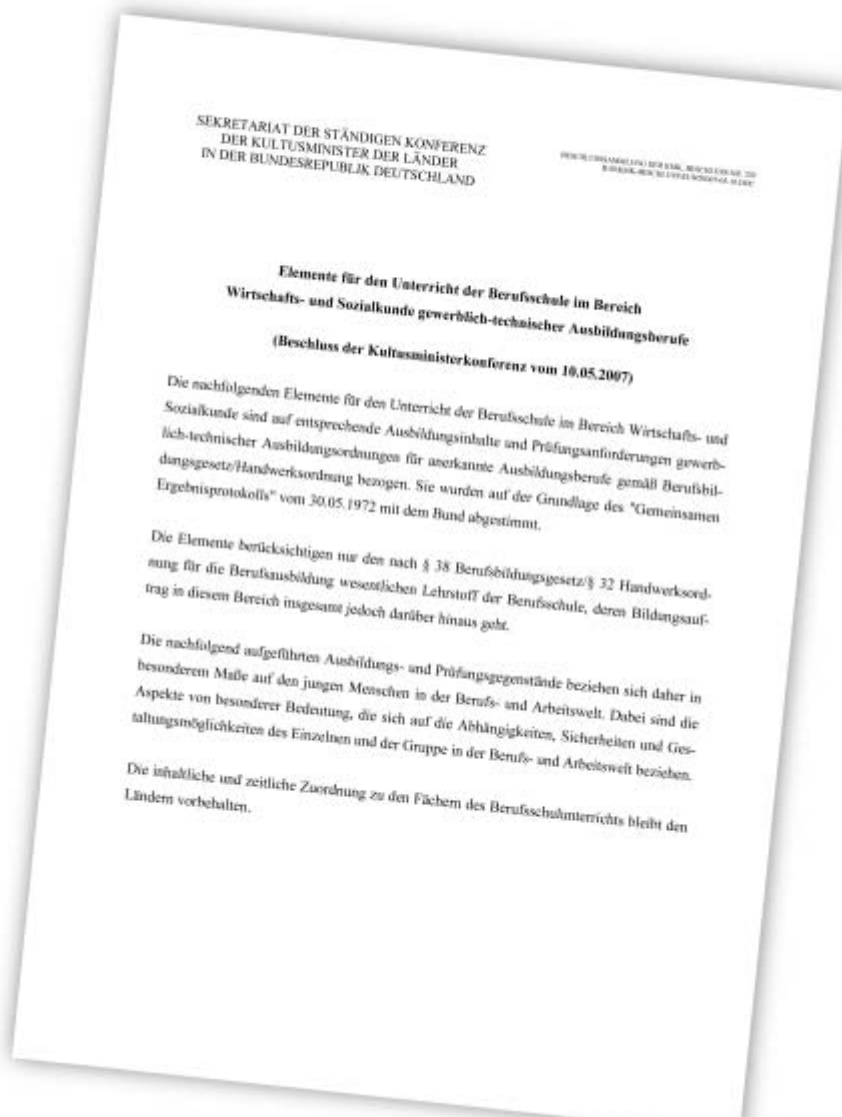
Wirtschafts- und Sozialkunde

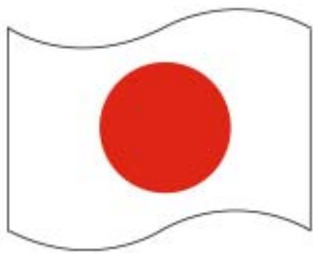
Die Kultusministerkonferenz hat im Mai 2007 neue Elemente für die Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Ausbildungsberufe beschlossen. Sie gelten ab dem Schuljahr 2007/08.

Nachfolgend finden Sie die einzelnen Prüfgebiete, untergliedert in Themenbereiche und deren Inhalte.

Prüfgebiet	Themenbereich	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> Der Jugendliche in Ausbildung und Beruf 	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation des Ausbildungsbetriebes Rechtsrahmen zur Begründung eines Berufsausbildungs- und Arbeitsverhältnisses 	<ul style="list-style-type: none"> Stellung des Betriebes in der Branche/in der Gesamtwirtschaft, Wandel von Berufen Berufsausbildungsvertrag, Arbeitsvertrag, Arbeitsbedingungen, Arbeitsplatzsicherheit
	<ul style="list-style-type: none"> Duales System Rechte und Pflichten der Beteiligten 	<ul style="list-style-type: none"> Berufsbildungsgesetz, Handwerksordnung Zuständige Stellen, Arbeitsrecht, Arbeitsschutz Arbeitsgerichtsbarkeit
	<ul style="list-style-type: none"> Möglichkeiten und Grenzen der betrieblichen Mitbestimmung Partizipationsstrategien 	<ul style="list-style-type: none"> Arbeitgeber- und Arbeitnehmerorganisationen Betriebsrat, Jugend- und Auszubildendenvertretung, Tarifrecht, Tarifverträge
	<ul style="list-style-type: none"> Lebenslanges Lernen Wandlung der Arbeitswelt 	<ul style="list-style-type: none"> Berufliche Fortbildung und Umschulung Staatliche Fördermaßnahmen Mobilität und Flexibilität des Einzelnen
	<ul style="list-style-type: none"> Leben, Lernen und Arbeiten in Europa 	<ul style="list-style-type: none"> Europass, Mobilitätsprogramme, Europäische Sozialcharta
<ul style="list-style-type: none"> Nachhaltige Existenzsicherung 	<ul style="list-style-type: none"> Grundzüge des sozialen Sicherungssystems Die Bedeutung für das Individuum und die Gesellschaft 	<ul style="list-style-type: none"> Versicherungsprinzipien, gesetzliche und private Vorsorge, Sozialversicherungen: Sozialgerichtsbarkeit
	<ul style="list-style-type: none"> Zielkonflikte: Subsidiarität, Eigenverantwortung, Solidarität und Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit sozialer Sicherung 	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung und Probleme der sozialen Sicherung Individuelle Vermögensbildung, Steuern und Transferleistungen des Staates
	<ul style="list-style-type: none"> Individuelle Lebensplanung und gesellschaftliches Umfeld Selbstverantwortliches und unternehmerisches Denken als Perspektive der Berufs- und Lebensplanung 	<ul style="list-style-type: none"> Potenzialanalyse, Karriereplanung, Familienplanung Rollenerwartungen von Mann und Frau in der Familie, in der Erziehung und im Beruf Möglichkeiten und Grenzen einer Existenzgründung

Prüfgebiet	Themenbereich	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> ■ Unternehmen und Verbraucher in Wirtschaft und Gesellschaft sowie im Rahmen weltwirtschaftlicher Verflechtungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unternehmensanalyse ■ Rolle der Verbraucher ■ Konsumgewohnheiten verschiedener Bevölkerungsschichten und Geschlechter ■ Individueller Haushaltsplan ■ Rechtsgeschäfte und deren Folgen ■ Berufliche Entwicklung und Existenzsicherung ■ Konzept einer Unternehmensgründung ■ Rolle der Bundesrepublik Deutschland in der Weltwirtschaft ■ Die Auswirkungen der weltwirtschaftlichen Arbeitsteilung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufgaben, Aufbau und Ziele von Betrieben und Unternehmen, wirtschaftliche Verflechtungen ■ Rechtsformen am Beispiel einer Personen- und Kapitalgesellschaft ■ Bedürfnisse, Bedarf, Kaufkraft ■ Haushaltsplan und Überschuldung ■ Rechtsgeschäfte, Kaufverträge, Kredite ■ Verbraucherschutz und -beratung ■ Existenzgründung: individuelle, wirtschaftliche, rechtliche Aspekte ■ Wirtschaftsförderung ■ Betriebliche und gesamtwirtschaftliche Arbeitsteilung, Globalisierung ■ Möglichkeiten und Grenzen der Marktwirtschaft





World Skills in Japan: Drucker aus Deutschland mit dabei

Vom 14. bis 21. November 2007 finden in Shizuoka in Japan die 39. World Skills Berufsweltmeisterschaften statt. Dabei werden junge Menschen vier Tage lang ihre beruflichen Fertigkeiten unter Beweis stellen. Mehr als 850 Teilnehmer aus 45 Ländern werden in 47 Disziplinen um Bronze, Silber und Gold kämpfen. Das Berufsfeld Drucktechnik wird in diesem Jahr zum ersten Mal als Regeldisziplin dabei sein.



An der Vorentscheidung der World Skills haben acht Kandidaten teilgenommen. Sie stellten sich zusammen mit dem Vorstandsvorsitzenden von der Heidelberger Druckmaschinen AG, Herrn Bernhard Schreier (erste Reihe Mitte), dem Fotografen.

Für die Vorauswahl des deutschen Teilnehmers wurden alle Berufsschulen mit Druckerklassen von Skills Germany e.V. aufgerufen, ihre besten Auszubildenden vorzuschlagen. Skills Germany bündelt alle Aktivitäten um nationale und internationale Berufswettbewerbe und möchte die wesentliche Bedeutung einer fundierten Berufsausbildung stärker in den Fokus der Öffentlichkeit rücken. Die Bewerber mussten im dritten Ausbildungsjahr sein und einen Notendurchschnitt in Theorie und Praxis von gut oder besser aufweisen. Im Ergebnis lagen über 30 Bewerbungen vor, aus denen ein Expertenteam acht Finalisten auswählte.

Die Heidelberger Druckmaschinen AG organisierte als SkillsGermany-Mitglied die Vorauswahl der deutschen Bewerber. Vom 24. bis 26. Juli mussten die acht Kandidaten im Print Media Center in Heidelberg eine ihnen nicht bekannte Druckvorlage möglichst korrekt und sauber drucken. Dabei war es nicht nur wichtig, dass am Schluss alle Farbwerte messtechnisch stimmten. Beurteilt wurde beispielsweise auch, wie viele Druckbogen insgesamt verbraucht wurden und wie lange die Einrichte- und Fortdruckzeiten waren. Jeder Teilnehmer hatte maximal 2,5 Stunden für die Testarbeit zur Verfügung.





Als bester Teilnehmer der acht deutschen Bewerber wurde von der Jury Sebastian Steuer von der Firma Graphische Betriebe Eberl in Immenstadt ermittelt. Er darf an den World Skills Berufsweltmeisterschaften in Shizuoka teilnehmen.



Eine komplette Liste mit den teilnehmenden Berufen kann im Internet unter www.skillsgermany.de abgerufen werden.

An der Vorentscheidung im Print Media Center in Heidelberg nahmen folgende Bewerber teil:

- Manuela Gretzinger, Hauchler Studio, Biberach
- Nicklas Kohlhepp, Druckerei Parzeller, jetzt Fuldaer Verlagsanstalt, Fulda
- Sebastian Steuer, Graphische Betriebe Eberl, Immenstadt
- Julian Erhard, Kessler Verlagsdruckerei, Bobingen
- Jahn-Markus Weberskirch, bks-label, Wittlich
- Marcel Ameskamp, Druckerei Rießelmann, Lohne
- Tom Koops, Weiss-Druck, Monschau
- Johannes Peters, Heidelberger Druckmaschinen AG, Heidelberg

Eine dreiköpfige Jury bewertete alle Arbeiten. Die Jurymitglieder waren Peter Kollenz, Ausbilder bei Heidelberger Druckmaschinen AG, Helmut Schäfer, Referent für Berufsbildung beim Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. und Markus Walter, Technischer Oberlehrer an der Carl-Hofer-Schule in Karlsruhe. Der Sieger und damit Teilnehmer bei den 39. World Skills Berufsweltmeisterschaften in Japan stand dann am Abend

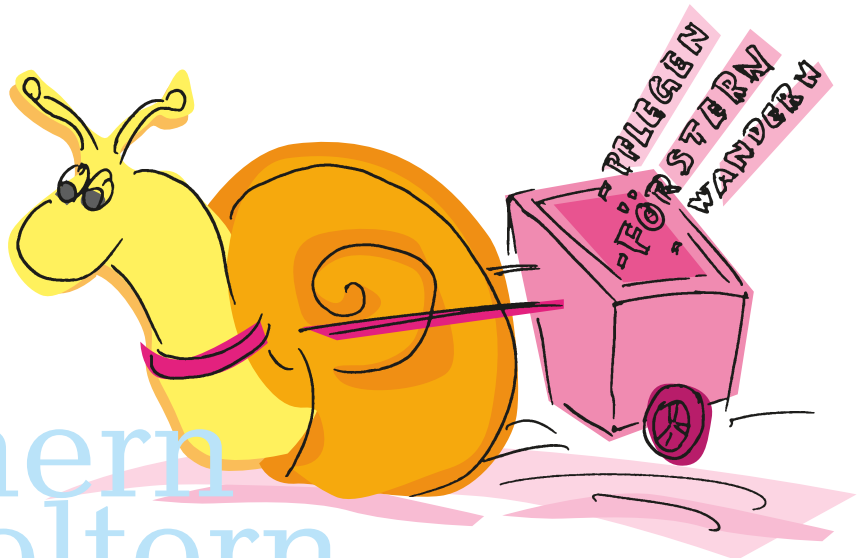
des 26. Juli fest. Es ist Sebastian Steuer von der Firma Graphische Betriebe Eberl in Immenstadt.

Bernd Schopp, Vorstandsmitglied von SkillsGermany und Leiter der Print Media Academy Heidelberg, begründet das Engagement im Rahmen der World Skills: „Wir möchten mit der Initiative sicherstellen, dass die deutsche Berufsausbildung weiterhin verstärkt auf internationalem Parkett vertreten ist. In Japan können wir unter Beweis stellen, wie erstklassig unsere berufliche Bildung ist. Sie stellt eine wichtige Basis für den ökonomischen Erfolg Deutschlands dar. Gleichzeitig können die Jugendlichen durch den internationalen Austausch viel lernen.“

Von Heidelberger Druckmaschinen werden über die Niederlassung in Japan für die WorldSkills zwei Mittelformat-Druckmaschinen sowie eine komplette Druckvorstufe zur Verfügung gestellt. Karl Kowalczyk, Leiter des Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG, wird in Japan für Deutschland in der Jury des Druckwettbewerbs sitzen, darf dort allerdings den deutschen Kandidaten nicht bewerten.

Prokrustes' Wortbett

Wie Wörter mit Vorsilben gestreckt werden



be-kümmern be-eltern ver-komplizieren

Auch wer in der griechischen Mythologie nicht bewandert ist, hat vielleicht schon den Namen *Prokrustes* gehört. Er war ein Riese und berüchtigt wegen seiner scheinbaren Gastfreundschaft. Absichtlich gab er Wanderern ein für sie zu großes Bett und streckte sie dann gewaltsam, bis sie es ausfüllten. Prokrustes wurde zwar von Theseus, dem Sohn Poseidons, getötet, aber die Streckmethode finden wir noch heute, wenn auch glücklicherweise nur in der Wortbildung. Doch auch dies ist ärgerlich; denn auch Wörtern sollte keine Gewalt angetan werden.

So hat ein zeitgenössischer Prokrustes das Verb *mieten* durch zwei Buchstaben erweitert und herausgekommen ist: *anmieten*. Wohnungen, Garagen, Lagerhallen usw. werden heute nicht mehr schlechthin gemietet, sondern *angemietet*. Ob sich eines Tages womöglich erweiterte Substantive durchsetzen wie: der *Anmieter*, der *Unteranmieter*, der *Anmietvertrag*, die *Anmietparteien*, der *Anmietverein*, der *Anmieterschutz*, das *Anmietshaus*,

der *Anmietwucher*? Leute, die sich gern gepflegt ausdrücken, lassen sich leicht einreden, dass es heißen müsse: *jemandem etwas anzuraten* statt zu raten, einen Schuldner *anzumahnen* statt zu mahnen, dass der Wasserstand *ansteigt* statt steigt, die Temperatur auf 30 Grad *anklettert* statt klettert, der verletzte Daumen *anschwilt* statt schwillt, dass eine *Anhäufung* mehr ist als eine Häufung, eine *Ankauf* günstiger als ein Kauf, ein *Anhauch* weniger als ein Hauch. Aus betrifft wurde *anbetrifft*, aus sonst *ansonsten*!

Wer betröstet mich?

Dem A folgt das B – in unserem ABC, und wer A sagt, muss, dem viel zitierten Sprichwort gehorchend, auch B sagen. Am liebsten aber sagen wir *be*, und zwar vor Verben. Mehrere Hundert davon sind im Schwange, darunter viele nützliche wie *beantragen*, *belüften*, *beschriften*, *beglückwünschen*. In einigen Fällen allerdings gelingt es uns, über die Grenzen der gewohnten Wortbildung hinauszuschießen.

So *befinden* wir etwas für gut, *belassen* es so, *benutzen* eine Chance, *beheizen* einen Raum, *benennen* Gründe, *begründen* einen Verein, *befördern* einen Gedanken, statt etwas schlicht gut zu finden, es so zu lassen, eine Chance zu nutzen, einen Raum zu heizen, Gründe zu nennen, einen Verein zu gründen, einen Gedanken zu fördern. Anstelle von liefern, füllen, kümmern, loben, enthalten wird gern *beliefern*, *befüllen*, *bekümmern*, *belobigen*, *beinhalten* gesagt.

Für ein Produkt werben? Nein, Reklamefachleute *bewerben* es. Ein Pflichtteil auszahlen? Manche möchten es lieber *ausbezahlen*. Aus einem Reiseprospekt geht hervor, das schottische Hochland sei zu jeder Jahreszeit zu *bewandern*. In einer Zeitung stand: „Der Weihnachtsbaum auf dem Marktplatz ist gestern *belichtet* worden.“ (Als wäre der Weihnachtsbaum ein Film.)

Von einem Redner hörte ich: „Was das *anbelangt*...“ Verbraucherschützer fordern, dass Fertigpackungen so *befüllt* sein müs-

sen, dass der Käufer nicht getäuscht wird. Aus landwirtschaftlichen Kreisen war zu hören, dass Kartoffeln *behackt* werden. Eine Illustrierte schrieb über einen Schauspieler nicht ironisch, sondern allen Ernstes, er *beflirte* ständig seine Kolleginnen. Ein Politiker klagte darüber, dass der Ruf einer bestimmten Institution *beschädigt* sei, und meinte wahrscheinlich geschädigt. Im Behördendeutsch wird von neuer *Beelterung* gesprochen, wenn Kindesentzug angeordnet worden ist. Geheimdienste *bewanzen* Räume.

Auch substantivierte Verben mit der beliebten Endung *ung* gibt es inzwischen. In der Werbung für eine CD-ROM findet sich folgender Satz: „Ideal für den Selbstbau komplette Stücklistenausgabe mit *Bemaßung*.“ Ein Rundfunksender ließ verkünden, dass er in Kürze die *Besendung* aufnehme. Eine Bürgschaftsbank hat sich zum Ziel gesetzt: *Besicherung* von Hausbank- und Förderkrediten zur Finanzierung von Investitionen. Von monatlicher *Besparung* ist bei einer Bausparkasse die Rede. Ein Tierparkdirektor sprach von der prachtvollen *Bemähnung* seiner Löwen, worauf diese vermutlich die Mähne geschüttelt haben. Ein Möbelhändler meinte in seinem Brief an eine unzufriedene Kundin: „Die Stoffoberfläche wird durch das *Besitzen* oder *Beliegen* mehr oder weniger stark gedrückt.“

Obwohl *be* in der Regel nur auf Sachen bezogen sein sollte, heißt es in der Jägersprache, dass Wälder *beförstert* und Tiere *bejagt* werden. (Auf, auf, zum fröhlichen *Bejagen*...) Jedem Deutschlehrer müsste ein Schauer über den Rücken laufen, wenn der Schulrat verlautbart, dass Schüler *beschult* oder *beturnt* oder *bespeist* werden (zum Glück nicht *betrunken*). Von der Polizei ist zu hören, dass sie in einem Wohngebiet eine *Bestreifung* durchführt. Früher lief oder fuhr man Streife. – *Bevorsilbte* Wörter, wohin das Auge blickt. Eines Tages wird unsere Sprache vermutlich *be-pflegt* werden; aber dann ist es vielleicht schon zu spät.

Die Erfolgsgeschichte der Vorsilbe *ab*

Es war einmal eine Wörterfabrik, die trotz akribischer Marktforschung von einem ihrer Erzeugnisse zu viel produziert hatte. Nun sollte das Zeug doch noch irgendwie abgesetzt werden. Ein umjubelter Sänger ließ sich unter Androhung eines hochdotierten Werbevertrages dazu zwingen, die Werbetrommel zu rühren. Zwischen zwei Spielfilmsequenzen erfuhren wir, eine bestimmte Vorsilbe, nämlich *ab*, sei unseiner Aussagen äußerst förderlich.

Niemand glaubte natürlich ernsthaft daran, aber seltsamerweise verbreiteten sich im Sprachgebrauch nach und nach Verben, die so noch nicht üblich gewesen waren. Heute wundert sich niemand mehr, wenn zum Beispiel von *abkopieren* statt kopieren die Rede ist. Die Leute denken vermutlich, das wird schon richtig sein; denn es heißt ja auch *ablichten*. Nach dem gleichen Muster werden Verträge *abgeändert* statt geändert, Fragen und Probleme *abgeklärt*, Brände *abgelöscht*, Zeitungsgeld *abkassiert*, Bedarf *abgedeckt*, Kredite *abgesichert*, Tiere *abgefüttert* und *abgetränkt*, ein Scharnier *abgeschmiert*, eine Hymne *abgesungen*, eine Hochzeitsgesellschaft *abfotografiert*, ein leckgeschlagenes Schiff droht *abzusinken*, ein Termin wird *verabsäumt*.

Verunbildungen

Fast jedes zweite Verb im Deutschen wird mit der Vorsilbe *ver* erweitert. Nicht gerechnet lustige Wortbildungen wie in diesem Gespräch zweier Herren, die sich auf der Straße begegnen: „*Guten Tag, Herr Müller.*“ – „*Ich bin nicht Herr Müller.*“ – „*Entschuldigen Sie, dann habe ich mich vergrüßt.*“ Kurt Tucholsky wird die originelle Wortableitung „*sich vergrüßt haben*“ zugeschrieben.

Manchmal tun wir mit *ver* allerdings des Guten zu viel. Anstelle von *verfertigen*, *verpaaren*, *verbringen*, *verwundern*, *verkomplizieren*, *vereinnahmen*, *verspüren* reicht

in der Regel fertigen, paaren, bringen, wundern, komplizieren, einnehmen, spüren. Wer sprachmodebewusst ist, sagt nicht, dass sich etwas lohne. Es *verlohnt sich*; so muss es heißen! Im Fachjargon ist die Vorsilbe besonders beliebt. Rohstoffe werden nicht gewogen, sondern *verwogen*, Waren illegal ins Ausland *verbracht*, Vögel *verpaart*, Fußböden *verlegt* (obwohl es ein Fußbodenleger macht). Statt *verköstigen* gefiele mir beköstigen besser. Germanisten – wurden sie schon *verbeamtet*? – untersuchen, wie Sprache *verschriftlicht* wird. Sind damit alle Sachverhalte *verunkart* oder noch nicht genügend *verobjektiviert*?

Missverständlich in meinen Ohren klingt das von den Medien gern gebrauchte *vermelden*, weil *ver* ja oft ein Tun mit negativem Resultat bezeichnet: *versalzen*, *verbummeln*, *verdrucken*. „Die Bundesanstalt für Arbeit *vermeldet* ein Steigen der Arbeitslosigkeit ...“ Eine schlechte Meldung. Oder *Vermeldung*? *Vermelden* stammt noch aus der Zeit, in der das Ärmel-schonerdeutsch gepflegt wurde. Das angestaubte Verb will jetzt die einfache Form melden verdrängen, aber das sollten wir *verunmöglichen*.

Vorbekanntmachung

Uns Deutschen wird – zu Recht oder auch nicht – Gründlichkeit und Genauigkeit nachgesagt. Wie dem auch sei, zumindest gibt es äußerst penible Zeitgenossen – und unsere Sprache muss es ausbaden. Da steht im Ärzteverzeichnis eines Kurortes neben den Sprechzeiten *Voranmeldung* erbeten. Ein Museum veranstaltet Führungen nach *Voranmeldung*. Auch Beratungsstellen unterschiedlicher Art weisen gern darauf hin, dass eine *Voranmeldung* erwünscht sei. Rigoros heißt es hier und dort nur nach *Voranmeldung*. Seltsamerweise bekommen wir nie zu hören: „Sind Sie *vorangemeldet*?“

Die Sache selbst ist verständlich; die Leute möchten sich die Zeit einteilen und zugleich den Patienten oder Besuchern



unnötiges Warten ersparen. Doch muss dafür unbedingt zu einer Anmeldung *vor* der Anmeldung aufgefordert werden? Nur bei einem Bedeutungsunterschied ist die Vorsilbe erforderlich. Das zeigt schon ihre Bezeichnung. Eine Silbe und eine Vorsilbe sind nicht ein und dasselbe. Ebenso verhält es sich mit dem Besitzer und dem Vorbesitzer, dem Jahr und dem Vorjahr, dem Ort und dem Vorort. Sogar doppelt kann vor seinen Sinn haben, nämlich bei: vorgestern.

Dagegen ist *Voranmeldung* in aller Regel ein übergenaue Ausdruck, ähnlich wie die *Vorankündigung* eines Buches oder einer Veranstaltung, der *Kostenvoranschlag* für eine Reparatur. Manchmal ist zu hören, ein Geschehen sei schon *vorprogrammiert* gewesen. Bei übertragener Bedeutung reicht das einfache Verb.

Falls jemand an dem Gesagten zweifelt, möge er sich um eine *Voranwartschaft* auf den Erwerb eines neuen Wörterbuchs bemühen. Eine Anwartschaft genügt natürlich auch.

Ja zum Stau

Das Schreckenswort der Autofahrer heißt: Stau. Ein Begriff, der leider zum Alltag des Autofahrers gehört. Er hat laut Wörterbuch sogar zwei Plurale (Staus oder Stau). Wir wissen auf Anhieb, was gemeint ist. Nur vier Buchstaben genügen, um uns ein Bild zu vermitteln vom Geschehen oder besser gesagt vom Nichtgeschehen auf Autobahnen oder vor

Grenzübergängen, wenn nämlich alle Autoräder still stehen. Unsere Sprache hat viele mehrdeutige Wörter, doch Stau gehört glücklicherweise nicht zu ihnen. Dementsprechend sind auch die Zusammensetzungen wie Staugefahr, Stauwarnung usw. ohne Schwierigkeit zu verstehen.

Einige Verkehrsexperten sehen das allerdings ganz anders. Ginge es nach ihnen, wird es den Stau bald nicht mehr geben. Sie wittern offenbar ein mögliches Missverständnis und verwenden deshalb, so man ihnen in Funk und Fernsehen freie Hand gibt, ihren Terminus *Rückstau*. Das Argument dieser Genauigkeitsfanatiker ist verblüffend und scheinbar unwiderlegbar: Der Stau wirkt nach hinten. Deshalb solle es richtig *Rückstau* heißen. Dieses Unwort wird nun dem rückstaugestressten Autofahrer in jeder Verkehrsübersicht an den Kopf geworfen. Sonst glaubt er eventuell, es handele sich um einen Vorwärtsstau.

Fehlt nur noch, dass die Doppelungen *Rückantwort* und *Rückerstattung* als Beweis angeführt werden. – Nein, wir mögen den *Rückstau* nicht! Wir wollen unseren Stau behalten; natürlich nur als Wort. Dann können Politiker weiterhin beruhigt vom Reformstau sprechen und müssen nicht *Reformrückstau* sagen.

Schluss und Ende

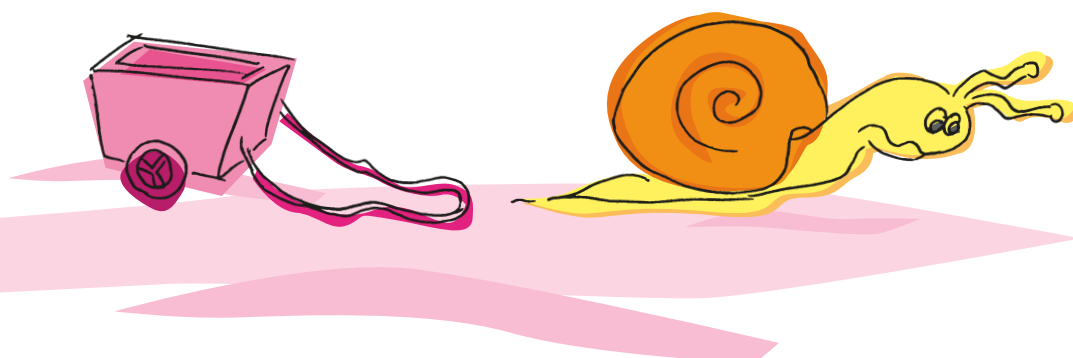
Die beiden sinnverwandten Wörter Schluss und Ende geben sich alle Mühe, originell zu tun. Der Schluss kann der

Weisheit letzter sein oder ein zwingender; er lässt sich auch machen oder ziehen. Mit Substantiven wie Akt, Leuchte, Mann, Note, Punkt entstehen völlig neue Wortgebilde. Das Ende dagegen wird als dick bezeichnet, als glücklich, schlimm, es ist eine Station, ein Ziel, eine Ziffer. Es gibt ein Ende vom Lied, der Welt, der Stadt, der Straße und sogar eines mit Schrecken, das besser sein soll als ein Schrecken ohne es. Wenn das Ende gut ausgeht, ist angeblich auch alles andere gut.

Die beiden Wortzwillinge sind sehr ehrgeizig. Zu gern möchten sie ins große Buch der Sprachrekorde kommen. Fast wäre es dem Ende schon gelungen mit dem Doppelgemoppel *letzten Endes* und der Ableitung davon, nämlich *letztendlich*. Doch irgendein verknöchertes Gymnasialprofessor hat das mit der schnöden Behauptung verhindert, es reiche zu sagen: schließlich, endlich oder letztlich. Außerdem gebe es nur ein einziges Ende. Dabei weiß doch schon jedes Kind, dass sogar die Wurst deren zwei hat!

Wie aus gewöhnlich gut unterrichteten Sprachkreisen verlautet, haben sich nunmehr Schluss und Ende zusammengetan zu *schlussendlich*. Das müsste doch *schließlich und endlich* oder *letztlich und schließlich* zum Eintrag in das berühmte Buch reichen – als unsinnigste Tautologie des Jahres! Doch nein, das wären wohl wahrscheinlicher: *schließendlich* oder *endschließlich*. ■

ver-schleich dich!



Schweizer **Fachhefte** zur visuellen Gestaltung

Die neuen und zeitgemäßen »Lehrmittel zur visuellen Gestaltung« richten sich an alle, die wissen und lernen wollen, wie aus dem Zusammenspiel von Text und Schrift, von Bild und Farbe ein gutes Druckprodukt oder eine gute Website entsteht. Für Profis, für Berufs- und Fachhochschulen, für die Weiterbildung und für Interessierte zum Selbststudium.

Satztechnik und Typografie

Band 1

Typografische Grundlagen



Inhalt
Maßsysteme, SI-Einheiten, Typometer, Messen einer Schrift, Buchstabe, Zeichen im Schriftsystem, Ziffern, Zeichen und Symbole, Linie, Schmuck.

Band 5

Typografie am Bildschirm



Inhalt
Sender/Empfänger, Schriftformate, Grafikformate, Bitmap/Glättung, Lesbarkeit/Schrift, Lesbarkeit/Hintergrund, Lesbarkeit/Farbe, Style Sheets, PhotoShop, Datenkompression.

Band 2

Satztechnische Grundlagen



Inhalt
Zeichenabstand, Wortabstand, Zeilenabstand, Schrift, Schriftfamilie, Schriftkorrektur, Satzart, Auszeichnungsarten, Schriftmischen.

Band 6

Typografie mit InDesign



Inhalt
Voreinstellungen, Dokument einrichten, Objekt- und Textbearbeitung, Paletten einsetzen, Menü Schrift, Absatz- und Zeichenformate, Seiten-Palette.

Band 3

Avor Text – Avor DTP



Inhalt
Sprachliche, formale und technische Arbeitsvorbereitung, Produktionsablauf, Textverarbeitung, Vorgaben Programm und Drucklayout, neues Projekt, neues Buch, besser setzen.

Band 7

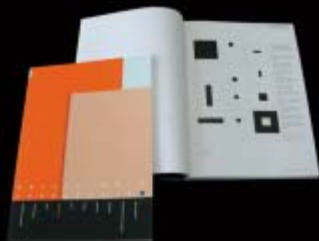
Grundlagen des Zeitungsdesigns



Inhalt
Zeitungsarten, Zeitungselemente, Zeitungsaufbau, Farbe, Schriften, Anzeigen/Inserate, Formate, Papier, Internet, Postvorschriften, Neugestaltung, Manual.

Band 4

Formenlehre



Inhalt
Optische Grundlagen, Proportionen, Punkt, Linie, Fläche, Kontrast, Rhythmus, Symmetrie und Asymmetrie, Schrift und Bild.

Bildbearbeitung

Band 1

Farbproduktion



Inhalt
Reale Farbseparation, Basisfarbkorrektur, Unterfarbenrücknahme UCR, Unbuntaufbau GCR, Color-Management, PhotoShop CS.

Für ver.di-Mitglieder
zum Vorzugspreis:
www.typohefte.de
oder Telefon 0711/700153-0

Noblesse oblique

9. Tage der Typografie + 7.-10. Juni 2007

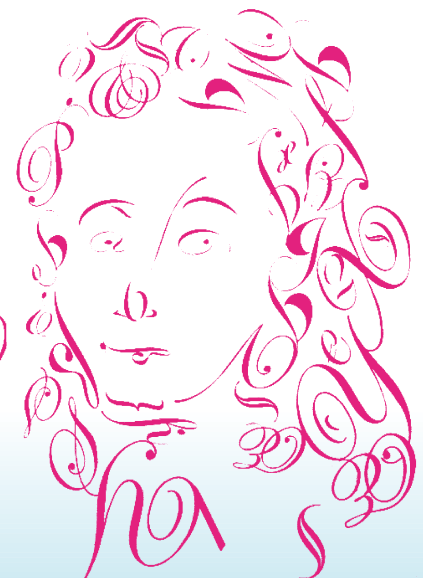


Über 60 Teilnehmer aus Deutschland, den Niederlanden und Österreich setzten in verschiedenen Workshops im Rahmen der 9. Tage der Typografie ihre typografischen Ideen in die Tat um. Das diesjährige Event stand unter dem Motto „Noblesse oblique“. Die Redewendung „Noblesse oblige“ oder „Adel verpflichtet“ ist zwar sehr bekannt, lässt jedoch offen, wozu der Adel eigentlich verpflichtet war. Mittlerweile hat sich diese Frage allerdings erübrigt, da man auch ohne Adel ganz gut leben kann. Ohne Typografie ist das schon schwieriger, und so spielen sie nach wie vor eine wichtige Rolle: die Typografen und Typografinnen.

Typografie verpflichtet – dieser Anspruch war auch auf den 9. Tagen der Typografie die gemeinsame Basis für die Workshops, die Vorträge und natürlich auch für die Teilnehmer selbst.

c'est

Moi



Schräge Typografen

Den Eröffnungsvortrag hielt Lukas Hartmann aus Basel, Typograf und Redakteur der Typografischen Monatsblätter. Er präsentierte eine unterhaltsame Reise durch Nobles und Skurriles, Lustiges und teils auch Abschreckendes rund um Typografie – angefangen von dem Typografen mit Fliege, Jan Tschichold, über die verschiedensten Einsatzorte für gebrochene Schriften (ob im Asterix-Comic oder bei Tattoos auf Bierbäuchen) bis zur Typografie von Wäscheschildern oder in Todesanzeigen. Der Donnerstagabend bot mit einer Open Stage den Teilnehmern die Gelegenheit, ihre eigenen Arbeiten und Projekte zu präsentieren.

Freitag und Samstag standen ganz im Zeichen der Workshops. Bei Private Type von Underware aus den Niederlanden entwickelten die Teilnehmer dynamische Schriften mit Materialien wie Blättern, Kies, Malerkrepp, einer Schnur, Gartenstühlen und weiteren

Dingen. „Zu Beginn durfte/musste sich jeder Teilnehmer ein eigenes Wort aussuchen, das typografisch und dynamisch umgesetzt werden sollte. Die meisten der gewählten Begriffe waren naheliegend, ‚forward‘, ‚evolve‘ oder ‚explore‘; andere waren nicht ganz so offensichtlich, beispielsweise ‚Forelle‘“, so ein Teilnehmer des Workshops. Die Fotos der einzelnen Arbeitsabschnitte wurden dann zu Stop-Motion-Filmen zusammengefügt.

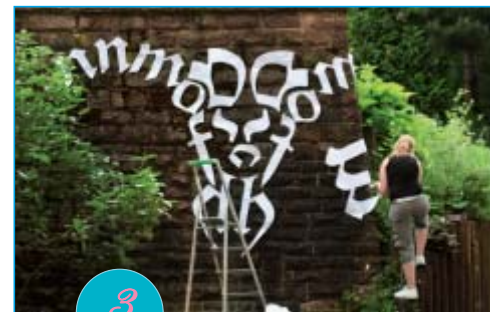
Im Workshop „Von und zu Typen und Charakteren“ der Typonauten standen die Teilnehmer vor der Aufgabe, aus Buchstaben, Ziffern und Zeichen prominente Persönlichkeiten, fiktive Figuren oder auch ganze typografische Bilder zu schaffen. „Nach einem ergebnisreichen Brainstorming zum Thema ‚Adel‘ ging es gleich zur Sache. Während sich einige Teilnehmer auf den spaßigen Ansatz der Aufgabe stürzten und



1



2



3

Typonauten-Workshop

Bild 1: Umsetzung der Ideen

Bild 2: Ludwig XIV in englischer Schreibschrift

Bild 3: Ein Drache aus Buchstaben



Dan Reynolds-Workshop

Bild 4: Das „neue Logo“ des SNCF im Schablonenstil

Bild 5: Diskussion der Entwürfe

Bild 6: Schablonen in Anwendung

- ▶▶ witzige Figuren entwickelten, wurde es bei anderen Teilnehmern geradezu philosophisch“, so die Eindrücke der Referenten Ingo Krepinsky und Stefan Krömer.

Die Teilnehmer des Workshops „Erscheinungsbild für Graf Zahl“ von *spatium – Magazin für Typografie* hatten die Aufgabe, für eine fiktive Firma (einen Blutspendedienst, eine Nachtflugschule, eine Cocktailbar oder ein Bestattungsunternehmen) von Graf Zahl aus der Sesamstraße ein Erscheinungsbild zu gestalten und dieses auf dazu passende Medien anzuwenden. Die Ergebnisse fielen völlig unterschiedlich aus und reichten von der Bauanleitung für den Ikea-Sarg „TÖD“ über Blutspendeausweise bis zu einem Vampirumhang mit Waschanleitung. Bei allen Entwürfen wurden allerdings Ziffern und Zahlen berücksichtigt, die normalerweise in der Gestaltung eine untergeordnete Rolle spielen.

Um „Typedesign mit Durchblick“ ging es schließlich im Workshop von Dan Reynolds von Typeoff und Mitarbeiter bei Linotype. Hier bekamen die Teilnehmer ein Akronym (NATO, SNCF, Aldi, EADS, etc.), das sie typografisch interpretieren sollten. Dan Reynolds schilderte die Vorgehensweise so: „Die meisten Teilnehmer haben sich nicht auf existierende Schriften verlassen, sondern probierten die besten Buchstabenformen für ihre Akronyme aus

eigener Hand zu zeichnen.“ Der zweite Schritt war die Entwicklung einer Schablone, mit der das Akronym dann auf Papier, T-Shirts etc. gesprüht werden konnte.

Ergänzt wurde das Programm durch den Vortrag „Gold ist nicht gleich Gold“ am Freitagabend. Marco Bölling von Bölling Prägedruck sowie Anke Stache von den Artdiktatoren stellten verschiedene Möglichkeiten der Druckveredelung wie Blindprägung, Heißfolienprägung und Heißfolienreliefprägung vor.

Ein weiteres Highlight war das Konzert der polnischen Band „Dikanda“ am Samstagabend. Ihre mitreißenden Kompositionen aus traditionellen slawischen, orientalischen und afrikanischen Musikelementen sorgten für Tanz und gute Stimmung.

Bis auf ein Gewitter mit Wolkenbruch am Samstagnachmittag war das Wetter sehr sonnig und warm, sodass ein Teil der Workshops nach draußen verlegt und auch die hausinterne Kneipe mit Biergarten sehr gut genutzt werden konnte.

Vom 22. bis 25. Mai 2008 finden die „Tage der Typografie“ bereits zum zehnten Mal statt.
www.tage-der-typografie.de

9



10



11





4



5



6

Spatium-Workshop

Bild 7: Feilen an einer CD-Hülle in Sargform

Bild 8: Bauanleitung für Sargmodell TÖD im Ikea-Stil



7



8

Schräge Typografen

Underware-Workshop

Bild 9: Diskussion des „Rollercoasters“ (auf dem Boden)

Bild 10: Größe ist Definitionssache

Bild 11: Typografie am Gartenhaus

Bild 12: Präsentation: Typografie mit Gartenstühlen



12



Das Ehepaar
Ingeborg und Bernhard Dockner
leitet den Familienbetrieb

Österreichische Erfahrungen mit dem Berufsbild „Mediendesigner/Medientechniker“

In Österreich gibt es bereits seit längerem das Berufsbild des Mediendesigners und des Medientechnikers. Dass ein konsequentes Umsetzen der modernen Berufsbilder Erfolg für Lehrlinge und Unternehmen bringt, zeigt das Beispiel der niederösterreichischen Druckerei Dockner.

Es handelt sich hier um einen Familienbetrieb mit 12 Mitarbeitern, davon sind drei Familienmitglieder und zur Zeit vier Lehrlinge. Die Druckerei besteht seit 1988. Seit Betriebsgründung werden regelmäßig Lehrlinge ausgebildet. Ausgebildet wird in allen Berufen des grafischen Gewerbes, das heißt Drucktechnik, Druckvorstufentechnik, Mediendesign und Medientechnik. Zur Zeit sind in jedem dieser Berufe Lehrlinge in Ausbildung, die meisten davon Mädchen.

Druck- und Medien-Abc fragte das Ehepaar Dockner nach den Erfahrungen mit ihren Lehrlingen

Welche Erfahrungen haben Sie im Rahmen der Ausbildung mit Ihrer jungen Mediendesignerin gemacht?

Dockner: Der jetzige Lehrling im Mediendesign ist bereits unser zweiter, wobei unser erster Lehrling in diesem Beruf bereits seit zwei Jahren als kompetente Mitarbeiterin in unserer Grafikabteilung tätig ist.

Wichtig ist, dass die jungen Menschen eine kreative Ader besitzen, offen für die Technik sind und sich auch in ihrer Freizeit mit der Thematik beschäftigen.

Unsere Mediendesign-Lehrlinge waren bei Antritt der Lehre bereits 17 und 18 Jahre – das ist unserer Meinung nach ein Vorteil, da dieser Lehrberuf sehr umfangreich ist und eine gewisse Reife erfordert.

Jeder Lehrling betreut im Zuge seiner Ausbildung ein Projekt, das über die gesamte Lehrzeit aktuell behandelt werden muss. Diese Herausforderung ist speziell für junge Menschen sehr wichtig, da sie

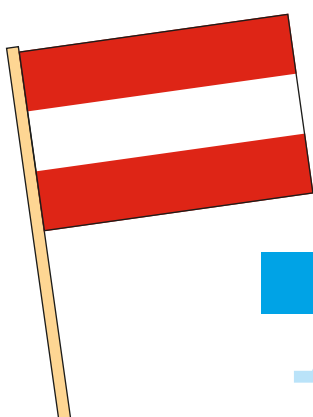
selbstständiges Arbeiten und Entscheiden lernen und dadurch auch Verantwortung übernehmen müssen. Diese kundenorientierten Projekte werden präsentiert bzw. veröffentlicht und somit wird auch das Selbstbewusstsein des Lehrlings gefördert.

Unsere Lehrlinge arbeiten sehr selbstständig und werden von den Mitarbeitern ernst genommen, gleichzeitig haben sie auch die Möglichkeit, da die Ausbildung in einer Druckerei stattfindet, alles rund um den Druck hautnah zu erleben.

Ein dreiwöchiges Auslandspraktikum in Irland (in einem Verlag) war sowohl für den Lehrling als auch für unseren Betrieb eine große Bereicherung.

Warum würden Sie einem jungen Menschen raten, heute den Beruf Medientechniker bzw. Mediendesigner zu wählen?

Dockner: Abgesehen davon, dass dieser Beruf der Kreativität keine Grenzen setzt,



Weitere Informationen: www.dockner.com

A U S T R I A



Agnes Suplicz

Die Grafikabteilung:
Moderne Ausbildung macht Spaß!

A U S T R I A

ist er auch sehr abwechslungsreich und vor allem zukunftsorientiert. Neue Medien, in welcher Form auch immer, sind jetzt schon nicht mehr wegzudenken und werden in Zukunft jeden Menschen, egal welchen Alters, begleiten. Durch die umfangreichen Tätigkeiten, die unter den Medienberufen fallen, ist die Wahrscheinlichkeit gegeben, dass die Nachfrage nach diesen Mitarbeitern höher ist als das Angebot und somit ist es jetzt schon wichtig, Vorsorge zu treffen um in Zukunft ausreichend Fachpersonal zur Verfügung zu haben.

Wir fragten den Lehrling, Frau Agnes Suplicz

Warum haben Sie sich für den Beruf Mediendesigner entschlossen?

Agnes Suplicz: Da ich immer schon sehr kreativ, neugierig und auch technisch begabt war, habe ich mich über die ver-

schiedenen Berufe im grafischen Gewerbe erkundigt und stieß somit auf den Beruf des Mediendesigners. Leider war es nur sehr schwer möglich, einen Ausbildungsplatz zu bekommen, da speziell diese Berufe noch sehr neu sind und jene Firmen, die ausbilden, meistens schon ihren Lehrling hatten.

Die Anfrage bei diesen Berufen ist sehr hoch, da jeder, der mit einem Computer umgehen kann, glaubt, er ist für diesen Beruf geboren. Dass dies nicht so ist, kann ich in der Zwischenzeit bestätigen. Ich war auch in einigen Betrieben schnuppern und habe festgestellt, dass es in den Firmen sehr große Unterschiede gibt.

Zum Glück konnte ich die Chefs der Dockner *druck&medien* von meiner ehrlichen Absicht überzeugen, Mediendesignerin zu erlernen. Denn speziell in diesem Betrieb ist das Ausbildungsangebot sehr umfangreich, und nun bin ich in der glücklichen Lage, dass ich seit zwei Jahren diese Lehrstelle habe.

Welche Erwartungen haben Sie an Ihre berufliche Zukunft? Sind Sie mit Ihrer Ausbildung im Betrieb für die Praxis optimal vorbereitet worden?

Agnes Suplicz: Ich meine, dass ich sicherlich keine Probleme haben werde, in meinem Beruf Fuß zu fassen. Es ist mir klar, dass es täglich Neues zu erlernen gibt und das Lernen nie enden wird, aber dem sehe ich gelassen entgegen. Meine Ausbildung betreffend könnte ich mir nicht vorstellen, dass ein Lehrling in einem anderen Betrieb mehr Möglichkeiten bekommt als ich.

Von Anfang an habe ich mein Projekt zu betreuen, arbeite mit den Kollegen in der Druckvorstufe und Drucktechnik zusammen, darf Entscheidungen und Bewertungen abgeben und genoss ein Auslandspraktikum in Irland. Meine schulischen Leistungen sind auch sehr gut und somit genieße ich jetzt schon die Achtung all meiner Kollegen und werde nicht wie das „Lehrmadl“ behandelt.

R I A

Gestaltungswettbewerb 2008

Design eines Briefmarken-Kleinbogens

Die Druck- und Medienverbände von Baden-Württemberg, Elsass, Luxemburg, Österreich und der Schweiz, sowie die Berufsschulen aus Südtirol, Tirol und Groningen (NL) schreiben ab Januar 2008 gemeinsam wieder einen Gestaltungswettbewerb für Auszubildende in der Medienstufe mit dem Thema „Gestaltung eines Postwertzeichens“ aus. Die Federführung des Wettbewerbs liegt diesmal beim Verband viscom in der Schweiz. Damit die Möglichkeit besteht, sich jetzt schon mit der Aufgabenstellung zu befassen und gestalterische Überlegungen anzustellen, finden Sie die Ausschreibung vorab in diesem Heft.

In diesem Wettbewerb können die Auszubildenden ihr berufliches Können testen und länderübergreifend vergleichen. Die prämierten Arbeiten werden 2009 in verschiedenen Ausstellungen der einzelnen Länder gezeigt. Ein Terminplan für die Ausstellungen wird nach Abschluss des Wettbewerbs veröffentlicht. Die Ausstellungen sollen zur fachlichen Auseinandersetzung mit den Ergebnissen des Wettbewerbs und zur Diskussion anregen.

Aufgabenstellung

Es soll ein Postwertzeichen im Wert von 100 (Cent bzw. Rappen) zum Thema „Von Gutenberg zum Internet“ entworfen werden. Das Wertzeichen ist in einen sogenannten Kleinbogen mit insgesamt 10 Marken zu integrieren (siehe Beispiel).

Der Kleinbogen ist ebenfalls zu gestalten.



Beispiel für den Kleinbogen

Vorgaben

Wertzeichen

Auf dem Wertzeichen müssen folgende Elemente enthalten sein:

- 100 (Wert der Marke, keine Währungsangabe)
- Europa
- Eigener Vorname und Name
- 2009 (Ausgabejahr)

Kleinbogen

Auf dem Kleinbogen soll der Slogan „Von Gutenberg zum Internet“ deutsch, französisch, italienisch und englisch stehen:

- Von Gutenberg zum Internet
- De Gutenberg à Internet
- Da Gutenberg a Internet
- From Gutenberg to the Internet

Neben dem Slogan können auf dem Kleinbogen auch weitere Gestaltungselemente (Illustrationen, grafische Elemente usw.) angebracht werden.

Weiter sind folgende Elemente auf dem Kleinbogen unterzubringen:

- Lesecode (unterhalb der zehnten Marke)
- Gesamtwert des Bogens von EUR 10,00 (rechter Rand obere Markenreihe)
- Sechsstellige Seriennummer 300908 (linke untere Ecke des Kleinbogens)

Siehe auch jeweils Beispiel Kleinbogen links unten.

Format

- Markenformat: 33,0 mm x 28,0 mm
 - Bildgröße Marke: 30,0 mm x 24,2 mm
 - Kleinbogen: 192,0 mm x 115,0 mm
- Die Perforation ist auf dem Kleinbogen in geeigneter Form darzustellen.

Farben

Vierfarbig (4c) plus eine Schmuckfarbe

2008 Ausstellungswettbewerb

Teilnahmebedingungen

Teilnahmeberechtigt sind alle Auszubildenden aus einem Ausbildungsberuf in der Medienstufe.
Pro Teilnehmer darf nur ein Kleinbogen eingereicht werden.
Das Einreichen von Gruppenarbeiten ist nicht möglich.

Einsendeschluss

30. September 2008 (Datum des Poststempels).

Einsendung

Einsendeadressen für das Verbreitungsgebiet des Druck- und Medien-ABC:

■ Deutschland:

Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e.V.
Referat Berufsbildung
Zeppelinstraße 39, 73760 Ostfildern

■ Österreich:

Verband Druck & Medien
Grünangerstraße 4, 1010 Wien

■ Luxemburg:

Association des Maîtres Imprimeurs du Grand-Duché de Luxembourg
2, Circuit de la Foire Internationale, Luxembourg

■ Schweiz:

Viscom Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation
Brunngasse 36, 3000 Bern 11

Bewertung

Die eingereichten Arbeiten werden von einer internationalen Fachjury bewertet. Die Jury besteht aus Vertretern der organisierenden Länder. Die Arbeiten werden in die Kategorien „ausgezeichnet“, „sehr gut“, „gut“ oder „ausgeschieden“ eingeteilt.

Preise

Für die besten Arbeiten werden Gutscheine für ein Wochenende in einer Stadt der beteiligten Länder vergeben.

■ Erster Preis:

Gutschein für ein Wochenende im Wert von 600 Euro.

■ Zweiter Preis:

Gutschein für ein Wochenende im Wert von 400 Euro.

■ Dritter Preis:

Gutschein für ein Wochenende im Wert von 300 Euro.

■ Pro Land wird zusätzlich ein Länderpreis vergeben:

Gutschein für ein Wochenende im Wert von 300 Euro.

Ausstellungen

Die mit dem Prädikat „ausgezeichnet“ und „sehr gut“ versehenen Arbeiten werden in Ausstellungen in den am Wettbewerb beteiligten Ländern gezeigt. Die Ausstellungsorte und die Termine werden von den einzelnen Ländern in der Fachpresse sowie zentral im Internet unter www.viscom.ch veröffentlicht.

Verwertungsrechte

Die Teilnehmer erklären sich mit der Veröffentlichung der Arbeiten und ihrer Adresse einverstanden.

Wichtiger Hinweis

Es besteht die Möglichkeit, dass die zu gestaltende Briefmarke von der Schweizerischen Post und der Post in Luxemburg in die offizielle Briefmarkenkollektion aufgenommen wird. Eine definitive Entscheidung der zuständigen Stellen liegt allerdings erst bis zum Jahresende vor.

Deshalb wird die detaillierte Wettbewerbausschreibung erst im Januar 2008 veröffentlicht. Auch die genauen Vorgaben für die Einreichung der Präsentationsexemplare werden bis zu diesem Zeitpunkt definiert.

Mit den bis jetzt vorliegenden Wettbewerbsdaten können trotzdem schon Entwurfsüberlegungen angestellt werden, da sich die grundsätzlichen Eckdaten der Ausschreibung nicht mehr ändern werden.

Die für die Einreichung verbindlichen Wettbewerbsunterlagen finden Sie ab Januar 2008 im Internet unter www.viscom.ch.

2008

Buchbesprechungen



Lehrbuch Mediengestaltung Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung

Autor: Ralf Lankau
Verlag: dpunkt.verlag GmbH
ISBN: 9-78389-864-3
Preis: 44,00 Euro
Seiten: 368
Format: 19 cm × 25 cm
Erschienen: 2007

» Ralf Lankaus „Lehrbuch Mediengestaltung – Grundlagen der Kommunikation und Visualisierung“ ist ein hervorragendes Buch, um in die Tiefen von Konzeption und Grafikdesign einzutauchen. Denn das vorliegende Buch ist anders als die üblichen „Bilderbücher“ (3000 Logos, 100 Best Brochure Design etc.) oder die Nachschlagewerke für schnelle Prüfungsantworten.

Es ist ein Buch zum Durchdenken und Durcharbeiten und hebt sich damit positiv von vielen anderen Fachbüchern ab.

So beginnt der Autor entsprechend mit Medien- und Kommunikationstheorie, bevor sich der Leser dann von der allgemeinen Visualisierung von Aussagen über typografisches Gestalten zu Aspekten der Ideenfindung durcharbeitet.

Ralf Lankau stellt keine Regeln zum Auswendiglernen zusammen, sondern Gedanken und Fakten, die zum eigenständigen Denken in der Gestaltung anregen. Zusätzlich kann der Leser zu jedem Kapitel anhand von Aufgaben verschiedene Aussagen der Kapitel selbst erfahren.

Das sprachliche und inhaltliche Niveau ist hoch, aber verständlich, sofern der Leser bereit ist, das Geschriebene zu durchdenken und nicht drüberzuhuschen. Und gerade deswegen ist es auch für Einsteiger geeignet, denn warum sollte man mit oberflächlichen und allzu einfachen „Lösungen“ das Gestalten-Lernen beginnen?

Da es sich klar und eindeutig auf die Mediengestaltung bezieht, steht dieses Buch auch nicht in Konkurrenz zum bekannteren „Kompendium der Mediengestaltung“, welches ja auch viele technische Aspekte der Print- und Digitalmedien behandelt.

Gestalten lernen heißt denken lernen, und genau hier setzt dieses Buch dankenswerterweise an.



Projektfahrplan für erstklassige Websites

Checklisten für die Konzeption, Entwicklung und Wartung

Autor: Shirley Kaiser
Verlag: dpunkt.verlag GmbH
ISBN: 9-78389-864-4
Preis: 36,00 Euro
Seiten: 338
Erschienen: 2007



Präsentieren auf Englisch

• überzeugender Auftritt • treffende Formulierung • klare Visualisierung

Autor: Mario Klarer
Verlag: Redline Wirtschaft
ISBN: 9-78363-601-3
Preis: 10,00 Euro; Seiten: 134
Format: 23,8 cm × 17,2 cm
Erschienen: April 2006, 3. aktualisierte
und überarbeitete Auflage

» Shirley Kaisers Buch „Projektfahrplan für erstklassige Websites“ ist in der deutschen Übersetzung im dpunkt.verlag erschienen. Ein Buch, das Webentwickler, aber auch Projektleiter anspricht, um Webauftritte effizient und qualitativ hochwertig zu planen, zu entwerfen, zu entwickeln, umzusetzen, zu testen und zu warten.

In diesem Leitfaden stehen keine seitenlangen Codes, sondern sie sind eher spärlich und nur zur Illustration von zuvor Geschriebenem eingestreut. Daraus folgt entsprechend, dass es kein Einsteigerbuch ist, denn sein HTML, seine Webeditoren etc. sollte man kennen, wenn man sich dieses Buch zulegt.

Schwerpunkt ist, ein Projekt von Anfang bis Ende faktisch als Qualitätssicherungsmaßnahme zu beschreiben. So beginnt die Autorin zunächst mit den wichtigen Vorüberlegungen und Grundfragen wie angestrebte Zielgruppe, Hard- und Software, Webhosting etc. Der zweite Schritt, was auch von vielen Kunden häufig unterschätzt wird, ist es, zunächst die Inhalte zusammenzutragen und zu strukturieren. Denn einen Entwurf anzufertigen ohne genaue Kenntnis über den geplanten Inhalt zu haben, kann nur zu Fehlentscheidungen führen.

Weitere Themen wie Benutzerfreundlichkeit, Farbe, Typografie, Informationsarchitektur, Navigation, optimaler Code, Suchmaschinenoptimierung, Testverfahren, Wartung und Übergabe an den Kunden werden in Form erläuternder Checklisten dargestellt.

» „Präsentieren auf Englisch“ – der Titel trifft den Inhalt des Buches nicht ganz. Vielmehr müsste es „Präsentieren vor US-amerikanischem Publikum“ heißen, denn das ist der eigentliche Schwerpunkt. Als Grund gibt der Autor Mario Klarer die bedeutende Wirtschaftsposition der USA sowie eine speziell US-amerikanische Vortragstechnik an, die in diesem Buch vorgestellt wird.

Natürlich ist der Inhalt an „klassischen“ Vorträgen orientiert – Aufbau, Einleitung, Hauptteil, Schluss, Frage und Antwort –, doch auch darüber hinaus werden Themen wie Vorbereitung der Präsentation oder des Vortrags, Körpersprache oder Diskussionsbeiträge in Meetings behandelt.

Auch der kulturelle Unterschied zwischen den USA und Deutschland und die damit verbundene Erwartungshaltung des Publikums an den Vortragenden werden behandelt.

Modulare Textvorschläge auf Englisch zu den einzelnen Themen sowie ein Sprachtraining helfen bei der Vorbereitung eines „eigenen“ Vortrages oder einer Präsentation auf Englisch.

Für alle Auszubildenden, die vor dieser Situation stehen oder in Zukunft stehen könnten, ist es ein sehr hilfreiches Buch. Voraussetzung ist natürlich, dass man schon relativ gute Englischkenntnisse hat und auch das nötige fachspezifische Vokabular kennt.





Mit Schrift denken

Ein kritischer Ratgeber für Grafiker,
Autoren, Lektoren & Studenten

Autor: Ellen Lupton

Verlag: Princeton Architectural Press

ISBN: 9-78156-898-6

Preis: 17,90 Euro

Seiten: 176

Format: 21,2 cm × 17,8 cm

Erschienen: 2007

- » „Mit Schrift denken“ ist die deutschsprachige Ausgabe des englischen Titels „Thinking with type“ und setzt den Schwerpunkt, wie der Titel auch nicht anders vermuten lässt, auf die Typografie.

Dabei greift sie drei Schwerpunktthemen – Buchstaben, Text und Gestaltungsraster – heraus und ergänzt sie um einen kleinen Anhang mit Tipps zu Korrekturzeichen und Mikrotypografie. Während das erste Kapitel anschaulich die Entwicklung der Buchstabenformen seit Gutenberg bis zur heutigen Zeit zeigt und in die Details der Buchstaben einführt, beschäftigt sich die Autorin im zweiten Kapitel mit dem Anordnen der einzelnen Buchstaben, dem Text. Kapitel drei ist dann die logische Weiterentwicklung, hier dreht sich alles um die Positionierung des Textes auf der Seite, das Gestaltungsraster. Ein Aufbau vom Detail zum Ganzen.

Es ist jedoch kein Lehrbuch, das Punkt für Punkt alles abhandelt und zum Nachschlagen bzw. Auswendiglernen genutzt wird, sondern der Autorin geht es darum, dass man sich als Leser in das Thema hineindenkt, sich bewusst damit beschäftigt und am Ende Typografie versteht.

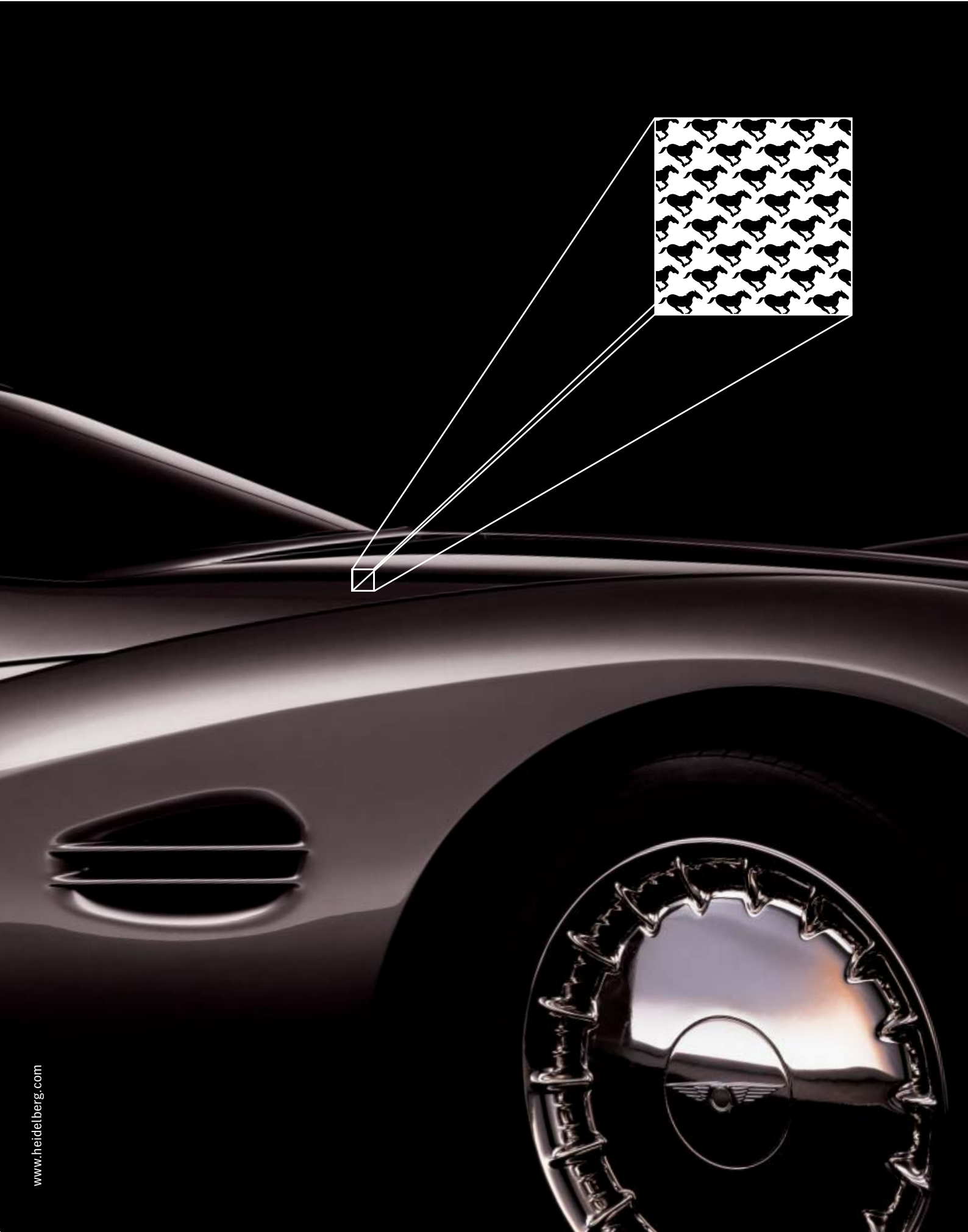


Illustriert werden die Ausführungen durch Abbildungen typografischer Arbeiten verschiedener Designer sowie durch kleinere Übungen zum Austesten des zuvor Gelesenen. Es ist somit ein Buch für Einsteiger, die sich auf das Abenteuer Typografie und typografisches Gestalten einlassen wollen, jedoch nicht für solche Leser geeignet, die Typografie als eines von vielen Nebenthemen begreifen, das man eben notgedrungen mitlernen müsse.

Und wie schon im Titel aufgegriffen geht es der Autorin darum, dass Typografie und Gestalten in erster Linie Denken bedeutet. So findet man im Anhang unter der Rubrik „Tipps und Ratschläge“ die folgende Aussage:

„Denke mehr, entwerfe weniger!“

Viele verzweifelte Designentscheidungen (zum Beispiel Farbabstufungen, Schlagschatten oder der unnötige Einsatz von Transparenz) werden oft getroffen, wenn ein starkes Konzept fehlt. Eine gute Idee liefert den Rahmen für Designentscheidungen und treibt die Arbeit voran.“



www.heidelberg.com

Drucken ist die Kunst, Papier mit Kraft aufzutanken. **Passion for Print.**

HEIDELBERG

Prüfungstermine Deutschland

ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2007/08

Schriftliche Prüfung
Dienstag, 4. Dezember 2007

ZWISCHENPRÜFUNG 2008

Schriftliche Prüfung
Donnerstag, 10. April 2008

ABSCHLUSSPRÜFUNG SOMMER 2008

Schriftliche Prüfung
Dienstag, 27. Mai 2008

ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2008/09

Schriftliche Prüfung
Dienstag, 2. Dezember 2008

Die praktischen Prüfungstermine werden von den Prüfungsausschüssen der prüfenden Stelle vor Ort (z. B. IHK, HWK) festgelegt.

HERAUSGEBER

- Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien
Wilhelmshöher Allee 260 · 34131 Kassel
Telefon (05 61) 5 10 52-0 · Telefax (05 61) 5 10 52-15
Homepage: <http://www.zfamedien.de> · E-Mail: info@zfamedien.de
- Arbeitsgemeinschaft zur fachlichen Information der Lehrlinge in den graphischen Gewerben Österreichs
A-1070 Wien · Seidengasse 15
Telefon (00 43/(0)1) 5 23 82 31 · Telefax (00 43/(0)1) 5 23 82 31 28
A-1010 Wien · Grünangergasse 4
Telefon (00 43/(0)1) 5 12 66 09 · Telefax (00 43/(0)1) 5 13 28 26 19

Der Zentral-Fachausschuss ist im Auftrag des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm), Wiesbaden und der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft e.V. (ver.di), Fachbereich Medien, Kunst und Industrie, Berlin als Zentralstelle für die Ausbildung der Druck- und Medienindustrie tätig.

Die Arbeitsgemeinschaft zur fachlichen Information der Lehrlinge in den graphischen Gewerben Österreichs ist im Auftrag des Fachverbandes Druck, der Fachgruppen Druck, Wien, des Verbandes Druck & Medientechnik und der Gewerkschaft Druck, Journalismus, tätig.

REDAKTION

Anette Jacob · Wilhelmshöher Allee 260 · 34131 Kassel

REDAKTIONELLE BERATUNG

Gerhard Kirchgäßner, Berlin · Theo Zintel, Wiesbaden
Christian Handler, Wien · Franz Murmann, Wien

KONZEPTION UND GESTALTUNG

Klaus Brecht GmbH. Text. Bild. Grafik. · Heidelberg

DRUCK

Thiele & Schwarz, Druck- und Verlagshaus · Kassel

Das Druck- und Medien-Abc wird an die Auszubildenden der Druck- und Medienbranche nur über die Berufsschulen, an die Ausbilder nur über die Landesverbände und an die Mitglieder der Prüfungsausschüsse über die Kammern geliefert und in Österreich an die graphischen Lehrlinge direkt versendet. Die kostenlose Herausgabe des Druck- und Medien-Abcs wird auch unterstützt durch den Hauptverband der Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitenden Industrie e.V., den Wirtschaftsverband Kopie und Medientechnik e.V., beide Frankfurt, den Verband deutscher Buchbindereien für Industrie und Verlag e.V., Freiburg und den Bund deutscher Buchbinder-Innungen, Aachen.

Das Druck- und Medien-Abc erscheint zur Zeit einmal jährlich.

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

PAPIER

120 g/m², holzfrei, weiß, Offset, Plano plus

Neues und Bewährtes vom Verlag Beruf und Schule

Informationen verbreiten – Medien gestalten und herstellen

3., aktualisierte, erweiterte Auflage, 2006, reflektiert aktuellen Stand Druck/Medien, 520 Seiten B5, 450 Abb., Fadenheftung, Hardcover, ISBN 978-3-88013-660-1, 29 €

Übungsbuch zu Informationen verbreiten

Ulrich Paasch u. a., 174 Seiten B5, 136 Abb., ISBN 978-3-88013-653-3, 19 €, Lösungen nur bei Einführung (ab 10 Stück)

Grundlagen Print- und Digitalmedien

Lehr- und Arbeitsbuch, **6. Auflage, 2007** Team Aull, Bühler, Huth, Westlinning, 396 Seiten A4, viele Abb., teils 4-farbig, ISBN 978-3-88013-665-6, 39 €

Lehr- und Arbeitsbuch für Offsetdrucker(innen)

Autorenteam, 10 Hefte, 744 Seiten A4, viele ein- und mehrfarbige Abbildungen, 1995-2004, 48 €, ISBN 978-3-88013-970-1. Druckformmontage, Druckformherstellung, Papier: Eigenschaften und Prüfung, Farbe in Druck und Medien, Grundlagen Offsetdruck, Druckmaschinenkunde 1 & 2, Drucken im Offsetdruck, Messen und Prüfen, Arbeitssicherheit/Umweltschutz. Lösungen kostenlos nach Einführung.

ABC der Mediengestaltung Top-fit in die Prüfung

Das Basiswissen für Mediengestalter in Frage und Antwort, leicht verständlich. Sabine Butzhammer, 288 Seiten A5, teils 4-farbig, **6. Auflage, 2007**, 17 €, ab 10 Stück 14 €, ISBN 978-3-88013-661-8

Prüfungswissen Drucktechnik

(Druckerwissen) Lern- und Prüfungsbuch für Drucker und Mediengestalter im Printbereich, 1541 Fragen mit den Lösungen. H. J. Scheper, 480 Seiten A5, ca. 160 Abb., Dezember 2005, 19 €, ab 10 Stück 15 €, ISBN 978-3-88013-623-6

Fachlexikon Druck und Medien

Umfangreiches Nachschlagewerk mit nahezu 10000 Stichwörtern und 313 Websites für die Suche nach weiteren Informationen über Druckindustrie und Randgebiete. H.-J. Halkasch, 440 Seiten 14 x 21,5 cm, 2005, 19 €, ISBN 978-3-88013-641-0

Mathe Buchbinder

Rechenbuch einschließlich Download aller Lösungen von www.pdf-site.de. Ingo Herkert, 188 Seiten A5, Broschur, 2006, ISBN 978-3-88013-628-1, 15 €

Bei www.vbus.de gibt's die Details zu:

Bedruckstoff und Farbe

Lern- und Nachschlagbuch für Drucker und andere Fachleute der Druckindustrie Jochem Ottersbach, 4. Auflage, 2005, 192 Seiten B5, 148 Abb., Festeinband, ISBN 978-3-88013-625-0, 16 €

Farbe in Druck und Medien von Ulrich Paasch 104 Seiten A4, 2001, ISBN 978-3-88013-612-0, 18 €, Staffelpreis: Ab 10 Stück nur 14 € je Exemplar

Fachwissen Medienvorstufe von Pilny u. a. Die Bände 1 Grundwissen EDV, 2 Hardware, 3 Software, 5 Nonprint-Publishing, 9 Farbe in Druck und Medien für nur 24 €*, ISBN 978-3-88013-905-3

Fachwörter-ABC

Druck- und Digitalmedien (Print) von Golpon 192 Seiten 12,5 x 18 cm, ISBN 978-3-88013-638-0, 10 €

Lexikon des Offsetdrucks von Walenski 352 Seiten A5, 1993, ISBN 978-3-88013-469-0, 12 €*

Lexikon Buchbinderische Verarbeitung Liebau/Heinze, 208 S. A5, ISBN 978-3-88013-572-7, 20 €

LOGO Einführung in das Grafik-Design von Siegle 2005, 192 Seiten, 14 x 22 cm, 978-3-88013-652-6, 19 €

Grundlagen der Typografie von Bergner 232 Seiten B5, 1990, 978-3-88013-395-2 (Leipzig), 12 €*

Gebrochene Schriften von Rehse 240 Seiten A5, 2000, 978-3-88013-563-5, 18 €

4C-DTP – Basiswissen Vorstufe von Carsten Belling 160 Seiten 17 x 24 cm, 2001, 978-3-88013-580-2, 13 €*

Lehr- und Arbeitsbuch Druck von Aull 7. Aufl., 2004, 432 Seiten A4, 978-3-88013-640-3, 51 €

Messen und Prüfen von Rausendorff/Starke 94 Seiten A4, 2004, ISBN 978-3-88013-633-5, 12 €

Digitales Drucken von Rausendorff/Starke 152 Seiten A4, 2002, 978-3-88013-624-3, 18/14 €

Falz- und Ausschleißpraxis von Halkasch 336 Seiten A5, 1994, 978-3-88013-458-4, 15 €*

Industrielle Buchbinderei von Liebau/Heinze 778 Seiten B5, 2. Aufl., 2001, 978-3-88013-596-3, 39 €

Das Papierbuch von Wolfgang Walenski, vergriffen Alternative: Ottersbach, Bedruckstoff und Farbe

MatheMedien von Ulrich Paasch 4. Aufl., 2004, 383 Seiten A5, 978-3-88013-646-5, 25 €

Aufgabensammlung von Golpon/Paasch 244 Seiten A5, 11., 2000, 978-3-88013-590-1, 17/14 €

Fachbezogene Mathematik für die Berufe der Medienvorstufe von Hans Jürgen Scheper 6. Auflage, 2004, 240 Seiten A5, 978-3-88013-644-1, 18 €

Mathe Drucker von Jochem Ottersbach 192 Seiten A5, 2. Aufl., 2002, 978-3-88013-619-9, 15 €

Medienwissen – Prüfungshilfen von Golpon 420 S. A5, 3. Auflage, 2003, 978-3-88013-632-8, 14 €*

Kosten- und Leistungsrechnung von Gairing 3 Bände mit insgesamt 1100 Seiten A5 einschließlich aller Lösungshefte, 978-3-88013-902-2, 72 €

Clipart-Gedicht-Spaß: **Sonettkalender 2008**

15 Blatt A3, Sprachwitz, Wortakrobatik und Bildkomik ... und noch 3000 weitere Kalender können Sie von www.kalendermachen.de aus ansehen und beurteilen, z. B. auf Kreativität, grafische und typografische Qualität, Bildgestaltung, Anmutung und Gebrauchsnutzen.

Möchten Sie ausführlicher informiert werden?

Verlag Beruf und Schule
Postfach 2008, 25510 Itzehoe
Telefax: (0 48 21) 49 41
E-Mail: vbus@online.de

Detaillierte Infos zu allen Büchern,
Newsletter, Verlagsverzeichnis,
Probeseiten, Ergänzungen, Lösungen,
preisgünstige Angebote bei:
www.vbus.de

Der Verlag liefert nur über den Buchhandel, nicht direkt an Endkunden. Unsere Schulbücher sind im VLB gelistet, jedoch nicht beim Barsortiment. Für Kunden in der Schweiz: STV/AST, CH-9000 St. Gallen, Fon/Fax 071 2776079

Buchbestellung im Internet

Zum Erfolg führt nur die Suche in der **VLB-Datenbank**, die **alle** lieferbaren deutschsprachigen Buchtitel enthält: **www.buchhandel.de** anklicken, ISBN oder Buchtitel in das Formular eingeben, Buch in den Warenkorb legen und eine genehme Buchhandlung auswählen.

Euro-Preise mit deutscher Mehrwertsteuer
* Unverbindlich empfohlener Preis

