

Vortrag Bernhard Schreier, Heidelberger Druckmaschinen AG
Podiumsdiskussion „Druckindustrie im Wandel. Zukunft durch Bildung“
an der Hochschule der Medien Stuttgart am 19. Mai 2003

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

lassen Sie mich zunächst die Reihe der Gratulanten komplettieren und die Geburtstagswünsche für den Anlass, warum wir heute hier zusammengekommen sind, übermitteln. Für die heutige Institution, die Hochschule der Medien hier in Stuttgart, ist vor 100 Jahren durch die Gründung der Höheren Fachschule für das grafische Gewerbe der Grundstein gelegt worden. Ein Jubiläum, das Grund zum Feiern bietet. Dass Sie, lieber Professor Schlegel, nicht nur die Festivität im Blickfeld haben, sondern eine inhaltliche Diskussion angeregt haben, finde ich gerade unter den heutigen Gegebenheiten sehr begrüßenswert. Und dies, in aller Bescheidenheit gesagt, mit solch hochkarätiger Besetzung .

Meine Vorredner haben bereits diese Rahmenbedingungen angesprochen. Begriffe wie „Wirtschaftskrise“, „Verunsicherung“ und „Personalabbau“ gehören zur Zeit leider zu unserem täglichen Vokabular - und dies gilt nicht nur für die grafische Industrie. Um so wichtiger ist aus meiner Sicht die effiziente Diskussion um machbare Wege, die aus dieser Krise herausführen. Ich möchte hier nicht die gesamte Bandbreite aller Möglichkeiten ansprechen, vielmehr mich auf unser eigentliches Thema dabei konzentrieren: „Wie viel Weiterbildung braucht die Branche?“

Analyse der Ist-Situation

Der Strukturwandel der Branche ist Taktgeber für die künftige Entwicklung all unserer Aus- und Weiterbildungsaktivitäten. Wichtig ist vor allem eine praxisorientierte Weiterbildung - auch und gerade an den Hochschulen. Probleme ergeben sich durch das Versagen im Schulsystem (PISA-Studie und OECD-Vergleich) - Die Folgewirkungen noch nicht absehbar. Die Schere zwischen den gesetzten Lehrplänen und den tatsächlichen Anforderungen wird in vielen Fällen zur Zeit nur unvollständig geschlossen.

Wer indes bestimmt den Takt und die Inhalte für die angestrebte Wissensvermittlung in der grafischen Industrie? Eine klare Antwort: die Branche

selbst, und dies in einem fortschreitenden Tempo. Lassen Sie mich dabei aber auch die Gefahrenquellen in aller Deutlichkeit aufzeigen:

- wer kontrolliert, ob der Taktschlag der Branche im richtigen Tempo erfolgt und
- wer überprüft, ob die eingeschlagene Richtung der Branche nicht auf Abwege oder gar in die Sackgasse führen.

Wir benötigen Kontrollmechanismen wie beispielsweise die Fachmedien (Herrn Niemela kurz einbinden), die eine Art Mittlerrolle beim Informationstransfer einnehmen. Die Branche in ihrer Komplexität ist als Einheit gefordert, die Zukunft der Printmedien abzusichern. Durch die neuen Technologien ist eine Aufweichung der Schnittstellen entstanden. War in früheren Zeiten eine klare Definition „Wer macht was“ möglich, denken wir heute und zukünftig nicht mehr in sich geschlossenen Schritten, sondern arbeiten innerhalb einer komplexen Prozesskette. Hinzu kommt eine Aufgabenausweitung aller am Produktionsprozess Beteiligten. Druckereien übernehmen Agenturleistungen mit, Agenturen machen sich mehr und mehr fit in Aufgaben der Druckvorstufe. Die Beherrschung oder zumindest das Verständnis für eben diese Prozesskette ist für mich einer der wichtigsten Angebots- und Lehrinhalte für die Weiterbildungsmaßnahmen. Ich bin sicher, Herr Professor Schlegel, dass Sie hier an der Fachhochschule dies bereits in Ihre Programm integriert haben.

Hinzu kommen sicherlich neue Felder, die in der klassischen Weiterbildung der Branche bis dato eher eine zurückhaltende Rolle spielten. Marketingwissen, Verhandlungsgeschick mit Banken unter dem drohenden Damoklesschwert von Basel II, verstärkte betriebswirtschaftliche Kenntnisse und eine Schaffung von open mind für künftige Kooperationen oder strategische Allianzen auf kleiner Ebene.

Indes nutzt es nichts, die Parameter für Weiterbildungsmaßnahmen aufzustellen ohne inhaltliche Lösungen anzubieten. Verbände sind ebenso gefordert wie Hochschulen. An dieser Stelle möchte ich die Hochschule der Medien in Stuttgart hervorheben. Hier wird überdurchschnittliches geleistet, hier ist das Programm auf die tatsächlichen und künftigen Gegebenheiten zugeschnitten, hier hat man die sich verändernden Zeichen der Zeit erkannt. Ich war vor einigen Tagen am RIT in Rochester. Beeindruckend, was dort geleistet wird, nicht vergleichbar mit Ihrer Institution hier in Stuttgart, lieber Professor Schlegel, aber eine ähnliche Vorzeigeeinrichtung.

Auch Industrie ist gefordert

Aber auch die Industrie selbst ist gefordert, zumal wir als Zulieferer direkten Kontakt zu den Kunden haben und so deren Bedürfnisse - und Defizite - klar analysieren

können. Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat bereits früh damit begonnen, sich selbst in die Pflicht zu nehmen. Mit unserer Print Media Academy bieten wir für die Branche eine Anlaufstelle, die sich in einer gesunden Kombination zwischen Basisweiterbildung (Produktwissen etc.) und neuen Anforderungen bewegt. Erst vor kurzem wurde wieder ein Kurs über Nachfolgeregelung in Familienbetrieben erfolgreich abgeschlossen. Ich meine, wir als Industrie sollten und dürfen nicht nur den mahnenden Zeigefinger heben, sondern uns aktiv in alle erdenklichen Weiterbildungsmaßnahmen einbinden. Und so verbindet unser Unternehmen mit der Fachhochschule eine lange Tradition, jährlich kommen Studentengruppen aus Stuttgart nach Heidelberg, Professor Schlegel ist Mitglied im PMA-Beirat, wir unterstützen die Studenten bei deren Diplomarbeiten und das Jubiläumsbuch für den heutigen Anlass wird bei Heidelberg gedruckt.

Diese Kooperationen zwischen Hochschulen und Industrie halte ich für dringend notwendig, zumal damit auch die „Weiterbildung“ der Lehrerschaft gewährleistet wird. Für Ihre Studenten sicherlich eine spannende Frage, wie die Professoren selbst "am Ball" bleiben. Sie werden uns dies später in der Podiumsdiskussion sicherlich beantworten können.

Sicherlich hat der enorme Wettbewerbsdruck entscheidend dazu beigetragen, dass sich Betriebe heute mehr denn je der Qualifizierung ihrer Mitarbeiter widmen. So wird die Flexibilität in den Unternehmen erhöht und man kann schnell auf die neuen Herausforderungen des Marktes reagieren.

Was bleibt für die Branche, die grafische Industrie, kurzfristig zu tun? Die Kenntnisse um Prozesse hat die Funktionalität des Produktes in den Hintergrund gedrängt. Dabei geht es hier nicht um das Wissen der Unternehmen selbst, sondern um den weitgefächerten Ausbildungsstand und die Flexibilität beim Kunden. Begriffe wie „Geschäftsidee“ haben das Wort „Bedienungsanleitung“ verdrängt. Es geht nicht mehr darum, wie eine Maschine funktioniert, sondern was ich wann und wie und für wen damit machen kann.

Wir arbeiten alle gemeinsam in einer spannenden Branche für die es gilt, die Werbetrommel zu rühren. Gemeinsam, Mit allen Kräften, mit guten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Und wenn ich hier in die Runde schaue, wird mir nicht bange.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.