



Druck- und Medien- ABC

**Fachliche Informationen
für die Ausbildung in der
Druck- und Medienbranche**

Inhalt

3	Titelwettbewerb Druck- und Medien-Abc
8	Impulse e.V. – Der ZFA-Gestaltungswettbewerb 2014 zur Abschlussprüfung der Mediengestalter/-innen
14	Aus der Prüfungsaufgabenerstellung
18	Ausbildungssituation: Trotz sinkender Ausbildungszahlen hohe Ausbildungsquote von über 8 Prozent – Bessere Chancen für Bewerber
20	Anteil junger Menschen ohne Berufsabschluss sinkt weiter
20	Einführung Deutscher Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR)
21	Eignungstest für Druck- und Medienberufe: neue Version
21	Das Betriebspraktikum – Was muss ich wissen?
22	Neues Arbeitsbuch: Medientechnologie Druck – Qualifikationen und Kompetenzen
22	Neue Ausbildungsordnung „Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement“
23	Hochschulkonferenz Druck und Medien in Berlin
24	Ausbildungsbetrieb des Jahres vom Bundesverband Druck und Medien gekürt
25	Prüfungsstatistik online
27	PRÜFER werden bei der IHK groß geschrieben
28	Prüfungsauswertung der Mediengestalter per iPad
30	Prüfungsvorbereitung will gelernt sein – Vortrag auf der Mediale 2014
32	Die JAV – Jugend- und Auszubildendenvertretung
34	Erstes Lernmodul des Projekts „Social Augmented Learning“ – Abläufe in der Druckmaschine sicht- und lernbar machen
37	Medienkompetenz in der Berufsausbildung
38	Ungenau, unnötig, unschön – Gutes Deutsch sieht anders aus
42	15. Tage der Typografie
46	Auswertung des 5. Internationalen Gestaltungswettbewerbs
48	24. Gestaltungswettbewerb vdm
50	Prüfungstermine, Impressum

Titelbeschreibung

„**POW!**“ von Verena Fechter.

Eine der neun Gewinner/-innen des letztjährig ausgeschriebenen Titelwettbewerbs des Druck- und Medien-Abcs.

Ein Durchbruch, es qualmt und raucht und zischt. Der Comic-Stil dieses Titels greift Vorlieben der Zielgruppe auf, heischt nach Aufmerksamkeit.

DAS RINGEN UM DEN TITEL



Titelwettbewerb Druck- und Medien-Abc

Der Wettbewerb 2014 um die beste Titelgestaltung für das Druck- und Medien-Abc ist entschieden: Aus 404 Einsendungen wählte die Jury neun Gewinner aus. Weitere zehn Entwürfe erhielten eine Belobigung.

Es ist gute Tradition dieser Zeitschrift, dass die Titelseite fast immer von angehenden Mediengestalter/-innen Digital und Print stammt. Die Redaktion wählt dabei jeweils eine der im letzten Wettbewerb prämierten Arbeiten aus. Dieses Jahr gab es wieder eine Ausscheidung: 291 Teilnehmer/-innen haben sich mit 404 Einsendungen daran beteiligt. Am 14. April tagte die Jury und traf in mehreren Entscheidungsrunden ihre Wahl. Jeder Gewinnersieger wird mit 200 Euro gewürdigt, pro Belobigung gibt es 50 Euro.

Entscheidend für die Jury war die Idee – dafür wurde über manchen Mangel in der Umsetzung hinweggesehen. Dennoch: In die engere Wahl kamen nur Entwürfe, die sich tatsächlich als Titelblatt dieser Fachzeitschrift eignen. Frei nach dem Motto: Gutes Design muss funktionieren; ob's schön ist und gefällig – darüber dürfen die Meinungen ruhig auseinandergehen. Ein Beispiel: Jeder kennt die Tafel beim Augenarzt, bei der die Buchstabenreihen von oben nach unten immer kleiner werden. So war ein Titelblatt gestaltet: Pfiffig von der Idee her, aber leider unleserlich.

Außerdem lag der Jury daran, verschiedene Macharten zu berücksichtigen – typografische Lösungen, „klassische“ Gestaltungen, Fotosprache oder Comic-Stil. In einem Punkt gab die Jury nach: Ausdrücklich hieß es zwar in der Wettbewerbsausschreibung, der Name Druck- und Medien-Abc sei „nur in dieser Schreibweise“ zu verwenden. Weil sich leider die meisten Einsender/-innen nicht daran hielten und häufig Versalien verwendeten, wurden letztlich auch „falsche“ Gestaltungen prämiert.

Nicht nachgeben durfte die Jury in einem anderen Fall: Es stellte sich heraus, dass ein zunächst als „Gewinner“ ausgewählter Entwurf abgekupfert war. Idee und Umsetzung waren von einer Internetplattform übernommen. Schnell war klar: So etwas geht aus berufsethischen Gründen nicht. Hier liegt eine Täuschung des eigentlichen Urhebers sowie der Jury vor. Fremde Ideen als eigene auszugeben ist immer ein Regelverstoß und keinesfalls preiswürdig.

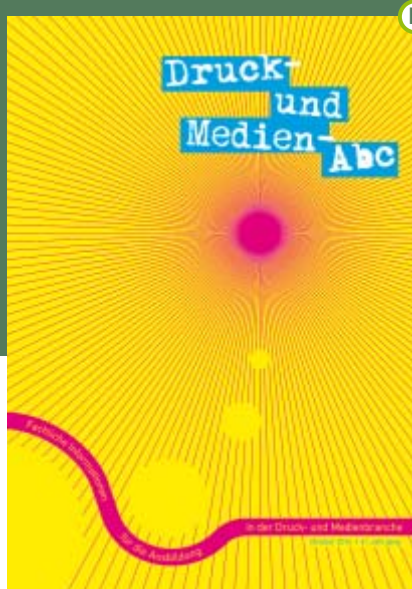


Titelwettbewerb Druck- und Medien-Abc Die Gewinner und was die Jury dazu meint:



Geheimnisvoll

Das ABC als Maske oder Lupe, etwas, das Durchblick ermöglicht: Ein starker Auftritt ist diese Seite, auch gut ausgearbeitet. Da hat sich jemand richtig Mühe gegeben – das zeigt etwa die Gestaltung der Lippen oder der „gestreifte“ Titel. Schade, dass der Untertitel so klein geriet!



Strahlend

Und wie das Licht hier hervorbricht! Ein aussagekräftiger, gut lesbarer, farblich geschickt gelöster Hingucker. Eine Titelseite, die ins Auge springt, die auf sich aufmerksam macht. Es gefällt die lockere Anordnung der Titelzeile. Geteiltes Echo findet das Schriftband mit der Unterzeile.



Knallig

Ein Durchbruch, es qualmt und raucht und zischt. Der Comic-Stil dieses Titels greift Vorlieben der Zielgruppe auf, heischt nach Aufmerksamkeit. Die Frage ist, ob nicht weniger mehr gewesen wäre, die Wirkung sogar steigern könnte. Und: Sind die Wolken selbst generiert oder „nur“ kopiert?



Gewinner des Titelwettbewerbs Druck- und Medien-Abc 2014

a „CMYKatha hat den Durchblick“
Theresa Kremer, Eichenzell
3. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung und Technik

b „Print-Mania“
Melanie Mihm, Herzberg am Harz
1. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung und Technik

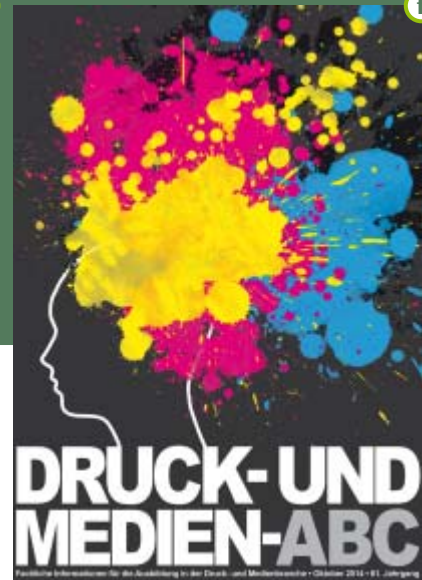
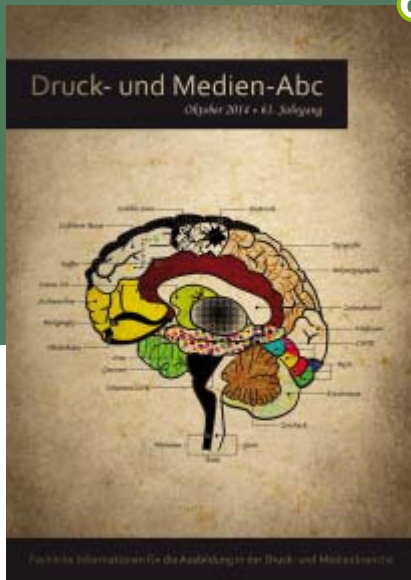
c „POW!“
Verena Fechter, Nittenau
1. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung und Technik

d „Gehirn (eines Mediengestalters)“
Kira Süther, Weil im Schönbuch
2. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung und Technik

e „kreativ shout“
Manuela Wagner, Nattheim
3. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung und Technik

f „Explosion der Ideen“
Lina Stöß, Dormagen
1. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Konzeption und Visualisierung

Druck- und Medien-ABC



Anatomisch

Das große Gehirn und der kleine Mensch: ein echter Hinschauer! Genau betrachtet geht es um witzige Zuordnungen von Hirnregionen in sprachlicher sowie gestalterischer Hinsicht. Merke: Das Gewissen ist grasgrün! An der Schriftgröße und an der Raumaufteilung ließe sich noch arbeiten.

Galaktisch

Der Raumfahrer schwebt geradezu in medialem Zubehör: Die Seite lenkt Aufmerksamkeit auf die Details, ist witzig – und von Hand – gemacht. Der Raum ist gut genutzt. Was den einen schön verspielt vorkommt, mag anderen kindisch erscheinen. Dennoch: Der Gesamteindruck überzeugt.

Explosiv

In diesem Kopf ist was los, da geht's zur Sache. Man sieht förmlich die sprühenden Ideen, den Aha-Effekt, die explosionsartige Entladung von Einfällen. „Laut genug“ für einen Titel! Am Verhältnis von Bild und Schrift müsste noch gearbeitet werden. Und ob der Hintergrund so tiefschwarz sein muss?

g „DIN A RGB“

Artur Rissling, Bad Mergentheim
1. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung
und Technik

i „Gebärdensprache ABC“

Simone Ennenbach, Ahrensburg
2. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Gestaltung
und Technik

h „Work in Progress“

Georg Lösch, Wenzenheim
1. Ausbildungsjahr
Fachrichtung Konzeption
und Visualisierung

Druck- und Medien-ABC

Titelwettbewerb Druck- und Medien-Abc Die Gewinner und was die Jury dazu meint:



Klassisch

Immer kleiner werdende Rechtecke im Farbenspektrum: Diese wohlbekannte Gestaltungsübung für Anfänger sieht interessant aus – und wirkt als Titel – obwohl sie so simpel ist. Die Raumaufteilung ist streng. Zugleich ist es mutig, so viel Platz leer – oder besser gesagt – schwarz zu lassen.

Vorläufig

Pure Schrift auf (fast) leerem weißen Grund. Denn Kaffeefleck und Arbeitsmarkierungen sollen ja symbolisieren: Hier ist zu besichtigen, wie es so aussieht und zugeht, bevor ein Titel steht – work in progress. Einschließlich der (noch) vorhandenen typografischen Fehler. Mutig!

Symbolisch

Die ersten drei Buchstaben des Alphabets in Gebärdensprache: Das kommt einer besonderen Zielgruppe der Zeitschrift entgegen, den hörgeschädigten Druck- und Medien-Azubis. Eine gute, stimmige Titelidee, etwas Besonderes. Was die Ausführung angeht, ließe sich durchaus noch manches verbessern.

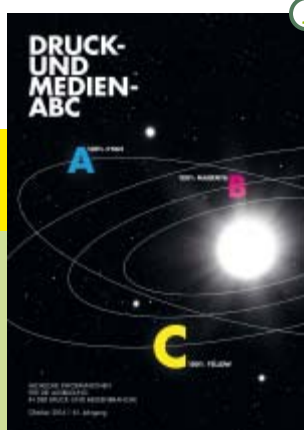


Die Jury

- **Klaus Brecht**
Text.Bild.Grafik GmbH, Heidelberg
- **Melanie Erlewein**
Verband Druck und Medien
Baden-Württemberg, Ostfildern
- **Anette Jacob**
Zentral-Fachausschuss Berufsbildung
Druck und Medien, Kassel
- **Dieter May**
Mayart, Ingelheim
- **Julia May**
Mayart, Ingelheim
- **René Rudolf**
Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
ver.di, Berlin



Titelwettbewerb Druck- und Medien-Abc Die Belobigungen



Belobigungen

- a** „Queen“
Stefan Mittermeier, Ortenburg,
1. Ausbildungsjahr, FR Gestaltung und Technik
- b** „PolyChromo Blaupause“
Sandra Ancona, Köln, 1. Ausbildungsjahr,
FR Konzeption und Visualisierung
- c** „Blackbeard“
Arif Tuerkmen, Hanau, 3. Ausbildungsjahr,
FR Gestaltung und Technik
- d** „LinolShirt“
Eva Ziegler, Bad Soden-Salmünster,
3. Ausbildungsjahr, FR Gestaltung und Technik
- e** „CMYPotato“
Luisa Borowski, Westerngrund,
3. Ausbildungsjahr, FR Gestaltung und Technik
- f** „Grundschule“
Eva Fuchs, Langenfeld, 1. Ausbildungsjahr,
FR Gestaltung und Technik
- g** „Zusammenfluss“
Lena Susanne Grünbeck, Hanau,
3. Ausbildungsjahr, FR Gestaltung und Technik
- h** „The Infographic-Life“
Romana Grausenburger, Bad Wildungen,
2. Ausbildungsjahr, FR Gestaltung und Technik
- i** „tat_tools“
Tatjana Golbek, Rheine, 2. Ausbildungsjahr,
FR Konzeption und Visualisierung
- j** „Das Medien-Universum“
Marlon Messal, Leichlingen,
1. Ausbildungsjahr, FR Gestaltung und Technik



Der ZFA-Gestaltungswettbewerb 2014 zur Abschlussprüfung der Mediengestalter/-innen



LEBENS- LERN- LIEBE

DEN EINZELNEN MENSCHEN IN SEINEM EIGENBEWUSSTSEIN UND SEINER MITVERANTWORTUNG FÜR DIE MITMENSCHEN STÄRKEN, SOZIALEN UNGLEICHHEITEN ENTGEGENWIRKEN UND VERBESSERUNGEN DER LEBENS-BEDINGUNGEN DER MENSCHEN BEWIRKEN.



Es war ein Novum

Zum ersten Mal ging es in der Abschlussprüfung der Mediengestalter/-innen Digital und Print 2014 nicht um Werbematerialien für eine fiktive Firma. Ganz im Gegenteil: Der Impulse e.V. in Warendorf bei Münster existiert tatsächlich. Es ist ein gemeinnütziger Sozialbetrieb, in dem junge und alte Menschen in schwierigen Lebenslagen professionelle Unterstützung erhalten.

Die Besonderheit der Aufgabenstellung hatte Folgen für die Auswertung der eingereichten Prüfungen zum ZFA-Wettbewerb: Die Fach-Jury (s. u.) lud Mareike Beer und Peter Berding vom Impulse e.V. ein, aus der Sicht des „Kunden“ die vorliegenden Entwürfe zu begutachten. Wie wirkt Werbung? Schnell entspann sich zwischen Gästen und Gestaltungsprofis eine fruchtbare Debatte über diese Grundsatzfrage.

Die Eckdaten des Wettbewerbs

Insgesamt lagen der Jury 262 Arbeiten zur Bewertung vor; fast drei Viertel davon hatten Mediengestalterinnen eingereicht. Es waren deutlich weniger Einsendungen als vor zwei Jahren beim letzten Wettbewerb mit 455 Teilnehmenden. Diesmal stammten allein 201 Entwürfe aus der Fachrichtung Gestaltung und Technik (Print). 39 Arbeiten kamen aus der Fach-

richtung Gestaltung und Technik (Digital), 15 aus dem Bereich Konzeption und Visualisierung und lediglich 7 Einsendungen sind von der Fachrichtung Beratung und Planung.

Der Maßstab der Jury war

Was lässt sich aus einer Arbeit machen? Welche gestalterischen und technischen Potenziale stecken in den Konzepten und Entwürfen, die man im Sinne des Kunden – und mit Impulsen von berufserfahrenen Mediengestaltern – weiterentwickeln könnte? Das ist ein anderer Ansatz, als ihn eine Prüfungskommission verfolgen muss. Dementsprechend können im Einzelfall die Abschlussnoten und die Einschätzungen der Jury stark voneinander abweichen.

Was Gästen und Jury auffiel und die Entscheidungen bestimmte:

Fachrichtung

Gestaltung und Technik,
Schwerpunkt Print

Zu entwerfen waren drei Infollyer als Teil einer Serie unter der Dachmarke „Impulse e.V.“. Vorgegeben waren die Arbeitsfelder Mobile Hilfen, Beratungsstelle für Erwerbslose und Jugendhilfestation. In einem ersten Durchgang wurde nach dem Gesamteindruck ausgesiebt: Funktioniert der Aufbau jedes einzelnen Flyers? Ist

Die Jury

- Klaus Brecht, Heidelberg
- Melanie Erlwein, Stuttgart
- Robert Sell, Caaschwitz
- Jens-Uwe Steudte, Lüneburg
- Sascha Weihs, Biberach
- Hilka Wiegrefe, Hamburg
- Gabi Wenske, Gütersloh
- Uwe Zimmermann, Flensburg



der Seriencharakter erkennbar? Bei den verbliebenen Arbeiten wurde schließlich die jeweilige Seite eins kritisch begutachtet: Lädt sie ein, den Flyer in die Hand zu nehmen? Wird signalisiert, dass hier für einen Sozialbetrieb geworben wird?

Schnell war klar, dass die Bildsprache entscheidend ist: Verwende ich gut inszenierte Fotos leidender oder glücklicher Menschen? Vermitteln selbstgemachte Fotos des Vereins die gewünschte Authentizität besser? Oder leiten sie in die Irre, weil man von der Laienhaftigkeit der Aufnahmen auf die (Un)professionalität der Sozialarbeit selbst schließt? Ist es geschickter, ganz auf Fotos zu verzichten? Eine glatte, eindeutige Antwort gibt es nicht. Darum wählte die Jury auch gute Ansätze jeder Richtung aus. In der Wirklichkeit, ergab die Debatte, müssten Kunde und Gestalter miteinander einen vertretbaren Kompromiss suchen.

Fachrichtung
Gestaltung und Technik,
Schwerpunkt Digital

Die Aufgabe war, einen Webauftritt zu gestalten, der auf PC, Tablet und Smartphone gleichermaßen lauffähig ist, der mehrere Seiten umfasst und weitere Vorgaben – wie Barrierefreiheit – erfüllt. Die Jury stellte fest: Selbst bei den prämierten Arbeiten waren die technischen Anforderun-

gen sehr viel besser gelöst als die visuellen. Positiv fiel auf, wie oft mithilfe verschiedener Farben Struktur und Orientierung geschaffen wurde, so etwa auch beim klaren Sieger. Dessen Konzept einer Website lässt sich leicht erweitern und aktualisieren – eine gute Lösung für einen Kunden mit wenig Werbe-Etat, der viel selbst machen muss.

Fachrichtung
Konzeption und Visualisierung

Es galt, den Entwurf einer Website zu gestalten. Er musste aber – anders als bei den „Digitalen“ – nicht umgesetzt werden. Zum ersten Mal war in der Abschlussprüfung dieser Fachrichtung eine solche Aufgabe gestellt worden. Die Jury erkannte an der oft mangelnden Qualität der eingereichten Arbeiten: Offenbar wurden viele Kandidat/innen kalt erwischt. Man zog sich auf bewährtes Webdesign zurück, traute sich nichts Innovatives zu. Was aber genau der Anspruch dieser Fachrichtung wäre. Darum wurden auch nur dritte Plätze vergeben.

Fachrichtung
Beratung und Planung

Hier war die Enttäuschung der Jury groß. Denn unter den wenigen – sieben – Arbeiten – war keine einzige, die auf preiswürdige Art und Weise die gestellte

Aufgabe gelöst hatte. Die bestand darin, eine Infomappe mit Einlegeblättern zu entwerfen, mit der der Kunde, der Impulse e. V., auf Sponsorensuche gehen kann.

Das Wettbewerbsthema 2014 hat gezeigt, wie anspruchsvoll es für Mediengestalter/innen aller Fachrichtungen ist, die Öffentlichkeitsarbeit eines Sozialbetriebs zu professionalisieren. Da heißt es, mit werblichen Mitteln Emotionen zu wecken, ohne Klischees zu bedienen und zu vertiefen. Es geht darum, ein Image aufzubauen, das von Authentizität getragen wird, ohne laienhaft und nur „gut gemeint“ zu erscheinen. Was dabei entsteht, muss bezahlbar sein. Es ist keine einfache Aufgabe, nicht für die Ausgelernten und auch nicht für die Branchenprofis.

Die Arbeiten der Preisträger sehen Sie auf den folgenden vier Seiten.



Preise

- 1. Platz** 500 Euro
- 2. Platz** 300 Euro
- 3. Platz** 200 Euro
- 4. Platz** 100 Euro

Die Gewinner | Gestaltung und Technik - Print

1. Platz
Christopher Vogt



Die Flyerserie überzeugt, weil sie positive Energie ausstrahlt – und dennoch nicht wie eine beliebige Produktwerbung aussieht. Dazu trägt die Farbgestaltung bei, die aber noch konse-

quenter durchgehalten werden könnte. Die Fotos versteht die Jury als Vorschlag – als Idee, die vom Ansatz her stimmig ist. Besonders gefällt die Kombination aus Kreidetafel im Hintergrund

und motivierten Menschen davor, weil sich dieses Konzept einfach erweitern lässt. Die Jury sieht darüber hinweg, dass das Logo von Impulse e.V. nur auf der Flyer-Rückseite auftaucht.

2. Platz
Andrea Biesinger



Die schwungvollen Bilder gefallen, ebenso die Entwicklung eigener Icons für jeden Arbeitsbereich und die gut platzierte Marke. Doch die Vielzahl der

grafischen Elemente wird auch kritisch gesehen. Die Jury ist sich uneinig darüber, ob die Anmutung der Flyer etwas Unverwechselbares ausstrahlt und ob

die Gestaltung das Zielpublikum tatsächlich anspricht. Positiv vermerkt wird der stimmige, gut strukturierte Aufbau der Seiten, die „Aufgeräumtheit“.

2. Platz
Sebastian Lelek



Die Jury würdigt den Ansatz, die Aufschlagseiten der Flyer ohne Fotos zu gestalten. Gut, dass allein der Wirkung von Farbe, Typografie und grafischen Elementen vertraut wird,

heißt es. So macht ein nüchternes Informationsmedium auf sich aufmerksam, nicht mehr, aber auch nicht weniger. Positiv fällt auch der Versuch auf, mit Comicelementen zu spielen.

Die Innenseiten der Flyer sind aus Sicht der Jury stark verbesserungswürdig. Reduktion ja, aber gestalterisch besser, ist die Botschaft.



3. Platz
Sonja Koczy

Hier steckt viel drin, meint die Jury: Die Farben strahlen Ruhe aus. Einige verspielte Elemente lockern das Ganze auf. Gesetzt wird auf die Menschen, die abgebildet sind,

auf ihre Ausstrahlung und Energie. Die Flyerserie ist gut, weil sie auf Emotionen setzt, sagt die Jury. Uneins aber ist sie in der Frage, ob nicht doch auf zu viele Elemente

gesetzt wird, worunter die Strukturiert-heit leidet – und wodurch die Seiten – trotz aller Bemühungen – unübersicht-lich wirken.



4. Platz
Sejal Bhesania

Eine weitere Variante der Flyerserie, die auf Seite eins auf Fotos verzichtet und nur im Innenteil mit der Emotionalität der Abbildungen arbeitet. Die Entwürfe setzen auf Reduktion – das

findet die Jury gut. Da steckt Potenzial drin, heißt es. Vieles ist ausbaufähig und verbesserbar, etwa die Raumaufteilung auf den Startseiten oder die Gestaltung der Innenteile. Doch die

Jury warnt auch davor, sich zu stark auf ganz wenige Elemente zu konzentrieren: Das könne den Eindruck von Banalität auslösen.

Mehr Infos und alle Entwürfe der Preisträger können Sie unter folgendem Link einsehen.
<http://zfamedien.de/impulse-ev/index.php>





Die Gewinner | Gestaltung und Technik – Digital

1. Platz

Gavin Brandt



Das gefällt der Jury: Ungewöhnlich ist die Startseite des Webauftritts mit dem Leitbild des Vereins; geschickt ist die Bildsprache, weil sie auf Ausschnitte setzt; konsequent gut durchgehalten wird der Einsatz von Farben als strukturgebendes Element. So lässt sich der Online-Auftritt ohne großen Aufwand erweitern und aktualisieren. Auch die typografischen Lösungen finden Anklang. Das neue Logo dagegen und so manche der Icons hält die Jury für verbesserungsbedürftig. Gut funktioniert die Präsentation der Texte und Bilder auf allen drei Endgeräten, auf PC, Tablet und Smartphone.

3. Platz

André Reuß



Das „Mutbild“ zielt in die richtige Richtung, befindet die Jury. Gelobt werden die geschickte Menüführung, die klaren Funktionalitäten, die guten Kontraste. Gefallen hat auch die Struktur, die hilft, schnell ans gesuchte Ziel zu kommen. Der Einsatz der Farben bei der Orientierung im gesamten Online-Auftritt ist gelungen. Summa summarum: Da lässt sich was draus machen.

3. Platz

Julian Schoemaker



Luftig, sauber angeordnet, gut zur Orientierung. Das sind Attribute, die für diese Website sprechen. Für die Jury geht von der schlichten, aber stimmigen funktionalen Lösung eine positive Anmutung aus. Auch die spielerischen Elemente gefallen. Viel Potenzial nach oben, heißt es. Kritisch dagegen wird der Einsatz der Farben beurteilt. Und auch bei Aufbau und Navigation lässt sich einiges verbessern.

3. Platz

Katharina Stang



Die hellen Farben machen die Seiten übersichtlich und ansprechend. Auch die Navigation und Führung mithilfe der Farben ist gelungen. Dagegen muss nach Meinung der Jury bei den verwendeten Icons noch stark nachgebessert werden: So ist etwa bei der Auswahl der Motive keine Konsequenz erkennbar, heißt es. Bemängelt wird auch, dass die Vielzahl der eingesetzten Gestaltungselemente an eine Gemischtwarenhandlung erinnert.



Die Gewinner | Konzeption und Visualisierung

Der Jury sagen die Farbführung, die klare Struktur und der logische Aufbau zu. Die Seiten, so heißt es, wären auf allen drei Endgeräten lesbar. Außerdem wird als positiv eingeschätzt, dass der Aufbau der gesamten Homepage es leicht macht, Inhalte zu ergänzen oder zu aktualisieren. Kritisiert dagegen wird die Textlastigkeit und die Platzierung der farbigen Steuerungselemente.



3. Platz
Celina Behrens

Dieser Entwurf einer Homepage zeichnet sich durch eine gute Orientierungsstruktur und eine übersichtliche Typografie aus. Die neue Marke ist gelungen. Weniger gelungen ist die Verwendung der Farben. Schließlich kritisiert die Jury das grafische Konzept, weil es sich nicht dazu eignet, eine klare Vorgabe umzusetzen: Die Seiten müssen auf PC, Tablet und Smartphone funktionieren. Auf einem Smartphone, so heißt es, würde die präsentierte Lösung aber zu einer Bleiwüste führen.



3. Platz
Sarah Luczynski

Die Gewinner im Überblick

Fachrichtung Gestaltung und Technik – Print					
	Ausbildungsbetrieb			Berufsschule	
1. Platz	Christopher Vogt	Ebersburg-Thalau	Neidhardt Werbe GmbH, Fulda	Ferdinand-Braun-Schule, Fulda	
2. Platz	Andrea Biesinger	Rottenburg/Obermd.	KOM/Agentur für Kommunikation u. Marketing, Stuttgart	Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart	
2. Platz	Sebastian Lelek	Bovenden	Silvelynx media GmbH, Herzberg am Harz	Berufsbildende Schulen II, Göttingen	
3. Platz	Sonja Koczy	Metzingen	Pixarium, Eningen u. A.	Kerschensteinerschule, Reutlingen	
4. Platz	Sejal Bhesania	Darmstadt	BAFF-Frauen-Kooperation gGmbH, Darmstadt	Peter-Behrens-Schule, Darmstadt	

Fachrichtung Gestaltung und Technik – Digital					
	Ausbildungsbetrieb			Berufsschule	
1. Platz	Gavin Brandt	Braunschweig	Gingco.Net New Media GmbH, Braunschweig	Johannes-Selenka-Schule, Braunschweig	
3. Platz	André Reuß	Aurich	OMG.de GmbH, Aurich	Berufsbildene Schulen II, Emden	
3. Platz	Julian Schoemaker	Neuenhaus	asap graphics Werbeagentur GmbH, Lingen	Berufsschulzentrum am Westerberg, Osnabrück	
3. Platz	Katharina Stang	Oldenburg	Ashampoo GmbH & Co. KG, Oldenburg	Bildungszentrum für Technik und Gestaltung, Oldenburg	

Fachrichtung Beratung und Planung					
	Ausbildungsbetrieb			Berufsschule	
1. bis 3. Platz nicht vergeben					

Fachrichtung Konzeption und Visualisierung					
	Ausbildungsbetrieb			Berufsschule	
1. Platz	nicht vergeben				
2. Platz	nicht vergeben				
3. Platz	Celina Behrens	Bremen	whitebox, Bremen	Wilhelm Wagenfeld Schule, Bremen	
3. Platz	Sarah Luczynski	Wöllstein	ARTelier Reiss, Volxheim	Berufsbildende Schule 1, Mainz	



Aus der Prüfungsaufgabenerstellung

Im Sommer 2014 fanden die ersten regulären Abschlussprüfungen für die neu geordneten Berufe Medientechnologie Druck, Medientechnologie Siebdruck, Medientechnologie Druckverarbeitung, Buchbinder und Packmitteltechnologie statt.

Die Aufgabenerstellungsausschüsse diskutierten die Erfahrungen, die bei der Prüfungsdurchführung in den Prüfungsausschüssen vor Ort gemacht wurden ausführlich und bezogen die beim ZFA eingegangenen Rückmeldungen aus den Prüfungsausschüssen mit ein. Vor allem in den praktischen Abschlussprüfungen bzw. bei den Bewertungskriterien wurden einige Nachbesserungen vorgenommen, die im Folgenden berufsbezogen beschrieben werden:

Packmitteltechnologie

Medientechnologie Druckverarbeitung

Buchbinder

Medientechnologie Siebdruck

Medientechnologie Druck





Packmitteltechnologie

Die Grundlagen der Prüfungen stellen die Ausbildungsverordnungen dar, an denen unbedingt festzuhalten ist, darum sind einige Anregungen und Vorschläge auch nicht änderbar.

Handmuster:

Beispielsweise wurde vorgeschlagen, das bewährte Handmuster wieder in der praktischen Abschlussprüfung zu fordern. Dies ist allerdings bereits in der Zwischenprüfung Prüfungsgegenstand. In der Abschlussprüfung geht es darum, anhand von „Rüsten und Fahren von Maschinen oder Anlagen für zwei Fertigungsverfahren“ den Produktionsprozess der Packmitteltechnologien abzubilden und somit orientiert sich die Prüfung ganz stark am Produktionsalltag des künftigen Facharbeiters.

7 Stunden praktische Prüfungszeit:

Einige Anfragen gingen auch zu der Zeitvorgabe von 7 Stunden bei uns ein: Ob man diese Zeit auch unterschreiten dürfe oder diese voll ausnutzen müsse?

Die in der Verordnung vorgegebene Zeit ist durch einen Kompromiss entstanden, bei einigen Fertigungsverfahren könnte man sicher auch in weniger Zeit eine aussagekräftige praktische Prüfung durchführen, bei anderen Herstellungsverfahren wird diese Zeit allerdings benötigt. Daher hat man sich auf 7 Stunden, also einen Arbeitstag, geeinigt. Die vom Prüfungsausschuss vorgegebenen Aufgaben sollen für diese 7 Stunden angemessen sein, wenn ein Prüfling allerdings früher fertig ist, dann kann er seine Prüfung natürlich dennoch beenden. Bei der schriftlichen Prüfung ist das ja nicht anders. Die benötigten Zeiten für die praktische Prüfung werden in der Ausführungs- und Zeitbescheinigung vom Prüfling, dem Prüfer und dem Ausbildungsbetrieb mit einer Unterschrift bestätigt.

W1- und W2-Qualifikationen:

Häufig wurde auch nach der Art und Weise des Abprüfens der Wahlqualifikationen 1 und 2 gefragt. Lt. Verordnung sollen diese beim „Einrichten und Fahren von Maschinen und Anlagen“ berücksichtigt werden. Es geht also nicht darum, für die W1- und W2-Qualifikationen eigenständige, von der Hauptaufgabe abgekoppelte Aufgaben zu erstellen, sondern diese auf den jeweiligen Auftrag an der Maschine/Anlage 1 oder 2 bezogen durchzuführen. Aufgabenbeispiele finden die Prüfungsausschüsse im Ausbildungsrahmenplan der Auswahllisten I und II für die Wahlqualifikationen (Infobroschüre des ZFA auf den Seiten 12 und 13). Dort sind je Wahlqualifikation die zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten aufgelistet, die in der Ausbildung zu vermitteln sind und auch entsprechend abgeprüft werden können.

Situatives Fachgespräch:

Da es sich hier nicht um eine mündliche Prüfung, sondern um ein Fachgespräch handelt, welches an der Maschine/Anlage durchzuführen ist, empfiehlt der ZFA bei dem insgesamt 10-minütigen Fachgespräch, je Maschine 5 Minuten einzuplanen. Weitere Infos zum Situativen Fachgespräch siehe separates Infoblatt.

Neuer Bewertungsbogen:

Der „Hilfsbewertungsbogen“ entfällt künftig und es gibt nur noch einen Bewertungsbogen für die praktische Prüfung. Jede der beiden Maschinen/Anlagen hat eigene Bewertungsstellen.





Medientechnologie Druckverarbeitung

- Der Aufwand des Prüfungsausschusses bei der Durchführung der praktischen Prüfung ist erheblich gestiegen. Der Vorteil sind praxisnahe und handlungsorientierte Prüfungen, die insgesamt sehr gut angenommen worden sind.

Diskutiert wurde im Aufgabenerstellungsausschuss auch die Gewichtung von Arbeitsplanung (15%) und Dokumentation (5%). Die Arbeitsplanung ist im Gegensatz zur Dokumentation höher zu gewichten, weil der größere und bedeutendere Teil bei der Planung liegt und in der Dokumentation nur die Abweichungen zur Planung zu erfassen sind. Es gibt künftig ein neues Arbeitsblatt mit vorgefertigten Spalten, wo Arbeitsschritte, Maschinen, Materialien etc. einzutragen sind.

W1-Qualifikation:

In der Ausbildungsordnung heißt es: Bei der Bewertung berücksichtigt der Prüfungsausschuss auch eine vom Ausbildungsbetrieb festgelegte W1-Qualifikation.

Hier einige Beispiele, wie die W1-Qualifikationen abgeprüft werden können:

■ Beispiel Zeitungsproduktion:

Der Prüfungsausschuss kann beispielsweise bei der Wahl der W1-Qualifikation „Maschinentechnik und erweiterte Instandhaltung“ eine Instandhaltungsmaßnahme integrieren. Hat der Prüfling die W1-Qualifikation „Linienführung“ gewählt, kann der Prüfungsausschuss beispielsweise den Personaleinsatz oder eine Sicherheitsunterweisung integrieren. Bei der Wahl der W1-Qualifikation „Produktionsvorbereitung Versandraumtechnik“ kann beispielsweise eine logistische Maßnahme integriert werden.

■ Beispiel Akzidenzproduktion:

Der Prüfungsausschuss kann beispielsweise bei der Wahl der W1-Qualifikation „Klebebindetechnik“ als eine der drei Einzelmaschinen den Klebebinder integrieren. Bei Wahl der W1-Qualifikation „Sammelhefttechnik“ kann der Prüfungsausschuss als eine der drei Einzelmaschinen den Sammelhefter integrieren. Bei der Wahl der W1-Qualifikation „Spezielle Druckweiterverarbeitungsprozesse“ kann der Prüfungsausschuss als eine der drei Einzelmaschinen eine spezielle betriebstypische Maschine integrieren.

■ Beispiel Buchproduktion:

Der Prüfungsausschuss kann beispielsweise bei der Wahl der W1-Qualifikation „Klebebindetechnik“ als eine der drei Einzelmaschinen den Klebebinder integrieren. Erfolgt die Prüfung an einer integrierten Verarbeitungsanlage, kann der Prüfungsausschuss die Klebebindeanlage integrieren. Bei der Wahl der W1-Qualifikation „Deckenbandfertigung“ kann der Prüfungsausschuss als eine der drei Einzelmaschinen den Deckenautomat integrieren.

Die Auswahl der zu prüfenden Maschinen und Anlagen sowie des Produkts nimmt der Prüfungsausschuss vor. Dies stimmt er mit dem Ausbildungsbetrieb ab. Die Aufgabenstellung der Arbeitsaufgabe darf dem Prüfling erst am Prüfungstag bekannt gegeben werden.

Die Prüfung kann entweder bei laufender Produktion oder mit spezieller Arbeitsaufgabe erfolgen. Dies hängt von den jeweiligen Produktions-/Prüfungssituationen ab.



Buchbinder

W1-Qualifikation:

In der Ausbildungsordnung heißt es: Bei der Bewertung berücksichtigt der Prüfungsausschuss auch eine vom Ausbildungsbetrieb festgelegte W1-Qualifikation. „Berücksichtigt“ heißt hier **nicht**, dass die W1-Qualifikation mit einer eigenen Prüfungsauf-

gabe abgedeckt werden soll. Mit der Berücksichtigung soll lediglich die Möglichkeit geschaffen werden, im Sinne der Prüflinge deren individuelle Tätigkeitsschwerpunkte im Ausbildungsbetrieb deutlich zu machen.



Medientechnologie Siebdruck

Die praktischen Prüfungen sind nach dem Kenntnisstand des ZFA gut verlaufen, wobei es bei der Durchführung im ein oder anderen Prüfungsausschuss vor Ort Diskussionen gab.

Farbigkeit

Ein Punkt ist die Farbtreue der gedruckten Prüfungen. Im Manuskript hieß es bisher, dass eine Farbe ähnlich HKS xy, oder Pantone xy gedruckt werden soll. Wie aber ist „ähnlich“ auszu-legen? So nahe wie möglich, oder genügt z. B. beim orangenen Schnabel des Küken (ähnlich HKS 6) irgendein Orangeton? Die Aufgabenersteller plädieren in den jeweiligen Farbsystemen für verfahrenstechnisch größtmögliche Annäherung zum vorgegebenen Farbton. Künftig wird es heißen, dass die Farben „annähernd HKS xy, Pantone xy“ zu drucken sind.

Zusatzqualifikation

Die Medientechnologen Siebdruck haben im Rahmen ihrer Ausbildung die Möglichkeit, die Zusatzqualifikationen „Tampondruck“

bzw. „Großformatiger Digitaldruck“ zusätzlich zu erlernen und diese im Rahmen einer praktischen Prüfung nachzuweisen und ein Zertifikat zu erhalten. Leider liegen uns hierzu keine Statistiken vor, aber anhand der Rückmeldungen haben wir den Eindruck, dass diese Möglichkeit häufig genutzt wird.

Bei der Zusatzqualifikation „Großformatiger Digitaldruck“ tauchte die Frage auf, inwieweit die Prüflinge in die gelieferte Datei eingreifen sollen bzw. dürfen, um beispielsweise Abbildungen farblich anzupassen. Ein Proof wird vom ZFA aus technischen Gründen nicht mitgeliefert. Der Aufgabenerstellungsausschuss formuliert die Aufgabenstellung bewusst so, dass wie nach Prozessstandard Digitaldruck (PSD) vorgesehen, sowohl eine Annäherung der Werte nach PSD möglich ist als auch nach hausinternen Qualitätsstandards produziert werden kann.

Der ZFA-Ausschuss erwartet, dass die Prüflinge in der Lage sind, die Daten zu bearbeiten, entsprechend anzupassen und den Bildern ggf. Profile zuzuweisen. Details sollten mit dem Prüfungsausschuss vor Ort abgesprochen werden.



Medientechnologie Druck

Bei den Medientechnologen Druck ist die Art und Weise der Druckproduktion bei der Abschlussprüfung im Vergleich zum Drucker nicht wesentlich verändert worden. Außer im Bogenoffsetdruck und im Digitaldruck wird in der Regel eine betriebsübliche Arbeit gedruckt. Das situative Fachgespräch wird als positives Prüfungsinstrument wahrgenommen und soll künftig mit 10 % doppelt so hoch gewichtet werden wie bisher. Mit 5 % weniger, also künftig mit 15 %, wird die Planung/Dokumentation gewichtet.

Das integrativ zu prüfende W1-Modul scheint in der Praxis gut zu funktionieren, hier gab es nur bei den allerersten Prüfungen einige Nachfragen, wie dies zu handhaben sei.

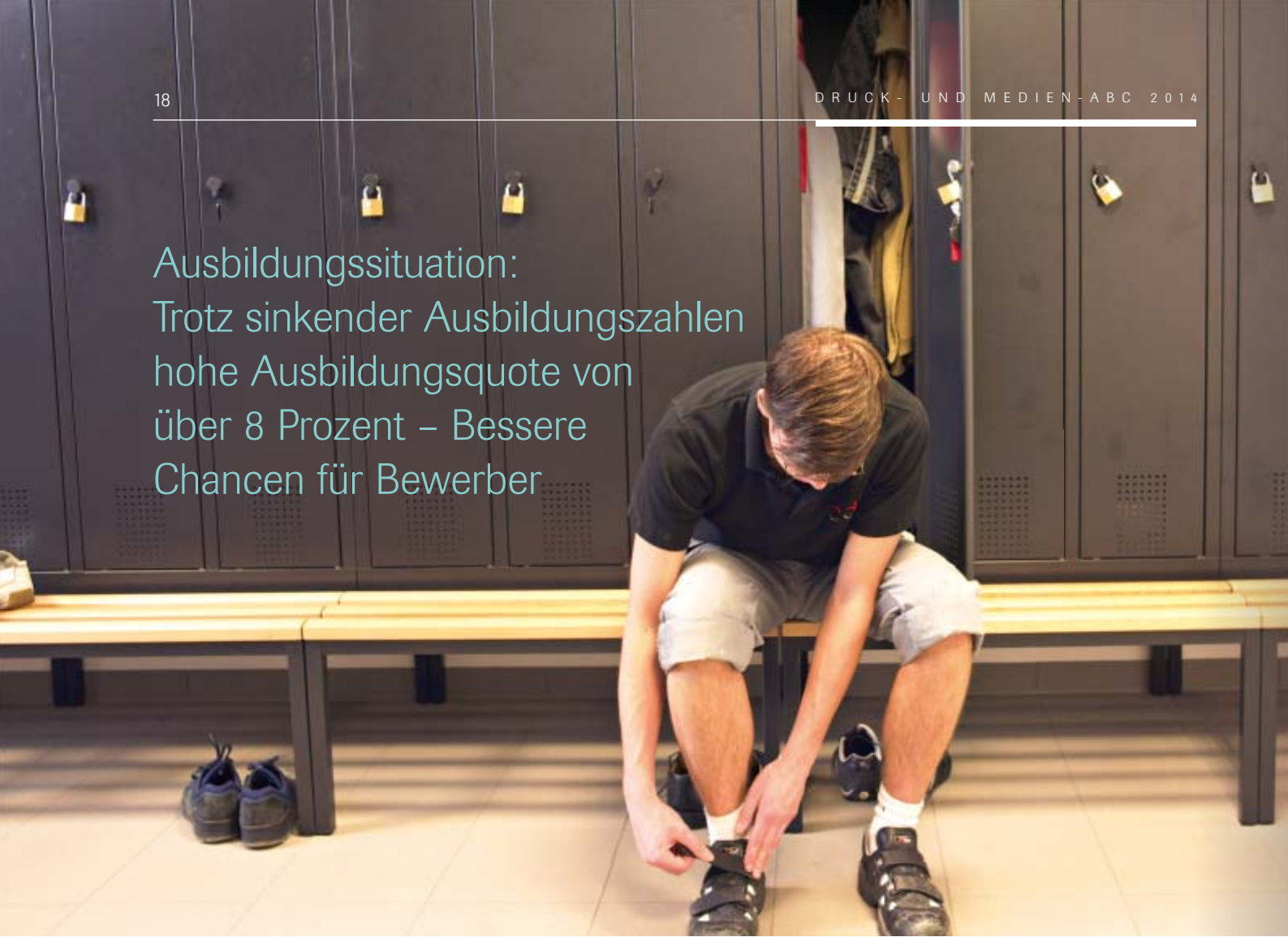
Schriftliche Abschlussprüfung

Im Prüfungsbereich „Auftragsplanung und Kommunikation“ gab es im Aufgabenheft auf der 1. Seite eine Auftragsbeschreibung,

auf die sich dann einige der folgenden Aufgaben beziehen. Als Nachteil hat sich während der Prüfung herausgestellt, dass man immer wieder zurückblättern musste, um die Eckdaten des Auftrags nachzuschlagen. Hier wird es künftig die Aufgabenbeschreibung und die dazugehörigen Aufgaben auf einer Doppelseite geben oder die Aufgabenbeschreibung auf einem separaten Blatt. ■



Ausbildungssituation: Trotz sinkender Ausbildungszahlen hohe Ausbildungsquote von über 8 Prozent – Bessere Chancen für Bewerber



Die Zahl der neuen abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse der Druckbranche ist im Jahr 2013 gegenüber 2012 um 7,11 Prozent gesunken. Sie liegt jetzt bei 5 058 neuen Ausbildungsabschlüssen. Damit hielt 2013 die Abwärtsentwicklung, die 2009 begann, bei den neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen an.

Positiver Effekt: Lehrstellenbewerber können sich heute eine passende Lehrstelle auswählen.

Die Gründe für den Abwärtstrend liegen nicht nur in der demografischen Entwicklung, sondern sind auch auf die schwache Konjunktur und auf den Konsolidierungsprozess der Branche zurückzuführen. Der Ausbildungsmarkt hat sich für Jugendliche in den letzten Jahren deutlich entspannt, denn immer weniger Jugendliche suchen einen Ausbildungsplatz, während die Zahl der Studienplatzbewerber steigt. Auch können in starken Regionen vielfach Ausbildungsplätze nicht mehr mit qualifizierten Bewerbern besetzt werden. Das regionale Ungleichgewicht auf dem Ausbildungsmarkt wird zunehmend zu einem strukturellen Problem Deutschlands.

Bezogen auf die Druckindustrie hatte die schwächelnde Konjunktur in den zurückliegenden Jahren und der damit verbundene Rückgang der Printwerbeausgaben der Wirtschaft sicherlich Auswirkungen auf die Ausbildungszahlen. Dazu kam der Konsolidierungsprozess der Branche: Die Zahl der Betriebe und Beschäftigten sinkt seit Jahren kontinuierlich. Dass auch andere Branchen rückgängige Ausbildungsabschlüsse zu verzeichnen haben, zeigen die Ausbildungszahlen des Medientgestalters, der neben der Druckindustrie mehrheitlich in der Werbebranche ausgebildet wird. Bereits im zweiten Jahr ist hier ein Rückgang der Neuverträge von 6,67 Prozent zu verzeichnen.

Deutliche Rückgänge verzeichneten die Berufe Medientechnologe Druck mit 7,45 Prozent und besonders die Medientechnologen Druckverarbeitung mit 14,93 Prozent. Allerdings blieben auch viele angebotene Lehrstellen unbesetzt. Hier monieren die Ausbildungsbetriebe nach wie vor die unterdurchschnittliche Vorbildung von Bewerbern. Erfreulich ist die Zunahme der neuen Ausbildungsverhältnisse beim Ausbildungsberuf Packmitteltechnologe von 1,64 Prozent.

Insgesamt lernten 2013 in den drei Ausbildungsjahren 13 982 Auszubildende einen Beruf in der Druck- und Medienwirtschaft. Die Gesamtausbildungsverhältnisse sanken damit um 5,03 Prozent (2012: 14 722 Azubis).

Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie 2012/2013

Ausbildungsbereich/Ausbildungsberuf	Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr			Neue Verträge 1. Ausbildungsjahr		
	2012	2013	Veränd. in %	2012	2013	Veränd. in %
Mediengestaltung	9 270	8 860	-4,42	3 527	3 295	-6,58
Mediengestalter Digital/Print	9 263	8 851	-4,45	3 525	3 290	-6,67
Mediengestalter Flexografie	7	9	+28,58	2	5	+150,00
Drucktechnik	3 106	2 899	-6,66	1 090	1 002	-8,07
Medientechnologe Druck	2 727	2 530	-7,22	940	870	-7,45
Medientechnologe Siebdruck	379	369	-2,64	150	132	-12,00
Druckverarbeitung	2 346	2 223	-5,24	828	761	-8,09
Medientechnologe Druckverarbeitung/Buchbinder	1 086	985	-9,30	400	326	-18,50
Packmitteltechnologie	1 260	1 238	-1,75	428	435	+1,64
Gesamt	14 722	13 982	-5,03	5 445	5 058	-7,11

Druckindustrie – 1. Ausbildungsjahr 1997 bis 2013



bvdm.



Quelle:
ZFA, bvdm, DIHK, ZDH;
Stand Mai 2014.

65 Prozent aller Ausbildungsverträge wurden für den Ausbildungsberuf Mediengestalter abgeschlossen, gefolgt von den Medientechnologen Druck mit 17,2 Prozent, den Packmitteltechnologien mit 8,6 Prozent, den Medientechnologen Druckverarbeitung mit 5,6 Prozent und den Medientechnologen Siebdruck mit 2,6 Prozent. Die handwerkliche Verordnung Buchbinder rangiert mit bundesweit 41 Auszubildenden auf dem 6. Platz mit 0,8 Prozent.

Die Ausbildungsquote der Druckindustrie (Anteil der Auszubildenden an der Gesamtbeschäftigtenzahl) liegt aktuell bei 8,62 Prozent, was nach wie vor bezogen auf die gesamte Industrie überdurchschnittlich ist.

Der Anteil der Frauen liegt insgesamt bei 43,1 Prozent, wobei der Anteil beim Ausbildungsberuf Mediengestalter mit 59 Prozent zu Buche schlägt.

Die Übersicht und die Grafik zeigen einen Ausschnitt aus der Bildungsstatistik des ZFA. ■



Weitere Infos unter:
www.zfamedien.de/ausbildung/alleberufe/ausbildungszahlen.php
 Vollständige Statistik:
www.zfamedien.de/ausbildung/alleberufe/aktuellestatistik.php

▶▶ Anteil junger Menschen ohne Berufsabschluss sinkt weiter

Die Zahl junger Menschen in Deutschland, die ohne Berufsabschluss ins Arbeitsleben starten, ist spürbar zurückgegangen. Während im Jahr 2005 noch 16,5 Prozent aller Personen im Alter zwischen 20 und 29 Jahren, die sich nicht mehr in der Ausbildung befanden, über keinen beruflichen Abschluss verfügten, waren es 2011 nur 13,4 Prozent. Das geht aus einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) hervor. Auch die Arbeitsmarktlage für die 20- bis 29-Jährigen ohne Berufsabschluss hat sich spürbar verbessert. So stieg der Anteil der Erwerbstätigen unter ihnen zwischen 2005 und 2011 von 46,8 Prozent auf 52,3 Prozent. Damit sind sie allerdings immer noch deutlich seltener erwerbstätig als Personen in derselben Altersgruppe mit beruflichem Abschluss. Es gibt bestimmte Gruppen, die besonders gefährdet sind, keinen Berufsabschluss zu erzielen: Jugendliche ohne Schulabschluss, mit Migrationshintergrund und alleinerziehende Mütter. Gleichzeitig zeigen sich große regionale Unterschiede. ■



Einführung Deutscher Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR)

Nach einer mehrjährigen Entwicklungsphase ist der „Deutsche Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen“ (DQR) eingeführt worden. Der DQR bildet in der akademischen und der beruflichen Bildung erzielte Lernergebnisse bildungsübergreifend ab und bietet so einen Rahmen für lebenslanges Lernen. Er ist ein Transparenzinstrument, das ermöglicht, Qualifikationen aus allen Bereichen der Bildung sowohl in Deutschland als auch in Europa zu vergleichen und verständlicher zu machen. So wird beispielsweise eine dreijährige berufliche Erstausbildung dem Niveau 4 zugeordnet, ein Abschluss als Bachelor, Meister, Medienfachwirt oder Techniker entspricht Niveau 6. ■

Der DQR im Überblick

Niveau	Qualifikationen
1	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berufsausbildungsvorbereitung ■ Maßnahmen der Arbeitsagentur (BvB) ■ Berufsvorbereitungsjahr (BVJ)
2	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berufsausbildungsvorbereitung ■ Maßnahmen der Arbeitsagentur (BvB) ■ Berufsvorbereitungsjahr (BVJ) ■ Einstiegsqualifizierung (EQ) ■ Berufsfachschule (Berufliche Grundbildung)
3	<ul style="list-style-type: none"> ■ Duale Berufsausbildung (2-jährige Ausbildungen) ■ Berufsfachschule (Mittlerer Schulabschluss)
4	<ul style="list-style-type: none"> ■ Duale Berufsausbildung (3- und 3 1/2 jährige Ausbildungen) ■ Berufsfachschule (Assistentenberufe) ■ Berufsfachschule (vollqualifizierende Berufsausbildung nach BBiG/HwO)
5	<ul style="list-style-type: none"> ■ IT-Spezialist (Zertifizierter) ■ Servicetechniker (Geprüfter)
6	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bachelor ■ Fachkaufmann (Geprüfter) ■ Fachschule (z. B. Staatl. Geprüfter Druck- u. Medientechniker) ■ Fachwirt (z. B. Geprüfter Medienfachwirt Print/Digital) ■ Meister (z. B. Geprüfter Industriemeister Printmedien) ■ Operativer Professional (IT) (Geprüfter)
7	<ul style="list-style-type: none"> ■ Master ■ Strategischer Professional (IT) (Geprüfter)
8	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promotion



Weitere Infos:
www.dqr.de



Eignungstest für Druck- und Medienberufe: neue Version

Der bewährte Eignungstest des Bundesverbandes Druck und Medien zur Erfassung von berufsbezogenen Kenntnissen und Fähigkeiten für die Druck- und Medienberufe liegt in einer überarbeiteten Fassung vor. Die Testverfahren liefern eine für alle Bewerber gleiche und vergleichbare Information, die über den Rahmen der Einsichten aus Zeugnissen und Lebensläufen hinausgeht. In der Version 3.16 wurden alle Aufgaben und Untertests aufgrund von Erfahrungen mit dem bisherigen Test überarbeitet.


Neu ist ein Arbeitsablauftest für die technischen und kaufmännischen Berufe als Alternative zum Gestaltungstest, der für den Beruf Mediengestalter eingesetzt wird. Der Test besteht aus zwölf Testteilen und 30 Untertests und kann nur von Mitgliedsunternehmen der Druck- und Medienverbände gegen eine Schutzgebühr bezogen werden. ■




Schüler- Betriebs- praktika

Das Betriebspraktikum – Was muss ich wissen?

Schüler-Betriebspraktika sind ein wesentlicher Baustein für eine systematische Berufsorientierung. Unterstützung für die Vor- und Nachbereitung in Schulen bietet jetzt ein Unterrichtsvorschlag des DIHK auf der Internetplattform www.lehrer-online.de. Der Vorschlag hilft Lehrerinnen und Lehrern bei der Planung, Durchführung und Auswertung von Praktika. Er enthält didaktische Hinweise und Arbeitsblätter, Leitfäden und Checklisten sowie Tipps für eine die Kommunikation und Kooperation fördernde Auswertungsphase. ■





Weitere Infos:
www.lehrer-online.de/betriebspraktikum.php

► Neues Arbeitsbuch: Medientechnologie Druck – Qualifikationen und Kompetenzen

Das neue Arbeitsbuch für die Ausbildung zum Medientechnologen Druck des Fachbuchautors Helmut Teschner ist abgestimmt auf die Neuordnung und die Anforderungen des Berufsbildes. Auf 440 Seiten hat Teschner 1 200 handlungsorientierte, offene Prüfungsaufgaben und über 300 Multiple-Choice-Fragen zusammengetragen.

Mit dem Überhang an handlungsorientierten, offenen Fragen trägt er dem Umstand Rechnung, dass heute nicht mehr nur Wissensfragen in Prüfungen zu beantworten sind, sondern in der Mehrzahl komplexe Zusammenhänge abgefragt werden. Diesen Ansatz hat Teschner konsequent umgesetzt. ■



Weitere Infos:

www.christiani.de/93580



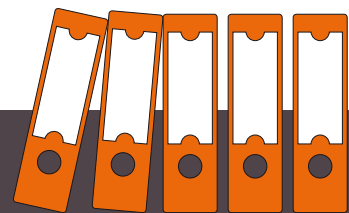
Neue Ausbildungsordnung „Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement“

Ab 1. August 2014 können Ausbildungsverträge im neuen Beruf Kaufmann/-frau für Büromanagement abgeschlossen werden. Einer der größten Bereiche der dualen Berufsausbildung mit gut 90 000 Auszubildenden wurde damit nach mehrjähriger Sachverständigenarbeit grundlegend modernisiert.

Ein wesentlicher Vorteil ist, dass breit angelegte Berufe mit Differenzierungsmöglichkeiten die Flexibilität der Kaufleute auf dem Arbeitsmarkt erhöhen. Gleichzeitig bieten sie den Ausbildungsbetrieben die Möglichkeit, auf betriebliche Spezialisierungen einzugehen. Darüber hinaus ist Berufsbildung in Zeiten sinkender Schulabgängerzahlen besser zu organisieren als viele kleine Nischenberufe. Das gilt insbesondere für den Berufsschulunterricht. Außer Kraft treten deshalb gleichzeitig die Verordnun-

gen Bürokaufmann/-frau, Fachangestellte für Bürokommunikation und Kaufmann/-frau für Bürokommunikation.

Ergänzend zur Grundverordnung wurde eine sogenannte Erprobungsverordnung veröffentlicht (Verordnung über die Erprobung abweichender Ausbildungs- und Prüfungsbestimmungen in der Büromanagementkaufleute-Ausbildungsverordnung), die ab Inkrafttreten und vorerst bis zum 31. Juli 2020 gültige Vorschriften zur gestreckten Abschlussprüfung und zur Zusatzqualifikation enthält. Wichtig: Die in der Grundverordnung genannten Regelungen zu Zwischen- und Abschlussprüfung sind durch die Erprobungsverordnung außer Kraft gesetzt. ■



Weitere Infos:

■ www2.bibb.de/tools/aab/aab_info.php?key=239212

■ www.wbv.de/ordnungsmittel/

■ www.kmk.org/fileadmin/pdf/Bildung/BeruflicheBildung/rlp/KaufmannBueromanagement13-09-27.pdf

Hochschulkonferenz Druck und Medien in Berlin

Zum 11. Mal fand am 4. November 2013 in Berlin die „Hochschulkonferenz Druck und Medien“ statt, zum ersten Mal gemeinsam organisiert von bvdm und ver.di unter dem Dach des ZFA.

Vertreter der Hochschulen aus Berlin, Leipzig, München, Stuttgart und Wuppertal präsentierten die neusten Entwicklungen ihrer printspezifischen Studiengänge. Chemnitz konnte leider nicht teilnehmen. Vertreter der Hochschulen aus Hamburg-Harburg, Offenburg, Darmstadt und Wuppertal vermittelten einen Einblick in die speziellen Lehramtsstudiengänge für die Branche.

Die Bachelor- und Masterstudiengänge sind an den Hochschulen der Druck- und Medientechnik fest etabliert, wobei individuelle Ausprägungen und Schwerpunkte mit Blick auf die betriebswirtschaftlichen und technischen Studienfächer und Studiengänge zu verzeichnen sind. Hier hat jede Hochschule ihr eigenes Profil entwickelt, Spielräume für individuelle Studienverläufe und -inhalte werden genutzt, wobei das Ziel im Fokus steht, für das Management von Druck- und Medienunternehmen zu qualifizieren. Die Hochschulen haben besonders den Mittelstand im Blick, der eine breite Qualifikation der Führungskräfte mit hohem Anwendungsbezug fordert.

Der ZFA bekräftigte die Bedeutung eines ständigen Dialoges zwischen den Hochschulen und der Wirtschaft, da die Druckindustrie einen hohen Teil ihres Führungskräftepotenzials über die Hochschulen der Druck- und Medienwirtschaft rekrutiert. Besonders wichtig sei deshalb auch eine gute Verzahnung des Arbeitsmarktes mit den Hochschulen, was diese bestätigten. Probleme, geeignete Stellen in der Branche zu finden, scheint es nach Auskunft der Professoren nicht zu geben, trotz der sinkenden Beschäftigtenzahl. Zudem verfügt ein Großteil der Studierenden über eine Vorbildung in den einschlägigen Berufen der Druckindustrie.

Thematisiert wurden aber auch die bedenklich hohen Abbrecherquoten zwischen 20 und 30



Prozent, wobei diese nicht studiengangsspezifisch sind, sondern eine allgemeine Erscheinung in technischen Studiengängen darstellen. Auf großes Interesse stießen Überlegungen zu alternativen Studiengängen, die neben den printspezifischen Fächern auch audiovisuelle Medien und Digitalmedien vermehrt in den Fokus nehmen. Crossmediale Produktion ist hier das Stichwort. Duale Studiengänge werden seitens der Studenten und Unternehmen aufgrund der mittelständischen Struktur kaum angenommen. Ebenso wurden Fragen zur Anerkennung beruflicher Erfahrungen und Studienleistungen anderer Hochschulen diskutiert. Die Anrechnungsszenarien sind allerdings sehr unterschiedlich und es wird nach individueller Beurteilung entschieden.

Einen weiteren Themenschwerpunkt bildeten die Lehramtsstudiengänge, die erfreulicherweise an den Hochschulen in Darmstadt, Hamburg-Harburg, Offenburg und Wuppertal angeboten werden. Auch hier gibt es unterschiedliche Anrechnungsmöglichkeiten, wenn Bachelorabsolventen von einschlägigen Studiengängen ein Berufsschullehrerstudium absolvieren möchten. ■

bvdm.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9



Link: Übersicht der Studiengänge Druck und Medien und Adressen der Hochschulen
www.zfamedien.de/weiterbildung/studium.php



Die Druckerei C.H. Beck aus Nördlingen gewann den Druck&Medien Award 2013 in der Kategorie „Ausbildungsbetrieb des Jahres“. Von links: Martin Schöllhorn, Sibylle Brück und Dr. Paul Albert Deimel. © Pressestelle: bvdm.

Ausbildungsbetrieb des Jahres vom Bundesverband Druck und Medien gekürt

Druck & Medien
AWARDS
2013

Die Druckerei C.H. Beck aus Nördlingen gewann den Druck&Medien Award 2013 in der Kategorie „Ausbildungsbetrieb des Jahres“. Das Unternehmen setzte sich erfolgreich gegen vier starke Finalisten durch: den Bechtle Verlag & Druck, Esslingen; die Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG, Bobingen; LASERLINE aus Berlin und msp druck und medien gmbh aus Mundersbach.

Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (bvdm), überreichte die Trophäe an Sibylle Brück (Personal) und Martin Schöllhorn (Verkauf/Marketing/AV) während der Gala „Druck&Medien Awards“ am 7. November 2013 in Berlin. Deimel dazu:

„Das Unternehmen geht aktiv auf den Strukturwandel ein. Es verfolgt konsequent das Ziel, als Mediendienstleister maßgeschneiderte Komplettlösungen für alle Formen des Publizierens zu bieten. Hier schon in der Ausbildung anzusetzen, ist der richtige Weg.“

Als vollstufiges Unternehmen in der Print- und Medienindustrie bildet die Druckerei C.H. Beck pro Jahrgang acht Lehrlinge in unterschiedlichen Berufsfeldern aus.

Der Verband ist stolz auf die Erfolge. Sie belegen, dass sich unser Engagement für die zeitgemäße Aus- und Weiterbildung für die Unternehmen wirklich auszahlt. ■

Prüfungsstatistik online: 270 Berufe auf einen Blick

Wie gut bin ich? Das fragt sich so mancher Ausbildungsabsolvent nach bestandener Prüfung. Die Industrie- und Handelskammern veröffentlichen eine bundesweit einheitliche Prüfungsstatistik in allen 270 IHK-Berufen.

Damit ist es für Betriebe und Azubis leichter, die Ergebnisse „ihrer“ Abschlussprüfung mit den Durchschnittsergebnissen auf IHK-, Landes- und Bundesebene zu vergleichen. Das wird u. a. Unternehmen, die an mehreren Standorten ausbilden, ermöglichen, die Qualität ihrer jeweiligen Ausbildung schneller einzuschätzen. Zugleich erlaubt die Prüfungsstatistik den jungen Fachkräften, ihr Leistungsvermögen mit anderen Ausbildungsabsolventen zu messen.

Man kommt über jede IHK bundesweit zur Prüfungsstatistik der IHKs. In unserem Fall haben wir über die Leitkammer des ZFA, der IHK Kassel-Marburg, auf die Prüfungsstatistik zugegriffen. Sie finden den Link über den Bereich Aus- und Weiterbildung der jeweiligen Kammer, Ausbildung, Statistik und Prüfungsstatistik online. Hier sind bundesweit alle Azubis, die bei IHKs geprüft werden, erfasst (außer Umschüler). Wenn ein Standort weniger als 3 Prüflinge hat, dann fällt die Einzelwertung weg, damit man die Ergebnisse nicht auf einzelne Personen zurückverfolgen kann, in der Gesamtwertung sind die Ergebnisse jedoch berücksichtigt.

Die Industrie- und Handelskammer Kassel-Marburg führt jährlich in über 130 Berufen über 5 000 Abschlussprüfungen durch. Die Prüfungsstatistik beinhaltet die aktuellen Ergebnisse der Abschlussprüfung in den einzelnen Ausbildungsberufen. Sie wird ergänzt durch die Ergebnisse auf Landes- und Bundesebene. Für Ausbildungsberufe, die von der Industrie- und Handelskammer Kassel-Marburg nicht geprüft werden, sind die Ergebnisse auf Landes- und Bundesebene abrufbar.

Die Prüfungsstatistik beinhaltet für jeden Beruf das Durchschnittsergebnis aller Prüfungsteilnehmer und -teilnehmerinnen, die Bestehensquote, die Notenverteilung und die Ergebnisse der einzelnen Prüfungsbereiche.

Die Prüfungsstatistik ist Bestandteil eines Programms zur Weiterentwicklung der Arbeit der Industrie- und Handelskammern im Bereich von Prüfungen und Zertifizierungen. Mit der Statistik werden die Prüfungen noch transparenter. ■

PRÜFUNGS STATISTIK

Zahlen:

- Die Industrie- und Handelskammern führen bundesweit jährlich in über 270 Berufen mehr als 300 000 Abschlussprüfungen durch.
- Seit der Sommer-Abschlussprüfung 2009 existiert diese bundesweit einheitliche Prüfungsstatistik für Abschlussprüfungen in allen Ausbildungsberufen.
- Die Statistiken der Abschlussprüfungen werden regelmäßig am letzten Dienstag im März (Prüfungsergebnisse der Winter-Abschlussprüfung) und am letzten Dienstag im September (Prüfungsergebnisse der Sommer-Abschlussprüfung) veröffentlicht.



<http://pes.ihk.de>



Oliver Welke und Dr. Achim Dercks (links im Bild), stellvertretender Hauptgeschäftsführer des DIHK.



Sieger-Unternehmen der fünf Preiskategorien des IHK Bildungspreises.

Fotos:
DIHK, Jens Schicke

PRÜFER werden bei der IHK großgeschrieben

Rund 218 000 Persönlichkeiten engagieren sich derzeit ehrenamtlich in einer IHK – in Gremien, Ausschüssen oder als Prüfer. In der Aus- und Weiterbildung mit rund 175 000 Ehrenamtlichen ist das Engagement besonders stark ausgeprägt. Eine stolze Zahl, und dennoch sind es häufig zu wenige aufgrund der Vielzahl der Prüfungen.

Der wirtschaftliche Erfolg der Betriebe in Deutschland beruht auf gut ausgebildeten Fachkräften. Bei der Einstellung von Fachkräftenachwuchs sind die Prüfungszeugnisse der IHK für die Betriebe ein verlässlicher Indikator dafür, dass der Bewerber die benötigten beruflichen Fertigkeiten und Kenntnisse hat. IHK-Prüfungen kann es nur geben, wenn sich Experten aus Berufsschulen und Unternehmen als Prüfer engagieren und von ihrem Arbeitgeber hierfür freigestellt werden. Je mehr dabei mitmachen, umso geringer ist die Belastung für den einzelnen Prüfer und auch den einzelnen Betrieb. Selbst prüfen, sich ehrenamtlich engagieren, Erfahrungen sammeln, die Ausbildung von jungen Erwachsenen entscheidend mitgestalten und somit gesellschaftliche Verantwortung übernehmen – dies alles sind Aspekte der Prüfertätigkeit.

Prüfer werden in allen IHKs gesucht!

Einerseits gilt es, erfahrene Prüfer zu ersetzen, wenn sie zum Beispiel aus Altersgründen ausscheiden. Andererseits werden ständig Experten für neue Berufe in fast allen IHKs gesucht. Für die Unternehmensseite muss nicht unbedingt der Chef als Prüfer aktiv werden. Die Unternehmensleitung kann auch eine/-n Mitarbeiter/-in als Prüfer/-in entsenden. Arbeitnehmer, die Gewerkschaftsmitglied sind, können sich an ihre Gewerkschaft wenden – sie nennt der IHK die Vertreter der Arbeitnehmer in den Prüfungsausschüssen. Lehrkräfte können sich mit der

Schulleitung in Verbindung setzen. In den Prüfungsausschuss kommen sie auf Vorschlag der Schulleitung und Benennung durch die Bezirksregierung.

Prüfer sein, lohnt sich vielfach:

Neben dem guten Gefühl, sich ehrenamtlich zu engagieren, profitiert auch das Unternehmen von der Prüfertätigkeit seiner Mitarbeiter. Häufig sind sie über Ausbildungsinhalte und Prüfungsabläufe sehr gut informiert und können ihre Anregungen hierzu auch selbst einbringen. Sie tauschen sich regelmäßig mit anderen Fachleuten ihres Berufes aus und halten so ihr Wissen auf dem neuesten Stand. Das schafft auch Einblicke in die Ausbildungsleistung anderer Betriebe und gibt neue Impulse.

Für die ehrenamtliche Mitwirkung im Prüfungsausschuss bedarf es zunächst keiner formalen Voraussetzungen. Prüfer sollten jedoch mindestens:

- im Prüfungsberuf eine „Duale Ausbildung“ oder Vergleichbares durchlaufen haben,
- mehrjährige Berufspraxis mitbringen und
- persönlich geeignet sein, um (junge) Menschen zu prüfen.



Link zum IHK-Finder:
www.dihk.de/ihk-finder/ihk-finder-dihk.html



Seit 2014 gibt es eine neue Auszeichnung für verdiente Prüfer der Industrie- und Handelskammern: die Jury-Teilnahme am „IHK Bildungspreis“. Um den neuen „IHK Bildungspreis“ bewerben sich Unternehmen, die herausragendes Engagement in der betrieblichen Bildung zeigen und anderen gerne ein Vorbild sein wollen. In einer Abendveranstaltung wurden 15 Finalisten für fünf Preise per Kurzfilm präsentiert. Eine 300-köpfige Fachjury aus IHK-Prüfern hat in einer Live-Abstimmung dann über die Gewinner entschieden und auf diesem Wege ihr Fachwissen eingebracht. Jede IHK war dazu aufgerufen, fünf verdiente Prüfer nach Berlin zu entsenden – eine ganz besondere Ehre und ein unterhaltsamer Abend, der von Oliver Welke moderiert wurde. Der Preis wird im Frühjahr 2015 wieder ausgeschrieben. ■

Informationen unter:
www.ihk-bildungspreis.de



Ein Praxisbericht

Prüfungsauswertung der Mediengestalter per iPad

In der Spalte "Wer" kann sich derjenige eintragen, der die entsprechende Dokumentation/Konzeption lesen möchte. Einfach Namen eintragen und am Ende der Webpage auf "Speichern" klicken. Die Dokumentation erhält man durch Klick auf "PDF" in der jeweiligen Zeile. Für die Beurteilung bitte auf "Bewerten" klicken. Bewertete Objekte werden gekennzeichnet.

Nummer	Fachrichtung	Doku/Konzeption	Wer	Bewertungen/Note	Aktion
7487	benster	PDF	Wübker, Brink, Schwink, 2 x	75	Bewerten
7488	benster	PDF	Wübker, Brink, Schwink, 1 x	70	Bewerten
7489	gelo	PDF	Otto	94	Bewerten
7490	gelo	PDF	Lutz Richter	75	Bewerten
7491	gelo	PDF	Lutz Richter	85	Bewerten
7492	gelo	PDF	Lutz Richter	70	Bewerten
7493	gelo	PDF	Lutz Richter	60	Bewerten
7494	gelo	PDF	Neumann, Kriegel	79	Bewerten
7495	gelo	PDF	Neumann, Kriegel	77	Bewerten



In diesem Sommer haben bundesweit ca. 3 500 Mediengestalter Digital und Print ihre Abschlussprüfung absolviert. Die jeweiligen Prüfungsausschüsse mussten rund 3 000 Arbeiten der Fachrichtung Gestaltung und Technik individuell begutachten, 350 Designkonzeptionen beurteilen und 100 Präsentationen bewerten.

Dies bedeutet mitunter einen enormen Aufwand bei der Betreuung und der Bewertung der Abschlussprüfungen. Der Prüfungsausschuss der Mediengestalter im Kammerbezirk IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim hat in den letzten Jahren verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um Prüflinge optimal betreuen und sich bei der Bewertung wieder auf die Beurteilung der kreativen Leistungen konzentrieren zu können.

Ein Pate je Fachrichtung

Obwohl die Aufgabenerstellung beim ZFA mit höchster Sorgfalt erfolgt, gibt

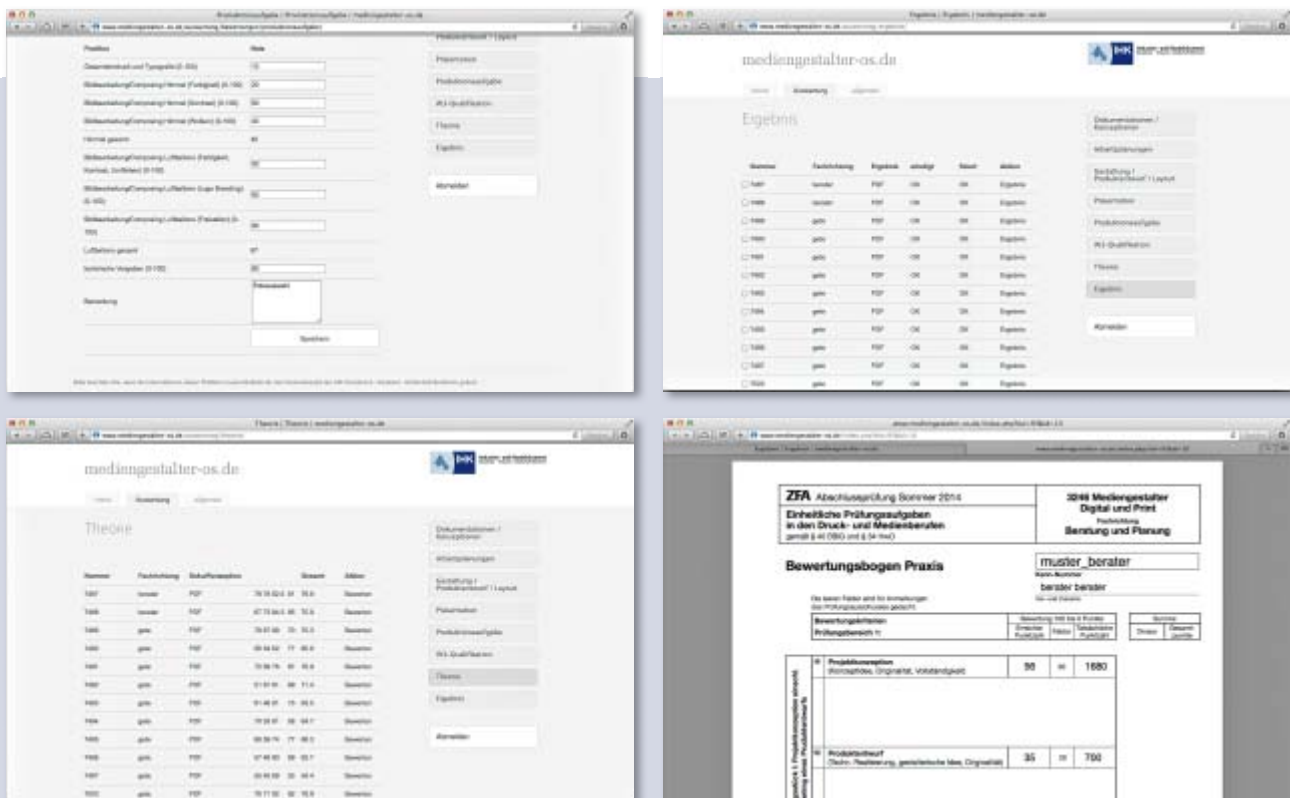
es bei jeder Prüfung immer wieder Detailfragen. Damit diese Fragen bestmöglich beantwortet werden können, stehen den Mediengestalter-Prüflingen im Kammerbezirk IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim für jede Fachrichtung je ein verantwortlicher Ansprechpartner aus der Praxis zur Verfügung. Dieses Vorgehen erfolgt bereits bei der Zwischenprüfung. Der Prüfungsausschuss nutzt die einzigartige Möglichkeit, während der Ausbildung in Dialog mit den Auszubildenden zu treten, um Tipps und Maßstäbe für die Abschlussprüfung zu kommunizieren.

Kundenszenario, inkl. Rebriefing

Damit die Fragen effektiv gestellt werden können, hat sich ein „Rebriefing“-Termin etabliert, bei dem Fragen vom Pate direkt und persönlich beantwortet und von den Prüflingen protokolliert werden. Der Pate steht als „Kunde“ Rede und Antwort und verwandelt die Prüfungssituation in einen „Pitch“.

Web-Portal als zentrale Kommunikationsplattform

Schon seit einigen Jahren erhalten die Mediengestalter-Prüflinge des IHK Kammerbezirks Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim zusätzliche Informationen zur Prüfung und auch die Ergebnisse des Rebriefings über ein passwortgeschütztes Web-Portal. Diese zentrale Kommunikationsplattform ermöglicht Chancengleichheit für alle Prüflinge – denn alle spezifischen



Regelungen des regionalen Prüfungsausschusses werden an dieser Stelle gesammelt und dokumentiert.

Fokus auf die Kreativität

Leider zeichnet sich in den vergangenen Jahren der Trend ab, dass ehrenamtliche Tätigkeiten, wie die Mitgliedschaft in einem Prüfungsausschuss, immer weniger wahrgenommen werden. Bei den Mediengestaltern bedeutet dies: Immer weniger Prüfer müssen immer mehr Prüflinge bewerten. Damit der kreative Bestandteil der Bewertung wieder in den Fokus gerückt werden kann, setzen die Mediengestalter-Prüfer nun auf digitale Unterstützung durch iPads.

Über eine Web-App kann jeder Prüfer sämtliche Prüfungsaufgaben einfach per iPad bewerten. Die Bewertungen werden zentral im passwortgeschützten Web-Portal gesammelt und dienen als Grund-

lage für die Abschlussbewertung. Da es sich beim Mediengestalter um ein Berufsbild mit drei Fachrichtungen und diversen Wahlmodulen handelt, in denen unterschiedlichste Schwerpunkte und Prüfungsaufgaben zu beachten sind, muss die Web-App flexibel alle Variationen erfassen und auswerten können. Die Ergebnisse können anschließend als PDF generiert und ausgedruckt werden. Das „lästige“ Ausfüllen von Formblättern und der Übertrag auf abschlussrelevante Dokumente können somit auf ein Minimum reduziert werden.

Eine Zukunft für die Ausbildung

Zukünftig sind weitere Maßnahmen und zusätzliche Erweiterungen des digitalen Workflows geplant, wie z. B. eine Routenplanung für den Besuch in den Ausbildungsbetrieben während der Prüfung. Grundsätzliches Ziel ist es, das zeitliche

Engagement jedes einzelnen Prüfers zu halbieren, da nur wenige Fachkräfte bis zu fünf Arbeitstage freigestellt werden können. Letztlich ist eine ständige Optimierung notwendig, um den Fokus immer wieder zu schärfen und somit weiterhin einen wichtigen Beitrag für eine qualitativ hochwertige Ausbildung leisten zu können. ■



Pfingstauschussmitglied
IHK Osnabrück-Emsland-
Grafschaft Bentheim

ROBERT HEUER

Prüfungsvorbereitung will gelernt sein – Vortrag auf der Mediale 2014

Vor fünf Jahren, zur Sommerprüfung 2009, unterstützte die Mediencommunity erstmals die Prüfungsvorbereitung zur bundesweiten Sommerabschlussprüfung für Mediengestalter/-innen Digital und Print. Seitdem sind Hunderte neue Wikibeiträge entstanden, gemeinsam wurden etliche Aufgaben in Lerngruppen bearbeitet und diskutiert. Mittlerweile organisieren sich Azubis zusätzlich völlig eigenständig in Facebook-Gruppen und haben so das Konzept auf einer für sie näher liegenden Plattform umgesetzt.

Auf der Mediale 2014 in Hamburg (www.mediale-hamburg.de) war das Thema erneut Gegenstand eines Vortrags, ein Dauerbrenner auf diesem begeisternden, hauptsächlich von Azubis organisierten jährlich stattfindenden Kongress.

Was waren dabei die wichtigsten Erkenntnisse oder immer wiederkehrenden Fragen?

Mediengestalter-Abschlussprüfungen sind keine Paukveranstaltungen

Wer glaubt, sich auf diese Prüfungen dadurch vorbereiten zu können, indem er/sie die Prüfungsaufgaben aus den letzten 20 Prüfungen im Schlaf löst und den Inhalt von fünf Fachbüchern auswendig lernt, ist auf dem Holzweg. Die Aufgaben werden zu jeder Prüfung neu erstellt. Themen können sich natürlich wiederholen, Aufgaben eher nicht. Das liegt nicht daran, dass die Aufgabenersteller des ZFA Langeweile haben, sondern an den generellen Anforderungen, die an Prüfungen gestellt werden. Das große Stichwort dabei heißt Handlungsorientierung. Prüfungen sollen reale Probleme und Herausforderungen im Berufsalltag abbilden und somit dem aktuellen Stand der Praxis entsprechen. Wer einmal versucht hat, Prüfungsaufgaben selbst zu formulieren, weiß, wie schwierig das ist. Also geht es auch bei der Prüfungsvorbereitung eher darum, die „Praxisbrille“ aufzuhaben als alle Internet-Beiträge zu diesem Themenkomplex durchzuforschen. Eher sollte man sich immer die Frage stellen: Welche Anforderungen entstehen im betrieblichen Umfeld, welche Aufgaben müssen Mediengestalter dabei lösen, was muss ich dazu theoretisch wissen und in der Praxis beherrschen? Und eines gilt dabei immer: Verstehen ist viel besser als auswendig lernen!

Gute Ausbildung ist die Voraussetzung für eine gute Prüfungsvorbereitung

Eigentlich eine Binsenweisheit, aber angesichts der Vielfalt von Ausbildungsrealitäten unbedingt zu beachten. Wer erst gegen Ende der Ausbildung feststellt, dass von den eigentlichen Ausbildungsinhalten nach Ausbildungsrahmenplan oder Rahmenlehrplan wesentliche Teile kaum oder gar nicht abgedeckt wurden, bekommt ein Problem in der Prüfung. Das ist übrigens auch ein gewollter Zweck dieser Veranstaltung, die Qualität der beruflichen Erstausbildung über ein entsprechendes Anforderungsniveau hoch zu halten. Leider sind dabei oft die Azubis die Leidtragenden. Deshalb gilt es, bereits zu Beginn der Ausbildung die oftmals von der Schule gewohnte Einstellung zu überwinden, es würde schon alles seine Richtigkeit haben. Wer unsicher ist, ob eine gute Ausbildungsqualität in Betrieb oder Schule vorhanden ist, sollte Kontakt mit anderen Azubis aufnehmen und sich bei Bedarf wehren. Ansprechpartner können dabei die Kammern, die Gewerkschaft ver.di oder die Verbände Druck und Medien sein. Ein Ausbildungsvertrag ist eine Lizenz zum Lernen und sollte eingefordert werden, bevor es zu spät ist. Lieber wechselt man nach einem Jahr den Ausbildungsbetrieb bevor drei Jahre für die Katz waren.

Prüfungsaufgaben richtig lesen

Das richtige Begreifen von Aufgabenstellungen ist ein Dauerbrenner der Prüfungsvorbereitung. Gerade unter Prüfungsbelastung und bei Menschen mit Prüfungsangst treten Verständnisprobleme auf und sind nicht komplett zu vermeiden. Dennoch hilft es, sich im Vorfeld damit auseinanderzusetzen. Üben sollte man daher das Analysieren von Aufgabenstellungen. **Erstens:** Was für eine Lösung wird erwartet? Sollen Begriffe nur genannt oder auch Zusammenhänge erläutert oder analysiert/bewertet werden?

Zweitens: Wie sind die formalen Vorgaben? Wenn vier Eigenschaften eines Druckverfahrens genannt werden sollen, dann sollte man in Anbetracht der knappen Prüfungszeit keine ausschweifenden Erläuterungen schreiben. In welcher Einheit soll die Lösung einer Fachrechenaufgabe angegeben werden? Hier bleiben oftmals völlig unnötig Punkte liegen.

Drittens: Welcher Umfang der Lösung wird angesichts der Punktezahl erwartet? Eine Teilaufgabe, die mit nur einem Punkt bewertet wird, muss man sozusagen im Vorbeigehen lösen können, ohne viel Zeit zu investieren. Natürlich macht es vor diesem Hintergrund Sinn, sich auch alte Prüfungsaufgaben anzusehen, denn so kann man die Struktur der Prüfung und die Art der Fragestellungen kennenlernen.

Prüfungsthemen und Streichaufgaben

Etwa acht Wochen vor der schriftlichen Prüfung werden vom ZFA die Prüfungsthemen für die beiden Prüfungsbereiche „Konzeption und Gestaltung“ sowie „Medienproduktion“ veröffentlicht (12 Themen pro Bereich, die letzten drei Themen unterschiedlich nach Fachrichtung). Jedes Thema entspricht genau einer Aufgabe in der Prüfung. Von den jeweils 12 Aufgaben in jedem Bereich müssen zwei gestrichen werden. Durch die Themennennung können sich Azubis angesichts des breiten Berufsbildes in der Endphase zielgerichteter auf die schriftliche Prüfung vorbereiten. Streichaufgaben berücksichtigen eventuelle Schwächen in der Vermittlung von Teilgebieten der Ausbildungsinhalte oder das berüchtigte „Auf-dem-Schlauch-stehen“ beim Verständnis einer Aufgabe.

Diese Chance sollte man sich nicht im Vorfeld vergeben, indem man ein Thema von vornherein als Streichkandidat ansieht. Vor der Prüfung ist nicht abschätzbar, wie tiefgehend die einzelne Aufgabenstellung ausfallen wird. Auch Matheaufgaben können unterschiedlich komplex sein und reichen vom simplen Dreisatz bis zu einfachen geometrischen Berechnungen mit dem Satz des Pythagoras.

Come together

„Angst essen Seele auf“ – vor allem wenn man sich völlig alleine auf eine Prüfung vorbereitet. Als Prüfling sollte man daher jede Chance nutzen, sich gemeinsam mit anderen vorzubereiten. Am besten natürlich vor Ort mit anderen Azubis des Betriebes oder der Schule. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Onlineangebote, auch die der Mediencommunity. Aber auch Online-Foren/Lerngruppen haben ihre eigenen Gesetze und Dynamiken. In Windeseile verbreiten sich Gerüchte oder Halbwahrheiten. Deshalb gilt bei allen Vorzügen der Kommunikation des Web 2.0: Ruhe bewahren. Im Zweifelsfall sollte man sich immer an den eigenen Prüfungsausschuss der Kammer oder an den ZFA bzw. die Mediencommunity wenden.

Und zu guter Letzt ein Hinweis für alle, die dazu neigen, sich vor Prüfungen verrückt zu machen: Die Bestehensquoten der Mediengestalter-Abschlussprüfungen sind erfreulich hoch. Bundesweit lag sie in der Sommerprüfung 2014 bei über 95 Prozent. Also: Kopf hoch – Panik ist nicht angesagt sondern rechtzeitige systematische Vorbereitung. ■

- Lerncenter der Mediencommunity zur langfristigen Prüfungsvorbereitung:
www.mediencommunity.de/lerncenter
- Online-Lerngruppe:
www.mediencommunity.de/lerngruppe-mediengestalter-ap-winter-2014
- Prüfungsvorbereitungswiki:
www.mediencommunity.de/pruefungsvorbereitungswiki-ap-winter-2014
- eBook zur Vorbereitung auf Fachenglisch-Aufgaben:
www.mediencommunity.de/content/ebook-fachenglisch
- Zusammenstellung von Beiträgen zur jeweiligen Prüfung:
www.lepen.de
- Matheaufgaben zu den jeweiligen Prüfungsthemen:
www.mathemedien.de



Links zur
Prüfungs-
vorbereitung





Es ist wieder so weit, in diesem Jahr finden die regulären Wahlen der Jugend- und Auszubildendenvertretungen, kurz JAV, statt. Die Jugend- und Auszubildendenvertretung ist die Interessenvertretung und das Sprachrohr aller Auszubildenden und Jugendlichen im Betrieb – vergleichbar mit dem Betriebsrat für alle Beschäftigten. Auch ihre Aufgaben und Rechte ähneln denen eines Betriebsrates und begründen sich aus dem Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG). Die JAV achtet darauf, dass die geltenden Gesetze, Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen, die Auszubildende betreffen, eingehalten werden. Sie ist Anlaufstelle für Auszubildende, wenn in der Ausbildung etwas falsch läuft, wenn Rat, Hilfe oder Rückendeckung benötigt wird oder wenn es Ideen zur Verbesserung der Ausbildungssituation gibt. Sie kümmert sich sowohl um die Qualität in der Ausbildung als auch um die Übernahme nach Ausbildungsende.

Die JAV – Jugend- und Auszubildenden- vertretung

Der Betriebsrat für die Aus- zubildenden



JAVler/-innen werden jeweils für zwei Jahre gewählt. Der reguläre Wahlzeitraum ist in diesem Jahr von Oktober bis November. Für die JAV kandidieren darf jede/r im Betrieb unter 25 Jahren. Bedingung für die Gründung einer JAV bzw. Durchführung einer JAV-Wahl sind das Vorhandensein von mindestens fünf Wahlberechtigten, letztere müssen grundsätzlich Jugendliche unter 18 Jahren bzw. Azubis unter 25 Jahren sein.



Fakten:

Warum eine JAV wählen?

Die JAV ermöglicht Auszubildenden und jugendlichen Beschäftigten, im Betrieb mitzubestimmen. Gemeinsam mit dem Betriebsrat (BR) ist die JAV für jugendliche Beschäftigte (das sind Beschäftigte unter 18 Jahren) und Auszubildende da. Sie vertritt deren Interessen mit Kompetenz, Fantasie und Power. Jugend- und Auszubildendenvertreter/-innen sind meist selbst in der Ausbildung und bekommen deshalb hautnah mit, wo der Schuh drückt.

Übrigens: Jugendliche und Auszubildende dürfen auch während ihrer Arbeits- und Ausbildungszeit die JAV mit Anregungen und Mängeln zu ihrer Ausbildung, aber auch mit Alltagsproblemen aufsuchen.

JAV – damit die Chancen auf Übernahme steigen

Eine Ausbildung ohne Perspektive absolvieren? Das ist keine verlockende Aussicht. Die Übernahme in eine Festanstellung ist daher schon während der Ausbildung ein wichtiges Thema. Auch hier ist die JAV aktiv und checkt regelmäßig: Wo sind freie Stellen? Gibt es Möglichkeiten, mit dem Arbeitgeber Übernahmevereinbarungen abzuschließen?

JAV – damit Arbeitszeit, Urlaub und Vergütung stimmen

Wer eine Ausbildung macht, sollte so viel verdienen, dass ein eigenständiges Leben möglich ist. Dazu gehört auch, genügend Geld für Freizeit und Urlaub in der Tasche zu haben. Gerade für Jugendliche ist dies enorm wichtig, um sich erholen und weiterentwickeln zu können. Deshalb setzt sich die JAV gemeinsam mit der Gewerkschaft ver.di für geregelte Arbeitszeiten, genügend Urlaub und eine angemessene Vergütung ein.

Wer darf wählen?

Alle jugendlichen Beschäftigten unter 18 und alle Auszubildenden unter 25 Jahren sind zur JAV-Wahl berechtigt. Den Ausschlag gibt das Alter am Wahltag: Wahlberechtigt sind sowohl alle Beschäftigten, die das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, als auch diejenigen, die ihre Berufsausbildung absolvieren und das 25. Lebensjahr noch nicht vollendet haben. Damit eine JAV gewählt werden kann, muss im Betrieb bereits ein Betriebsrat (BR) existieren und in der Regel müssen mindestens fünf Wahlberechtigte dort beschäftigt sein.



Wer darf gewählt werden?

Zur JAV-Wahl können sich alle Auszubildenden und jungen Beschäftigten unter 25 Jahren aufstellen lassen. Im Unterschied zu den Wahlberechtigten sind jugendliche Beschäftigte bis zu ihrem vollendeten 25. Lebensjahr wählbar.

Wann wird gewählt?

Die JAV-Wahlen finden bundesweit alle zwei Jahre statt. In der Regel wird die JAV in den Monaten Oktober und November gewählt. Der genaue Wahltermin richtet sich nach dem Ende der Amtszeit der vorherigen JAV. Diese läuft exakt zwei Jahre nach der Bekanntgabe des Wahlergebnisses aus. Gibt es noch keine JAV im Betrieb, kann der genaue Wahltag frei festgelegt werden.

Welches Wahlverfahren?

Die JAV kann mit dem normalen oder dem vereinfachten Verfahren wählen. Je nachdem, wie groß euer Betrieb ist. Bevor die Wahl starten kann, muss der Wahlvorstand prüfen, welches Wahlverfahren anzuwenden ist: Das normale oder das vereinfachte Verfahren. Sie unterscheiden sich vor allem durch unterschiedliche Fristenrege-

lungen. In kleinen Betrieben mit fünf bis 50 Wahlberechtigten wird nach dem vereinfachten Verfahren gewählt. Es hat kürzere Fristen und die Wahl findet auf einer Wahlversammlung statt. In Betrieben mit über 100 Jugendlichen und Auszubildenden wird nach dem normalen Verfahren gewählt. Diese Regelung ist zwingend vorgeschrieben!

Wer führt die Wahl durch?

Der Wahlvorstand organisiert und leitet die JAV-Wahl. Der Wahlvorstand wird durch den Betriebsrat (BR) bestellt und hat in der Regel drei Mitglieder. Mindestens ein Mitglied muss wählbar zum BR sein, also volljährig und mindestens sechs Monate betriebszugehörig. Nach Möglichkeit sollten beide Geschlechter vertreten sein. Für die Durchführung der Wahl kann der Wahlvorstand mehrere Wahlhelfer/-innen hinzuziehen. Der Wahlvorstand hat die Aufgabe, die Wahlen unverzüglich einzuleiten, durchzuführen und das Wahlergebnis festzustellen.

Größe und Verteilung der JAV

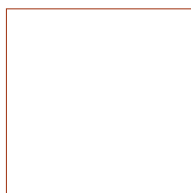
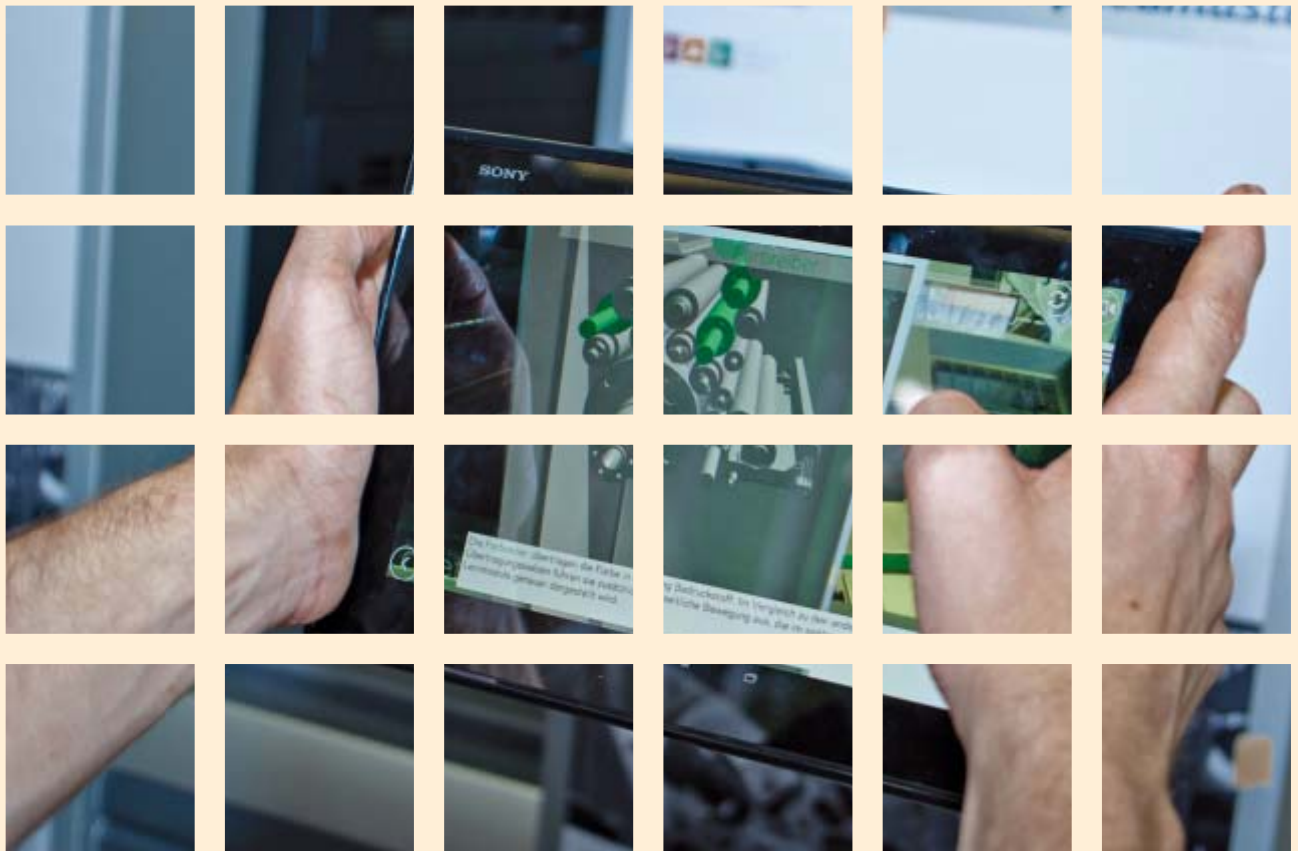
Der Wahlvorstand legt die Größe der zu wählenden JAV fest. Sie errechnet sich

aus der Anzahl der Wahlberechtigten im Betrieb. Beispielsweise wird in Unternehmen mit 5–20 Wahlberechtigten ein JAV-Mitglied, bei 21–50 drei Mitglieder, bei 51–150 fünf JAV-Mitglieder usw. gewählt. ■



Mehr Infos zur JAV-Wahl und zur JAV-Arbeit sowie zu Seminaren für JAV-Mitglieder gibt's unter:
www.jav.info





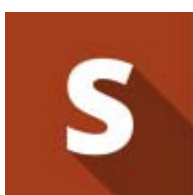
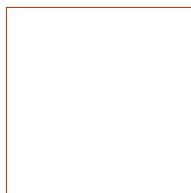
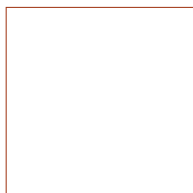
Abläufe in der Druckmaschine sicht- und lernbar machen

Erstes Lernmodul des Projekts

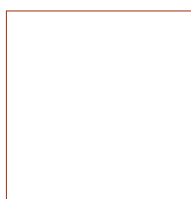
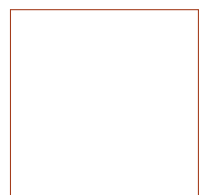


„Social Augmented Learning“ zur Farbverreibung

Viele Zusammenhänge der Maschinensteuerung im Bogenoffsetdruck konnten bislang nur theoretisch erklärt werden, weil die damit verbundenen Abläufe innerhalb der Druckmaschine nicht zu sehen sind. Nun geht ein Projekt dieses Problem an mit einer neuen Lernmethode, dem Social Augmented Learning. Mit Augmented Reality lassen sich Maschinenteile und deren Interaktionen an der Druckmaschine sichtbar machen. Hierfür werden handelsübliche Tablets eingesetzt, die mittels einer App die Lerninhalte bereitstellen.



SOCIAL
AUGMENTED
LEARNING



Was ist eigentlich Social Augmented Learning?

Social Augmented Learning verbindet als neue Lernform die Konzepte des Social Learning, Mobile Learning und Augmented Learning. Lernen findet, gestützt durch einen didaktisch begründeten Technologieeinsatz, sowohl selbstgesteuert und individuell als auch eingebettet im sozialen Kontext des Lernenden und in Lerngruppen statt. Die Mobilität des Lerners, in Verbindung mit der Erweiterung und Anreicherung seiner Lernumgebung durch die Augmented Reality, ermöglicht neue Methoden des Wissens- und Kompetenzerwerbs. Folgende Beispiele geben einen kleinen Einblick in diese Methoden:

- ▶ Augmented-Reality-Einsatz zur Überlagerung komplexer Maschinen mit 3D-Modellen der verborgenen Bauteile
- ▶ Animierte 3D-Modelle zur dynamischen und interaktiven Prozessvisualisierung
- ▶ Positionsgenaue Auszeichnung realer Objekte mit virtuellen Anmerkungen
- ▶ Austausch virtueller Anmerkungen, Kommentare und Anleitungen in Lerngruppen
- ▶ Demonstration und Simulation riskanter Arbeitsschritte
- ▶ Einfache Integration in bestehende Unterrichtseinheiten
- ▶ Ermöglichung eines lernortunabhängigen und situativen Lernens
- ▶ Einfacher Wechsel zwischen Lernen mit Augmented Reality an der Maschine und mobilem Lernen am 3D-Modell



Prozesse im Farbwerk

Im Farbwerk laufen im Wesentlichen 4 Prozesse ab:

- 1 Die Farbzufuhr und -dosierung
- 2 Der Farbfluss durch das Farbwerk
- 3 Die Feuchtung zur Bildung einer stabilen Emulsion
- 4 Der Farbauftrag auf den Bedruckstoff



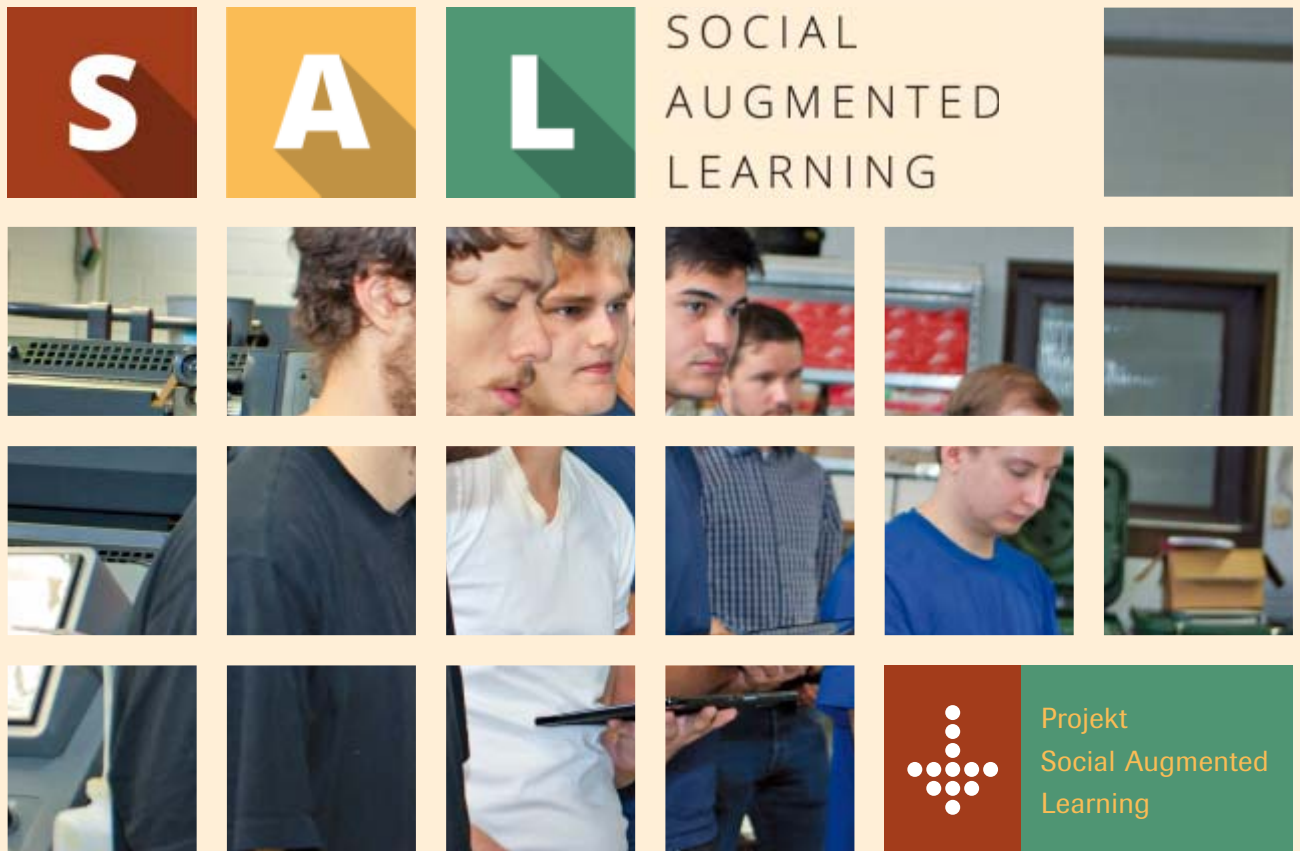
Als erstes Thema haben sich die Projektbeteiligten den Farbverlauf und die seitliche Farbverreibung im Bogenoffsetdruck vorgenommen. Der Fokus des Moduls wird dabei auf die Konzepte zur Herstellung einer gleichmäßigen Farbschicht gerichtet, mit besonderer Betrachtung der seitlichen Verreibung und deren Einfluss auf die Farbschicht. Neben den technisch und didaktisch aufbereiteten Fachinhalten wird ein detailliertes 3D-Modell des Farbwerks (exemplarisch einer Speedmaster SX 74) eingesetzt.

An diesem ersten Modul werden bereits die Stärken des Konzepts deutlich. Zylinder und deren Zusammenspiel werden an der Maschine sichtbar und können durch Positionsveränderungen des Tablets in verschiedenen Betrachtungswinkeln und Größen studiert werden. Farbabfall und Korrekturmöglichkeiten werden visualisiert und erläutert. Die Bauteile (Walzen, Zylinder etc.) können

individuell angesteuert, eingeblendet und teilweise animiert werden. Die Inhalte wurden auf 25 Folien aufbereitet, um den Farbwerksaufbau und den Farbfluss zu erläutern, die Einflussfaktoren auf den Farbfluss aufzuzeigen und die seitliche Verreibung im Detail darzustellen.

Aber nicht nur die Darstellung der Inhalte unterscheidet sich von den bisher eingesetzten Lernmedien. Durch die Kommunikation der Tablets untereinander können nicht nur Lehrer/-innen und Ausbilder den Unterrichtsablauf steuern, sondern auch Aufgaben in der vernetzten Umgebung stellen. Auszubildende können für alle anderen Teilnehmenden sichtbar Maschinenteile am Touchscreen identifizieren und den Farbverlauf einzeichnen. So können Verständnisprobleme oder Unklarheiten unmittelbar erkannt und direkt an der Maschine besprochen werden.





Der besondere Clou dieses neuen Ansatzes ist der Einsatz eines leicht bedienbaren Autorenwerkzeugs für die Erstellung der Lernmodule. Alle Bestandteile des Lernmoduls, mit Ausnahme des 3D-Modells selbst, lassen sich mit dieser Anwendung bearbeiten und erweitern. Maschinenteile können ein- und ausgeblendet, hervorgehoben, mit Pfeilen markiert oder mit erläuternden Texten versehen und neu eingefärbt werden. Animationen, wie die seitliche Verreibung, können gestartet oder angehalten werden. Zusatzinformationen wie Diagramme oder Ausschnitte aus Bedienungsanleitungen können in diesem an PowerPoint erinnernden Programm eingebunden werden. Somit entsteht im Projekt ein Werkzeug, mit dem die Lehrenden selbst zusätzliche Lerninhalte mit Augmented Reality erstellen oder gemeinsam mit den Azubis entwickeln können.

Erprobt werden das erste Lernmodul und das Autorenwerkzeug derzeit bis Ende des Jahres in mehreren Berufsschu-

len und Ausbildungsbetrieben. Dabei wird sowohl das Lernen in der Gruppe als auch der mobile Einsatz der Lern-Apps zum Selbstlernen getestet. Die ersten Ergebnisse zeigen, dass neben der neuartigen Aufbereitung der fachlichen Inhalte auch die Art des Lernens eine hohe Anziehungskraft besitzt. Lernen mit Tablets bietet nicht nur in Zusammenhang mit Social Augmented Learning eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten, an zahlreichen Schulen werden hierzu Projekte durchgeführt.

Im nächsten Schritt des Projektes werden die Aspekte des gemeinsamen Lernens ausgebaut und durch eine Koppelung mit der Mediencommunity (www.mediencommunity.de) durch Social-media-Komponenten wie Gruppenlernen, Lernkontrollen und Wikis erweitert.

Berufsschulen oder Ausbildungsbetriebe, die die Projektergebnisse selbst erproben möchten, können sich jederzeit an die Projektverantwortlichen wenden. ■

Projektpartner:

- Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung, Rostock
- Bergische Universität Wuppertal (Fachrichtung Druck- und Medientechnik)
- MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen
- Heidelberger Druckmaschinen AG
- Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien, Kassel

Alle Infos auf:

www.social-augmented-learning.de

Ansprechpartner:

Thomas Hagenhofer
E-Mail: hagenhofer@zfamedien.de
Telefon (05 61) 5 10 52-0
Telefax (05 61) 5 10 52-15



Medienkompetenz in der Berufsausbildung

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) untersucht in einem aktuellen Forschungsprojekt die Entwicklung von Medienkompetenz in der Berufsausbildung. Im Blick sind dabei sowohl Berufe, in denen Medien produziert, als auch Berufe, in denen Medien in unterschiedlichem Ausmaß angewendet werden.

Durch die zunehmende Verbreitung von Computern und Internetanwendungen im Privatleben, an Schulen und Arbeitsplätzen werden die Kompetenz zur Nutzung, Gestaltung und Produktion von Medien sowie der kritisch reflektierte Umgang mit ihnen immer wichtiger. Lernziele in Ausbildungsordnungen sind eher technikzentriert und thematisieren vorrangig die fachkundige Nutzung von Hard- und Software. Die neuen Möglichkeiten, die vor allem das Web 2.0 mit der Vielfalt des Social Media eröffnet, werden bisher nur wenig berücksichtigt. Dennoch erwarten Personalverantwortliche in Unternehmen heute, dass Ausbildungsbewerber über Medienkompetenz verfügen, die über technische Nutzung hinausgeht, und dass sich Beschäftigte im Laufe ihrer Berufstätigkeit eine umfassende Medienkompetenz aneignen. Was genau unter „umfassender Medienkompetenz“ im beruflichen Zusammenhang zu verstehen ist, bleibt bisher noch im Unklaren.

Daher hat sich das BIBB-Projekt zum Ziel gesetzt, eine umfassende Definition von Medienkompetenz speziell für die berufliche Bildung zu erarbeiten, zu der neben den technischen Aspekten auch ökonomische, rechtliche, soziale und ethische gehören. Außerdem sollen Empfehlungen für die Formulierung von Lernzielen in Ausbildungsordnungen und zur Entwicklung von beruflicher Handlungskompetenz in Medienberufen erarbeitet werden. Die Untersuchung erfolgt am Beispiel von Berufen, bei denen Medien jeweils eine unterschiedliche Bedeutung einnehmen. So werden „medienanwendende“ Berufe betrachtet, die Medien nutzen, um Informationen zu beschaffen und Probleme zu beruflichen Zwecken zu lösen sowie „medienproduzierende“ Berufe, die analoge und digitale Medien konzipieren, gestalten und produzieren. Insgesamt werden neun gewerblich-technische, handwerkliche und kaufmännische Ausbildungsberufe untersucht.

Im Rahmen des Projektes wurden inzwischen in Zusammenarbeit mit dem MMB-Institut für Medien und Kompetenzforschung in Essen 14 Experteninterviews durchgeführt. Die Befragten sollten Kriterien der Medienkompetenz, die in der aktuellen Literatur diskutiert werden, einschätzen und ergänzen. So konnte ermittelt

werden, welche Bedeutung diese für die Berufsausbildung aus Sicht der Experten haben und wie sie sich thematisch bündeln lassen. Außerdem wurden Fragen über Vermittlung und Erwerb von Medienkompetenz sowie nach Entwicklungen bei medienanwendenden im Vergleich zu medienproduzierenden Berufen gestellt. Im Ergebnis haben sich insgesamt sechs „Kompetenzbündel“ herauskristallisiert:

- **Medien zielgruppengerecht nutzen** (z. B.: Recherchefähigkeit, technische Kompetenzen, Medienauswahl, Gestaltung)
- **Lernbedarf erkennen und eigenes Lernen vorantreiben** (z. B.: (Selbst-)Lernkompetenzen, Persönlichkeitsbildung)
- **Rahmenbedingungen beachten** (z. B.: ethische, rechtliche oder ökonomisch Aspekte)
- **Zusammenarbeit verantwortungsvoll gestalten** (z. B.: ethische Aspekte, Kooperation und soziale Wechselwirkungen, sprachlich-kommunikative Aspekte)
- **Medienentwicklung aufgreifen und vorantreiben** (Gestaltung, (Selbst-)Lernkompetenzen, innovative Kompetenz)
- **Sprache zielgerichtet nutzen und (Medien-)Inhalte bewerten** (sprachlich-kommunikative Aspekte, sprachlich-kognitive Aspekte, Medienauswahl)

Die Kompetenzbündel wurden anschließend zur Durchführung von 27 Interviews mit Auszubildenden und Ausbildungsverantwortlichen in Betrieben vor Ort genutzt. Zunächst konnten die Auszubildenden bei einer Arbeitsplatzbesichtigung zeigen, mit welchen Medien sie während ihrer Ausbildung umgehen. Anschließend wurden jeweils zwei Auszubildende in unterschiedlichen Ausbildungsjahren und eine ausbildende Person in ca. 1 1/2-stündigen Interviews rund um das Thema Medienkompetenz befragt.

Nach Durchführung noch weiterer Untersuchungsschritte, wie zum Beispiel einer Online-Befragung von Auszubildenden, Ausbildern und Berufsschullehrern, soll das Projekt im Sommer 2015 abgeschlossen werden. Über die abschließenden Ergebnisse werden wir im nächsten Druck- und Medien-Abc berichten. ■

Grafik zu untersuchende Ausbildungsberufe

	Gewerblich-technische Berufe	Kaufmännische Berufe	Handwerks- bzw. Dienstleistungsberufe
Medienproduktion	Mediengestalter/in Digital und Print	Medienkaufleute Digital und Print	Fotograf/in
Medienanwendung > 25 Prozent	Technische/r Produktdesigner/in	Kaufleute für Bürokommunikation	Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung
Medienanwendung < 25 Prozent	Papiertechnologe/-technologin	Kaufleute im Einzelhandel	Buchbinder/in

Bundesinstitut für Berufsbildung



- Forschen
- Beraten
- Zukunft gestalten



V O N U N S E R E M S P R A C H M O D E N -

Ungenau, unnötig, unschön – Gutes Deutsch sieht anders aus

Über die Art, sich zu kleiden, befindet ein Sprichwort: „Wo es Mode ist, trägt man den Kuhschwanz als Halsband.“ Für unsere modischen Imponierkabeln gilt Ähnliches. Zweckmäßigkeit und Sprachlogik kümmern uns *eher nicht*. Die *neuen Innovationen* werden erst gar nicht *auf den Prüfstand* gestellt. Besteht für die Sprachpflege *Handlungsbedarf*? Oder können wir darauf vertrauen, dass Modewörter über kurz oder lang *out sein* werden?

Am besten, wir verlassen uns beim Sprachstil – wie auch sonst im Leben – auf unseren Geschmack. Der Schauspielerin Lauren Hutton wird ein Bonmot über Kleider zugeschrieben, das für Sprachmoden gleichermaßen gilt: „Mode ist das, was uns angeboten wird. Stil ist das, was man sich davon aussucht.“

Zahnlose Herausforderung

Mein geliebtes Kreuzworträtsel beschert mir diesmal die Frage nach einem heute unumgänglichen Begriff für *Aufgabe* (das Normale, das Selbstverständliche tun). Vorgesehen sind fünfzehn Kästchen. Nach einer Weile scheint bei mir der Groschen gefallen zu sein. Es wird sich wohl um Pflichterfüllung handeln. Na klar, es heißt doch so schön: seine Pflicht und Schuldigkeit tun. Doch Pech gehabt. Ein Buchstabe ist zu viel. Dabei hätte mein Wort vom Sinn her so gut gepasst.

Um den Quotenzählern eine Freude zu machen, schalte ich das Fernsehgerät ein. Natürlich wieder Interviews mit Politikern und Wirtschaftsfachleuten. „Das Vorhaben wird eine Herausforderung für mich sein“, versichert gerade ein Kommunalgewaltiger. Jemand anderes steigert sich: „Das bedeutet die bisher größte Herausforderung für mich.“

Da ist es ja, mein gesuchtes Wort mit fünfzehn Buchstaben. Warum bin ich bloß nicht gleich darauf gekommen? Vielleicht, weil ich mein Kreuzworträtsel als schlichte Denksportaufgabe und nicht als eine – vollen Einsatz verlangende – Herausforderung aufgefasst habe. Zu welchem Zweck wir uns überhaupt bei allen möglichen Gelegenheiten herausfordern? Zum Kampf natürlich. Gegen uns selbst. Da gibt es keine Schonung. Trotzdem werden wir in jedem Fall mit einem blauen Auge davonkommen; denn es handelt sich glücklicherweise um ein Wort, mit dem wir zwar alles versprechen können, das uns aber zu nichts verpflichtet.

BERICHTERSTATTER



Nachvollzugsbericht

Vielleicht ist es so gewesen: Eines Tages wollte sich einer der unbekannteren, aber rührigen Wortschöpfer einen Jux machen. Er griff wahllos in den großen Wörterkasten unserer Sprache. Dabei geriet ihm ganz Unterschiedliches in die Hände: das Verb *ziehen*, das Adjektiv *voll* und die Präposition *nach*. Was damit anstellen? Unser Mann mischte das Gefundene wie ein Kartenspiel; heraus kam ein seltsames Gebilde. Er brachte es unter die Leute, die Wörterbücher nahmen es gehorsam auf, und nun lesen wir dort: nachvollziehen = etwas verstehen, als hätte man es selbst erlebt.

So hatte sie das Licht der Sprachwelt erblickt, die Zufallsgeburt, und flugs wurde sie auch schon in den illustren Kreis der Verlegenheitswörter aufgenommen. Inzwischen hat das beliebte Verb in verneinter Form einen der vorderen Plätze auf der Rangliste erreicht. Verdientermaßen, wie auch die Neider zugeben müssen; denn mit der Wendung „Das kann ich nicht nachvollziehen“ lässt sich fast alles vieldeutig umschreiben. Sie kann unter anderem bedeuten: „Das begreife ich nicht.“ – „Ich kann mich nicht erinnern.“ – „Dazu äußere ich mich nicht.“

Dem Schriftsteller Hermann Kant verdanken wir den folgenden doppelbödigen Dialog: „Das kann ich nachvollziehen“, beruhigte der Henker den verspäteten Delinquenten. „Damit kann ich leben“, antwortete dieser.

Zurückrufdilemma

„Ich rufe Sie zurück“, sagt jemand zu mir am Telefon. Bin ich etwa im Urlaub und werde dringend in meiner Firma gebraucht? Oder bin ich ein Kunde, der womöglich im Geschäft etwas hat liegen lassen? Keineswegs. Und erst recht bin ich kein Produkt, zum Beispiel ein Auto, das von einem Unternehmen zurückgerufen wird, weil sich bei dem Typ ein Fabrikationsmangel oder ein Materialfehler herausgestellt hat.

„Ich rufe Sie zurück“, damit meinte mein Gesprächspartner natürlich, dass er mich so bald wie möglich anrufen werde. Umgangssprachlich hätte das heißen können: „Ich rufe zurück.“ Oder konkret: „Ich rufe in einer halben Stunde zurück.“ Wie ist bloß das Anredepronomen *Sie* in den Satz gekommen?

Wer sich auch immer als der Erfinder des Sie-Zurückrufens ausgeben möchte, er hat nur das Englische nachgeahmt: „I call you back.“ Eine wirkliche Neuerung wäre dagegen: „Ich schreibe Sie zurück.“

Wohin steht das Ereignis?

Gerade habe ich mein Horoskop gelesen und ganz überrascht erfahren, dass mir ein freudiges Ereignis *ins Haus steht*. Von Rechts wegen müsste es ja erst einmal vor der Tür stehen, bevor es dann hoffentlich ins Haus – kommt. Aber die sprachgewandten Leute in den Medien sehen das glücklicherweise nicht so verbissen. Warum sollte sich ein Verb, das Stillstand ausdrückt, nicht auch in Bewegung setzen dürfen? Das dauernde Stehen muss ja wirklich langweilig sein. Vor allem dann, wenn es sich um so etwas Schönes handelt wie die Freude, die in mein Haus will. Warum lasse ich zu, dass sie sich die Beine in den Bauch steht?

Vielleicht verhält es sich aber auch nur so: Den Verbreitern der hemdsärmeligen Grammatik (Wohin steht das Ereignis? Ins Haus!) fehlt nur ein kleines Wörtchen. Es brächte die Sache sofort ins Lot und heißt: bevor. Ein freudiges Ereignis, eine Premiere, eine Veranstaltung, alles das steht uns – bevor. Darauf müsste man kommen! Aber wenn sich Journalisten und Politiker nicht an das unscheinbare Adverb erinnern, werden wir wohl weiter lesen und hören: Etwas steht ins Haus. Na gut, so lange nicht jemand auf den Gedanken kommt, es ins Haus sitzen oder liegen zu lassen, können wir sicherlich ganz unbesorgt sein.



V O N U N S E R E M S P R A C H M O D E N - B E R I C H T E R S T A T T E R



In ist in

In herkömmlicher Geschäftskorrespondenz wird ein Brief nicht etwa einfach erwidert. *In Erwidlung Ihres Schreibens ...* heißt das! Will jemand ausdrücken, dass er die Gründe des anderen erwogen hat, so formuliert er: *In Erwägung Ihrer Gründe ...* Oder es wird etwas neugierig *in Erfahrung* gebracht. Es fällt nichts weg, sondern kommt *in Wegfall*. Kaufleute, die sich der Schreibtradition ihrer Vorväter verpflichtet fühlen, handeln *in Süßwaren*, sind *in vielen Farben sortiert*, bieten Pullover *in reiner Wolle* an, haben Bedarf *in modischer Kleidung*.

Die Präposition *in* ist ein ausgesprochen marktwirtschaftlich begabtes Wort. Oder in anderen Worten gesagt: Es versteht seine Ellbogen zu gebrauchen und andere Verhältniswörter wie *mit, aus, an* zu verdrängen. Es weiß auch um die Wirkung hochtrabender Floskeln. So wird selbst das unscheinbare Wörtchen *etwa* aufgewertet: „Die Reparatur kostet *in* etwa 100 Euro.“ Aus dem Adverb *bald* lässt *in* die Wendung *in Bälde* werden. Auch für Streckformen ist unser Wort gern dienstbar: vorschlagen – *in* Vorschlag bringen.

Dem Englischen abgesehen ist das *in* vor der bloßen Jahreszahl. Finanzfachleute haben das ganz offiziell in ihren Sprachgebrauch aufgenommen: *in 2015*. Das klingt zeitgemäß, modern; fast hätte ich gesagt: *up to date*, aber das ist ja wohl längst nicht mehr *in*, zumindest nicht *in* gut Deutsch.

Innen zurück

Mein Freund Balduin hat eine Sprachmarotte. Er sagt beispielsweise nicht: „Das behalte ich für mich.“ Bei ihm heißt es: „Das bleibt bei mir *innen zurück*.“ Ein normaler Mensch formuliert etwa: „Das geht niemanden etwas an.“ Balduin meint in einem solchen Fall: „Das lassen wir *innen zurück*.“ Mir geht sie inzwischen ganz schön auf die Nerven, seine seltsame Floskel.

Wie kann man bloß sein Deutsch so verschandeln? *Innen* und *zurück*, die beiden Wörter passen doch überhaupt nicht zueinander.

Ich habe natürlich versucht, meinen Freund auf seinen Missgriff hinzuweisen. „Hast du denn überhaupt kein Fünkchen Sprachgefühl?“, habe ich ihn gefragt. „Merkst du überhaupt nicht, dass deine Redensart affektiert klingt, neckisch, ja sogar kindisch? Hat Martin Luther sich so große Mühe mit unserer Muttersprache gegeben, damit du Sprachbanause sie auf solche Weise verschandelst?“

Mit Balduin kann man deutsch reden. Er hat mir geduldig zugehört, dann allerdings behauptet, in bester Gesellschaft zu sein. Sein *innen zurück* könne, so argumentierte er allen Ernstes, keineswegs schlecht sein, wenn Politiker mit Rang und Namen und sogar Journalisten, nicht nur gewöhnliche, sondern auch *Edelfedern*, ganz selbstsicher *außen vor* gebrauchen. „Hier, lies mal“, verlangte Balduin und hielt mir eine Zeitung unter die Nase. Tatsächlich, da stand es im Sportteil schwarz auf weiß: „Bei den Wettkämpfen blieb der Weltmeister *außen vor*.“

Von Stund an glaube ich ganz fest daran, dass mein Freund kein Sprachflegel, sondern ein sprachschöpferischer Mensch ist, aber das behalte ich selbstverständlich *innen zurück*.

Gezielt, aber nicht getroffen

Wozu hat ein Gewehr Kimme und Korn? Dumme Frage. Wie soll der Schütze sonst genau zielen können? Ohne Ziel kein Schuss; es sei denn, jemand will nur so in die Luft ballern, also den Ballermann spielen. Ein gezielter Schuss ist bei der Jagd oder beim Wettschießen die Regel, das Attribut *gezielt*

Definitiv gesagt: Närrisch, Neckisch, Nebulös

- ▶ **Absolut** – unentbehrliches und endlos wiederholbares Zustimmungswort bei Antworten in Gesprächen aller Art, abgelauscht vielleicht dem Herrn Peeperkorn in Thomas Manns „Zauberberg“.
- ▶ **Authentisch** – so bezeichnet sich jemand, dem es nicht genügt, glaubwürdig, ehrlich, unverwechselbar zu sein.
- ▶ **Befindlichkeit** – unser Befinden, betrachtet durch die Brille des Soziologen.
- ▶ **Burnout** – Erschöpfung war gestern.
- ▶ **Dadrauf, dadrin, dadrunter** – umgangssprachliche Wörter mit einem eingeschmuggelten Buchstaben; der Zoll hat nicht aufgepasst.
- ▶ **Ein Stück weit** – neues Längenmaß.
- ▶ **Gel** – gallertartige Substanz, früher unter dem hässlichen Wort Pomade bekannt.
- ▶ **Genau** – gelungene Eindeutigung von exactly.
- ▶ **Genial** – abgeleitet von Genie, heute Ersatzwort für fantastisch, toll.
- ▶ **Handling** – Wortimport, der sich nicht von jedermann so leicht handhaben lässt.
- ▶ **Hundi** – schönes Exemplar aus der Babysprache für Erwachsene, entstanden, weil wir die Italiener und Schweizerdeutschen um ihr auslautendes i so sehr beneiden.
- ▶ **Landesvater** – verkürzter Blick auf Zeiten, in denen es noch Untertanen gab.
- ▶ **Location** – wo ist unsere gute alte Lokalität geblieben?
- ▶ **Nails** – aktualisierte deutsche Redensart: Es brennt uns auf den Nails.
- ▶ **Nicht wirklich** – abgeschwächtes „nicht“; (also keine) zwingend notwendige Wendung, wirklich not really.
- ▶ **Option** – gern genutzte Möglichkeit, dem Wort *Möglichkeit* aus dem Wege zu gehen.
- ▶ **Persönlich** (ich, der Chef, der Minister) – Götter, die nur gelegentlich in leibhaftiger Gestalt auftreten. Mit dem Prädikat „Besonders wertvoll“ bedacht ist die Redens(un)art: meine ganz persönliche Meinung.
- ▶ **Philosophie** – Gedankengebäude, neuerdings für Geschäftssinn; Kant, Schopenhauer, Hegel haben sich Sätze wie den folgenden bestimmt nicht träumen lassen: „Das Glas Sekt zur Begrüßung ist Beispiel unserer Philosophie wie die Frottierwäsche, Seife oder das Mundwasser im Bad.“ (Hotelwerbung)
- ▶ **Proaktiv** – vor Aktivität strotzend.
- ▶ **Problematik** – meist keine Vielzahl, sondern nur ein einziges Problem, aber wer will das schon zugeben?
- ▶ **Satt** – untrügliche Anzeige für Magenfüllung und neuerdings für das ausreichende Vorhandensein unentbehrlicher Dinge wie Bier, Diskomusik, Schnee zum Skilaufen.
- ▶ **Sich identifizieren** – Zauberwort, mit dessen Hilfe sich jemand in einen anderen Menschen oder sogar in eine Sache verwandeln kann.
- ▶ **Tattoo** – Zapfenstreich, der neuerdings auch auf die Haut geblasen, ich meine natürlich tätowiert wird.
- ▶ **Zeitnah** – noch heute? Morgen? Am Sankt-Nimmerleins-Tag?

demnach hier eine Doppelung. Dass auf das Wild oder die Scheibe gezielt wird, nehmen wir als selbstverständlich an; es kommt uns nicht in den Sinn, so etwas Bekanntes extra zu erwähnen.

Ganz anders beim Sprachgebrauch in der Politik und Wirtschaft. „Wir müssen die Zuschüsse gezielt einsetzen.“ So oder so ähnlich verkünden es Kommunalgewaltige landauf, landab. Das hieße ja, es herrschte bisher überall das reine Chaos – bei der Verteilung von Fördermitteln, bei der Vergabe von Aufträgen, bei der Verbrechensbekämpfung, kurz gesagt, bei Maßnahmen der unterschiedlichsten Art. Niemand handelt offenbar überlegt, verantwortungsvoll oder gar nach einem Plan; es entsteht der Eindruck, das Gießkannenprinzip dominiere. Das wäre ja ein schönes Zeugnis, welches sich die Sachwalter auf allen Ebenen da ausstellen.

Versteht es sich nicht von selbst, dass alles Handeln ein Ziel haben muss? Vielleicht will der geehrte Redner oder Schreiber uns auch nur weismachen, dass er wisse, wo es langgeht? Doch das erwarten wir doch ohnehin von ihm! So sonderbar es klingen mag: *Gezielt* verfehlt im Mediengebrauch sein Ziel. Es trifft daneben, wenn auch ziemlich dicht, aber ein Trost ist das ja nicht.

Größenordnungsruf

Zu den Respekt einflößenden Ausdrücken unserer Sprache gehört das Wort Ordnung. Es gibt die Sitz-, die Raum-, die Marsch- und die Hackordnung und sicherlich noch ein Dutzend andere Ordnungen. Doch den Ordnungsfanatikern reicht das natürlich nicht. Ständig auf der Suche nach neuen Ordnungen, haben sie eines schönen Tages entdeckt, dass es in der Mathematik als Vergleichsmaß für Zahlen den Begriff Größenordnung gibt. Was lag näher, als ihn schleunigst in den allgemeinen Sprachgebrauch einzuführen?

Jetzt braucht der Ordnungsliebende zum Beispiel nicht mehr schlechthin von der Größe einer Fläche zu sprechen. Viel gewichtiger klingt es doch, wenn zu lesen oder zu hören ist: „Wir verkaufen eine Fläche in der Größenordnung von mehreren tausend Hektar.“ Wer die Zahl weglässt, kann von Flächen in Größenordnungen schwelgen. Ein Stern erster Ordnung wird vermutlich bald zu einem erster Größenordnung ernannt. Und was spricht dagegen, dass man als edler Mensch künftig nicht mehr einfach nur Größe besitzt, sondern Größenordnung?

Im Deutschen muss eben alles seine Ordnung haben, sogar die Größe. Anderenfalls droht womöglich eine Größenordnungsstrafe, verhängt vom Größenordnungsamt. ■



reduktion –
15. Tage der
Typografie
>> 19.–22. Juni 2014

**Weniger? Wieso das denn?
Aus dem Vollen schöpfen
können und alle Möglichkeiten
nutzen ist doch eine tolle
Sache! Oder vielleicht auch
nicht? Eine bekannte Design-
regel lautet „Weniger ist mehr“.
Weißraum wirken lassen,
Überflüssiges zu entfernen
und Eindeutigkeit anstatt den
Betrachter zu verwirren, gilt
als Kennzeichen guten Designs.**

Und angesichts moderner Technik wird Information, ob zu Politik, Produkten oder Persönlichem, heute schnell zur Informationsüberflutung. Methoden zur Beschränkung auf das Wesentliche – Reduktion und Fokussierung – sind daher geeignet als Möglichkeit, wieder den Blick für das wirklich Wichtige zu gewinnen und den eigenen Standpunkt oder die Botschaft einprägsam darzustellen.

Auf den 15. Tagen der Typografie, die vom 19. bis 22. Juni 2014 im ver.di Institut für Bildung, Medien und Kunst (IMK) in Lage-Hörste (Teutoburger Wald) stattfanden, beschäftigten sich die 22 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus verschiedenen Bereichen der Druck- und Medienbranche mit Aspekten der Reduktion und Konzentration auf das Wesentliche.

„Less is more – Really?“ hieß dann auch folgerichtig der Eröffnungsvortrag von Nora Gummert-Hausner aus Krefeld, die am Donnerstagabend eine große Brücke schlug zwischen Architektur, Kunst und Grafikdesign der Moderne.

Außerdem stellte sie zwei aktuelle Projekte des Fachbereichs Design der Hochschule Niederrhein vor, die unterschiedliche Möglichkeiten der Reduktion in technischer und optischer Hinsicht zeigten.

Am Freitag und Samstag war Zeit für die praktische Arbeit in drei parallel laufenden Workshops, die ganz unterschiedliche Schwerpunkte hatten. Hier wurde viel ausprobiert, diskutiert, Ideen skizziert und schließlich gemeinsam oder als Einzelprojekt umgesetzt.

Auch hier stellte sich das Problem der Reduktion: „So viele Ideen, aber die kann ich gar nicht alle ausarbeiten!“, hieß es des Öfteren.

„Schlichter Barock – Vom Bild zum Zeichen und zurück“ war der Titel des Workshops von Alessio Leonardi aus Berlin. Hier ging es um die bildhafte Vereinfachung komplexer Zusammenhänge mittels einprägsamer Piktogramme. Hier wurde gezeichnet, geschnitten und geklebt und an den unterschiedlichsten Themen gearbeitet.



tion



Gespannte Zuhörer
beim Eröffnungsvortrag von Nora
Gummert-Hauser.



Spiegelverkehrt,
auf dem Kopf und
außerdem schwer:
die Teilnehmerinnen
gewöhnten sich
aber schnell an die
Bleiletern.

© Fotos: IMK, Lage-Hörste

Verschiedene
Möglichkeiten der
reduzierten grafi-
schen Umsetzung aus
dem Workshop von
Alessio Leonardi.



reduktion

15. Tage der Typografie



An Ergebnissen konnte man unter anderem die bildliche Umsetzung eines Kochrezeptes, Gebrauchsanleitungen für Haushaltsgeräte, Filmplakate und einen ironischen Reisebericht basierend auf Warnschildern bewundern.

„Alles reduziert, nur nicht das Gewicht“ bezog sich nicht etwa auf die Folgen der Bewirtung durch die hervorragende Küche des IMK, wie von einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern gewitzelt wurde.

Es war der Titel des Workshops von Marcus Bonszkowski und Tanja Hucken-

beck aus Frankfurt. Mit Bleiletern, Winkelhaken, Blindmaterial und einer Abziehpresse, „Nudel“ genannt, setzten und druckten die Teilnehmerinnen dort wie in vergangenen Zeiten. Das Ergebnis waren viele kleine Drucksachen mit lustigen Zitaten oder Sinnsprüchen.

Sehr geheimnisvoll ging es zunächst zu im Workshop „Typografie kann unter Umständen Kunst sein“ von Lukas Hartmann aus Basel. Man sah die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht nur beim Skizzieren, sondern auch bei seltsamen



Drei Schriften, viele Möglichkeiten:
Zwischenstände und Ergebnisse aus
dem Bleisatz-Workshop.



Vorbereitungen für Plakatgestaltung und
typografische Performance im Workshop von
Lukas Hartmann.

>> 19.-22. Juni 2014

Bewegungen mit den Armen. Dass es bei Typografie auch um darstellende Kunst gehen kann, zeigten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eindrucksvoll, als sie nach zwei Tagen ein Gedicht von Kurt Schwitters mit dem Winkeralphabet aufführten.

Als Ergänzung wurde das Gedicht auch grafisch als sechsteiliges Poster umgesetzt.

Natürlich wurde an dem Wochenende nicht nur gearbeitet: Das abendliche gemütliche Beisammensein mit fachlichem

Austausch und Diskussionen in der haus-eigenen Gaststätte rundete die Tage der Typografie ab. Hier wurden auch neue Kontakte geknüpft oder bestehende aufgefrischt.

Den Abschluss bildeten die Präsentation der Arbeitsergebnisse am Sonntagvormittag sowie eine Nachbesprechung. „Was steht denn nächstes Jahr auf dem Programm?“ und „Ich komme auf jeden Fall wieder!“ waren typische Rückmeldungen. Auch für die gute und reibungslose Organisation des IMK gab es viel Lob. ■

Die Planung für nächstes Jahr läuft bereits: Die 16. Tage der Typografie werden wieder am Fronleichnamswochenende, dann vom **4. bis 7. Juni**, stattfinden. Motto und Programm werden spätestens zu Beginn 2015 bekannt gegeben.



Mediengestalter machen Werbung für Medientechnologen Druck

Auswertung des 5. Internationalen Gestaltungswettbewerbs



Bereits zum fünften Mal wurde der internationale Gestaltungswettbewerb für Auszubildende der Medienstufe aus Deutschland, Frankreich, Luxemburg, den Niederlanden, Österreich, Italien und der Schweiz durchgeführt. Zu gestalten war ein Nachwuchswerbeplakat für den Beruf des Medientechnologen Druck, verbunden mit einem treffenden Werbeslogan.

Die Juroren hatten die Qual der Wahl.

Von links:

Claudine Florange (F)

Stefano Gazzaniga (CH)

Bert van Toot (NL)

Ingeborg Dockner (A)

Jean-Paul Schmitz (LUX)

Rudolf Abt (D)

Melanie Erlewein (D)

Peter Theilkäs (CH)

Günther Hofer (A)

Insgesamt wurden über 300 Plakate eingesandt, die Mehrzahl davon aus Deutschland (119), der Schweiz (72) und Österreich (44). Die neunköpfige Jury hatte eine nicht einfach zu bewältigende Aufgabe zu erfüllen.

Die Kriterien:

Neben einer ansprechenden Gestaltung (erlaubt waren grafische, fotografische oder rein typografische Lösungen) musste ein zum Thema passender, zielgruppengerechter Werbeslogan formuliert werden. Angesprochen werden sollten Jugendliche, die vor der Berufswahl stehen. Der Entwurf musste selbstverständlich technisch umsetzbar sein.

Nur wenige Einsendungen schieden aus, da die Kriterien nicht erfüllt wurden. Die Plakate wurden in die Kategorien Gold, Silber und Bronze bewertet, sowie „klassiert“ eingeteilt – dies nach der Summe der erreichten Punkte. 199 Einsendungen wurden „klassiert“, die restlichen 105 Plakate erreichten die zweite Runde. Hiervon erhielten 19 die Prämierung Bronze, 25 Silber und 61 Gold, was das hohe Leistungsniveau der teilnehmenden Mediengestalter bestätigte.

Aus den goldklassierten Einsendungen wurden drei Hauptpreisgewinner sowie die Länderbesten ermittelt. ■





Bildungsreferentin Melanie Erlewein vom Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. bei der anspruchsvollen und zugleich spannenden Aufgabe des Auswertens der Entwürfe.


Die Preisgewinner/-innen

Gold: Marie-Louise Brynaa
Austria

Silber: Mark Landgraaff
Niederlande

Bronze: Anja Wullschläger
Schweiz

Die Länderpreise erhielten:

 Deutschland
Stefan Warth

 Frankreich
Delphine Muller

 Italien/Südtirol
Lisa Arnold

 Luxemburg
Janis Putri Adelia

Gold



Silber



Bronze



Länderpreis Deutschland



Die Plakatentwürfe werden anlässlich des **druckforum 2015** in der **Filharmonie** in **Filderstadt** ausgestellt.

Den Länderpreis Deutschland gewinnt das Plakat von Stefan Warth. Daneben gab es für Deutschland 22 weitere Prämierungen „Gold“, 12 Prämierungen „Silber“ und 7 Prämierungen „Bronze“.

24. Gestaltungswettbewerb vdm – Becher

Zum 24. Mal führt der Verband Druck und Medien NordOst e.V. einen Gestaltungswettbewerb durch. Teilnehmen können alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie.

2015



Die Aufgabe

Aus welchem Becher schmeckt der Bürokafee am besten?

Unter diesem Motto soll beim 24. Gestaltungswettbewerb aus einem einfachen weißen Becher der Motivations-, Entspannungs-, Ideen-, Fantasie- oder Kreativitäts-Bürokafeebecher – Teebecher sind natürlich auch zugelassen – entstehen. Jeder Teilnehmer hat eine Fläche im Format 60 mm × 183 mm zur Verfügung. Der Gestaltung sind keine Grenzen gesetzt, Kreativität ist alles. Bitte stellen Sie die Fläche plano auf eine pdf-Seite (Querformat DIN A4) und versehen Sie zusätzlich die digitale Mustertasse mit Ihrem Entwurf. Wählen Sie bitte als Ausgabeziel bei der Farbe RGB (cRGB IEC61966-2.1), da die Jury die Entwürfe am Bildschirm betrachtet.

Die Infos zu Ihrer Person sowie der Entwurf werden unter www.vdmno.de/gestaltungswettbewerb.php eingegeben und hochgeladen. Die Dateigröße sollte 10 MB nicht überschreiten.

Die Vorgaben

Wählen Sie als Namen für Ihre Datei:

Vorname.Nachname_Kaffeetasse.pdf

Bei Gemeinschaftsentwürfen benennen Sie bitte die Datei wie folgt:

Nachname1_Nachname2...Nachname5_Kaffeetasse.pdf

Entwürfe, die per E-Mail oder per CD zugesandt werden, werden nicht in der Wertung berücksichtigt.

Vor dem Hochladen füllen Sie bitte alle aufgelisteten Formularfelder vollständig aus. Es können nur Entwürfe berücksichtigt werden, bei denen die Angaben komplett sind.

Die Teilnahmebedingungen

Zur Teilnahme berechtigt sind alle Auszubildenden und Umschüler der Druck- und Medienindustrie, die zum **Zeitpunkt der Ausschreibung** – Herbst 2014 – in der Ausbildung sind.

Pro Teilnehmer/-in darf **nur ein Entwurf** eingereicht werden.

Es werden auch Gruppenentwürfe mit bis zu fünf Beteiligten berücksichtigt. Mit der Abgabe des Entwurfes bestätigen Sie, dass das verwendete Bildmaterial uneingeschränkt verwendet werden kann. Sie erklären sich mit der Veröffentlichung, gewerblichen Nutzung und der drucktechnischen Umsetzung der Arbeiten einverstanden. Die Arbeiten gehen in den Besitz des Verbandes Druck und Medien NordOst über.

Die offenen Daten Ihrer Entwürfe stellen Sie uns bitte erst auf Anforderung zur Verfügung.

Der Abgabetermin

Die Entwürfe laden Sie bitte **bis zum 17. April 2015** unter www.vdmno.de/gestaltungswettbewerb.php hoch.

Ansprechpartner für Fragen:

Referat Bildung
Katrin Stumpfenhausen
Tel. 05 11/3 38 06 30
stumpfenhausen@vdmno.de
www.vdmno.de

Verband
Druck und Medien NordOst e.V.
Geschäftsstelle Hannover
Bödekerstraße 10
30161 Hannover

Die Preise, die Preisverleihung und die Jury

- 1. Platz** ein üa*-Kurs (freie Wahl) der Bildungsstätte des Verbandes in Oldenburg inkl. Anreise, Unterbringung und Verpflegung
- 2. Platz** ein üa*-Kurs (freie Wahl) der Bildungsstätte des Verbandes in Oldenburg inkl. Unterbringung und Verpflegung
- 3. Platz** ein üa*-Kurs (freie Wahl) der Bildungsstätte des Verbandes in Oldenburg
- 4.–10. Platz** Sachpreise

*Überbetriebliche Ausbildung im NordOsten www.bkdmo.de

Die Entwürfe werden von einer Fachjury bewertet.

Sollten unter den ersten drei Preisträgern Gruppenentwürfe sein, dürfen alle Teilnehmer der Preisträgergruppe einen üa-Kurs ihrer Wahl besuchen, allerdings werden in dem Fall weder Anreise noch Unterbringung oder Verpflegung getragen.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die Preisverleihung des Gestaltungswettbewerbes findet am 6. Juni 2015 im Rahmen der Jahresversammlung des vdmno in Lüneburg statt.

Reisekosten für die Anreise zur Preisverleihung werden nicht übernommen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß und Erfolg bei der Teilnahme.

vdm

Verband
Druck und Medien
NordOst e.V.



Christiani

Technisches Institut für
Aus- und Weiterbildung

SEIT 1931

Crossmedia- und Database-Publishing in der Praxis

XML aus Sicht der Mediengestalter

Von Alexander Tosques

1. Auflage 2014

Bestell-Nr. 89-95152

ISBN 978-3-86522-616-1

95 Seiten, broschiert

EUR 14,80

Erklärt anhand eines durchgängigen Beispiels sehr verständlich, wie Medien datenbankbasiert erstellen werden.

Themenüberblick:

- Einführung und Entstehung der Markup-Sprachen
- Grundlagen der Zeichenformate
- Regeln für den Aufbau einer XML-Datei
- Aufbau der Document Type Definition
- Transformation von XML mit CSS und XSLT
- Ausgabe der XML-Datei als PDF
- Verwenden von XML in Adobe Indesign
- Editoren für die Erstellung von XML-Dateien

Weitere Informationen unter
www.christiani.de/95152



www.christiani.de/druck

Der Bildungsprofi für Technik

SCHULE

TECHNIK

AUSBILDUNG

TECHNIK

HOCHSCHULE

TECHNIK

WEITERBILDUNG

TECHNIK

termine

Prüfungstermine Deutschland

ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2014/15

Schriftliche Prüfung
Mittwoch, 3. Dezember 2014

ZWISCHENPRÜFUNG 2015

Schriftliche Prüfung
Donnerstag, 19. März 2015

ABSCHLUSSPRÜFUNG SOMMER 2015

Schriftliche Prüfung
Mittwoch, 6. Mai 2015

ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2015/16

Schriftliche Prüfung
Mittwoch, 2. Dezember 2015



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



impressum

HERAUSGEBER

Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien
MedienBildung VerlagsGmbH
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

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

Die MedienBildung VerlagsGmbH ist eine Tochtergesellschaft des ZFA.

REDAKTION

Anette Jacob
Wilhelmshöher Allee 260
34131 Kassel

REDAKTIONELLE BERATUNG

René Rudolf, Berlin
Theo Zintel, Berlin

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. Die kostenlose Herausgabe des Druck- und Medien-Abcs wird auch unterstützt durch den Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e.V., Berlin, den Wirtschaftsverband Kopie und Medientechnik e.V., Frankfurt und den Bund deutscher Buchbinder e.V., Aachen.

Das Druck- und Medien-Abc erscheint zurzeit einmal jährlich.

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

PAPIER

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

Berufsfeld Druck und Medien

Ausbildung ☺ Prüfungsvorbereitung

Ausbildung und Schule

Informationen verbreiten – Medien gestalten und herstellen

Berufsfeld Druck und Medien, aktualisiert und erweitert (z. B. Kalkulation), 6. Auflage, 2013, Ulrich Paasch u. a., 591 Seiten 17 x 24 cm, 460 Abb., ISBN 978-3-88013-693-9, 35 €

Grundlagen Print- und Digitalmedien

Lehr- und Arbeitsbuch in 9. Auflage, 2013, Team Aull, Bühler, Huth, Westlinning, 370 Seiten A4, farbig, ca. 1000 Abbildungen, ISBN 978-3-88013-694-6, 39 €

Typo-Praxis Band 1: Grundlagen

Einführung in die Printmedien-Gestaltung von Martina Nohl und Simone Forster. Viele Farbbeispiele, Schrift- und Farbmuster, 72 Seiten A4, 2009, CD für Lehrkräfte nach Einführung, ISBN 978-3-88013-680-9, 12 €

Lehr- und Arbeitsbuch Druck

Manfred Aull, 9., durchgesehene Aufl., 2012, 402 Seiten A4, ca. 800 Farbbilder, mit 8. Aufl. kompatibel, ISBN 978-3-88013-686-1, 51 €

Lehr- und Arbeitsbuch für Offsetdrucker(innen)

Experten-Team: Gesamtes Druckerwissen, auch Digitaldruck, Messen, Prüfen, ausführlich, verständlich, 893 Seiten A4, viele Bilder, Hilfen für Lehrkräfte nach Einführung gratis, 1996-2004, ISBN 978-3-88013-970-1, 39 €

Der JDF-Workflow

von T. Hoffmann-Walbeck und S. Riegel. Automations-Lehrbuch mit ca. 200 farbigen Bildern, 2., durchgesehene Auflage, 2014, 224 Seiten 17 cm x 24 cm, Paperback, ISBN 978-3-88013-697-7, 29 €

Bedruckstoff und Farbe

von Jochem Ottersbach, Lern- und Nachschlagbuch für Druckfachleute, 4. Auflage, 2005, 192 Seiten 17 cm x 24 cm, 148 Abb., Hardcover, ISBN 978-3-88013-625-0, 16 €

Industrielle Buchbinderei

von Liebau/Heinze. Die „Buchbinderbibel“, umfassend, detailliert, 3., durchgesehene Auflage, 2010, 777 Seiten, ca. 700 Abb., 17 x 24 cm, ISBN 978-3-88013-679-3, 39 €

MatheMedien

Ulrich Paasch. Fachbezogene Mathematik: Mathe Grundlagen, Typografie, Bild, Video, Audio, Daten, Papier, Drucktechnik, Messen, Prüfen, Fotografie, Energie, Geld, Anhang. Lösungen bei www.mathemedien.de. 110 Abbildungen, 600 Aufgaben, 384 Seiten, 6. Aufl., 2014, ISBN 978-3-88013-698-4, 25 €

Prüfungsvorbereitung

ABC der Mediengestaltung

Top-fit in die Prüfung

Das Grundwissen für Mediengestalter in Frage und Antwort, leicht verständlich. Sabine Butzhammer, 300 Seiten A5, teils 4-farbig, 8. Auflage, 2012, 17 €, ISBN 978-3-88013-689-2

Prüfungswissen Drucktechnik

Lern- und Prüfungsbuch für Drucker und Mediengestalter im Printbereich, 1541 Fragen mit ausführlichen Antworten. H. J. Scheper, 480 Seiten A5, ca. 160 Abb., ISBN 978-3-88013-623-6, 19 €

Formeln für Mediengestalter(innen)

Formel- und Beispielsammlung mit allen Lösungswegen (für Digital und Print) Ulrich Paasch, 64 Seiten A5, kartoniert, 3., überarbeitete Auflage, 2012, ISBN 978-3-88013-677-9, 8 €

Fachbezogene Mathematik für die Berufe der Medienvorstufe

Hans Jürgen Scheper, 246 Seiten im Format 14,8 cm x 21 cm, 70 Abbildungen, Hardcover, 7., aktualisierte und erweiterte Auflage, 2009, ISBN 978-3-88013-676-2, 18 €

Mathe Buchbinder

*Rechenbuch, dessen Inhalt sich an den Prüfungsanforderungen orientiert. Ingo Herkert, 188 Seiten A5, Nachdruck der 2. Aufl., 2009, ISBN 978-3-88013-658-8, 15 €
Lösungen: www.pdf-site.de (Aktualisierung)*

Mathematik für die Berufe des Drucks

Jochem Ottersbach, Nachdruck 2014 der 3. Auflage, nach aktuellem Technikstand. 184 Seiten A5. Sämtliche Übungsaufgaben mit Lösungen. ISBN 978-3-88013-682-3, 15 €

Matheaufgaben Mediengestaltung

Rund 900 Aufgaben für Print und Digital aller Fachrichtungen dieses Berufs. Die Lösungen sind auf www.mathemedien.de, der Website von Autor Ulrich Paasch. 112 Seiten A5, 2010, kartoniert, ISBN 978-3-88013-641-0, 13 €

www.vbus.de

Verlag Beruf + Schule, D-25510 Itzehoe
Wir liefern nur über den Buchhandel!
Unsere Bücher erhalten Sie auch online,
zum Beispiel bei www.buchhandel.de,
dem Portal des Buchhandels für den
Kauf aller zur Zeit lieferbaren Bücher.

Backlist: mehr bei www.vbus.de

Fachwörter-ABC Druck und Medien von Golpon

Fachlexikon Druck und Medien von Halkasch

Lexikon alter Verfahren des Druckgewerbes

Lexikon Reproduktionstechnik von Franz Bauer

Lexikon des Offsetdrucks von Walenski

Lexikon Buchbinderische Verarbeitung

Kleines Lexicon der Schwarzen Kunst Nadolski

Kleines Verlagslexikon von Kautter und Kraeft

L + A Fachwissen Medienvorstufe von Pilny u.a.

LOGO Einführung in das Grafik-Design von Siegle

Grundlagen der Typografie von Bergner

Lehrgang Typografie von Edwin Baumann

Typografisches von Edwin Baumann

Typografische Textbearbeitung von L. Heise

Tabellen im Fotosatz von Dieter Fiebig

Familien- und Privatdrucksachen von Rehse

Fotosatzschriften (DDR-Schriften) von Albert Kapr

Gebrochene Schriften von E.-Günther Rehse

4C-DTP – Basiswissen Vorstufe von Belling

Bild, Illustration, Bilderdruck von Rolf Ihme

Zur Theorie des Mehrfarbenbuchdrucks

Moderne Reproduktion von Plettenberg

Druckformherstellung Offsetdruck Hermanies

Erkennungszeichen auf Drucken Franz Bauer

Fotografische Gestaltung von Franz Bauer

Arbeitssicherheit und Umweltschutz Mühlegg

Technologie des Offsetdrucks von Riedl u.a.

Offsetdruckmaschinen 1 und 2 Rudolf Ruder

Technologische Grundlagen des Offsetdrucks

Zylinderabwicklung im Offsetdruckwerk

Drucken im Offsetdruck Rausendorff/Mellendorff

Farbe in Druck und Medien von Ulrich Paasch

Messen und Prüfen von Rausendorff/Starke

PapierBuch Autor(in) für Aktualisierung gesucht

Papier – Eigenschaften und Prüfung

Falz- und Ausschleißpraxis von Halkasch

Lehrbuch für Buchbinder von Bendig u.a.

Klebebinden von Inés Heinze und Dieter Liebau

Fachbezogene Chemie Druckindustrie Rehe

Fachbezogene Physik für die Druckindustrie

Fachbezogene Mathematik für Buchbinder

Kosten- und Leistungsrechnung von Gairing

3 Bände, insgesamt 1100 Seiten A5 einschließlich

Lösungen, ISBN 978-3-88013-902-2, 72 €

Medienwissen – Prüfungshilfen von Golpon

Der Buchdrucker – Brauch und Gewohnheit

Reprints alter Fachbücher Satz und Druck

Buchherstellung – Leitfaden von Ralf Plenz

Lesezeichen – Buchwerbemedium von E.-G. Rehse

Zu unseren Kernbereichen *Beruf + Schule* und dem Imprint *Edition Heitere Poetik* kommen auch noch Aktivitäten im Netz. Auf der Site www.omnipoesie.de sind alle diese Angebote gelistet. Lohnend ist u. a. eine Site mit Tipps fürs Kalender-Selbermachen und Klicks zu ca. 10000 Kalendern, die man kaufen kann. Faible für Ironie, Satire, Komik des Zeitgeschehens? Dann tagesaktuelle satire googeln: *gedichtaktuell*

