

Trau' Dich! Sonst tun's andere

STRATEGIE/FORTBILDUNG ■ Mehr denn je stehen Entscheider in Druckdienstleistungsunternehmen vor der Frage, ob sie den zusätzlichen Schritt in Richtung Digitale Medien und mehr IT-Know-how wagen sollen. Ähnlich ergeht es den jungen Mediengestaltern/Medientechnologen Print beim Gedanken an Fortbildung. Beiden kann man eigentlich nur zuzurufen: „Mach' es!“ Denn der Zug ist fast schon abgefahren, weil Konkurrenz nicht nur aus der eigenen Branche droht ...

■ Rasanter denn je ist er, der Wandel in der Druck-/Medienindustrie. War vor einiger Zeit vor allem noch von Prozessintegration, JDF und Web-to-Print die Rede, diskutieren wir seit der Drupa über autonomes Drucken, über CGI, Multichannel-Produktionen, Print 4.0, Predictive Systems, Smart Data und branchenübergreifende Maschine-zu-Maschine-Kommunikation. Und mit der Mixed-Reality-Brille Hololens von Microsoft steht die nächste Innovation schon vor der Tür, die Augmented Reality in den Medien- und Servicebereich zurückbringen und endgültig salonfähig machen wird. Doch wo stehen die Drucker in dieser „digitalen Transformation“ tatsächlich? Und haben sie entsprechend ausgebildetes Personal, um sich diesen Herausforderungen zu stellen?

Natürlich wird auf der Drupa nur die Spitze des Eisbergs diskutiert und innovative Mittelständler, die Multichannel als Geschäftsmodell schon in voller Breite und mit hoher Beratungskompetenz

umsetzen, gibt es noch nicht so viele. „Aber diejenigen, die bereits damit gestartet sind, sind äußerst erfolgreich am Markt“, weiß Simone Marhenke, stellvertretende Geschäftsführerin des Verbands Druck+Medien Nordwest (VDM NW). „Und die meisten anderen machen sich jetzt proaktiv auf den Weg, müssen allerdings erst lernen, die Digitalen Medien zur Erweiterung des eigenen Produktportfolios, aber auch fürs Eigenmarketing zu nutzen. Hier geht es noch nicht um Big Data, sondern um die Basics: Webdesign und App-Entwicklung, Daten-Know-how und Workflows, sprich: die Erweiterung der Medienkanäle.“ Und hierfür bietet (nicht nur) der Verband über seine Akademie seit Jahren Fortbildungsinhalte an, um die Branche weiterzuentwickeln – eine der Kernaufgaben, so Marhenke.

IT- UND ONLINE-KNOW-HOW STÄRKEN. Mit den neuen, digitalen Herausforderungen wächst aber auch an vielen Stellen der Bedarf an IT-Kompetenz. So ist das Interesse vieler VDM-Mitglieder an Beratung in den Bereichen höhere Serverkapazität, Problemlösung in der Datenvorhaltung, IT-Security, schnellere Netzwerke, Virtualisierung, Webshops (mit klarer Web-to-Print-Einstiegsstrategie) oder Zweitstromversorgung zur Ausfallsicherheit groß. Braucht also künftig wirklich jede Druckerei ihre eigene IT-Abteilung? Ümit Cebi, Berater und Trainer Digitale Medien an der Akademie Druck+Medien Nordwest, unterscheidet hier klar nach Unternehmensgröße, vor allem aber zwischen Produktions-IT-Know-how und systemischer Unternehmens-IT (Netzwerktechnik, IT-Security, Programmierung etc.). Letztere sieht Ümit Cebi weiterhin durch externe Dienstleister geregelt, weil sie einen hohen Aufwand an kontinuierlicher Ausbildung mit sich bringt. Doch für künftige Web Professionals – und dies müssten Druckdienstleister fortan eben *auch* sein! – ist Grundlagenwissen IT und vor allem ein tiefgehendes Wissen über Webtechnologien und mobile Medien unabdingbar.

Und Cebi muss es wissen, verantwortet er doch bei der Akademie den großen Fortbildungskurs für Mediengestalter zum geprüften Web Professional (VDM). „Wir haben diese Fortbildungsoffensive vor zwei Jahren gestartet, weil wir zu diesem Zeitpunkt die Chance gesehen haben, hier etwas zu bewegen. Es war klar zu erkennen, dass die Entscheider ihre Unternehmen immer mehr auch in Richtung Digitale Medien lenken wollen, zugleich aber auch der Wunsch bei den Print-geprägten Mitarbeitern da war, sich stärker digital orientieren zu wollen. Anstatt also ITler in die Industrie reinzuholen und ihnen Print ‚bei-



Simone Marhenke, stellvertretende Geschäftsführerin Verband Druck+Medien Nordwest, und Ümit Cebi, Berater und Trainer Digitale Medien an der Akademie Druck+Medien Nordwest.

zubringen‘, säumen wir das Pferd lieber von hinten auf und führen den kreativen Mediengestalter Print an die digitale Welt (mit Webdesign, Datenbanken, SEO, Programmierung und Online-Marketing) und teilweise auch an die IT heran, ohne das Print-Know-how zu ‚vergeuden‘.“ Heraus kommt ein Medienprofi, der grundlegend dazu in der Lage sein sollte, Medienkanäle aufzusetzen/zu programmieren, Daten medienneutral zu handhaben, auszugeben und Suchmaschinenoptimiert zu vermarkten.

PRODUCTION SUPERVISOR? Ist das nicht schon der erste Schritt in Richtung eines „Production Supervisor“ oder „Mitarbeiter 4.0“, wie ihn sich so mancher Hersteller in seiner Vision vom autonomen Drucken und der smarten Web-to-Print-Factory vorstellt? Eine Art technischer Leiter also, mit Druck-, IT- und Medien-Know-how, der die Prozesse im eigenen Haus, aber auch beim Kunden und Zulieferer alleine am Laufen hält, während sich die Maschinen selbst „heilen“ und mit Consumables versorgen? Nein, auch wenn sicherlich so mancher Teilnehmer des Kurses nach der Ausbildung „Blut geleckt hat“, so Cebi, und sich eigeninitiativ zusätzlich mit Shopfunktionalität, Kundenabfragen, Vernetzungstechnik oder Systemadministration auseinandergesetzt hat. Simone Marhenke sieht auch keinen solchen „einsamen Supervisor“ auf die Branche zukommen. „Wir werden in

Der „Web Professional“

■ Der „Web Professional“ ist ein Fortbildungsangebot des Verbands Druck+Medien Nordwest mit Fokussierung auf IT, professionelle Webentwicklung und Datenbanken sowie Programmierung, Suchmaschinen- und Onlinemarketing.

Das modulare Schulungskonzept ermöglicht eine berufsbegleitende Durchführung mit 28 vollen Schulungstagen (entspricht 168 Stunden) – mit Unterricht an Freitagen/Samstagen und einer Kompaktwoche. Voraussetzungen zur Teilnahme sind vor allem eine abgeschlossene Mediengestalterausbildung (im Schwerpunkt Print) sowie mindestens ein Jahr Berufserfahrung.

Nach einer praktischen Abschlussprüfung erhält der Teilnehmer das persönliche Zertifikat „Geprüfter Web Professional (VDM)“. Nähere Informationen auf der „Web Professional“-Internetseite.



den einzelnen Abteilungen künftig immer mehr Spezialisten haben, die auch über den Tellerrand blicken können, und die vom technischen Leiter (TL) je nach Fachkompetenz für Projekte an einen Tisch geholt werden. Der TL wird künftig immer mehr zum Projektleiter, der die Expertise aus den Bereichen abfragt und koordiniert. Insofern sehe ich für ihn keine Alternative, jedoch bei ihm künftig einen erhöhten Weiterbildungsaufwand auf dem Projektierungssektor.“

Unternehmen, die heute schon in Richtung Smart Media Factory gehen wollen (und können), gibt es natürlich. Sie werden vom Verband im Rahmen strategischer Projekte individuell betreut. Das Aufsetzen eines speziellen Fortbildungsprogramms für einen „Production Supervisor“, aufbauend auf dem immerhin 6000 Euro teuren Web Professional, ist entsprechend nicht vorgesehen. Schließlich seien schon heute viele Produktionssysteme hochgradig digitalisiert und „predictive“ hinsichtlich Wartungszyklen und auch proaktiv unterwegs bei der automatisierten Papierbestellung – und dies ohne einen „Supervisor“. „Viel wichtiger, aber auch schwieriger ist es doch, bei den digitalen Nachzögler*innen tradierte Ideologien aus der Handwerkszeit aufzubrechen, und den Entscheidern und Mitarbeitern die Chancen der Digitalen Medien und mehrkanaliger Kommunikation aufzuzeigen! Denn eigentlich ist es für die Unternehmen mit Printbasis gar nicht so schwer, sich in die IT-Welt hineinzubegeben – sie wissen meist nur nicht, wie sie anfangen sollen. Deshalb geht es oftmals gar nicht in erster Linie darum, Fachwissen zu vermitteln, sondern Ängste zu nehmen und ganzheitliche Angebote zu machen. Wie



Ohne digitale Kompetenz kommt künftig keiner mehr aus – selbst diejenigen nicht, die „nur“ im Druck und in ihrer Nische bleiben.

Ümit Cebi, Akademie Druck+Medien Nordwest

schon bei der VDM-Gemeinschaftsinitiative ‚Digitaldruck Professional‘ (Bayern, Baden-Württemberg, Nordwest), wo wir nicht nur digitales Drucken vermitteln wollen, sondern Verständnis dafür wecken, welchen Mehrwert der Digitaldruck ausmacht (Auflage 1, Individualisierung, Vermarktung, Mehrwert für die Kunden). Es ist absolut notwendig, sich mit der digitalen Entwicklung des Betriebs auseinanderzusetzen, denn der Druck durch Seiteneinsteiger wächst kontinuierlich! Für ‚reine‘ Drucker ist es allerhöchste Eisenbahn, sich Medienkompetenz draufzupacken.“

Wie die erfolgreiche Transformation eines Handwerks aussehen kann, unabhängig vom Digitale-Medien-Aspekt, zeigt Marhenke am Beispiel der Winzer auf. Die Branche habe ihr „verstaubtes“ Image als Traubenpflücker hinter sich gelassen und gelte heute als jung, frisch und dynamisch – mit tollen Produkten und hervorragendem Marke-

ting/Vertrieb. Zugleich habe sie es auch geschafft, Handwerk und Moderne ideal miteinander zu verbinden. Ein perfektes Beispiel für den Druck.

HERAUSFORDERUNG VERTRIEB. Zu den zentralen Herausforderungen einer Druckerei *nach* der digitalen Transformation zählt es dann sicherlich, ihre neuen Kompetenzen auch vermitteln zu können. Vertriebsleute, die bisher nur Print verkauft haben, müssen nun Websites, digitale Medien und mehrwertige Kombiprodukte gegenüber Kunden vertreten. Dies ist extrem beratungsintensiv und erfordert ein erweitertes technisches Verständnis. Oftmals wird einer Druckerei von Kunden die Digital-Kompetenz abgesprochen, sodass Unternehmen nicht selten für eine erhöhte Akzeptanz am Markt eine Umfirmierung in Kauf nehmen; und, so die Erfahrung des VDM, Leute aus der Vorstufe mit Verkaufsgeschick in Richtung Vertrieb entwickeln, weil sie einfach eine höhere Medienaffinität haben. Marhenke: „Das Know-how in den digitalen Abteilungen ist meist schon immens – aber die Firmen sind dann teilweise einfach nicht in der Lage, ihr erweitertes Portfolio an den Mann zu bringen!“

In Zukunft sind also nicht nur Produzenten und Kreative gefragt, sich mit dem digitalen Thema auseinanderzusetzen, sondern auch die Vertriebsleute. Beim VDM Nordwest ist man sich dessen bewusst; mit einem entsprechenden Fortbildungsprogramm dürfte somit mittelfristig zu rechnen sein. „Und“, so Simone Marhenke abschließend, „man darf ganz sicher sein, dass dieses Thema auch 2017 bei uns im Verband ganz oben auf der Agenda stehen wird!“ **Michael Schüle**

„Der Bereich Digitale Medien ist für mich die Zukunft“

■ Nela Reinert hat ihre Ausbildung zur Medien-gestalterin beim Unternehmen H. Rademann GmbH Print+Business Partner gemacht. Kurz nach der Ausbildung nutzte sie die von der VDM-Akademie angebotene Weiterbildung „Web Professional“, um sich im Bereich der Digitalen Medien weiter zu qualifizieren.

DD: Wieso haben Sie sich für diese Weiterbildung entschieden? Was war der Anlass dafür?

Nela Reinert: Rademann möchte den Web-Bereich weiter ausbauen und mehr Leistungen in diesem Bereich anbieten. Deshalb haben der Geschäftsführer und ich gemeinsam überlegt, dass diese Weiterbildung sinnvoll ist, um in diesem Gebiet besser aufgestellt zu sein. Für mich stand ohnehin schon vor meiner Ausbildung fest, dass ich im digitalen Bereich arbeiten möchte. Das ist für mich die Zukunft, man ist immer gefordert, es wird nie langweilig.

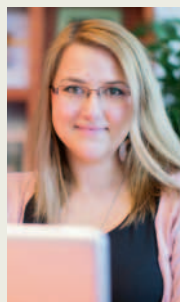
DD: Wurden Ihre Erwartungen an den Lehrgang erfüllt?

Reinert: Ich kannte die Themen der Weiterbildung vorab und habe erwartet, dass es anspruchsvoll wird. Das war auch so. Aber es hat viel Spaß ge-

macht! Wir waren eine gute Gruppe, haben uns gegenseitig unterstützt und Lerngruppen gebildet. Alle Themen waren gut aufeinander aufgebaut. Im Kurs haben wir die Grundlagen zum Thema Datenbanken gelernt. Darauf kann ich jetzt aufbauen. Die Weiterbildung war anspruchsvoll und sie hat sich für mich gelohnt.

DD: Was ist Ihr berufliches Ziel? Was möchten Sie mit dem erworbenen Mehrwissen erreichen?

Reinert: Ich möchte jetzt erst mal das, was ich gelernt habe, vertiefen und mehr Praxis bekommen. Nach dem Kurs ist man kein Profi. Man hat viel Wissen, aber man muss es auch anwenden.



Nela Reinert

Im digitalen Bereich möchte ich unbedingt arbeiten, denn man sieht hier schnell Erfolge. Ob die Datenbankentwicklung oder die Webprogrammierung mein Schwerpunkt wird, das kann ich noch nicht genau sagen.

DD: Können Sie das Erlernete im Unternehmen anwenden?

Reinert: Ja. Ich werde meine Kenntnisse in der Webprogrammierung einbringen und den IT-Bereich weiter unterstützen.

Und was sagt die Geschäftsleitung von Rademann zu den Hintergründen dieser Bildungsmaßnahme? Christian Knopik, Prokurist bei der H. Rademann GmbH Print+Business Partner, gibt Auskunft:

Knopik: Wir haben unserer Mitarbeiterin Frau Reinert die Teilnahme am „Web Professional“ ermöglicht, weil wir den Bereich Webprogrammierung im Hause weiter ausbauen wollen. Durch diese Zusatzausbildung hat sie die Grundlagen in Programmen und Programmiersprachen gelernt, die wir tagtäglich nutzen. Ein echter Mehrwert für uns! Ich kann anderen Unternehmen, deren Geschäft sich in Richtung IT und Webprogrammierung verlagert, die Teilnahme an dieser Bildungsmaßnahme nur empfehlen.“ (gp)



Christian Knopik