

DRUCK- UND MEDIEN-ABC

FACHLICHE
INFORMATIONEN FÜR
DIE AUSBILDUNG IN
DER DRUCK- UND
MEDIENINDUSTRIE.
HEFT 1.
OKTOBER 2004.
51. JAHRGANG



INHALT

- 3 Zwischen- und Abschlussprüfungen in der Druck- und Medienindustrie
- 4 Staatsanwaltschaft Kassel ermittelt – Ersatzprüfung der schriftlichen Abschlussprüfung „Mediengestalter für Digital- und Printmedien“ kam im Sommer 2004 zum Einsatz
- 6 Mediengestalter 2000plus: Infowebsite, LernCenter, Tutorialdatenbank, Fachforum und Literaturserver
- 8 Medienaward 2003 – Wanderausstellung mit Viva España erfolgreich
- 12 Aus der Prüfungsaufgabenerstellung
 - Mediengestalter für Digital- und Printmedien Abschlussprüfung Winter 2004/05
 - Mediengestalter für Digital- und Printmedien Fachrichtung Medienberatung
 - Buchbinder – Technische Mathematik: Anregungen für die Bewertung
- 16 Mediengestalter mit neuem Profil – Ergebnisse der Evaluation des Ausbildungsberufes Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien
- 18 Typo Berlin 2004 – Totgesagte leben länger
- 20 Das richtige Messgerät zum richtigen Zweck
- 24 Qualifizierung Druck und Medien: Ausgelernt – oder was?
- 26 Erste Erfahrungen mit der Qualifizierung zum Medienfachwirt/-in und Industriemeister/-in Digital- und Printmedien
- 30 Bachelor- und Masterstudiengänge setzen sich auch in der Druck- und Medienwirtschaft durch
- 31 Drupa 2004
- 34 Buchbesprechungen
- 36 Gestaltungswettbewerb, vdm
- 38 Prüfungstermine, Impressum

Titelbeschreibung

*Ananda Schneider, Bremen
Humor und leichte Ironie zeichnen diese
Titelseite aus. Schrift als Buchstabenbrille
in essbarer Form. Haben die Auszubil-
denden schwer zu kauen? Leider sind
die Versalzeilen des ergänzenden Textes
nicht optimal zu lesen.*

ZFA

Zentral-Fachausschuss
Berufsbildung Druck und Medien

Wilhelmshöher Allee 250
34131 Kassel

Postfach 11 0219
34111 Kassel

Telefon: 0561 31024-0
Telefax: 0561 31024-2
E-Mail: info@zfa.de
Internet: www.zfa.de

0561 31024-0 • Telefax 0561 31024-2

An die
Staatsanwaltschaft
bei dem Landgericht Kassel
Friedfurter Str. 7

34111 Kassel

15. Juli 2004

Veröffentlichung von Prüfungsaufgaben im Internet

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit möchten wir Strafanzeige und Strafantrag wegen „Ist in Betracht kommender Tatbestände“ in folgender Sache stellen:

Veröffentlichung von bundeseinheitlichen Prüfungsaufgaben des Ausbildungsberufes „Mediengestalter für Digital- und Printmedien“ im Internet vor dem offiziellen Prüfungstermin der schriftlichen Abschlussprüfung am 11. Mai 2004.

Der Sachverhalt stellt sich folgendermaßen dar:

Der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) in Kassel ist eine gemeinsame Einrichtung der beiden Tarifvertragspartner Bundesverband Druck und Medien (bvdmg) und Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) Fachrichtung Medien, Kunst und Industrie.

Im Auftrag des Deutschen Industrie- und Handelskammertages erstellt der ZFA seit ca. 50 Jahren bundeseinheitliche Prüfungsaufgaben für die Berufe der Druck- und Medienindustrie. Der ZFA stellt die gedruckten Prüfungsaufgaben allen prüfenden Stellen (HK, HWK) zur Verfügung und diese verwenden die Prüfungsaufgaben bundesweit.

Der diesjährige schriftliche Sommer-Abschlussprüfungstermin fand bundeseinheitlich am 11. Mai statt. Leider waren bereits im Vorhinein (seit 5. Mai) etliche Hinweise zu Prüfungsaufgaben im Internet (unter Auzub-Foren wie www.aufgaben.de/aufgaben.de und www.kass.de) zu finden.

Staatsanwaltschaft bei dem Landgericht Kassel

Friedfurter Str. 7 (PLZ 34111)
Telefon: 0561 310 24-0
Telefax: 0561 310 24-2
Gerichtssaal Kassel, Landratsamt Hessen-Thuringen, Gerichtsstr.
Kasseler Str. 100 021 (BLZ: 340 300 00)

Postanschrift: StA b.d. Landgericht Kassel, 34111 Kassel

ZFA
Zentral Fachausschuss
Wilhelmshöher Allee 250

34131 Kassel

RECHTSPRECHUNG

Aktenzeichen
bitte stets angeben!

Zutreffendes ist angekreuzt bzw. ausgefüllt

Ort und Datum Ihres Schreibens

Unterschrift

Datum

18.08.2004

Staatsanwaltschaft Kassel ermittelt – Ersatzprüfung der schriftlichen Abschlussprüfung „Mediengestalter für Digital- und Printmedien“ kam im Sommer 2004 zum Einsatz

Vier Tage vor dem schriftlichen Prüfungstermin der Mediengestalter-Abschlussprüfung am 11. Mai 2004, sind Prüfungsinhalte der fachrichtungsübergreifenden Aufgaben bekannt geworden. In mehreren Internet-Foren, in denen sich Auszubildende über Ausbildung und Prüfungen austauschen und in einem Newsletter für Mediengestalter-Auszubildende waren ca. 90% der allgemeinen Aufgaben für alle Fachrichtungen vorab veröffentlicht.

Wäre die Prüfung unter diesen Umständen wie geplant geschrieben worden, hätte sie im Nachhinein für ungültig erklärt werden müssen.

Damit alle Prüfungsteilnehmer die gleichen Chancen haben und eine faire Prüfung stattfinden konnte, mussten Ersatzaufgaben zum Einsatz kommen. Glücklicherweise waren die verantwortlichen Stellen über den Informationsaustausch informiert und hatten für den Notfall bereits eine Ersatzprüfung in digitaler Form vorbereitet. Sonst hätte die komplette Mediengestalter-Abschlussprüfung abgesagt und verschoben werden müssen. Die Konsequenzen dessen kann man sich (auch finanziell gesehen) kaum vorstellen: Neue Arbeitsstellen können nicht wie geplant angetreten werden; bereits gebuchte Urlaube müssen verschoben oder abgesagt werden usw., usw.

Es war ein riesiger Aufwand dies alles zu organisieren und durchzuführen. Außerdem hatten viele Prüfungsteilnehmer bei der Prüfung das Nachsehen durch Unruhe, Fragen, Stress etc.

Wir hoffen, dass dies eine einmalige Aktion gewesen ist und nie wieder vorkommt.

Jetzt werden Sie sich fragen, wie überhaupt vorab Informationen über Prüfungsinhalte nach außen dringen können?!

Genau diese Frage stellen wir uns auch. Aufgabenerstellungseinrichtung und Aufgabenersteller, Verlag, Versandunternehmen und prüfende Stellen haben umfangreiche Maßnahmen zur Geheimhaltung getrof-

fen. Dennoch scheint irgendwo eine oder mehrere undichte Stellen zu sein, sonst hätten ja keine Tipps mit so großer Trefferquote vorliegen können. Diese wurden dann in den einschlägigen Foren veröffentlicht und waren blitzschnell bis zu mehreren tausend mal gelesen worden.

Wir haben sämtliche Informationen und Vermutungen, die wir in diesem Falle sammeln konnten, zusammengetragen und bei der Staatsanwaltschaft Kassel als Strafanzeige eingereicht.

So hoffen wir, den oder die Täter aufzudecken und „dingfest“ zu machen, denn es ist keine Lappalie, solche Informationen weiterzugeben. Vielleicht ist es einigen Personen gar nicht bewusst, was sie damit auslösen und dass sie den Auszubildenden keinen Gefallen tun, ganz im Gegenteil, die Auszubildenden am Ende die Leidtragenden sind!!!

Selbstverständlich sind die Täter auch schadenersatzpflichtig und der Schaden kann schnell mehrere hunderttausend Euro betragen.

Wir fordern daher alle an der Prüfung Beteiligten dringend auf, die Geheimhaltung von Prüfungsaufgaben zu wahren!!!! ■



mediengestalter|in 2000 plus



Mediengestalter 2000plus: Infowebseite, LernCenter, Tutorialdatenbank, Fachforum und Literaturserver

Die Mediengestalter-2000plus-Website bietet unter <http://www.mediengestalter2000plus.de> eine Vielzahl von Informationen rund um die Ausbildung und die Prüfungen des Mediengestalters für Digital- und Printmedien.

Im **Fachforum** gibt es die Möglichkeit des Austausches zwischen Auszubildenden, bereits ausgerechneten Mediengestaltern und Ausbildern. Seit mehr als drei Jahren kommen täglich Fragen und Antworten zu Ausbildungsinhalten, schulischer und betrieblicher Ausbildungsorganisation sowie zu den Zwischen- und Abschlussprüfungen und es entstehen viele Fachdiskussionen. Bei bisher über 17500 Beiträgen gibt es kaum eine Frage, die nicht schon mal gestellt und beantwortet wurde. Über die interne Suchmaschine lässt sich so auch gezielt nachforschen, was andere bereits klären konnten. (<http://www.forum-mediengestalter.de/cgi-bin/YaBB/YaBB.pl>)

Aus den Erfahrungen der Prüfungsvorbereitung entstand die **Tutorialdatenbank**, die gemeinsam mit Auszubildenden aufgebaut wurde. Sie umfasst derzeit 181 Tutorials und 2783 Begriffe im Mediengestalter-Lexikon, die bei der Ausbildung und Prüfung helfen. Thematisch werden die Bereiche Gestaltung, EDV, Fachkunde und WISO abgedeckt. (http://www.mediengestalter2000plus.de/fs_tut_db.html)

Weiterhin bietet die Website einen umfangreichen **Literaturserver**, der mehr als 180 Buchbesprechungen enthält. Hier werden Bücher zur neusten Software

ebenso vorgestellt, wie Standardwerke über Druckproduktion, Webdesign, Typografie und Marketing. In letzter Zeit wurden auch gezielt Bücher für Medienberater ausgewählt. Der Literaturserver ermöglicht es zudem, eigene Bewertungen abzugeben.

(<http://www.mediengestalter2000plus.de/literatur/>)

Im **LernCenter** stehen mehrere ausführliche Webbased-Training Module für eigenständiges Lernen und für den Einsatz in Unterrichtseinheiten zur Verfügung. Gemeinsam mit der Schweizer Mediengewerkschaft comedia wurden auf der Basis der „Lehrmittel für typografisch Interessierte“ die Module „Typografie am Bildschirm“ und „Satztechnik“ als web-basierte Lern- und Übungsmodule mittels Flash MX umgesetzt.

Typografische Grundlagen für Print- bzw. digitale Medien werden anhand der Kapitel Abstände, Satzarten, Schriftwahl, Schriftmischung, Schrift am Bildschirm, Zeilenbreiten, Lesbarkeit etc. vorgestellt. Highlight bei den Modulen „Typografie am Bildschirm“, „Satztechnik“ und „Farbenlehre“ sind die jeweiligen interaktiven Übungen.

Des Weiteren bieten die Module auch Wissenstests an. Darüber hinaus kann noch ein zweites Modul zur Farbenlehre

sowie eines mit hilfreichen Tipps zu Bewerbungen durchgearbeitet werden. Vor allem für Medienberater und angehende Medienfachwirte interessant sind Wissenstests und Übungen zum Thema Projekt- und Kalkulationsmanagement. Die Aufgabensammlung beinhaltet Multiple-Choice-Fragen, Lückentexte und Zuordnungsaufgaben zu Fragen und Problemen der Projektplanung, Ermittlung von Projektzielen, Kennzahlen, Kostenrechnung und Kalkulation.

Derzeit wird das LernCenter von rund 500 Usern mit rund 200 Zugriffen pro Tag sehr rege genutzt. Es wird einerseits von Auszubildenden und Umschüler/innen genutzt andererseits von betrieblichen Ausbildern und Berufsschullehrer/innen. Auch ganze Berufsschulklassen bzw. Weiterbildungseinrichtungen nutzen das LernCenter direkt im Unterricht. ■



lern|center

Zurück Vorwärts Abbrechen Aktualisieren Startseite AutoAusfüllen Drucken E-Mail Explorer

Adresse: <http://lerncenter.medienalter2000plus.de/home/>

Forum Ben
Verlauf
Suchen
Album
Seitenhelfer

News
Foren
Chats
Who

LogIn Anmelden

mediengestalter in ²⁰⁰⁰ plus
lern|center

lern|themen

- Organisation/Konzeption
- Gestaltung
- Datenbearbeitung
- Datenhandling/
Hard- und Software
- Kommunikation
- Druckform/Druck/Datenausgabe
- Digitale Medien
- Kaufmännische Inhalte und
Kundenkommunikation

lern|formen

- Übungspool
- Web Based Trainings
- Downloads
- Links
- Literatur-Server
- Glossar

Sitenap
Impressum

gefördert vom
Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Internetze



Wanderausstellung mit Viva España erfolgreich

Sie erinnern sich sicherlich noch an die Aufgabenstellung der Abschlussprüfung für Mediengestalter im Sommer 2003: Café con Leche, Almuerzo, Comida, Paella, Tortilla und Gazpacho. „Viva España“ war das Thema, das den Nerv der Mediengestalter getroffen hatte. Einfach spitze, was da an Gestaltungsideen verwirklicht wurde.

MedienAward

Die besten Arbeiten wurden im Rahmen des Wettbewerbs der „100-Jahre-Gebrüder-Schmidt-Stiftung“ mit dem MedienAward 2003 prämiert. In der Kategorie „Print (Rezeptheft)“ waren es 280 und in der Kategorie „Nonprint (Internetauftritt)“ 80 Arbeiten, die eingereicht wurden. Was die Auszubildenden vorlegten, ist schon bemerkenswert: Rezepthefte, liebevoll gestaltet und verpackt in Kassetten mit Kochlöffel, Balsamico-Essig, Fächer, Lavendelsträußen und Gewürzen. Fast nur Spitzenergebnisse!

Die Preisverleihung fand am 5. Dezember 2003 im Zentrum für Information und Kommunikation des Verbandes Druck und Medien Hessen statt. Bei spanischen Rhythmen und Flamenco übergab

Klaus Peter Schmidt den Gewinnern Preisgelder in einer Gesamthöhe von 3000 Euro.

Der erste Preis in der Kategorie Printmedien ging an Daniela Rust, Berlin. Den zweiten Preis erhielt Claudia Sackmann, Filderstadt, der dritte Preis ging an Marina Gabriel, Lindenberg.

In der Kategorie Digitalmedien erhielt Efstathios Minokoglou, Vaihingen/Enz den ersten Preis. Zweite wurde Raluca Rossow, Rottweil, der dritte Preis ging an Brigitte Klemens, Hamburg.

Für die Jury war es keine einfache Aufgabe, aus der Vielfalt der kreativen Werke die besten Arbeiten auszuwählen. Entscheidend für die Preisvergabe war

aber nicht nur der Gesamteindruck, sondern vielmehr die korrekte Umsetzung der gesamten Aufgabenstellung, angefangen von der Einhaltung der Zielsetzung über die Auswahl der geeigneten Typografie und der Logogestaltung, bis hin zur Bildwirkung. Bei der Bewertung der Internetauftritte legte die Jury vor allem Wert auf eine sinnvolle Navigation sowie die zielgruppengerechte Aufbereitung von Text und Bild.

Alle Printarbeiten und die besten acht Internetauftritte konnten anschließend in einer deutschlandweiten Wanderausstellung bewundert werden. Start war in Darmstadt im Dezember 2003, dann ging es nach Rheinland-Pfalz/Saarland, wo die Arbeiten an den Berufsschulen in



Mainz, Neustadt/Weinstraße, Saarbrücken und Koblenz begutachtet werden konnten. Mit großem Publikumserfolg konnte die erste Preisträgerin, Daniela Rust ihre Arbeit an der Berliner Berufsschule präsentieren, bevor die Ausstellung in Reutlingen, Biberach, Augsburg und München zu sehen war. Von hier aus ging sie quer durch die Republik nach Braunschweig, Bielefeld, Münster und Hagen. In Neuenrade wurde die Ausstellung unter dem Motto „Spanien – ein Genuss“ von der Agentur plakart präsentiert. Mehr als 80 Kunden von plakart lauschten nicht nur Gestaltungsvorträgen, sondern genossen auch leckeren spanischen Rotwein, frische Oliven, herzhaftes Ajoli-Brot und weitere Gaumenfreuden

aus dem Land der Tapas und der Toros. Dazu spielte die Gruppe Corzuna aus Düsseldorf Flamenco mit Tanz und Gitarre. Ein kleines Stück Spanien – mitten in Neuenrade. Die nächsten Stationen waren dann Heidelberg, Stuttgart, Bonn, Lünen und im September 2004 Dresden. An den 20 Ausstellungsorten sahen rund 4000 Besucher die Exponate der Auszubildenden.

Eine CD-ROM mit den besten 15 Arbeiten aus beiden Schwerpunkten kann über die Druck- und Medienverbände unter Artikel-Nr: 84 033 mit einer Schutzgebühr von 10 Euro inkl. MwSt. bestellt werden (www.point-online.de)

Die Preisträger von links nach rechts:
 Brigitte Klemens (3. Preis Nonprint)
 Raluca Rossow (2. Preis Nonprint)
 Daniela Rust (1. Preis Print)
 Efstathios Minokoglou (1. Preis Nonprint)
 Klaus Peter Schmidt (Stiftungsvertreter)
 Claudia Sackmann (2. Preis Print)
 Marina Gabriel (3. Preis Print)

Medien

► Die Preisträger des MedienAward 2003

100-Jahre-Gebrüder-Schmidt-Stiftung

Prüfungsarbeiten Mediengestalter für Digital- und Printmedien | Fachrichtung Mediendesign

Unten sehen Sie die jeweils ersten drei prämierten Arbeiten aus den Kategorien „Print (Rezeptheft)“ und „Nonprint (Internetauftritt)“. Aus Platzgründen können wir leider nur die Titel- bzw. Startseiten und jeweils eine beispielhafte Innen- bzw. Folgeseite zeigen. ■

Print



1. Preis:
Daniela Rust,
Berlin



2. Preis:
Claudia Sackmann,
Filderstadt



3. Preis:
Marina Gabriel,
Lindenberg

Award 2003



Nonprint



1. Preis:
Efstathios
Minokoglou,
Vaihingen/Enz



2. Preis:
Raluca Rossow,
Rottweil



3. Preis:
Brigitte Klemens,
Hamburg

Aus der Prüfungs

Mediengestalter für Digital- und Printmedien Abschlussprüfung Winter 2004/05

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

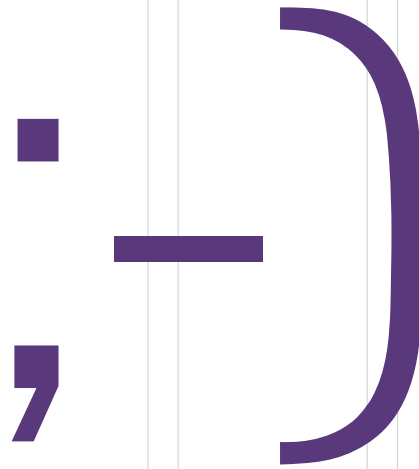
Struktur der Prüfung:

1. 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.
2. 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"> 1. Gestaltungsraster 2. Feintypografie 3. Bildaussage 4. Anzeigengestaltung 5. Logoanalyse 	Konzeption und Gestaltung – Print <ol style="list-style-type: none"> 1. Farbklima 2. Feintypografie 3. Bildaussage 4. Farbkontraste 5. Räumlichkeit 	Konzeption und Gestaltung – Print <ol style="list-style-type: none"> 1. Handelskalkulation 2. Werberecht 3. Marktbefragung/Stichprobenumfang 4. Anzeigenreichweite/-kosten 5. Internet-Zahlungssysteme
Medienintegration und Medienausgabe – Print <ol style="list-style-type: none"> 1. Digitalisieren analoger Vorlage 2. Tonwertkorrektur 3. Informationsgrafik 4. Digitaler Workflow 5. Kompression 	Medienintegration und Medienausgabe – Print <ol style="list-style-type: none"> 1. Digitalisieren analoger Vorlage 2. Tonwertkorrektur 3. Colormanagement 4. Pixelberechnung 5. Standardisierte Druckplattenkontrolle 	Medienintegration und Medienausgabe – Print <ol style="list-style-type: none"> 1. Datenformate 2. Datenbanken, Content-Management-Systeme 3. Qualitätsmanagement, Bildschirmdarstellung 4. Netzwerkplanung 5. Vernetzte Druckerei
Konzeption und Gestaltung – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Design 2. Bildschirmschriften 3. Briefing 4. Kindgerechtes Webdesign 5. Content-Management-System 	Konzeption und Gestaltung – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> 1. Farbleitsystem 2. Bildschirmschriften 3. Corporate Design 4. Bildgestaltung Video 5. Icons 	Konzeption und Gestaltung – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> 1. Handelskalkulation 2. Werberecht 3. Marktbefragung/Stichprobenumfang 4. Anzeigenreichweite/-kosten 5. Internet-Zahlungssysteme
Medienintegration und Medienausgabe – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> 1. Automatisierung in der Bildverarbeitung 2. Webdateiformat 3. Bildschärfe 4. Merkmale XML 5. Arbeitsfarbräume 	Medienintegration und Medienausgabe – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> 1. Bildschärfe 2. Arbeitsfarbräume 3. CSS (Cascading Stylesheets) 4. Videodatenmenge 5. Programmierung von Schleifen 	Medienintegration und Medienausgabe – Nonprint <ol style="list-style-type: none"> 1. Datenformate 2. Datenbanken, Content-Management-Systeme 3. Qualitätsmanagement, Bildschirmdarstellung 4. Netzwerkplanung 5. Datenübertragung

aufgabenerstellung



MEDIENTECHNIK

Konzeption und Gestaltung – Offset

1. Farbklima
2. Versandgebühren
3. Typografie
4. Farbkontraste
5. Räumlichkeit

Medienintegration und Medienausgabe – Offset

1. Proofs im digitalen Workflow
2. Belichter-Technologie
3. Qualitätskontrolle Reproduktion
4. Lichtquellen
5. Ausschließen

Konzeption und Gestaltung – Digitale Ausgabe

1. Farbklima
2. Versandgebühren
3. Typografie
4. Farbkontraste
5. Räumlichkeit

Medienintegration und Medienausgabe – Digitale Ausgabe

1. Proofs im digitalen Workflow
2. Lichtquellen
3. Laufrichtung
4. Digitaldruckverfahren
5. Arbeiten im Netzwerk

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 diese Prüfungsgebiete ihre Gültigkeit. ■

Aus der Prüfungs

Mediengestalter für Digital- und Printmedien – Fachrichtung Medienberatung

In Bezug auf den W3-Prüfungsteil „Kalkulation“ wird es ab der Winterprüfung 2004/05 folgende Änderungen geben:

1. Print-Aufgabe:

Bei dieser Aufgabe muss bekanntlich der gesamte Produktionsprozess zur Herstellung eines Printproduktes nachvollzogen werden. Abhängig von der Aufgabenstellung kann der Schwierigkeitsgrad sehr unterschiedlich sein. Ist dann noch, wie in der Praxis üblich, aus einer Vielzahl von Maschinen und Arbeitsplätzen die optimale Lösung zu ermitteln, kann dies zu Zeitproblemen in der Prüfung führen. Die Aufgabenersteller haben sich deshalb entschlossen, bei der Print-Aufgabe die Aufgabenstellung dahingehend einzulegen, dass bestimmte Maschinen vorgegeben, so dass nur die entsprechenden Werte aus der K+LG übertragen werden müssen. In der Winterprüfung 2004/05 ist die K+LG aus dem Jahre 2003 zu verwenden.

2. Nonprint-Aufgabe:

Bei der Nonprint-Aufgabe sind durch die Vorgabe des Verfahrensweges und der Komplexitätsfaktoren nur die Werte in das entsprechende Formular einzutragen, was im Vergleich zur Print-Aufgabe ein geringeres Anspruchsniveau zur Folge hat. Verschiedenen Anregungen folgend, die eine scharfe Trennung in der Praxis zwischen Print und Nonprint in dieser

Fachrichtung so nicht sehen, soll deshalb ab der Winterprüfung der Nonprint-Teil um eine Zusatzaufgabe aus dem Printbereich integriert werden, die in ursächlichem Zusammenhang mit der Nonprint-Aufgabe steht. Dies kann bei einer CD-Kalkulation z. B. die Kalkulation für ein Inlay, eine Covercard oder ein Label sein. Vorstellbar ist auch im Zusammenhang mit einem Internetauftritt, dass als Ergänzung für E-Cards eine gedruckte Postkarte zu kalkulieren ist oder ein einfaches Infoblatt, das die Internetseite bewerben soll. Die Aufgabenersteller des ZFA empfehlen deshalb den Ausbildungsbetrieben und Berufsschulen ihre Auszubildenden entsprechend zu unterrichten und diese Inhalte zu vermitteln. Es ist auch vorteilhaft, wenn sich die Auszubildenden mit der Funktionsweise der K+LG vertraut machen. Ferner empfiehlt der ZFA als Literatur, den Leitfaden „Projekt- und Kalkulationsmanagement“ des Bundesverbandes Druck und Medien.

BEZUGSHINWEISE

Kosten- und Leistungsgrundlagen für Klein- und Mittelbetriebe der Druckindustrie, Ausgabe 2003 (K+LG)

Die K+LG ist für jedes Unternehmen – mit durchschnittlichen Kosten- und Leistungswerten für über 100 Kostenstellen – ein unverzichtbares Nachschlagewerk, um die Planung/Ermittlung betriebsindividueller Kosten effizient zu realisieren.

Broschüre, 162 Seiten, DIN A5, 2003, Artikel-Nr. 83102, Preis inkl. MwSt für Mitglieder des BVDM: 38,52 Euro. Nichtmitglieder: Preis auf Anfrage. Die Altausgabe 2003 kann seit Juni 2004 zum Preis von 18,19 Euro bezogen werden. Zu bestellen über:
<http://www.point-online.de/>.

Kalkulations- und Projekt-Management Leitfaden für Digital- und Printmedien (Leidig/Sommerfeld)

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 Medienberatung des Ausbildungsberufes 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. Wichtige Formulare sowie Kalkulationsgrundlagen sind auf einer CD-ROM enthalten.

309 Seiten, DIN A4, inkl. CD-ROM, 2003, Artikel-Nr. 83101, Preis inkl. MwSt für Mitglieder des BVDM: 51,36 Euro, Nichtmitglieder: Preis auf Anfrage. Zu bestellen über:
<http://www.point-online.de/>. ■

aufgabenerstellung

Buchbinder Technische Mathematik: Anregungen für die Bewertung

Der ZFA-Ausschuss für die Erstellung der Prüfungsaufgaben für Buchbinder hat aufgrund von Rückmeldungen festgestellt, dass die Bewertungskriterien im Prüfungsfach Technische Mathematik in den Prüfungsausschüssen der Kammern sehr unterschiedlich sind. Dies kann dazu führen, dass gleiche Prüfungsleistungen teilweise sehr unterschiedlich bewertet werden.

Deshalb hat der Ausschuss folgende, bereits seit vielen Jahren bewährte Kriterien zusammengestellt, die als Anhaltspunkte für die Bewertung herangezogen werden können:

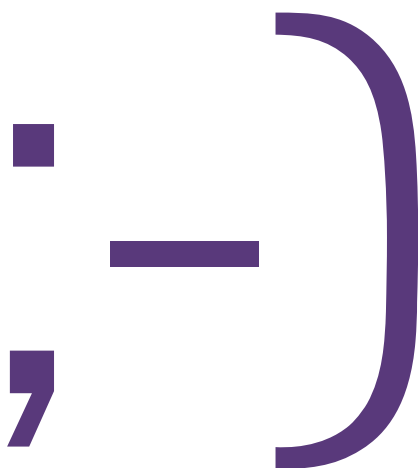
1. Die Wertung sollte in erster Linie auf den Lösungsfindungsprozess, keinesfalls nur auf das Ergebnis ausgerichtet werden.
2. Die maximale Punktzahl von 10 für eine Aufgabe sollte abhängig von der Fehlerkategorie gemindert werden.
3. Ein Fehler darf nur einmal in Abzug gebracht werden. Der nachfolgende Lösungsprozess ist deshalb auf der Basis des falschen Zwischenergebnisses zu beurteilen.
4. Aufgaben, die sich auf einen gemeinsamen Auftrag beziehen, ermöglichen die Übernahme von zuvor errechneten Werten. Wenn aus einer vorangegangenen Aufgabe ein sachlich zutreffendes, aber falsch ausgerechnetes Ergebnis eingesetzt wird, dann sollte der Lösungsprozess auf der Basis dieser Eingabe bewertet werden, so dass trotzdem die volle Punktzahl möglich ist.
5. Die Wertung jeder einzelnen Aufgabe ist adäquat zum Benotungsschlüssel der gesamten Gehilfenprüfung zu sehen und danach ausgerichtet.

Fehlerkategorie	Abzug je nach Umfang der Aufgabe
Je Fehler im Rechenweg, fachlicher Fehler	bis zu 5 Punkte
Je Rechenfehler	bis zu 3 Punkte
Je Übertragungsfehler, Zahlenreher usw.	bis zu 2 Punkte

Ein anders ausgerichteter Wertungsmodus ist nach Meinung der Aufgabenersteller wegen der Komplexität und des Umfangs der Aufgabenstellungen nicht angemessen.

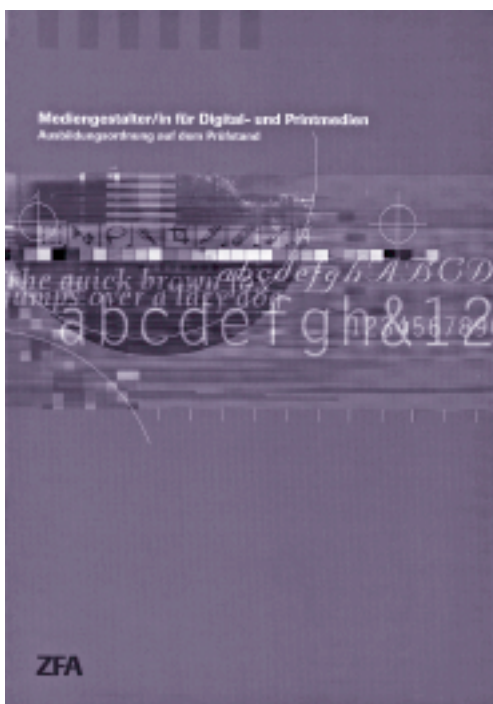
Benotungsschlüssel

92 % - 100 % = sehr gut	10 Punkte
81 % - 91 % = gut	9 Punkte
67 % - 80 % = befriedigend	7/8 Punkte
50 % - 66 % = ausreichend	5/6 Punkte
30 % - 49 % = mangelhaft	3/4 Punkte
0 % - 29 % = ungenügend	0/2 Punkte



Mediengestalter mit neuem Profil – Ergebnisse der Evaluation des Ausbildungsberufes Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien

Über dreieinhalb Jahre hat das Bundesinstitut für Berufsbildung (BiBB) den Ausbildungsberuf Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien evaluiert, das bedeutet, dass Ausbildungsstruktur und Ausbildungsinhalte auf ihre Praxistauglichkeit geprüft wurden. In diesem Rahmen wurden Auszubildende, Ausbilder/innen, Mitglieder von Prüfungsausschüssen und andere Bildungsexperten/innen befragt, es gab Workshops zu bestimmten Fragestellungen und natürlich auch enge Kooperationen mit Projekten, wie z. B. dem Projekt Mediengestalter 2000plus. In der letzten Phase der Evaluation wurde ein Arbeitskreis eingerichtet, der die Ergebnisse der Untersuchungen auswertete und daraus Vorschläge für eine Überarbeitung der Ausbildungsordnung entwickelte.



Diese Broschüre enthält in einer übersichtlichen Darstellung die Zusammenfassung der Ergebnisse der Evaluation und richtet sich an Ausbilder/innen und Auszubildende. Sie kann bezogen werden bei den Verbänden Druck und Medien und bei den ver.di-Landesbezirken.

Fachrichtungen Design und Operating mit neuer Ausrichtung

Im Laufe der Untersuchung wurde insbesondere von einigen Ausbilder/innen, Berufsschullehrer/innen und Bildungsexperten/innen die Schneidung der Fachrichtungen Mediendesign und Medienoperating infrage gestellt. Ursprünglich waren die Bildungsexperten/innen bei der Schaffung des Berufsbildes im Jahr 1998 davon ausgegangen, dass es sinnvoll sei, die Fachrichtungen entsprechend der Vorgängerberufe zu gestalten. So sollten sich z. B. Betriebe, die bis dahin Schriftsetzer/innen oder Werbe- und Medienvorlagenhersteller/innen ausgebildet hatten, in der Fachrichtung Mediendesign wiederfinden; Inhalte der Ausbildung zum Reprohersteller fanden sich in der Fachrichtung Medienoperating. Diese Zuweisung erwies sich in der Praxis nicht immer als geeignet. Vielmehr ergab sich auch auf Grund der technischen Entwicklung, dass eine Spezialisierung entsprechend der Produktionsschritte Textdatenbearbeitung und Bilddatenbearbeitung nicht länger aufrecht erhalten werden kann, da mittlerweile diese Tätigkeiten integriert sind. Auf Empfehlung des Arbeitskreises soll deshalb zukünftig die

Fachrichtung Mediendesign ein ausgeprägtes gestaltungsorientiertes Profil erhalten und damit nur den hauptsächlich kreativ Tätigen offen stehen. In der Fachrichtung Medienoperating sollen hingegen diejenigen Auszubildenden zu finden sein, die mit der gestalterisch-technischen Umsetzung von Kundenvorgaben befasst und damit eher produktionsorientiert sind. Dies würde zur Folge haben, dass zukünftig ca. 70 Prozent aller Auszubildenden in diesem Beruf der Fachrichtung Medienoperating zugeordnet werden müssten.

Der Vorschlag von einigen Bildungsakteuren, Fachrichtungen nach den Produktionsschwerpunkten Print und Nonprint zu unterscheiden, fand im Arbeitskreis keine Unterstützung. Die technische Entwicklung würde vielmehr unterstreichen, dass Mediengestalter/innen für Digital- und Printmedien mindestens Grundkenntnisse in beiden Produktionsbereichen haben müssten.

Die inhaltliche Ausrichtung der Fachrichtungen Medienberatung und Medientechnik hat sich in der Ausbildungspraxis weitgehend bewährt. Der Arbeitskreis gab lediglich die Empfehlung, die Fachrichtungsbezeichnungen in Zukunft zu

In dieser Veröffentlichung sind alle Ergebnisse der Evaluation ausführlich dokumentiert. Sie ist erhältlich beim W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld. [ISBN 3-7639-1036-0]



vereinfachen und z. B. die Bezeichnungen Beratung, Design, Operating und Ausgabe zu wählen. Mit Ausgabe soll die bisherige Fachrichtung Medientechnik bezeichnet werden, da dieser Begriff den eigentlichen Tätigkeitsschwerpunkt, nämlich die Datenausgabe für den Offset- oder Digitaldruck deutlicher fasst.

Wahlqualifikationseinheiten auf dem Prüfstand

Die angebotenen Wahlqualifikationseinheiten werden unterschiedlich stark genutzt. Bei den prüfungsrelevanten Wahl-3-Qualifikationseinheiten werden z. B. Werbeorientierte Gestaltung und Text-, Grafik-, Bilddatenbearbeitung in mehr als drei Viertel der Auszubildendenverhältnisse gewählt. Doch auch selten gewählte Qualifikationseinheiten, wie z. B. Fotogravurzeichnung und Tiefdruckformherstellung müssen erhalten werden, da diese den stark spezialisierten Betrieben in diesem Bereich die Ausbildung erst ermöglichen.

Bereits zu einem frühen Zeitpunkt der Untersuchung wurde deutlich, dass einige Unternehmen weitere Wahlqualifikationseinheiten wünschten, um die Ausbildung entsprechend ihrer Spezialisierung sicherstellen zu können. So wurden im Jahr 2002 mit einer Änderungsverordnung die Wahlqualifikationseinheiten Musiknotenherstellung (als Ersatz für den alten Beruf des Notenstechers) und Verpackungsdesign in die Ausbildungsordnung zum Mediengestalter für Digital- und Print-

medien integriert. Aus dem Arbeitskreis wurde angeregt, zukünftig weitere Wahlqualifikationseinheiten aufzunehmen: So sollen Betriebe durch die Wahlqualifikationseinheit Systembetreuung Schwerpunkte im Bereich der anwendungsorientierten Systemadministration in der Vorstufe bereits während der Ausbildung setzen können. Die Wahlqualifikationseinheit Internationale Kompetenz soll es Unternehmen, die im internationalen Rahmen tätig sind, erleichtern, Auszubildende z. B. an berufsbezogenen Austauschprogrammen teilnehmen zu lassen.

Darüber hinaus gibt es Vorschläge, einige Wahlqualifikationseinheiten zusammenzufassen, z. B. Storyboarderstellung, Herstellung interaktiver Medienprodukte sowie Bewegtbild- und Audiosignalbearbeitung zu einer Wahlqualifikationseinheit Produktion digitaler Medien.

Prüfungszeiten nicht immer ausreichend

Die neuen Modelle von Zwischen- und Abschlussprüfung haben sich in ihrer Konzeption überwiegend bewährt. Erfahrungen in der Prüfungspraxis und Befragungen von Prüfungsausschussmitgliedern zeigen jedoch, dass die zur Verfügung stehenden Zeiten für einige Prüfungsteile nicht ausreichen. Insbesondere im praktischen Teil der Abschlussprüfung waren die Zeiten für die Realisierung der Hauptaufgabe und die Wahl-3-Qualifikationseinheit häufig zu knapp. Bei einer Neuordnung des Berufes

sollte deshalb geprüft werden, wie die Prüfungszeiten den Prüfungsinhalten besser angepasst werden können.

Diskussionen erwünscht !!!

Die Evaluation des Berufes Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien wurde Ende 2003 abgeschlossen. Die Ergebnisse wurden mittlerweile veröffentlicht. Die Sozialparteien Bundesverband Druck und Medien sowie die Gewerkschaft ver.di wollen nun eine Neuordnung des Berufes anstreben, voraussichtlich im Jahr 2005. Vorher sollen jedoch die Vorschläge zur Neuordnung mit allen Interessierten breit diskutiert werden, um weitere Meinungen und Anregungen aus der Ausbildungspraxis aufnehmen zu können. Möglichkeiten dazu bestehen z. B. in Form von Diskussionsveranstaltungen (Referent/innen werden vom ZFA gerne vermittelt). Es können aber auch Vorschläge in schriftlicher Form beim ZFA eingereicht werden. ■

Typo Berlin 2004 – Totgesagte leben länger



Was jahrelang durch Animation, Flash und 3D, durch Bildbotschaften und Markenbranding etwas aus der Fachdiskussion verdrängt wurde, kommt seit etwa einem Jahr wieder mehr in die Debatten: die Typografie. Es ist ein gewisser Trend zu verspüren, dass sich wieder verstärkt mit Typografie auseinander gesetzt wird. Ein Highlight bei dieser Entwicklung war sicherlich die TYPO 2004 mit dem Motto „Schrift“. Fast alles, was Rang und Namen hat, ob seit Jahrzehnten oder erst in den letzten Jahren erworben, war mit von der Partie. Die lange Liste der Referenten, die teilweise in allen drei gleichzeitig stattfindenden Events auftraten, geht von Akira Kobayashi, Filip Blazek, House Industries, Lineto, Letterror, viagrafik bis zu underware und Horst Moser.

Schrift: Vielfalt statt Einfalt

Von Medienphilosophie, Mikrotypografie, Kalligrafie, Urheber- und Markenrecht, Graffiti, der Geschichte des Alphabets über die Präsentation von Adobes neuester Creative Suite bis hin zum Schriftenhandling unter MAC OS X Panther war alles vorzufinden.

Auch die niederländisch/finnischen Typo-Durchstarter der letzten Jahre, underware, zeigten, was wir in Zukunft aus der Typoschmiede underware zu erwarten haben, die demnächst produktionsreife Schrift „Auto“ beispielsweise, die drei verschiedene Italic-Schnitte mitbringt. Und auch andere Schriftprojekte wie die „Fakir“ oder eine Schrift, für deren Entwicklung Arbeiten eines indischen Schildermalers als Inspiration dienten, lassen Spannendes aus dem Hause underware erwarten. Gemeinsam mit niederländischen Kolleginnen und Kollegen begleiteten sie die TYPO Berlin mit ihrem www.type-radio.org durch die Zeit.

Am frühen Abend berichtete dann Alessio Leonardi mit sehr viel Witz von seiner Odyssee durch Bürokratie, Banklandschaft und Programmiererköpfe, zu einem eigenen Internetshop für die von ihm gestalteten Schriften. Das Type-designer-Duo Jonathan Hoeffler und Tobias Frere-Jones zeigten, dass Schrift-design auf der Basis historischer Vorlagen nicht so viel mit Kopieren, sondern mehr mit Fortführen zu tun hat. Filip Blazek,

der die hier fast unbekanntes tschechischen Typografen und ihr Schriftschaffen vorstellte, legte den Scherpunkt dabei mehr auf die Frage des originalgetreuen Digitalisierens und verglich verschiedene Digitalisierungsversuche US-amerikanischer und tschechischer Schriftanbieter.

Indra Kupferschmid gab am zweiten Tag einen Überblick über die Entwicklung der uns bekannten Alphabete – von den karolingischen Minuskeln über die gebrochenen Schriften bis heute – und die Einflüsse der jeweiligen Technik des Schreibens bzw. Druckens auf die Buchstabenformen.

Auch für die Flash- und Programmierbegeisterten Typofans gab es einen Vortrag von Jason Lewis. Mit seinen Studenten produziert er auf der Basis von Flash MX und C++ digitales Graffiti.

Wie viel wiegt ein Logogramm

Auch die Frage, was ein Logogramm wiegt, also die reine Wortmarke für ein Unternehmen bedeutet, die Hubert Jocham zu beantworten suchte, ging weg von der reinen Schriftvorstellung und beschäftigte sich mehr mit ihrer Anwendung. Neben den Unterschieden zwischen Logo, Signet, Logotype, Brand und anderen in der Diskussion immer wieder auftauchenden Begriffen stellte er heraus, dass ein Bildzeichen meist nicht ausreichend ist und durch eine Wortmarke immer mehr Gewicht bekommt. Bei der

Gestaltung von Logotypes und deren Präsentation bei Kunden wurden unter anderen zwei Kernsätze hervorgehoben. „Originalität ist etwas, was man nie mit Absicht macht.“ und „Nichts ist gefährlicher als eine Idee, wenn man nur eine Idee hat.“

Kleines ganz groß

Boris Brumnjak zeigte einen kleinen Einblick in seine Sammlung von 3500 Visitenkarten von Agenturen, Typografen und Künstlern. Brumnjak formulierte die Aufgabe, eine Visitenkarte zu gestalten als eine Herausforderung, bei der der Designer zeigen kann, was er drauf hat, da hier auf extrem kleinem Format gearbeitet wird. Die Visitenkarte ist ein Gebrauchsgegenstand und kaum noch aus der Palette der Gestaltungsaufträge wegzudenken. Doch was macht eine gute Visitenkarte aus? Auf der Basis der analysierten Geschäftskarten hat Boris Brumnjak fünf „goldene Regeln“ herausgearbeitet. Zunächst gilt es, sich intensiv mit dem Auftraggeber zu beschäftigen, um nicht an seinen Vorstellungen bzw. dessen Kunden vorbeizugestalten. Trotz des kleinen Formates gilt genaueste und saubere Produktion. Das betrifft die Anlage sauberer Daten, aber auch die Auswahl des passenden Materials und des Dienstleisters wie Druckerei, Buchbinderei. Als dritte Regel heißt es dann: spare nicht am Material oder spare ganz viel. Aufmerksamkeit und Einprägsamkeit



kann eine Visitenkarte über den gezielten Gebrauch unterschiedlicher Materialien, Druckveredelungen und Druckverfahren schaffen, aber genauso mit der starken Reduzierung auf das Wesentliche. Was viel zu oft vergessen wird ist, dass eine Visitenkarte immer zwei Seiten hat, die man in die Gestaltung mit einbeziehen sollte und auch Verbindungen zwischen den Seiten herstellen kann. Die fünfte und letzte Regel bezieht sich auf eine Ausführung von Kurt Weidemann („wir sind Dienstleister, nicht Selbstdarsteller“), der Gestaltern davon abrät, sich eigene Visitenkarten zu gestalten.

Schrift in Büchern

Prof. Gorbach zeigte anhand vieler Beispiele, auf welcher Basis Schriften für den Einsatz in Büchern ausgewählt werden. Er machte dabei klar, dass die Typografie der Bücher und die Typografie des „Hinschauens“ zwei gegensätzliche Gestaltungsaufgaben sind und nicht verwechselt werden dürfen. So gab er als Orientierungspunkte für die Schriftwahl folgende Faktoren aus: Die Frage der Lesbarkeit, Funktion, also Größe der Schriftfamilie, passender Charakter zum Thema des Buches, historischer, kultureller oder gesellschaftlicher Bezug der Schrift zum Buchinhalt und natürlich auch die Kosten der Schrift. Eine Schrift, die sich hervorragend für Plakate, Anzeigen oder Buchcover eignet ist meist nicht brauchbar für den Text in Büchern. Für

Gorbach ist die Mischung zweier Schriften immer nur der zweite Weg in der Buchgestaltung, der erste Schritt ist zu prüfen, ob nicht die vorhandenen Schnitte der Schrift zur Unterscheidung ausreichend sind. Statt des Mischens zweier unterschiedlicher Schriften eignet sich das Mischen von Serif und Sans Serif innerhalb einer Schriftsippe besser, da die beiden Schriften aufeinander abgestimmt sind.

(Rock the) House Industries

Ein Highlight, über das man sicherlich auch noch in ein oder zwei Jahren sprechen wird, war die Präsentation von House Industries. Die vier Allroundkünstler aus Delaware, die nicht nur hervorragende Schriften entwerfen, sondern auch geniale Illustratoren sind und im Produkt-, Textil- als auch im Verpackungsdesign arbeiten, präsentierten ihr Schaffen der letzten zehn Jahre in einer imposanten Bühnenshow. Die Diashow wurde begleitet von „housegemachter“ Musik, die das Gezeigte und Gesprochene noch unterstrich. Ein Designlabel wie eine Glamour-Rockband.

Die TYPO Berlin war auch eine Plattform, um neu erschienene Bücher vorzustellen. Ob dies das neue Buch „ÜberSchrift“ (Hermann Schmidt Verlag) des Moderators und Initiators der TYPO Berlin, Erik Spiekermann, war, Indra Kupferschmids Buch „Buchstaben kom-

men selten allein“, die Enzyklopädie über „Dutch Type“ von Jan Middendorp oder Alessio Leonardis illustrierte Geschichte „from the cow to the typewriter“.

Vielfalt und auch sich widersprechende Thesen fanden ohne Probleme ihren Platz, ebenso wie die mal mehr oder weniger gelungenen Selbstdarstellungen von Tyledesignern und Typolabels. Das lässt uns gespannt warten, was die TYPO im nächsten Jahr unter dem Motto „Change“ zu bieten hat. Bis dahin gilt das Motto eines Plakates von Alessio Leonardi, „Don't type and drive!“ ■

Das richtige Messgerät zum richtigen Zweck

Wozu messen?

Die Herstellung eines Druckproduktes geschieht heute allgemein mit offenen Systemen. Im Gegensatz zu den früher üblichen geschlossenen Systemen, bei denen der Hersteller die Abstimmung der Systemkomponenten aufeinander vornahm, bleibt diese Aufgabe inzwischen den Anwendern überlassen. Erschwerend kommt hinzu, dass die Produktion arbeitsteilig verläuft: Verschiedene Personen kümmern sich um Bilderfassung, Bildbearbeitung, Text-Bild-Integration, Prüfdruck-Ausgabe, Druckformherstellung und Druck. Und das nicht nur innerhalb eines Betriebes, sondern betriebsübergreifend. Selbst der Kunde wirkt häufig an der Produktion mit, indem er Text- und Grafikdateien oder digitale Fotografien erstellt und anliefert.

Soll trotzdem gewährleistet sein, dass der fertige Druck die Qualitätsanforderungen erfüllt, müssen Zwischen- und Endprodukte laufend überprüft werden. Denn jede Schnittstelle im Produktionsprozess stellt gleichzeitig eine potenzielle Fehlerquelle dar. Die Kontrolle der Qualität bei den einzelnen Fertigungsschritten ist die Voraussetzung einer gezielten Qualitätsbeeinflussung auch der nachfolgenden Prozessschritte.

Zur Prozesskontrolle werden zwei Arbeitsmittel benötigt: Ein für den jeweiligen Teilprozess geeignetes Kontrollmittel sowie ein Messgerät zu dessen Auswertung. Unter einem Kontrollmittel versteht man eine Referenzdatei oder einen präzise gefertigten Referenz-Film der eigenständig (Testform) oder in ein Dokument eingebunden (z.B. Kontrollstreifen, Kontrollkeil) der jeweiligen Verarbeitung unterzogen wird. Anhand der Wiedergabe der in den Kontrollmitteln enthaltenen Elemente lassen sich dann die durch den Prozess verursachten Veränderungen erkennen und dokumentieren.

Gewisse Parameter sind auch visuell überprüfbar. Beispielsweise kann man an einem mit einer Skala versehenen Siemensstern die Auflösung bei der Dateiausgabe auf Film oder Druckplatte direkt ablesen. Gleiches ist bei der konventionellen Rahmenkopie mit den Mikrolinien im Druckplattenkeil möglich. Für zahlreiche andere Prüfaufgaben ist das menschliche Auge allein jedoch nicht zuverlässig genug. Das gilt vor allen Dingen dann, wenn es um die Beurteilung von Färbung, Dichte

und Tonwert geht. Zwar ist der Mensch in der Lage, auch hier unter den Kategorien gleich/ungleich oder größer/kleiner eine visuelle Beurteilung durchzuführen, aber letztlich sind diese Größen, insbesondere deren Unterschiedswerte wie Farbabstand, Dichtedifferenz oder Tonwertzunahme nur mit Messgeräten exakt zu bestimmen.

Welche Messgeräte gibt es?

Für diejenigen, der sich zum ersten Mal mit dem Thema Messtechnik befasst, ist es allerdings nicht ganz einfach, die zahlreichen unter den verschiedensten Herstellerbezeichnungen verfügbaren Geräte richtig einzuordnen. Im Grunde lassen sich drei Messverfahren unterscheiden – die Farbmessung, die Densitometrie und die Bildanalyse. Jedes dieser Messverfahren hat seine spezifischen Einsatzbereiche.

Die Farbmessung bewertet die Reflexion der gemessenen Fläche mit den Augenempfindlichkeitskurven eines menschlichen „Normalbeobachters“ und bestimmt so den Farbart. Als Farbart bezeichnet man die eindeutige Koordinate einer Farbe in einem Farbraum. Mit dieser Koordinate ist exakt beschrieben, wie die Farbe aussieht. Die Farbmessung ist also in der Lage, menschliches Sehen zu simulieren und das Wahrnehmungsergebnis durch Werte auszudrücken.

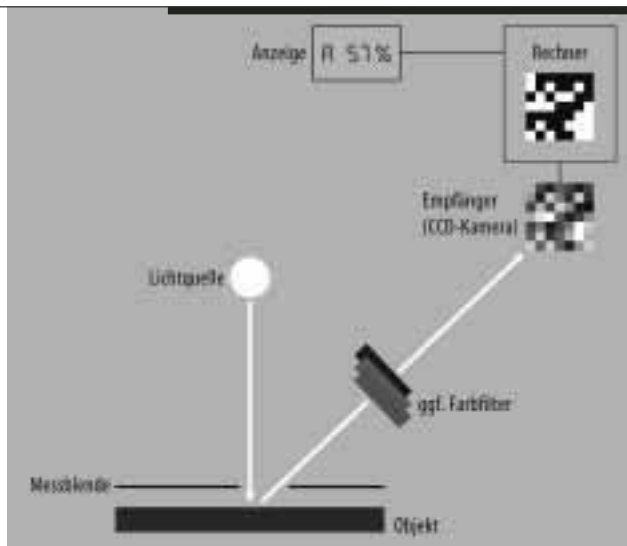
Die Densitometrie bewertet ebenfalls die Reflexion einer Fläche. Allerdings interessiert dort nicht der Farbart, sondern die Frage, wie viel der farbgebenden Substanz auf der Fläche liegt. Das spielt zum Beispiel eine große Rolle, wenn es um die

Steuerung der Farbmenge im Druck geht. Aber auch die Deckung der Schicht auf Film und Druckplatte kann auf diese Weise bestimmt werden. Nach dem Nullen des Densitometers auf das Substrat (Papierweiß, Blankfilm oder unbeschichtete Druckplatte) lässt sich der Tonwert eines Messfeldes relativ zu dem eines anderen (Vollton) ermitteln, indem man deren jeweils gemessene Dichten zueinander in Beziehung setzt. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich bei dem Messfeld, dessen Tonwert bestimmt werden soll, um eine Halbton- oder um eine Rasterfläche handelt.

Anders sieht das bei der Bildanalyse aus, die lediglich in der Lage ist, gerasterte Töne zu messen. Dies liegt an dem Verfahren, das nicht die Reflexion der Messfläche in ihrer Gesamtheit erfasst und bewertet, sondern wie eine digitale Kamera eine Aufnahme des Messfeldes erzeugt. Aus dieser Graustufen- oder Farbaufnahme wird anschließend ein Binärbild errechnet. Ein Binärbild enthält nur die Werte Schwarz und Weiß, die abhängig von einem zuvor festgelegten Schwellwert den ursprünglichen Bildpixeln zugewiesen werden. Bildanalysegeräte unterscheiden demnach zwischen Bildstellen und Nicht-Bildstellen. In einem weiteren Schritt wird durch die Geräte-Software die eigentliche bildanalytische Auswertung vorgenommen. Es werden die korrekt abgebildeten Rasterpunkte ermittelt. Stark deformierte und vom Messfeld angeschnittene Punkte werden aus der Berechnung des Tonwertes

Messverfahren			
	Densitometrie	Farbmessung	Bildanalyse
Auswertung über Filter	Densitometer mit optischen Filtern	Dreibereichs-Farbmessgerät	Bildanalysegerät
Spektrale Auswertung	Spektral-densitometer	Spektral-messendes Farbmessgerät	
	Spektralreflexometer mit Densitometrie- und Farbmessfunktionen		

Übersicht der Messgeräte zur Messung von Farben, Dichten und Tonwerten



Messprinzip eines Bildanalysegerätes

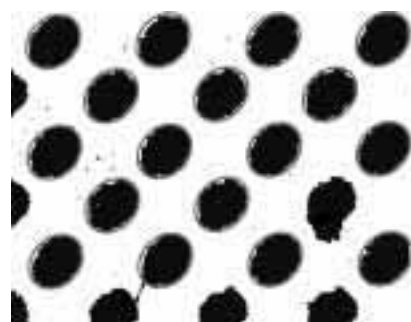
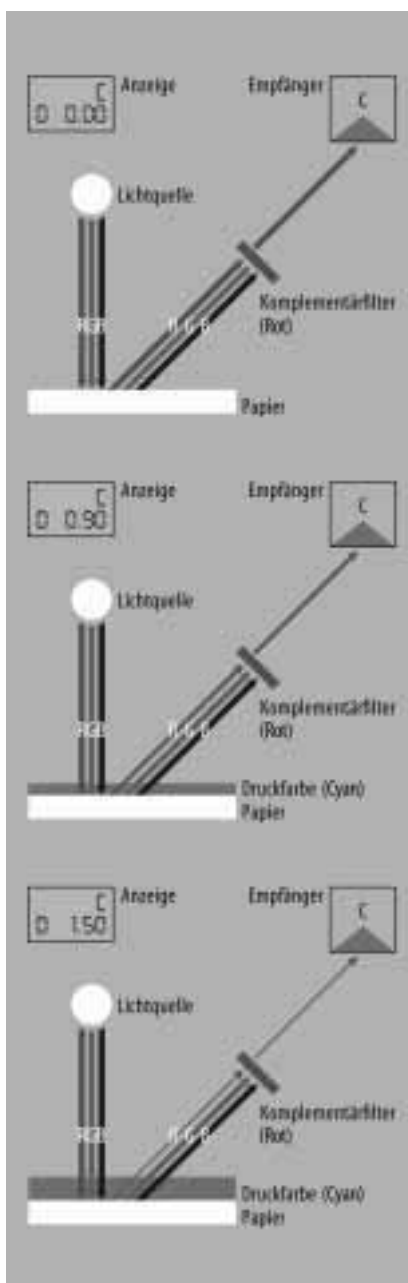
genauso ausgeklammert wie Schmutzteilchen und andere Störungen, die zwischen den eigentlichen Rasterpunkten liegen. Da die Bildanalyse nicht in der Lage ist, die Deckung einer Schicht zu bewerten, ist der Einsatzbereich auf die Film- und Druckplattenmessung beschränkt, denn beim Druck wird der Tonwert in hohem Maße von der Farbschichtdicke mitbestimmt.

Farbfilter: optisch – und mathematisch simuliert

Densitometer und Farbmessgeräte können auf zwei prinzipiell unterschiedliche Weisen funktionieren. Die Messung ist einerseits über optische Farbfilter möglich, andererseits durch spektrale Auswertung. Farbfilter werden in den so genannten Dreibereichs-Farbmessgeräten und in den herkömmlichen Densitometern eingesetzt.

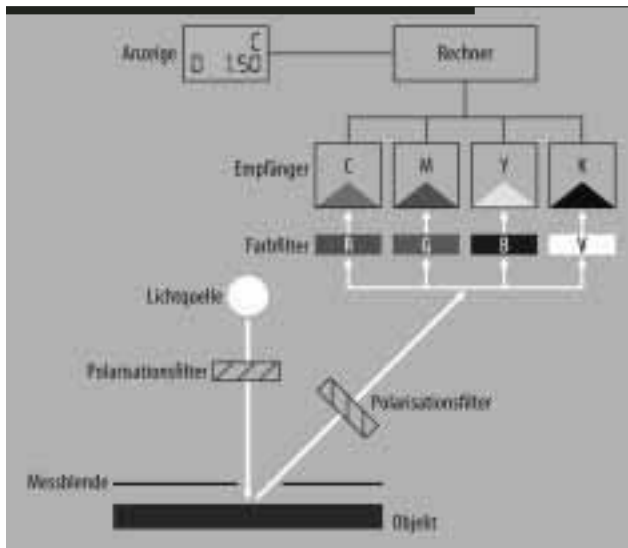
Beim Dreibereichs-Farbmessgerät sind die Farbfilter so gefärbt, dass durch sie die drei menschlichen Augenempfindlichkeitskurven simuliert werden. Das von der Messprobe reflektierte Licht durchläuft alle drei Filter parallel und gelangt jeweils auf einen Empfänger. Die nachgeschaltete Elektronik berechnet dann aus den Reflexionsintensitäten den Farbort.

Densitometer messen Skalenfarben jeweils mit einem gegenfarbigen (komplementären) Filter. Das bedeutet, dass bei Cyan ein Rotfilter, bei Magenta ein Grünfilter und bei Gelb ein Blaufilter verwendet wird. Der Komplementärfilter wird deshalb eingesetzt, weil sich die nicht komplementären Lichtanteile zu der zu messenden

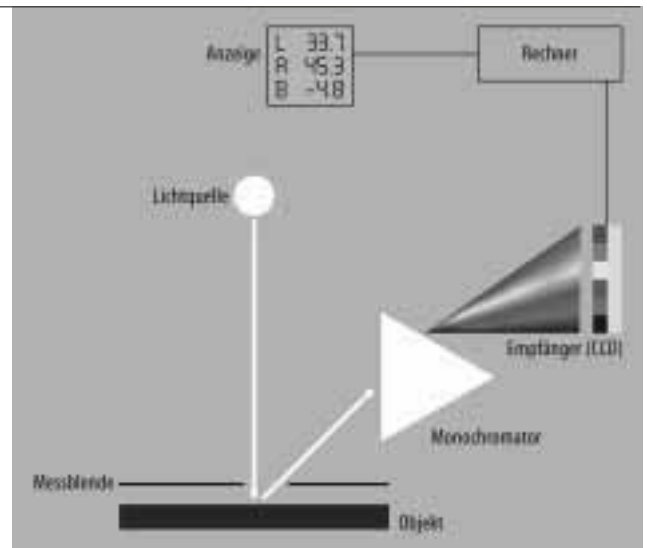


▲ Bildanalytische Auswertung eines Binärbildes: Nur die markierten Punkte werden in die Auswertung einbezogen. Schmutzpunkte, durch die Messung nur teilweise erfasste sowie stark deformierte Punkte werden nicht berücksichtigt.

◀ Schematische Darstellung der Messung einer Skalenfarbe mit dem Komplementärfilter: Papier ohne Druckfarbe (oben), geringe Farbschichtdicke (Mitte), hohe Farbschichtdicke (unten) ▶▶



Messprinzip eines Densitometers mit optischen Filtern



Messprinzip eines spektral messenden Farbmessgerätes

Farbe addieren und folglich von der Farbe fast genauso stark reflektiert werden wie vom Papierweiß. Durch eine Erhöhung oder Verminderung der Farbschichtdicke ändert sich somit die Reflexion praktisch nur im gegenfarbigen Spektralbereich. Indem man die Messung auf diesen beschränkt, erreicht man insgesamt höhere und besser differenzierte Messwerte. Zur Messung von Schwarz wird ein sogenannter Visuelfilter eingesetzt, der auf das Helligkeitsempfinden des menschlichen Auges abgestellt ist. Bei modernen Geräten wird in jeweils einem eigenen Messkanal mit allen vier Filtern gleichzeitig gemessen und dann der höchste Messwert angezeigt.

In jüngster Zeit ist allerdings ein starker Trend hin zur spektralen Messung zu beobachten. Bei der Messung mit Spektrofotometern wird die Reflexion über das komplette Spektrum des sichtbaren Lichts ausgewertet. Diese Messmethode hat den Vorteil, dass sowohl die im Dreibereichs-Farbmessgerät als auch die im herkömmlichen Densitometer verwendeten Filtercharakteristiken mathematisch simuliert werden können. Mit einem Spektrofotometer kann also prinzipiell sowohl Densitometrie als auch Farbmessung betrieben werden. Welche der beiden Optionen das Gerät bietet (nur eine oder auch alle beide) ist lediglich eine Frage der Softwareausstattung. Bei spektral messenden Densitometern ergibt sich gegenüber den mit optischen Filtern arbeitenden Geräten der Vorteil, dass die Charakteristik der mathematisch simulierten Filter gezielt an eine zu messende Sonderfarbe angepasst werden kann, während man sonst auf einen

der vier „starrten“ Filter festgelegt ist, wodurch sich in einigen Fällen niedrige und schlecht differenzierte Messwerte ergeben können.

Bildanalysegeräte werden häufig mit Farbfiltern bzw. farbigen LEDs als Lichtquelle ausgestattet. Diese dienen, wie die Filter des Densitometers, dazu den Kontrast der Messung zu steigern. So lassen sich Messungen auf der Druckplatte gegenfarbig zur Schichtfarbe durchführen. Anders als bei den vorgenannten Messgeräten sind die Filter bei der Bildanalyse aber nicht durch eine Norm eindeutig festgelegt.

Aussagekräftige Messergebnisse mit der richtigen Unterlage

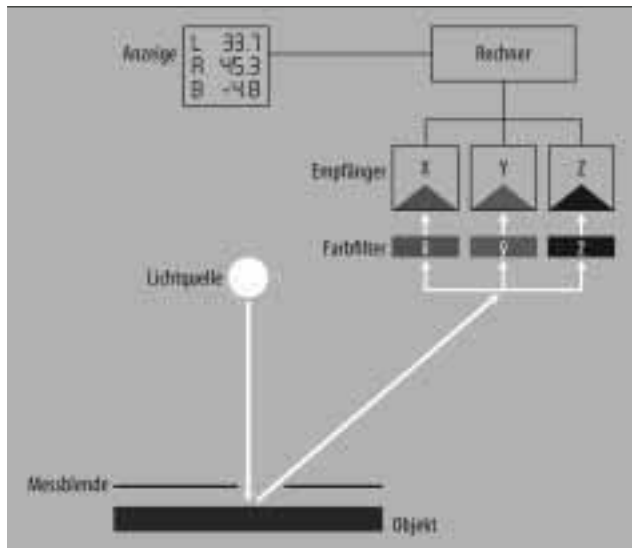
Messungen sollen stets auf einer einheitlich gefärbten Unterlage erfolgen, um Einflüsse einer eventuell durchscheinenden Messtischoberfläche auf das Messergebnis auszuschalten. Beim Auflagendruck kann allerdings auch ein rückseitiger Druck durchscheinen. Deswegen ist dort eine schwarze Unterlage zu wählen. Das gilt wegen der besseren Vergleichbarkeit der Messwerte für den Schöndruck auch dann, wenn Schön- und Widerdruck nicht in einem Durchgang erfolgen. Für Charakterisierungen und die Messung von Prüf- und Andrucken wird hingegen eine neutralweiße Messunterlage verwendet, um den Farbraum bei der Messung nicht unnötig einzuschränken. Sie soll matt und opak sein und möglichst keine optischen Aufheller enthalten. Lediglich bei vollkommen opaken Substraten ist keine spezielle Messunterlage erforderlich.

Zum Abschluss noch zwei kurze Hinweise zur Aussagekraft von Tonwerten auf Druckplatten und von Dichtewerten generell:

Tonwertmessung auf der CtP-Druckplatte

Während die Belichtung und Entwicklung konventioneller Druckplatten allein anhand visuell auszuwertender Kontrollfelder überprüft werden kann, ist bei digital bebilderten Druckplatten zumindest von Zeit zu Zeit auch eine messtechnische Kontrolle angebracht. Dabei wird ähnlich wie beim Film die Dichte der Bildstellen und Nichtbildstellen und die Tonwertübertragung kontrolliert. Zu diesem Zweck kommen sowohl geeignete Densitometer als auch Bildanalysegeräte (nur für Tonwerte) zum Einsatz.

Der auf der Druckplatte gemessene Tonwert sollte allerdings nicht als absolute Größe verstanden werden. Der Messwert ist nämlich durchaus vom eingesetzten Messgerät abhängig und wird auch vom Kontrast zwischen Schicht und unbeschichteter Druckplatte und je nach Druckplattentyp ggf. durch weitere Faktoren beeinflusst. Eine absolute Bestimmung der Tonwerte ist aber auch gar nicht nötig, denn je nach Benetzungseigenschaften der Farbe und Feuchtmittel führenden Stellen können die verschiedenen Druckplatten zu unterschiedlichen Druckergebnissen führen. Auch die Form der auf der Druckplatte erzeugten Rasterpunkt-Ränder kann sich unterscheiden, weil mit verschiedenen Auflösungen und Laser-spot-Formen gearbeitet wird. Daraus resultieren wiederum unterschiedliche



Messprinzip eines Dreibereichs-Farbmessgerätes

Tonwertzunahmen im Druck. Folglich gibt es für die Tonwerte auf der CtP-Druckplatte auch keine allgemein gültigen Soll-Vorgaben.

Die CtP-Bebildung muss so eingestellt werden, dass bei ansonsten standardisiertem Prozess eine standardisierte Kennlinie im Druck erreicht wird. Wichtig ist dabei, dass der auf der CtP-Druckplatte wiedergegebene Tonwert über das Druckplattenformat und von Druckplatte zu Druckplatte konstant bleibt. Durch die Messung wird daher überprüft, ob sich Tonwertveränderungen im Vergleich zu einer beim Einrichten des CtP-Systems erstellten Referenz-Druckplatte ergeben. Die erhaltenen Werte können jedoch nur verglichen werden, wenn die gleiche Druckplattensorte und das gleiche Messgerät eingesetzt wird. Eventuell auftretende Prozessstörungen im laufenden CtP-Betrieb lassen sich aber oft einfacher und schneller anhand von visuellen Referenzfeldern auf einem geeigneten Plattenkeil erkennen.

Warum keine Volltondichten als Sollvorgabe?

Immer wieder taucht in der Praxis die Frage nach Soll-Volltondichten für den Offsetdruck auf. Während es früher einmal mangels besserer Messmethoden Dichtempfehlungen für die Volltonfärbung gab, sind diese heute dank der Möglichkeit der Farbmessung überflüssig und sogar gefährlich. Denn der erhaltene Dichtewert hängt zum einen (trotz genormter Filtercharakteristik) sehr stark vom Densitometer ab, mit dem die Messung durchgeführt

wird. So können bei ein und demselben Volltonfeld geräteabhängig Dichteunterschiede von 0,2 und darüber auftreten. Darüber hinaus liefern unterschiedliche Farbmittel (das sind Farbpigmente oder Farbstoffe) verschiedene Dichtewerte, auch wenn sie optisch identisch erscheinen. Umgekehrt kann es vorkommen, dass visuell deutlich unterscheidbare Farben – mit dem gleichen Filter gemessen – zu übereinstimmenden Messwerten führen. Für die Druckabstimmung nach einem Andruck oder Prüfdruck ist demnach in Bezug auf die Volltonfärbung in jedem Fall der durch Farbmessung zu ermittelnde Farbort das geeignete Kriterium.

Anders ist es allerdings beim Fortdruck. Dort dient nicht mehr der Andruck bzw. Prüfdruck als Vorlage, sondern das freigegebene Abstimmexemplar (OK-Bogen). Nun kann mit der Dichtemessung gearbeitet werden, denn das Abstimmexemplar ist ja in Bezug auf die verwendeten Materialien gleich beschaffen wie die Fortdruckexemplare. Der Vorteil, jetzt das Densitometer zu verwenden, liegt darin, dass sich im Offsetdruck die gemessene Dichte annähernd linear zur Dicke der auf das Papier gedruckten Farbschicht verhält. Insofern kann der Drucker aus den Messwerten eindeutige Schlüsse auf die erforderliche Steuerung der Druckmaschine ziehen. Es soll aber hier auch erwähnt werden, dass das entscheidende Kriterium für die Auflagensteuerung bei den meisten Bildmotiven die Tonwertzunahme darstellt. Diese wird bekanntermaßen ebenfalls densitometrisch bestimmt, wobei der Vollton ohnehin gemessen werden muss.



Weitere Informationen zum Thema Messen

In diesem Beitrag konnten nur einige Aspekte aus dem umfangreichen Gebiet der Messung von Farben, Dichten und Tonwerten ganz knapp angerissen werden. Wer sich näher mit diesem spannenden Thema befassen möchte, dem sei die gerade erschienene Publikation „Messen in Vorstufe und Druck“ empfohlen, die vom Bundesverband Druck und Medien herausgegeben wird und über den jeweils zuständigen Landesverband bezogen werden kann (Mitgliederpreis: EUR 99,- + MwSt. + Versand). Das zweibändige Werk enthält in Teil I eine Einführung in die Farbmetrik, eine eingehende Beschreibung der Messgeräte, ausführliche Erläuterungen der Messaufgaben, die Sollwerte und Toleranzen des Prozessstandard Offsetdruck, Fragen und Antworten zum Üben, sowie ein umfangreiches Literatur-, Adressen- und Stichwortverzeichnis. Teil II ist eine Sammlung von 39 Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die alle relevanten Messaufgaben von der Bilderfassung bis zur statistischen Auswertung einer Druckauflage beschreiben. Weitere Informationen gibt es in der Literaturdatenbank des bvdm: www.point-online.de. ■

Qualifizierung

Ausgelernt - oder was?

Wie Fachleute der Medienvorstufe das berufliche Wissen vertiefen und den Aufstieg vorbereiten können

Qualifizieren? Weiterlernen? Kompetenzen auf den Prüfstand stellen? Wer erst kürzlich für die Zwischenprüfung alles über Suchmaschinen, Bildcomposing, Kostenverhalten oder die Anwendung von Schrift gebüffelt hat, winkt vielleicht dankend ab. Wer sich gerade auf den Abschluss als Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien vorbereitet und Themen wie Zielgruppenanalyse und Rechnerschnittstellen, Colormanagement und Sound im Internet, Direktmarketing und Rastertechnologie beackert, will möglicherweise auch nur eins: Endlich ausgelernt haben!

Andererseits kennen bereits Auszubildende solche Situationen: Der angehende Mediendesigner muss Aufgaben des Medienoperators übernehmen. Beim Kundengespräch fehlt plötzlich das kalkulatorische Wissen, das Medienberater ganz selbstverständlich beherrschen. Oder: Im Betrieb wird eine Digitaldruckmaschine aufgestellt, doch niemand beherrscht den Umgang mit der Maschine aus dem ff. Alltägliche Anstöße, um die eigenen Kenntnisse und Fertigkeiten zu erweitern und sich auch einen Nachweis des erworbenen Wissens zu wünschen.

Hier setzt die modulare Anpassungsqualifizierung an. Fachkräfte der Druck- und Medienindustrie haben sechs Spezialisierungswege zur Auswahl, an deren Ende branchenweit anerkannte Abschlüsse stehen: Medienberatung (Digital- und Printmedien), Mediendesign (Print), Mediendesign (Digital), Medienoperating (Print), Medienoperating (Digital), Medientechnik (Digitaldruck). Und für diejenigen, die beispielweise in der Rolle als Ausbilder/in merken, wie viel Spaß es macht, sich über die fachlichen Aufgaben hinaus mit Menschen, Konzepten und Management zu beschäftigen, könnte sich die

Aufstiegsqualifizierung zum Medienfachwirt oder Industriemeister Digital- und Printmedien lohnen.

Die Anpassungsqualifizierung

Erster Schritt: Der Kompetenzscan. Er ist ein standardisiertes Diagnoseinstrument, um Wissen und Können der Beschäftigten in der Druck- und Medienindustrie zu hinterfragen und zu dokumentieren. Er dient als Einstieg und roter Faden für das Konzept der Anpassungsqualifizierung. Entscheidend ist die Beratungsfunktion: „Beim Kompetenzscan kann niemand versagen oder einen schlechten Eindruck hinterlassen“, beruhigt Uta Bendixen, Bildungsreferentin beim Verband der Druck- und Medienindustrie Nord potenzielle Interessenten. Dem Berufsprofil des Teilnehmers entsprechend, legt man beim Scan bestimmte Arbeitsaufträge aus der täglichen Praxis zu Grunde und ermittelt auf dieser Basis zunächst den Ist-Zustand, d. h. welche Kompetenzen bereits vorhanden sind und welche fehlen. Da kann beispielsweise herauskommen, dass eine junge Mediendesignerin Print, die vom Chef immer häufiger bei der Gestaltung von Internetseiten eingespannt wird, auf animierte Elemente im Web verzichtet, weil sie deren Programmierung nicht beherrscht.

Nach dem Scan folgt die Beratung: Da erfährt der Medienoperator, dass er keine zusätzliche Lehre als Verlagskaufmann machen muss, nur um Angebote entwerfen und die Kosten berechnen zu können. Für ihn wäre günstig, das ZFA-Zertifikat Medienberatung draufzusatteln.

Nächste Frage: Welche Kurse sollen sie und er besuchen? Welche Fachliteratur müssen sie lesen? Was kann man sich von Arbeitskollegen erklären lassen? Ist es

möglich, die Kurse berufsbegleitend während der Arbeitszeit zu besuchen? Oder gibt es eine Schulungsalternative am Abend? Wer bietet ortsnah entsprechende Programme an?

Häufig entdecken junge Fachkräfte beim Kompetenz-Check, welche Arbeitstechniken sie beherrschen, ohne sie je bewusst gelernt zu haben: Die Aneignung erfolgte ganz nebenbei im beruflichen Alltagsgeschäft. Außerdem: Die detaillierte Empfehlung eines Trainingsplans, den der Kompetenzscan enthält, hat schon einige Chefs überzeugt, die vorher den Fortbildungswünschen eines Mitarbeiters eher skeptisch gegenüber standen.

Zweiter Schritt: Berufsbegleitendes Lernen. Es gibt kein Pflichtkursprogramm, das vor der Prüfung absolviert werden muss. „Wer die Aufgabe löst, erhält das Zertifikat. Unabhängig davon, wo er oder sie die Kenntnisse erworben hat“, betont Horst Rollmann, Leiter des Bildungszentrums des Verbandes Druck und Medien Hessen. Das eröffnet viele Möglichkeiten: Lernen im Prozess der Arbeit, von Kollegen, mit Freunden in der Freizeit, in einer Schulung, im Internet, beispielsweise auf <http://lerncenter.mediengestalter2000plus.de>.

„Berufsbegleitende Weiterbildung hat den Vorteil, dass der Theorie-Praxis-Transfer sofort erfolgen kann. Das kommt auch der Organisationsentwicklung der Unternehmen zugute,“ unterstreicht Jutta Klebon, Weiterbildungsexpertin der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di in Nordrhein-Westfalen. Wer den Job sichern oder aufsteigen will, kann parallel zur Arbeit und ohne Einkommensverluste etwas Neues lernen und weiterkommen.

Dritter Schritt: Die Prüfung zum ZFA-Zertifikat. „Bereiten Sie erst einmal

Druck und Medien

die Bilder vor, bevor Sie an die HTML-Programmierung gehen“, rät Stephan Franke den zwölf Prüflingen in Hamburg, die unruhig vor dem Monitor sitzen. Und erläutert Schritt für Schritt, worauf sie beim Nachbau des Webauftritts der „Freunde der alten Seeschiffahrt“ besonders achten sollen: auf den animierten Navigationspfeil etwa oder auf die Warnmeldung, wenn jemand im Kontaktformular den Text vergisst. Franke weiß, wovon er spricht: Er hat die Aufgabe für die Anwärter auf das ZFA-Zertifikat Medienoperating Digital konzipiert. Im Raum nebenan knobelt eine andere Gruppe an Konzept und Druckvorlage für eine Architekturbrochure: Es ist die Abschlussarbeit zum ZFA-Zertifikat Mediendesign Print.

Die Aspiranten haben jeweils 5,5 Stunden Zeit, um eine als Kundenauftrag deklarierte Aufgabe nach allen Regeln der Kunst abzuwickeln. Wer mindestens 70 von 100 möglichen Punkten erreicht, hat die Prüfung bestanden und erhält das Zertifikat mit Einzelbewertung. Da steht beispielsweise, dass die Mediendesignerin Print bei der Architekturbrochure ein Gestaltungskonzept verfolgte, mit dem sie 35 von 40 Punkten erreichte, dass die Idee dahinter mit 28 von 30 Punkten, die technische Umsetzung mit 8 von 10 und die Dokumentation der gesamten Arbeit mit 16 von 20 Punkten bewertet wurden.

Anders als bei den IHK-Abschlüssen auf Facharbeiter- und Fachwirte-Niveau wird am Ende der Anpassungsqualifizierung auf Fragen zur Theorie völlig verzichtet. Den Wert des Zertifikats in der Praxis schätzt Webagenturchef Franke so ein: „Für mich wäre es die Grundlage, um zu entscheiden, ob ich einen Bewerber einen

Tag im Betrieb teste.“ Melanie Erlewein, von der die Aufgaben für die Mediendesigner-Prüfung stammen, betont, entscheidend sei, dass hinter dem ZFA-Zertifikat die Verbände von Arbeitgeber und Gewerkschaft stehen: „Es ist ein Qualitätssiegel, bei dem die Branchenstandards der Vergleichsmaßstab sind. Im Unterschied zu den vielen selbstgestrickten Zertifikaten einzelner Bildungsträger, deren Aussagekraft kaum zu beurteilen ist.“

Die Aufstiegsqualifizierung

Die Akademie Druck & Medien des Arbeitgeberverbands in Westfalen-Lippe gehört zu den Bildungsstätten, die auf den IHK-Abschluss Medienfachwirt/in mit Schwerpunkt Digital- oder Printmedien vorbereiten. Achtzehn Monate lang erarbeiten sich Verlags- und Werbekaufleute, Grafiker, Offsetdrucker und Mediengestalter jeweils am Freitag Abend und Samstag Vormittag Wissensstoff aus Recht und Betriebswirtschaft, Marketing, Projekt- und Workflow-Management, Personalführung und Kostensteuerung. Es geht um die Vermittlung von Führungskompetenz, um die Vorbereitung aufs mittlere Management.

Eine Konzeption, die manchmal für Irritationen sorgt, sagt Akademieleiter Rainer Braml: „Es hat ein Paradigmenwechsel stattgefunden: Den klassischen Druckmeister gibt es nicht mehr, dafür die neue Aufstiegsfortbildung, die für das Planen, Steuern und Kontrollieren unternehmerischer Abläufe qualifiziert.“ Wer diesen Weg einschlägt, muss auf drei Hürden gefasst sein: Was angehende Medienfachwirte lernen, hat zunächst oft wenig mit dem Alltagsjob zu tun, weil es auf Künftiges zielt. In vielen mittelständisch gepräg-

ten Betrieben der Branche sind erst wenige Positionen im mittleren Management ausgewiesen. Außerdem greift die Einsicht nur zögerlich um sich, dass die Entwicklung von Technik und Wirtschaft neue Wege in der Unternehmensführung erfordert. Viele Teilnehmer/innen ficht das nicht an: Sie setzen darauf, dass ein erfolgreicher Abschluss sowohl das innerbetriebliche Ansehen als auch den Marktwert erhöhen.

Die Abschlussprüfung besteht aus mehreren Teilen: In schriftlichen Arbeiten sollen die Kandidaten grundlegende und handlungsspezifische Qualifikationen beweisen – in Fächern wie Betriebswirtschaftliches Handeln, Medienproduktion oder Personalentwicklung. Dazu kommt eine eigenständige Projektarbeit samt Präsentation. Das will geübt sein. Nach einer Testpräsentation berichten die angehenden Medienfachwirte in Lünen, wie leicht beim Konzeptemachen die Zeit davon läuft. Andererseits stellt eine Teilnehmerin fest: „Auf diesen praktischen Teil der Prüfung freue ich mich. Mulmig wird mir nur, wenn ich ans Auswendiglernen denke.“ ■

Erste Erfahrungen mit der Qualifizierung zum/zur Medienfachwirt/-in und Industriemeister/-in Digital- und Printmedien

Die Aufstiegsqualifizierung zum **Medienfachwirt** wurde im Frühjahr 2001 als bundeseinheitliche Empfehlung für die Umsetzung in Kammerregelungen vor Ort beschlossen. Sie baut auf vier Handlungsfeldern (Audiovisuelle Medien, Printmedien, Digitalmedien, Veranstaltungstechnik) auf und bildet erstmals in einer Prüfungsregelung die gesamte Druck- und Medienwirtschaft ab. Die Ausführungen zum Medienfachwirt in diesem Artikel beziehen sich allerdings ausschließlich auf die Handlungsfelder Printmedien und Digitalmedien.

Die Weiterbildungsregelung für **Industriemeister der Fachrichtung Digital- und Printmedien** bezieht seit 2003 neben der Printproduktion auch die Digitalmedienproduktion mit ein. Beide Regelungen sind inhaltlich weitgehend, was die Print- und Digitalmedien betrifft, identisch.

Die Umsetzung der Regelungen bei den Industrie- und Handelskammern als zuständige Prüfstellen erfolgte überwiegend recht zügig. Sie war oftmals abhängig von dem Aufbau von Vorbereitungskursen, die sich von der Organisation und dem Inhalt doch erheblich von der bisherigen Aufstiegsqualifizierung zum Industriemeister Druck mit den verschiedenen Spezialisierungen unterscheiden.

Mit der Ausrichtung der Fortbildungsregelungen auf eine mittlere Führungsposition in der Druck- und Medienwirtschaft tritt der praktische Aspekt der bisherigen Qualifizierung wie beim alten Industriemeister Druck in den Hintergrund zugunsten einer mehr planenden, organisierenden und kaufmännisch geprägten Kompetenz. Hierin liegen einige Irritationen bei Lernenden und Lehrenden begründet, denn Aufstiegsfortbildung ist nicht mehr mit einer qualifizierten fachlichen Weiterbildung zu vergleichen, sondern mit ihr sind neue, übergreifendere Ziele verbunden. Dieser Wechsel des Ziels sollte allseits akzeptiert und dann auch gelebt werden. Für die Lehrenden bedeutet dies, die bisherigen Inhalte zu überdenken, neu auszurichten oder gar gänzlich neue Inhalte in den Unterricht aufzunehmen. Für die Kursteilnehmer

bedeutet es, dass mehr Unterrichtsstoff jenseits ihres bisherigen Erfahrungswissens vermittelt wird und dies bedeutet zusätzlichen Lernaufwand.

Die Heterogenität der mitgebrachten Qualifikationen und Kompetenzen der Teilnehmer in einem Vorbereitungskurs reicht heute von einer kaufmännischen Ausbildung und entsprechenden Tätigkeiten über die Ausbildung zum Mediengestalter bis zum Drucker mit beruflichem Erfahrungshorizont. Das daraus möglicherweise resultierende Spannungsfeld wird nicht immer stressfrei zu befrieden sein.

Differenzierte Kursangebote für Medienfachwirte und Industriemeister Digital- und Printmedien an einem Standort sind nicht bekannt, machen wegen der inhaltlichen Übereinstimmungen des Unterrichtsstoffs auch wenig Sinn. Die Vermittlung in den Grundlegenden Qualifikationen ist wie die Prüfung für beide Regelungen weitestgehend identisch. Bei den Handlungsspezifischen Qualifikationen gibt es identische Inhalte innerhalb der verschiedenen Handlungsfelder des Medienfachwirts, aber auch bei der Qualifizierung zum Industriemeister Digital- und Printmedien.

Angebote bundesweit

Ein Überblick über das bundesweite Angebot an Vorbereitungskursen ist kaum möglich, da die Kurse „vor Ort“ mit unterschiedlichen Zeitabständen angeboten werden. In den Hauptstandorten der Druckindustrie werden allerdings in der Regel Vorbereitungslehrgänge angeboten. Hilfreich ist hier, sich bei der örtlichen IHK zu informieren. Im Frühjahr 2004 forderten 25 IHKs Prüfungsunterlagen für Grundlegende Qualifikationen an und 19 IHKs bestellten Prüfungsunterlagen für Handlungsspezifische Qualifikationen. Zur Prüfung Grundlegende Qualifikationen haben sich etwa 400 Teilnehmer angemeldet, zu den Handlungsspezifischen Qualifikationen etwa 250 Teilnehmer.

Noch scheint sowohl das Angebot für die Qualifizierung ebenso überschaubar zu sein wie der Bedarf an qualifiziertem Führungspersonal bzw. das Angebot an adäquaten Stellen für Absolventen. Dies liegt vielleicht mit darin begründet, dass in den letzten Jahren Vorbereitungskurse auf die Prüfung zum Industriemeister Druck nicht im erforderlichen Umfang angeboten wurden.

Dauer der Vorbereitungskurse: In Vollzeitform kann der Vorbereitungskurs in knapp einem Jahr absolviert werden,

Weiterbildung

in Teilzeit dauern die Kurse in der Regel zwischen 18 und 24 Monaten. Einstieg und Dauer der Kurse sind eng verbunden mit den zwei Prüfungsterminen im Jahr. Die Prüfungen finden in der Regel Anfang Mai und Anfang Dezember statt.

Kosten des Lehrgangs: Die Kosten für einen Vorbereitungslehrgang als Präsenzveranstaltung in Teilzeitform liegen je nach Bildungsträger zwischen 4500 Euro und 6000 Euro. In diesem Betrag können, müssen aber nicht, Lernmittelkosten enthalten sein. Hinzuzurechnen sind noch Kosten für die Anschaffung zusätzlicher, ergänzender Literatur. In der Regel kommen auch noch die Prüfungsgebühren hinzu. Die Kalkulation der Bildungsträger kann sehr unterschiedlich sein, so dass im konkreten Fall zu günstig erscheinenden Kursgebühren eventuell noch Lernmittelkosten hinzuzurechnen sind.

Die Kosten der Lehrgänge werden z. T. von den Firmen übernommen, aber es gibt auch Finanzierungen durch Dritte, z. B. die Agentur für Arbeit. Teilnehmer, die die Kosten selbst tragen, können nach dem Gesetz zur Förderung der beruflichen Aufstiegsfortbildung (AFBG) Leistungen in Anspruch nehmen. 35 % der Lehrgangskosten eines Teilzeitlehrgangs sowie der Prüfungsgebühren können als Zuschuss und 65 % als Darlehen in Anspruch genommen werden. Eigene Investitionen in die Weiterbildung können steuerlich geltend gemacht werden. Kurzinformationen zu Leistungen und Fördervoraussetzungen halten in der Regel die IHKs für Teilnehmer bereit.

Beispiel: Lehrgang der Akademie Druck & Medien Westfalen-Lippe in Kooperation mit der IHK Dortmund

Der Vorbereitungskurs in Dortmund/Lünen wird in Kooperation zwischen IHK Dortmund und Akademie Druck & Medien Westfalen-Lippe durchgeführt.

Die Kosten des Vorbereitungskurses in Dortmund/Lünen belaufen sich insgesamt auf 5410 Euro zzgl. 332 Euro Prüfungsgebühren. Weitere direkte Lernmittelkosten sind hier nicht gegeben, allerdings kann es im Einzelfall erforderlich werden, ergänzende Literatur anzuschaffen. Dies ist

aber dann speziell durch den beruflichen Background des jeweiligen Teilnehmers begründet. Die Kosten hierfür können sehr unterschiedlich sein. Die Gebühren werden in drei Raten in Rechnung gestellt.

Die Grundlegenden Qualifikationen werden vollständig durch das Angebot der IHK Dortmund abgedeckt. Dieser Ansatz baut auf der Annahme auf, dass innerhalb der Grundlegenden Qualifikationen die Inhalte der Prüfungsbereiche Rechtsbewusstes Handeln, Betriebswirtschaftliches Handeln, Anwenden von Methoden der Information, Kommunikation und Planung sowie Zusammenarbeit im Betrieb über verschiedene Branchen hinweg weitestgehend gleich sind. Eine Vermittlung könnte somit in einem übergreifenden Kurs erfolgen.

Allerdings haben sich bei der Durchführung des Kurses in Dortmund die Schwächen des Ansatzes aufgezeigt. Auch wenn prinzipiell eine Vermittlung der Inhalte exemplarisch branchenfremd erfolgen kann, so bedeutete es für Dozenten und Lernende doch einen nicht unerheblichen Transferaufwand. Beispiele aus dem Metallbereich auf die Gegebenheiten in der Druck- und Medienwirtschaft zu übertragen, erwies sich in vielen Fällen als mühsam und praxisfremd und dadurch motivationshemmend. Hier zeigte sich dann auch, dass bei dem ersten durchgeführten Kurs erhebliche Unsicherheiten über das Anforderungsniveau der konkreten Prüfungsaufgaben bestanden und dies auch seinen Niederschlag in den Prüfungsergebnissen fand.

Der Kurs startete mit 30 Teilnehmer/innen. Bereits während der ersten Kursphase schieden mehrere Teilnehmer/innen aus. Die Prüfung wurde von 90 % der Teilnehmer/innen bestanden, wenn auch einzelne in eine Wiederholungsprüfung mussten oder erst durch eine mündliche Ergänzungsprüfung endgültig bestanden hatten. Bei der Organisation und Durchführung weiterer Vorbereitungskurse wird darauf zu achten sein, dass seitens der Dozenten die Inhalte auch an Beispielen aus der Druck- und Medienindustrie verdeutlicht bzw. nicht relevante Aspekte ausgeklammert werden. Dies betrifft ins-

besondere das Fach Betriebswirtschaftliches Handeln.

Die Vorbereitung auf die Prüfung der Handlungsspezifischen Qualifikationen, Medienübergreifende Qualifikationen, Mediengestaltung, Medienorientierte Datenverarbeitung, Medienproduktion, Projektmanagement und Medienrecht, wurde von der Akademie Druck & Medien Westfalen-Lippe übernommen.

Die Inhalte wurden überwiegend gemeinsam vermittelt, zu spezifischen Themenstellungen wurde nach Print- oder Digitalmedien differenziert.

Für diesen Kurs wurden die Referenten mit jeweils spezifischem Background ausgewählt. Hierbei wurde besonders darauf geachtet, dass sie ausnahmslos in der betrieblichen Praxis stehen, so dass aktuelles und betriebsorientiertes Wissen weitergegeben werden konnte.

Hinsichtlich der Heterogenität der Teilnehmerkompetenzen ergaben sich zeitweise Spannungen. DV-Wissen war für Leute mit entsprechender beruflicher Erfahrung banal, für andere wiederum war es notwendige Voraussetzung, um überhaupt den Zugang zum Thema zu finden.

Arbeits- bzw. Lerngruppen bildeten sich, um den Stoff aufzuarbeiten und auch die unterschiedlichen Erfahrungshintergründe fördernd einbringen zu können. Hier sind die Teilnehmer aktiv gefordert. Als z. T. problematisch hierfür, aber auch für die Teilnahme an den Veranstaltungen, waren ungünstige Schicht- oder Arbeitszeiten, weite Anfahrtswege sowie gleichzeitige private Aktivitäten.

Ein sehr positives Ergebnis zeigte das Angebot, bereits während des Kurses die schriftliche Hausarbeit mit einem Übungsthema anzufertigen und „vor einem Prüfungsausschuss“ zu präsentieren. Mitarbeiter der Akademie sowie Referenten bewerteten die Hausarbeit, die Präsentation sowie das Fachgespräch unter realen Prüfungsgesichtspunkten. Die Teilnehmer/innen, die das Angebot aufgegriffen haben, erhielten so eine kommentierte Fassung und Hinweise für die zu fertigende Projektarbeit. Um allen Teilnehmer/innen das Verständnis und die Einordnung verschiedener Unterrichtsinhalte zu erleichtern, soll



Erste Erfahrungen mit der Qualifizierung zum Medienfachwirt/-in und Industrie-meister/-in Digital- und Printmedien

►► sich im nächsten Kurs diese Übungsaufgabe wie ein roter Faden durch den Stoff ziehen.

Der letzte Teil des Vorbereitungskurses, Führung und Organisation, läuft noch. Insbesondere der Qualifikationsschwerpunkt Kostenmanagement ist hier von besonderer Bedeutung und muss im Hinblick auf die Prüfungsaufgaben „Kalkulation“ print- oder digitalmedienspezifisch vermittelt werden. Hierzu gehört auch die Verwendung der einschlägigen Kalkulations-schemata. Die Prüfungsaufgaben Printmedien sind auf die Kosten- und Leistungsgrundlagen des Bundesverbands Druck und Medien, Wiesbaden, abgestellt. In Dortmund ist es zur Zeit so geregelt, dass die IHK für den Qualifikationsschwerpunkt Kostenmanagement die Publikation Kostenmanagement des bvdM in „Klassenstärke“ beschafft hat und für die Dauer des Kurses den Teilnehmern zur Verfügung gestellt. Die Kosten- und Leistungsgrundlagen kaufen die Teilnehmer zu Sonderkonditionen des Verbandes Druck und Medien selbst.

Inhalte der Kurse

Die Inhalte der Prüfungsvorbereitungskurse orientieren sich an den Anforderungen der Prüfungen. Die erste Teilprüfung, die erfolgreich absolviert werden muss, sind die Grundlegenden Qualifikationen. Sie setzen sich zusammen aus

- Rechtsbewusstes Handeln,
- Betriebswirtschaftliches Handeln,
- Methoden der Information, Kommunikation und Planung,
- Grundlagen für die Zusammenarbeit im Betrieb.

Die Inhalte der Grundlegenden Qualifikationen sollten branchenunabhängig sein und beziehen sich auf allgemeinere Kenntnisse, z. B.:

Rechtsbewusstes Handeln:

Allgemeine Aspekte des Arbeitsrechts, Grundlagen des Betriebsverfassungsrechts, Grundlagen der Sozialversicherung, Aspekte des Umweltrechts sowie wirtschaftsrechtliche Vorschriften.

Betriebswirtschaftliches Handeln:

Unternehmensaufbau, -ablauf, Organisationsentwicklung, volkswirtschaftliche Zusammenhänge, betriebswirtschaftliche Grundlagen, Kennzahlen, Entgeltfindung, Kalkulationsverfahren.

Methoden der Information,

Kommunikation und Planung: Planungstechniken, Analysemethoden, Grundlagen EDV, Informations- und Kommunikationsformen, Präsentationen.

Grundlagen für die Zusammenarbeit im Betrieb: Berufliche Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelnen, Beeinflussung von Arbeitsorganisation und Sozialverhalten, gruppenspezifische Prozesse, Führungsverhalten, Konfliktlösungen.

Die **Handlungsspezifischen Qualifikationen** setzen sich aus drei Handlungsbereichen zusammen:

- Produktionsprozesse,
- Projekt- und Produktplanung,
- Führung und Organisation.

Produktionsprozesse sowie Projekt- und Produktplanung stellen den fachbezogenen Kern dar und werden durch medien-spezifisches Kostenmanagement (Führung und Organisation) ergänzt.

In der **Medientechnischen Basisqualifikation** sollen Grundlagen gelegt werden, die einen Informationsaustausch zwischen Medienfachwirten unterschiedlicher Handlungsfelder fördern und die Basis für eine einheitliche „Sprache“ legen.

Die **Mediengestaltung** reicht von Kommunikationsprozessen, der zielgruppenorientierten Darstellung und Medienauswahl bis zur Entwicklung von Gestaltungskonzeptionen und den technischen Aspekten zur Realisierung. Für die jeweiligen Handlungsfelder müssen hier die Spezifika herausgearbeitet und vermittelt werden.

Datenbeurteilung, digitaler Workflow, Datenmanagement, Datenausgabeprozesse, Crossmedia und Daten im Produktionsprozess charakterisieren die Anforderungen in der **Medienorientierten Datenverarbeitung** im Handlungsfeld Printmedien. Im Handlungsfeld Digitalmedien geht es um Audio- und Videodatenbearbeitung, Trick-

techniken, Dramaturgie, Datenbe- und -verarbeitungsprozesse sowie Produktionsverfahren zur Herstellung interaktiver und multimedialer Anwendungen.

Medienproduktion im Handlungsfeld Printmedien setzt sich mit der Herstellung von Printprodukten auseinander. Bedruckstoffe, Farbe, Druckverfahren, Aufbau und Funktion von Druckmaschinen, Druckweiterverarbeitungstechniken und -maschinen einschließlich arbeits-, gesundheits- und umweltschutzbezogener Vorschriften bilden den Kern der Vermittlung. Computertechniken sowie maschinenbezogene Prozessdatenverarbeitung und Qualitätsmanagement runden das Bild ab. Im Handlungsfeld Digitalmedien werden Inhalte zu Konzeptentwicklung, Softwaretools, digitalen Workflow-Konzepten, datenbankgestützten Produktionsprozessen, Produktionsverfahren und analoger oder digitaler Ausgabeprozesse einschließlich notwendiger Hardwarevoraussetzungen vermittelt. Ergänzt wird dies auch durch Qualitätsmanagement und arbeits-, gesundheits- und umweltschutzbezogener Vorschriften.

In der **Projekt- und Produktplanung** stehen Aspekte des Projektmanagements und des Medienrechts im Vordergrund. Kurz gefasst sollen hier die bisher in den verschiedenen Qualifikationsbereichen erworbenen Fähigkeiten in einer Struktur mit Methoden des Projektmanagements zusammengefasst werden. Dieser Vermittlungsbereich spiegelt auch die Anforderungen an die als Hausarbeit zu fertigende Gesamtkonzeption wider. Instrumente des Projektmanagements, Regeln der Zusammenarbeit im Projekt, Projektdokumentation, das breite Spektrum von Marketing, Marktforschung, Kundenbindung, Kosten- und Leistungserfassung und Kalkulation sowie medienrechtliche Vorschriften sind hier als Kernaufgabenstellung zukünftigen Handelns zusammengefasst.

Das **Medienrecht** deckt alle relevanten Aspekte ab, die im Rahmen von Medienproduktionen zu berücksichtigen sind. BGB, Handelsrecht, Steuerrecht, Presse-recht, Persönlichkeitsrecht, Lizenz- und Urheberrecht in Bezug auf Nutzungs- und Verwertungsrechte, wettbewerbsrecht-

Weiterbildung

liche Vorschriften, Datenschutzrecht und Vertragsrecht spannen einen Bogen, der so auch gestandene Juristen beschäftigt. Es ist nicht Aufgabe des Kurses hier „Mini-Juristen“ auszubilden. Das kann auch in der zur Verfügung stehenden Zeit nicht geschehen. Sensibilisierung für Probleme und aufmerksam machen für Fallstricke im Alltag eines „Medienproduzenten“ ist das Ziel.

Der **Handlungsbereich Führung und Organisation** setzt sich aus den Qualifizierungsschwerpunkten (Prüfungsfächern) Personalführung, Personalentwicklung, Kostenmanagement sowie Planungs-, Steuerungs- und Kommunikationssysteme zusammen. In diesen Qualifikationsschwerpunkten wird im Unterricht nicht nach Handlungsfeldern differenziert. Im Kostenmanagement kann die Kalkulationsaufgabe allerdings print- oder digitalmedienspezifisch gewählt werden. Personalführung und Personalentwicklung enthalten sowohl in der Vermittlung als auch in der Prüfung Elemente, die es rechtfertigen, dass mit dem erfolgreichen Ablegen der Prüfung auch die Anerkennung der theoretischen Prüfung der Ausbildereignungsprüfung verbunden ist.

In der **Personalführung** sind Personalrekrutierung, technische oder organisatorische Umstrukturierungen und der diesbezügliche Mitarbeiterinsatz und Stellenbeschreibungen Aspekte die im Rahmen der organisatorischen Komponente von Führung zusammengefasst werden können. Daneben stehen die mitarbeiterorientierten Inhalte wie Führungsmethoden, Kommunikation, Konfliktlösung und gruppendynamische Prozesse sowie Moderationstechniken.

Personalentwicklung beschäftigt sich mit den Mitarbeitern und ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung vor dem Hintergrund betrieblicher Veränderungsprozesse. Die Ermittlung des notwendigen Personalbedarfs, Förderung der personellen Ressourcen durch Qualifizierungsmaßnahmen, mitarbeiterorientierte Potenzialeinschätzung sind die grundlegenden Bausteine der Vermittlung. Alles rund um die Ausbildung sowie die Berücksichtigung von Personalent-

wicklung im Arbeitsumfeld steht im Vordergrund der Betrachtung.

Allgemeine Infos zu Prüfungen

Die Prüfungsaufgaben folgen den Inhalten des Rahmenstoffplans und sind nicht in Abhängigkeit vom tatsächlich vermittelten Unterrichtsstoff zu sehen. Bei unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen durch die Bildungsanbieter bzw. deren Dozenten können sich durchaus Unterschiede ergeben. Insbesondere bei den handlungsspezifischen Qualifikationen wird von der Aufgabenbewältigung als Medienfachwirt und den Anforderungen dieses Arbeitsplatzes ausgegangen. Es wird somit das Wissen im Lichte zukünftigen Handelns abgefragt.

Die Freiheit, nahezu alle Unterlagen zur Prüfung mitbringen zu dürfen, suggeriert möglicherweise eine Sicherheit, die in der Prüfungssituation nicht darstellbar ist. Die Prüfungsaufgaben sind so bemessen, dass kaum Zeit für eine intensive Suche in den verschiedenen Unterlagen bleibt. Eine systematische Vorbereitung und Aufarbeitung der eigenen Unterlagen zur Minimierung der Suchzeiten ist unerlässlich. Generell gilt, die Aufgaben zu bearbeiten, die sicher gelöst werden können und erst dann die restlichen Aufgaben anzugehen. Hierbei sollte auch die mögliche zu erzielende Punktzahl betrachtet werden. Hinweise auf ein gefordertes Verhältnis von Antworten und Punkten sind durchaus ernst zu nehmen.

Auf die Problematik der Kalkulations-schemata ist an anderer Stelle bereits hingewiesen worden. Sinnvoll ist hier sicherlich mit den Kosten- und Leistungsgrundlagen (K+LG) umgehen zu können und die strukturgebenden Elemente zu erkennen. Die Aufgabenstellung ist nicht, einen Marktpreis zu erzielen, sondern alle Bestandteile dieses Auftrags zu erfassen, in einen Produktionsablauf abzubilden, zu bewerten und in einem strukturierten Angebot niederzulegen. Vor diesem Hintergrund ist es unerheblich, ob mit den K+LG gearbeitet oder ein anderes Kalkulationsschema verwendet wird. Die Kalkulation muss logisch, nachvollziehbar und vollständig sein. Die Bewertung mit

Preisen ist dann nicht das unmittelbare Kriterium. Wesentliche Teile der Aufgabe wie, z. B. die Bogeneinteilung oder die Ermittlung der Materialkosten sind ohne die K+LG lösbar. Auch hier kommt es darauf an, unter Beachtung der zu erreichenden Punkte, im Zweifelsfall „einfachere“ Aufgabenteile bei der Beantwortung vorzuziehen.

Wie verhält es sich mit der AEVO (Ausbilder-Eignungsverordnung)

Sowohl in der Regelung Medienfachwirt als auch in der Rechtsverordnung Industriemeister Digital- und Printmedien ist mit der erfolgreichen Absolvierung der schriftlichen Prüfungsteile Personalführung und Personalentwicklung die Grundlage für eine Befreiung vom theoretischen Teil der AEVO-Prüfung gelegt. Um die AEVO-Prüfung vollends absolviert zu haben, muss noch der praktische Teil, die Unterweisungsprobe vor einem entsprechenden Prüfungsausschuss (IHK) absolviert werden.

Der Unterschied zwischen den beiden Aufstiegsqualifikationen lag bisher darin, dass nach erfolgreichem Abschluss der Prüfungen das Zeugnis Gepr. Medienfachwirt/Gepr. Medienfachwirtin auch ohne die Absolvierung des praktischen Teils der AEVO ausgehändigt wird. Dagegen müssen beim Industriemeister Digital- und Printmedien vor der letzten Prüfungsleistung die Anforderungen der AEVO vollständig erfüllt sein. Das Zeugnis Industriemeister Digital- und Printmedien wird nur nach erfolgreicher Absolvierung der AEVO-Prüfung ausgestellt.

In Kürze tritt die Medienfachwirt-Rechtsverordnung des Bundes (§ 46.2) in Kraft. Dann hat jeder Teilnehmer die Möglichkeit zu wählen und die komplette AEVO abzulegen. ■

Studium

Bachelor- und Masterstudiengänge setzen sich auch in der Druck- und Medienwirtschaft durch

Die neuen Bachelor- und Masterstudiengänge werden sich in den Studiengängen der Druck- und Medientechnik durchsetzen. Dies ist ein Ergebnis der Hochschulkonferenz Druck und Medien, die der Bundesverband Druck und Medien im Frühjahr gemeinsam mit den Hochschulen Berlin, Leipzig, München, Stuttgart und Wuppertal an der TFH Berlin durchführte. Im Zuge der Einführung der Bachelor- und Masterstudiengänge erreichen Studenten schneller einen Abschluss und Hochschulen werden international wettbewerbsfähiger.

Vielleicht sind Ihnen schon einmal die Begriffe „Bachelor“ und „Master“ begegnet und Sie haben sich gefragt, was diese Begriffe bedeuten und was der Unterschied zu den bislang geläufigen Studienabschlüssen in Deutschland ist. Wird hier nur eine neue Verpackung für alte Inhalte gewählt oder steht dahinter ein Systemwechsel?

Zunächst ist wichtig, dass sich die europäischen Hochschulen im so genannten **Bologna-Prozess** darauf verständigt haben, bis 2010 einen einheitlichen europäischen Hochschulraum zu verwirklichen. Kompatibilität oder Vergleichbarkeit der Studiengänge sind die entscheidenden Schlüsselwörter. Deshalb hat man sich darauf verständigt, die neuen gestuften Studiengänge mit den international anerkannten Bachelor- oder Masterabschlüssen einzuführen. Bereits heute machen die neuen Bachelor- und Masterstudiengänge 15 % des Studienangebotes in Deutschland aus. Das sind rund 2000 Studiengänge. In drei der fünf druckspezifischen Hochschulen (Berlin, Stuttgart, Wuppertal) sind die Pläne zur Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen weit vorangeschritten. Die Studienorte Leipzig und München werden in den nächsten zwei bis drei Jahren nachziehen.

Ziele sind vor allem eine praxisnah gestaltete Hochschulausbildung, die über die fachliche Ausbildung hinaus auch überfachliche Qualifikationen vermittelt. Zudem wird eine Verkürzung der realen Studiedauer angestrebt, damit die Absolventen auf dem nationalen wie internationalen Arbeitsmarkt konkurrenzfähiger werden. Ziel ist auch eine stärkere Internationalisierung der Hochschulausbildung, zu der neben Auslandsaufenthalten während des Studiums

auch fremdsprachige Unterrichtseinheiten gehören. Deshalb sprechen sich viele Unternehmen in Deutschland für die flächendeckende Einführung dieser Abschlüsse aus.

Die neuen Studiengänge sind in Module, d. h. Bausteine unterteilt. Ein Modul ist eine abgeschlossene thematische Lerneinheit, die sich fachlich sinnvoll aus mehreren Veranstaltungen, z. B. Vorlesung, Übung, Seminar, zusammensetzt. Für eine erfolgreich abgeschlossene Lerneinheit vergibt die Hochschule Credit Points. Durch das Sammeln dieser Punkte werden Leistungen für den Abschluss des Studiums im ganzen Studienverlauf erworben. Vorteil ist, dass die Abschlussnote nicht mehr allein von den letzten großen Prüfungen und Arbeiten abhängt, wie das vielfach beim Diplom, Staatsexamen oder beim Magisterabschluss der Fall ist. Auch soll dadurch der Wechsel von einem Studiengang an einer Fachhochschule zu einer Hochschule und umgekehrt erleichtert werden.

Der Bachelor ist in dem neuen System der erste berufsqualifizierende Hochschulabschluss. Das Studium ist vergleichsweise kurz (Regel: 6 Semester). Nach dem Abschluss kann jeder eine weitere Entscheidung treffen: für den Weg in die Berufspraxis oder ein weiterführendes Studium zum Masterabschluss.

Für unsere mittelständische Wirtschaft ist die Anbindung an den Arbeitsmarkt von besonderer Bedeutung. Das System muss für die Abnehmer, also für die Unternehmen, transparent gemacht werden. Deshalb ist es von entscheidender Bedeutung, wie sich Arbeitgeber ein genaues Bild von den neuen Abschlüssen machen können, welche Kenntnisse und Fähigkeiten in den Studiengängen vermittelt werden und welche

Qualifikationen die Bachelor- und Masterabsolventen in den Beruf mitbringen. Die Hochschulen sind deshalb aufgefordert, ihre Bachelor- und Masterprofile auf dem Markt bekannt zu machen.

Trotz aller Unterschiede, die es an den einzelnen Schulstandorten gibt, wurde auf der Konferenz deutlich, dass die mittelständisch strukturierte Druckindustrie eher auf Bachelorstudiengänge setzt, die wissenschaftliche Grundlagen und Methodenkompetenz in Verbindung mit berufsfeldbezogenen Qualifikationen vermitteln. Die Regelstudienzeit beträgt für Bachelorstudiengänge 3 Jahre (6 Semester), wobei für den Abschluss in der Regel 180 ECTS-Punkte (Credit-Points) nachzuweisen sind.

Masterstudiengänge mit stärker forschungsorientierter Konzeption dürften in der Druckindustrie die Ausnahme bleiben, während für Masterstudiengänge mit stärkerer Anwendungsorientierung eine Chance auf dem Arbeitsmarkt eingeräumt wird. In der Regel werden die Bachelor- und Masterstudiengänge konsekutiv angelegt sein, wobei konsekutiv meint, dass der Masterstudiengang einen vorausgehenden Bachelorstudiengang fortführt und vertieft oder ihn fächerübergreifend erweitert. Für Masterstudiengänge sind zusätzlich (konsekutiv) 4 Semester zu veranschlagen, wobei zusätzlich 120 Credit-Points zu erwerben sind.

Die Vertreter der Hochschulen erwarten, dass ca. 50 % der Bachelorabsolventen konsekutiv einen Masterstudiengang weiterführen. Die derzeitigen Abgängerzahlen von ca. 160 Fachhochschul- oder Hochschulabsolventen mit dem Schwerpunkt Druck- und Medientechnik decken nach Auffassung des Verbandes den Bedarf der Druckindustrie ab. ■



Drupa 2004

Die Drupa 2004 war gekennzeichnet vom Bestreben der Softwareanbieter und der Zulieferindustrie, den Produktionsablauf in der Druck- und Medienindustrie mit digitaler Unterstützung sicherer und effektiver zu machen und dabei gleichzeitig ein Optimum an Qualität und Produktionssicherheit zu erreichen.

Entscheidende Stichworte zur Erreichung dieses Ziels waren JDF (Job Definition Format), Branchensoftware bzw. Management-Informationssysteme (MIS) zur Kalkulation und Verwaltung von Aufträgen. Ein weiteres Thema war Colormanagement (CMM), das im Zusammenhang mit digitalen Proofsystemen und Workflow-Konzepten zu sehen ist. Eine kleine Gruppe von Herstellern befasste sich mit der Printmedienproduktion unter Einbeziehung des Internets. Dabei erlaubt ein Softwaresystem dem Kunden, Korrekturen über das Internet online selbst auszuführen und danach das Projekt für die Druckproduktion freizugeben.

JDF-Vernetzung

Ein bereits vor der Drupa breit diskutiertes Thema war das Job Definition Format (JDF), das die Vernetzung der Produktionssysteme mit der Kalkulation und der Auftragsverwaltung ermöglicht und zusätzlich die auftragsbezogene Kommunikation mit Kunden und Lieferanten erlaubt. JDF beschreibt dabei alle zur Verfügung stehenden Informationen in einer einheitlichen systemübergreifenden Form. JDF basiert vollständig auf XML (Extensible Markup Language).

Initiiert wurde JDF von Adobe, Agfa, Heidelberg und MAN-Roland, die das Format an das CIP4-Consortium übergaben. Das CIP4-Consortium (International Cooperation for Integration of Processes in Prepress, Press and Postpress) befasst sich hauptsächlich mit der Entwicklung von JDF. Sämtliche wichtigen Hersteller und Zulieferer der Druck- und Medienindustrie sind heute CIP4-Mitglied. Dazu gehören auch über 40 Firmen, die sich in der strategischen Allianz PrintCity zusammengeschlossen haben.

In Halle 4 war eigens ein JDF-Parc eingerichtet. Die Besucher konnten an einer der Ausgangsstationen einen Auftrag starten und mit Hilfe einer Kennung den Durchlauf des Auftrags durch die Produktionsstationen verfolgen. In Halle 6 stellten die PrintCity-Mitglieder die JDF-basierende Produktion vor.

Die Drupa zeigte allerdings auch, dass noch nicht alle Hersteller praxisreife Lösungen anbieten können. Während einige Aussteller Anwendungen zeigen konnten, die bereits in der Produktion eingesetzt werden, verwiesen andere Hersteller lediglich auf die JDF-Fähigkeit ihrer Produkte. Generell ist jedoch festzuhalten, dass mit dem Format JDF ein

Trend eingeleitet wurde, der über unterschiedliche Systeme und Workflow-Lösungen hinweg die Produktion einer Drucksache vom Auftragseingang bis zur Auslieferung und Abrechnung erleichtert. Der Gesamtprozess läuft unter Verwendung von JDF kontrollierter und damit sicherer ab, wobei damit meistens auch ein zeitlicher Vorteil verbunden ist.

Computer to plate

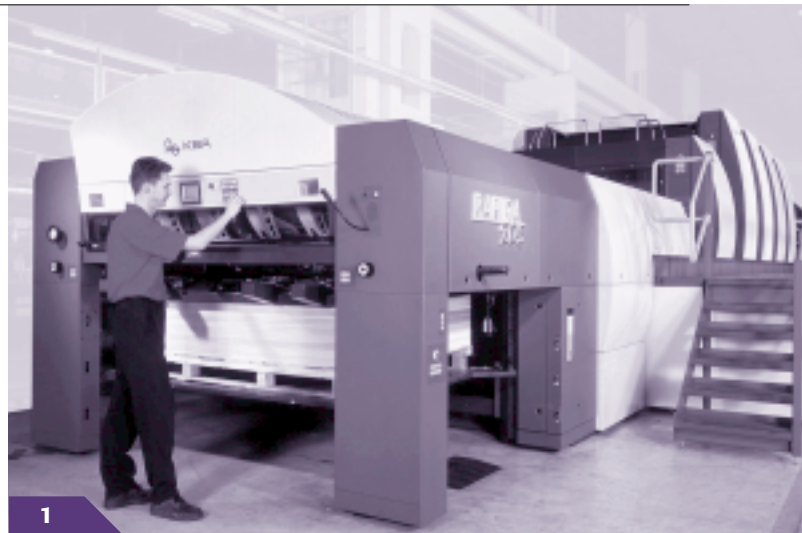
Innerhalb weniger Jahre hat sich die CTP-Technologie in den Betrieben durchgesetzt, da mit CTP neben kürzeren Produktionszeiten auch die Fehlerquellen der konventionellen Plattenkopie vermieden werden. Auf der Drupa waren CTP-Belichter in allen gängigen Formaten und unterschiedlichen Belichtungstechnologien zu sehen.

Heidelberger zeigte den neuen selbst entwickelten Thermo-Belichter Suprasetter. Esco Graphics ist mit dem neuen UV-Belichter „Espresso“ neben Basys Print inzwischen der zweite Hersteller, der einen digitalen Plattenbelichter mit UV-Belichtung für konventionelle Druckplatten entwickelt hat.

Ein interessantes Thema waren die neuen digitalen prozessfreien Thermo-Druckplatten. Die Firmen Agfa, Creo und Fuji kündigten bis 2005 prozessfreie Platten an. Die prozessfreie Platte „Clarus PL“ wurde zwar auf dem Stand von Creo auf einem Trendsetter 800 Quantum bebildert, wann sie auf dem Markt verfügbar sein wird, ist jedoch noch offen.



- 1 Die Rapida 205 von KBA ist die einzige Offsetmaschine im 9er-Format mit einem maximalen Papierformat von 151 cm x 205 cm
- 2 Heidelberg's neuer CTP-Belichter Suprasetter mit modularem Konzept und neu entwickelter Lasertechnologie
- 3 In einem eigens eingerichteten Innovation Parc wurden spezielle Softwarelösungen gezeigt sowie Informationsveranstaltungen zu JDF abgehalten



►► Presstek konnte mit „Applause“ die momentan weltweit einzige Thermo-Druckplatte vorstellen, die ohne jegliche Nachbearbeitung auskommt. Ein wichtiger Aspekt bei der Entwicklung hin zu chemiefreien bzw. komplett prozessfreien digitalen Druckplatten ist die geringere Umweltbelastung.

Optimierung des Produktionsablaufes beim Druckprozess

Insgesamt war auf der Drupa die Zukunft des Bereiches Druck auf die Optimierung des Produktionsablaufs und die weitere Verkürzung der Rüstzeiten und damit die Verkürzung der Produktionszeiten ausgerichtet. Zur Optimierung des Produktionsablaufs zählt dabei natürlich auch das Integrieren des Standards JDF, das jeder Druckmaschinenhersteller in den aktuellen Maschinenbaureihen ermöglicht.

Ein Schwerpunkt der Druckmaschinen-

hersteller war die Kontrolle der Druckqualität und das Erkennen und Aussortieren fehlerhafter Bogen, was ein wichtiges Glied in der Kette des Qualitätsstandards beim Offsetdruck ist.

Die Firma König & Bauer AG (KBA) stellte mit der KBA Rapida 205 die einzige Maschine im 9er-Format mit einem maximalen Papierformat von 151 cm x 205 cm vor. Auch MAN Roland präsentierte mit der Roland 900 eine Bogenmaschine im XXL-Format 8 mit einem Papierformat von immerhin 130 cm x 185 cm.

Von verschiedenen Herstellern, wie z. B. von MAN Roland, wurde die marktstrategische Bedeutung von Inline-Veredelungsprozessen wie Lackieren, Stanzen, Perforieren, Prägen und Kaltfolien-Kaschieren herausgestellt. Diese integrative Optimierung des Druckprozesses kommt dem Markttrend zu immer mehr Veredelung und individueller Produktion entgegen.

Die Drupa bestätigte auch, dass es bei der Neugestaltung des Berufsbildes Drucker im Jahr 2000 wichtig war, neben den einzelnen Fachrichtungen praxisbezogene

Qualifikationseinheiten mit zukunftsorientierten Inhalten wie z. B. Inlinetechnik und Qualitätsmanagement zu integrieren. Das erlaubt den Ausbildungsbetrieben eine am aktuellen technischen Stand ausgerichtete praktische Ausbildung.

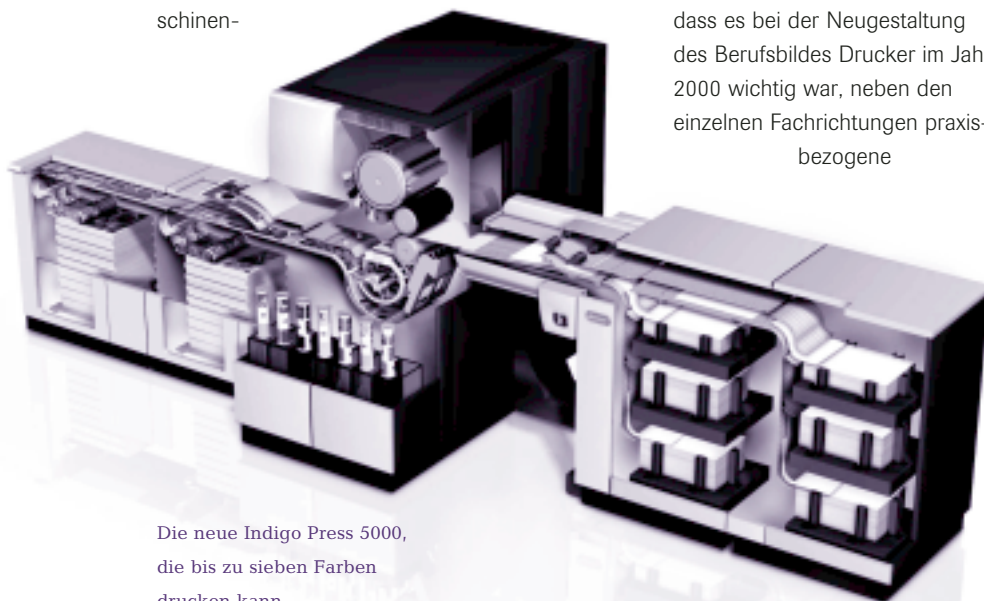
Digitale Proofsysteme

Sechzehn wichtige Zulieferer beteiligten sich am Gemeinschaftsprojekt der FOGRA, bei dem es um das Thema farbverbindliches digitales Proofen ging. Um gemäß Medienstandard Druck arbeiten zu können, muss ein Proofsystem in der Lage sein, mit entsprechenden ICC-Profilen zu arbeiten oder aus den Charakterisierungsdaten der FOGRA eine systemspezifische Farbtabelle zu berechnen. Dies können praktisch alle Systeme am Markt. Dementsprechend groß war das Angebot an digitalen Proofsystemen. Die Firma gmg color Proof zeigte z. B. mit ColorProof 04 eine professionelle Software, die auf verschiedenen Ausgabegeräten farbverbindliche Proofs ermöglicht.

Durch den Einsatz von Colormangement und ICC-Profilen ist beim digitalen Proofen inzwischen ein hoher Qualitätsstandard erreicht. Das setzt allerdings eine fachgerechte Kalibrierung und ständige Qualitätsüberwachung der Systeme voraus.

Digitaldruck entwickelt sich weiter

Der Digitaldruck hat sich inzwischen in bestimmten Marktsegmenten etabliert. Dabei ist der qualitative Abstand zum Offsetdruck gleichzeitig kleiner geworden.



Die neue Indigo Press 5000, die bis zu sieben Farben drucken kann



Aber das Potential des Digitaldrucks ist noch nicht ausgeschöpft, wie die Drupa gezeigt hat.

Zum Beispiel wird die Nexpress 2100 jetzt optional mit einem fünften Farbwerk ausgeliefert, das für Lack oder Pantonefarben eingesetzt werden kann. HP bietet mit der neuen Indigo Press 5000 eine Maschine an, die bis zu sieben Farben drucken kann. Die neue Xeikon 5000 kann mit bis zu zehn Druckwerken produzieren. Quark will eine Xtension für XPress entwickeln, die es erlaubt, variable Informationen aus Datenbanken zu generieren. Diese Xtension soll in XPress 6 integriert und außerdem auf HP-Digitaldrucksystemen implementiert werden.

Direct Imaging (DI), der Offsetdruck, bei dem die Offsetplatte digital in der Druckmaschine bebildert wird, war auf der Drupa 2000 noch ein zentrales Thema. Auf der Drupa 2004 stand es eher im Hintergrund des Interesses. Trotzdem gab es im Detail auch hier interessante technische Entwicklungen wie z. B. verbesserte Belichtungsköpfe mit höherer Auflösung bei gleichzeitig gesunkenen Investitionskosten.

Weiterverarbeitung

Die Automatisierung setzte sich auch im Bereich der Weiterverarbeitung fort. Auffallend war der Trend der Hersteller von Schneidemaschinen, Falzanlagen, Weiterverarbeitungsstraßen und peripheren Anlagen, die Steuerungseinstellungen über Berührungsbildschirme (Touchscreen) zu steuern. Die komplexen Abläufe können für den Bediener am Bildschirm mit ent-

sprechenden Schemata leicht überschaubar dargestellt und durch Antippen entsprechender Symbole aktiviert werden.

Speziell bei den Falzmaschinen ging der Trend dazu, die Umstellzeiten zu verringern und den Bedienungskomfort zu erhöhen. Die Neuerungen waren hier deshalb oft auch erst im Detail zu finden. Deutlich wurde jedoch der Versuch der Hersteller, den Mehrwert einer Drucksache durch den Einsatz von Zusatzaggregaten zum Stanzen, Kleben, Schneiden und Perforieren zu steigern. Diese Funktionen verlangt der Markt vor allem für Mailings.

JDF war auch in der Weiterverarbeitung kein Tabu mehr: Die Hersteller waren bestrebt, die Vernetzungsmöglichkeit mit Hilfe von JDF hervorzuheben und entsprechend zu demonstrieren. Damit ist in der Weiterverarbeitung ein letzter wichtiger Schritt beim Automatisierungsprozess eingeleitet, der vor allem im Umfeld des Schneidens mit seinen peripheren Arbeiten für den Bediener nicht nur höhere Produktionssicherheit, sondern auch Entlastung von schwerer körperlicher Arbeit bedeutet.

Fazit

Auf der Drupa standen innovative Softwarelösungen und Produktionskonzepte im Vordergrund. Der Trend zur standardisierten Qualität auf hohem Niveau war unverkennbar. Entsprechende Software und Workflow-Systeme sind dazu schon seit längerem vorhanden, die Drupa hat das lediglich bestätigt. Der richtige Umgang mit Colormanagement, farbverbundlichem Digitalproof und Drucken nach

dem Qualitätsstandard ISO 12647-2 ist damit kein technisches Problem mehr. Die für standardisiertes Drucken erforderlichen Maßnahmen müssen mit den entsprechenden Werkzeugen in der Produktion nur konsequent angewandt und kontinuierlich kontrolliert werden.

Das Thema JDF war zwar allgegenwärtig, konkrete und vor allem durchgängige praxisreife Anwendungen waren jedoch noch die Ausnahme. Es hat sich gezeigt, dass die Entwicklung mit JDF in die richtige Richtung geht, aber die betriebliche Anwendung auf breiter Front noch auf sich warten lässt. Der Grund sind die in den Betrieben vorhandenen Maschinen und Systeme, die noch nicht JDF-fähig sind und die Tatsache, dass JDF nicht einfach eine Software ist, die man wie eine Produktionssoftware kaufen und anwenden kann. JDF ist eine Strategie, die den betrieblichen Produktionsablauf optimal organisiert und die Informationen durchgängig mit den einzelnen Produktionsstufen verknüpft. Zur Erreichung einer hohen Produktionsqualität und dem damit zusammenhängenden Qualitätsmanagement ist JDF jedoch keine Voraussetzung. JDF trägt lediglich zur Optimierung und zur Produktionssicherheit im organisatorischen Ablauf eines Auftrages bei. ■

Buchbesprechungen



Werbekonzepion und Briefing

Ein praktischer Leit-faden

Ralph E. Hartleben

1. Auflage 2004, 320 Seiten

Hardcover, Preis: Euro 39,90

ISBN 3-89578-227-0



Publicis-Verlag
WILEY-VCH
Postfach 101161
69451 Weinheim
E-Mail: service@wiley-vch.de
Internet: www.wiley-vch.de



dpunkt.verlag GmbH
Ringstraße 19 B
69115 Heidelberg
E-Mail: hallo@ddpunkt.de
Internet: www.dpunkt.de



Springer Verlag
Tiergartenstraße 17
69121 Heidelberg
Internet: www.springer.de

Dieses Buch richtet sich an Werbe- und Kommunikationsberater in Unternehmen bzw. an Kontakter in Agenturen, die für die Planung von Werbeprojekten verantwortlich sind. Es ist aber auch für die Ausbildung und den Berufsalltag von Mediengestaltern für Digital- und Printmedien, speziell für die Fachrichtungen Medienberatung und Mediendesign, eine hilfreiche Orientierung.

Die Entwicklung von Werbekonzepionen mit ihren komplexen Anforderungen anhand konkreter Erfahrungen und Beispiele für den Praxiseinsatz ziehen sich wie ein roter Faden durch das Buch: Aus der Praxis für die Praxis.

Der Autor beginnt seine Ausführungen bei der Analyse der Ausgangssituation. Darauf aufbauend folgt die Entwicklung der Kommunikationsstrategie. Kapitel 4 und 5 beschäftigen sich mit Fragen rund um die Umsetzungen von Werbekonzepionen. Aber auch Fragen des Testings u. a. der Erfolgs- und Wirkungskontrolle und Erläuterungen eines erfolgreichen Briefings kommen nicht zu kurz.

Auf 10 Seiten werden den Lesern zudem Kriterien für die Beurteilung von Werbekonzepionen an die Hand gegeben. Für den Praxiseinsatz und zur Überprüfung der eigenen Arbeit bietet dieses Buch insgesamt 34 verschiedene Checklisten. Diese Checklisten sind ein wichtiger Bestandteil der Qualitätssicherung bei der Entwicklung von Werbekonzepenten.



Lehrbuch Digitale Druckformherstellung

RIPs, Workflows und „Computer-to“-Technologien

Thomas Hoffmann-Walbeck

Dezember 2003, 246 Seiten

Preis: Euro 29,00

ISBN 3-89864-182-1



JDF

Prozessintegration, Technologie, Produktdarstellung

Wolfgang Kühn, Martin Grell

2004, 111 Seiten

Preis: Euro 34,95

ISBN 3-540-20893-3

Es gibt dutzende Bücher zur Software in der Printproduktion aber das Thema Druckformherstellung und Workflow wird meist nur grob angerissen oder die Bücher, die sich tiefergehend mit der Produktion von Druckform und Druckproduktion im Gesamten beschäftigen, sind recht teuer in der Anschaffung. Der Autor Thomas Hoffmann-Walbeck hat mit seinem Lehrbuch diese Lücke geschlossen und der dpunkt Verlag bietet das ganze zu einem fairen Preis an.

Zum Einstieg werden zunächst noch mal Grundbegriffe erläutert, die man zum Verstehen der späteren Kapitel und zur Kommunikation unter Kollegen benötigt. Danach werden die Unterschiede der Druckformen in den gängigen Druckverfahren (Offsetdruck, Hochdruck, Siebdruck, Tiefdruck und Tampondruck) beleuchtet und die Fakten zu den in der Druckproduktion wichtigen Dateiformaten vermittelt. Anschließend werden so ziemlich alle Faktoren der RIP-Technologie, digitale Montage, Preflight für Daten, Proofsysteme, Trapping, OPI, Jobtickets, Belichtertechnologien, „Computer-to“-Technologien sowie Fragen der Qualitätssicherung vorgestellt.

Dieses Buch gehört in die Hände all jener, die von Berufswegen mit der Druckformherstellung und all ihren Facetten zu tun haben. Wissen auf sehr hohem Niveau wird hier geliefert.

Seit einiger Zeit stößt man in diversen Fachartikeln auf die Abkürzung JDF. Das „Job Definition Format“ in Verbindung mit PDF bildet zusammen die Grundlage für das Auflösen von Softwareinseln in der Produktion und einen vernetzten Workflow. Die beiden Autoren stellen in Ihrem Buch technische und betriebswirtschaftliche Hintergrundinformationen für Entscheidungsträger zusammen.

Sehr kompakt und gut verständlich auf rund 100 Seiten wird zunächst die Ausgangssituation von Produktionsprozessen in der Printmedienindustrie beschrieben und aufgezeigt, welche Vorteile eine vernetzter Produktionsprozess gegenüber einem unvernetzten bringt.

Danach werden die technischen Spezifikationen von JDF, seiner XML-Basis, dem Zusammenspiel mit PDF-X3 und anderen Standards der Druckindustrie vorgestellt und darauf aufbauend existierende Vernetzungsstrukturieren verschiedener Anbieter vorgestellt.

Wichtig für Entscheider der Druckindustrie ist der Nutzen von neuen Technologien für die verschiedenen Bereiche des Produktionsablaufes: E-Business, Auftragsvorbereitung, Maschineneinstellungen, Produktionsplanung und -steuerung, Betriebsdatenerfassung und Nachkalkulation und Farbworkflows.

Die Autoren stellen auch konkrete Hinweise und Erfahrungswerte vor für Realisierung von vernetzten Workflows, Checklisten zur Überprüfung der Bedürfnisse des jeweiligen Betriebes, mögliche Partner für die Einführung der neuen Technologie. ■

Gestaltungswettbewerb

14. Gestaltungswettbewerb – Entwurf eines Flyers für die Hannöversche Tafel

Auch in diesem Jahr führt der Verband Druck und Medien Niedersachsen e.V. einen Gestaltungswettbewerb durch. Teilnehmen können alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie vom 1. bis 3. Ausbildungsjahr.



Was sind Tafeln?

Die Tafeln sammeln noch verwertbare Lebensmittel, die überzählig oder überproduziert sind und geben diese unentgeltlich an Bedürftige ab. Die Arbeit der Tafeln ist ehrenamtlich und wird unterstützt durch ABM-Kräfte und Zivildienstleistende. Die Arbeit der Tafeln wird durch Sponsoren ermöglicht, die mit Lebensmitteln, Geld und Sachspenden die Arbeit hilfreich unterstützen.

Aufgabe

Seit 1999 gibt es auch in Hannover eine solche Institution. Die Hannöversche Tafel benötigt für Mailings und zum Ansprechen potentieller Spender einen ansprechenden und aussagekräftigen Flyer.

Nach dem Motto der Tafel „Jeder gibt, was er kann“ engagieren sich z. B. Bäckereien und Wochenmärkte, Supermarktketten, Kfz-Mechaniker, Grafiker, Automobilhersteller ..., aber auch Privatpersonen. Die Unterstützung kann in Form von Lebensmittel- oder Geldspenden erfolgen. Ebenso gibt es Spenden in Form von Freizeit.

Ihre Aufgabe ist die gestalterische und textliche Konzeption eines solchen Flyers.

Um das von Ihnen neu gestaltete Image abzurunden, sollen Sie zusätzlich das vorhandene Logo überarbeiten. Damit es sich anschließend in Ihren Entwurf einfügt.

Es ist geplant, dass einer der Gewinnerflyer anschließend in der Überbetrieblichen Ausbildung Druck und Medien in Oldenburg während eines Offsetdruck-Kurses von Auszubildenden gedruckt wird. Die noch erforderlichen Vorstufenarbeiten werden während eines Color- und Workflow-Management Kurses von Auszubildenden übernommen.

Der Gestaltungswettbewerb wird von dem Verband Druck und Medien Niedersachsen e.V. in Kooperation mit dem Verband Druck und Medien Nord e.V. ausgerichtet.

Informationen

Hintergrundinformationen können der Informationsbroschüre entnommen werden, die zum Herunterladen unter www.vdmn.de zur Verfügung steht. Weitere Infos gibt es auch unter www.tafel.de

Teilnahme

Zur Teilnahme berechtigt sind alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie, die zum Zeitpunkt der Ausschreibung des Wettbewerbes im ersten, zweiten oder dritten Ausbildungsjahr sind. Pro Teilnehmer darf nur ein Entwurf eingereicht werden. Die Teilnehmer erklären sich mit der Abgabe ihrer Entwürfe damit einverstanden, dass die Arbeiten veröffentlicht und gegebenenfalls auch einer gewerblichen Nutzung unter Modifizierung des Originalentwurfes zugeführt werden.

Die Arbeiten gehen mit der Einsendung in den Besitz des vdm über. Arbeiten mit unvollständigen Angaben können nicht berücksichtigt werden.

Einsendeschluss: 16. Februar 2005

beim Verband Druck und Medien Niedersachsen e.V.
Bödekerstraße 10
30161 Hannover

Ansprechpartner:

Referat Bildung
Katrin Stumpfenhausen
Telefon 05 11-3 38 06 30
stumpfenhausen@vdmn.de
www.vdmn.de

Preise

- 1. Preis 400,- Euro
- 2. Preis 250,- Euro
- 3. Preis 150,- Euro
- 4.-10. Preis Sachpreise

Die Preisverleihung findet am 22. April 2005 im Rahmen der Jahresversammlung der Verbände Druck und Medien Niedersachsen, Bremen und Nord in Travemünde statt. ■

vdm

Verband Druck und Medien
Niedersachsen e.V.



Verband
Druck und Medien
Nord e.V.



Einfach stark. Die Printmaster PM 52.

Als Lösungsanbieter der Printmedien-Industrie ist es unser Ziel, dass Sie in Sachen Effizienz immer vorn liegen. Zum Beispiel mit der neuen Printmaster PM 52: Mit ihrem Plattenspannsystem EasyPlate, dem Saugbandanleger

sowie der intuitiven Maschinensteuerung PressControl lässt sie sich besonders leicht bedienen und ermöglicht Ihnen präzises Wachstum durch maßgeschneiderte Produktivität im Format 35 x 50.

Prüfungstermine Deutschland

ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2004/05

Schriftliche Prüfung
Mittwoch, 8. Dezember 2004

ZWISCHENPRÜFUNG 2005

Schriftliche Prüfung
Donnerstag, 14. April 2005

ABSCHLUSSPRÜFUNG SOMMER 2005

Schriftliche Prüfung
Dienstag, 31. Mai 2005

ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2005/06

Schriftliche Prüfung
Mittwoch, 7. Dezember 2005

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

Karl-Heinz Kaschel-Arnold, Berlin · Theo Zintel, Wiesbaden
Franz Kimberger, 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

glänzend holzfrei, weiß, mehrfach gestrichenes Bilderdruckpapier, 115 g/m²

Neues und Bewährtes vom Verlag Beruf und Schule

Informationen verbreiten – Medien gestalten und herstellen

2., erweiterte und aktualisierte Auflage mit den neuen Kapiteln „Webdesign“, „Sprachen und Technologien im WWW“ von Paasch, Moritz, Ottersbach, Kieslinger, Mörsberger, Martens 2004 (Stand DRUPA), 486 Seiten, 440 Abb., teils farbig, 3-88013-650-5, 25 Euro

Informationen verbreiten 1. Auflage, ohne Nonprint-Kapitel, 407 Seiten, Nachdruck 2004, 3-88013-630-0, nur 19 Euro*

MatheMedien 2004

von Ulrich Paasch

Aus der Technologie abgeleitete Aufgaben mit Musterlösung. Ergebnisse der Übungsaufgaben bei www.golpon.de. 4., erweiterte Auflage, 383 Seiten B5, ISBN 3-88013-646-7, 25 Euro

Fachwörter-ABC

Druck- und Digitalmedien (Print)

von Roland Golpon

Knapp und präzise formuliertes Basis- und Prüfungswissen, 1900 Begriffe. 192 Seiten 12,5 x 18 cm, kartoniert, 2004, 10 Euro, ISBN 3-88013-638-6

Top-fit in die Prüfung

ABC der Mediengestaltung

von Sabine Butzhammer

Das Basiswissen in Frage und Antwort. 288 Seiten A5, teils mehrfarbig, 3., korrigierte Auflage, 2004, 17 Euro, ab 10 Stück 14 Euro, 3-88013-642-4

Medienwissen – Hilfen für Klausuren und Prüfungen

von Roland Golpon

Diagnose, Lernen, Selbstsicherheit 420 Seiten A5 mit „Prüfungshelfer“ und Lösungen, 3. Aufl., 2003, 25 Euro, ab 10 Stück 20 Euro, 3-88013-632-7

Lehr- und Arbeitsbuch Druck

von Manfred Aull in 7. Auflage, 2004! 432 Seiten A4 plus 38 Seiten Beilagen, 51 Euro, ISBN 3-88013-640-8

Lehr- und Arbeitsbuch für Offsetdrucker(innen)

von Rausendorff, Hermanies, Mühlegg, Paasch, Ruder, Starke Druckformmontage. Plattenherstellung. Grundlagen des Offsetdrucks. Papier. Druckpraxis. Farbe in Druck und Medien. Messen und Prüfen, Arbeitssicherheit. 744 Seiten A4, Bilder, ein-, zwei- und mehrfarbig, 48 Euro, 3-88013-970-9

Druckerkwissen – Prüfungshilfen. In Arbeit

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

Grundwissen EDV zur Mediengestaltung 144 Seiten A4 2002 3-88013-617-3 18 Euro Bd.1

Hardware – Maschinen, Geräte, Materialien 160 Seiten A4 2001 3-88013-613-0 16 Euro Bd.2

Software – Programme zur Medienproduktion 112 Seiten A4 2002 3-88013-620-3 14 Euro Bd.3

Nonprint-Publishing offline und online 87 Seiten A4 2003 3-88013-626-2 12 Euro Bd. 5

Farbe in Druck und Medien von Ulrich Paasch 104 Seiten A4 2001 3-88013-612-2 18 Euro Bd.9
Staffelpreis: Ab 10 Stück nur 14 Euro je Exemplar

Fachwissen Medienvostufe von Pilny u.a. Die Bände 1, 2, 3, 5, 9 für nur 55 Euro, 3-88013-905-9

Grundlagen der Print- und Digitalmedien

von Aull, Bühler, Huth, Westlinning 396 Seiten A4 4. Aufl. 03 3-88013-634-3 39 Euro
Mit Projektheft: ISBN 3-88013-807-9, 44 Euro

Lexikon EDV, Druck und Medien von Halkasch 360 Seiten A5 12.2004 3-88013-641-6 ca. 19 Euro

Lexikon des Offsetdrucks von Walenski 352 Seiten A5 1993 ISBN 388013-469-3 20 Euro

Lexikon Buchbinderische Verarbeitung 208 Seiten A5 2000 ISBN 388013-572-X 20 Euro

LOGO Einführung in das Grafik-Design von Siegle 192 S. 3., 2002 14 x 22 cm 388013-621-1 19 Euro

Grundlagen der Typografie von Bergner 232 S. B5 1990 3-88013-302-6 (Leipzig) 15 Euro*

Gebrochene Schriften von Rehse 240 Seiten A5 2000 3-88013-563-0 18 Euro

4C-DTP – Basiswissen Vorstufe von Carsten Belling 160 S. 17 x 24 cm 2001 3-88013-580-0 13 Euro*

Messen und Prüfen von Rausendorff/Starke 94 Seiten A4 2003 ISBN 3-88013-633-5 12 Euro

Digitales Drucken – Theorie und Praxis 152 Seiten A4 2002 3-88013-624-6 18/14 Euro

Das PapierBuch von Wolfgang Walenski 264 Seiten B5 2., 1999 3-88013-584-3 27 Euro

Falz- und Ausschleißpraxis von Halkasch 336 Seiten A5 1994 3-88013-458-8 15 Euro*

Industrielle Buchbinderei von Liebau/Heinze 778 Seiten B5 2., 2001 3-88013-596-7 39 Euro

Buchrestaurierung von Wolfgang Wächter 242 Seiten B5 3., 1987 3-88013-489-8 24 Euro

Aufgabensammlung von Golpon/Paasch 244 Seiten A5 11., 2000 3-88013-590-8 17/14 Euro

Fachbezogenen Mathematik für die Berufe der Medienvorstufe von Hans Jürgen Schepher 6. Aufl. 04 240 Seiten A5 3-88013-644-0 18 Euro

Mathe Drucker von Jochem Ottersbach 192 Seiten A5 2., 2002 3-88013-619-X 15 Euro

Kosten- und Leistungsrechnung von Gairing 3 Bände mit insgesamt 1100 Seiten A5 einschließlich aller Lösungshefte 3-88013-902-4 72 Euro

Lesezeichen von E.-Günther Rehse 159 S. A4 1994 342 Abb. 3-88013-473-1 30 Euro

Web(erot)ericks – Sexy Limericks rund ums Web 128 Seiten A5, 4-farbig 3-88013-666-1 12 Euro

www.heitere-poetik.de und www.limerick-queen.de
Reprints alter deutscher Lehrbücher, z.B.:
Encyklopädie der Buchdruckerkunst, Format-Büchlein
Zur Theorie des Mehrfarbenbuchdrucks, Illustriertes
Buchbinderbuch, Der Gold- und Farbendruck

Möchten Sie ausführlicher informiert werden?

Verlag Beruf und Schule
Postfach 2008, D-25510 Itzehoe
Telefax (04821) 4941
verlag_beruf_schule@t-online.de

Überblick mit Downloadmöglichkeit
des neuesten Verlagsverzeichnisses:
www.verlag-beruf-schule.de

Detaillierte Infos zu allen Büchern:
www.vbus.de

Infos zur Prüfungsvorbereitung:
www.pruefungsbuch.de
www.pruefungshelfer.de

Buchbestellung im Internet:
www.buchhandel.de
(Profisuche in der VLB-Datenbank,
Eingabe der ISBN genügt)

Der Verlag liefert nur über den Buch-
handel, nicht direkt an Endkunden.
Buchhandlungen wenden sich an:
VVA arvato media GmbH, Gütersloh

* Unverbindlich empfohlener Preis

