

AusBildung wird Erfolg

Kölner Qualifizierungsoffensive Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien erhielt den Hermann-Schmidt-Preis 1999

► In Köln wurde zum 1. August 1998 ein Projekt initiiert, das die erstmalige Umsetzung des Berufsbildes im Rahmen einer Ausbildungskooperation unterstützt. Projektpartner sind neben der Kommune fünf Institutionen und zehn Unternehmen der Medienbranche. Gefördert wird die „Qualifizierungsoffensive“ durch das Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes NRW. Die Laufzeit endet zum 31. Dezember 2000. Das Projekt wurde für die modellhafte Initiierung und Unterstützung von Ausbildungskooperationen kleiner und mittlerer Betriebe ausgezeichnet. Im folgenden Beitrag wird die Intention des Projektes vorgestellt und über erste Ergebnisse berichtet.

Die *Qualifizierungsoffensive Mediengestalter/Mediengestalterin für Digital- und Printmedien* war im August 1998 – zeitgleich mit der neuen Ausbildungsverordnung – unter der Zielvorgabe gestartet, eine beispielgebende betriebliche Ausbildungskooperation zu organisieren sowie bei der Umsetzung des neuen Berufsbildes Unterstützung anzubieten. Angesprochen werden sollten vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU) der Druck- und Verlagsbranche, aber auch Werbe- und Multimediaagenturen.

Die Richtung, die das bei der Industrie- und Handelskammer zu Köln angesiedelte Pilotprojekt eingeschlagen hat, bzw. die praktische Umsetzung der Ziele, hat ganz offensichtlich den Vorstellungen entsprochen, die der Verein „Innovative Berufsbildung“ mit der Auslobung des Hermann-Schmidt-Preises für die „Einführung der neuen IT- und Medienberufe“ verbunden hatte. Am 16. September 1999 wurde die Qualifizierungsoffensive Mediengestalter/Mediengestalterin für Digital- und Printmedien in Paderborn mit dem 1. Preis „für ihre modellhafte Initiierung und Unterstützung von Ausbildungskooperationen, die kleinen und mittleren Betrieben die Möglichkeit bieten, den neuen Beruf Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien auszubilden“ ausgezeichnet.

Struktureller Hintergrund und übergeordnete Zielsetzung

Grundlage für die Projektarbeiten der „Qualifizierungsoffensive“ bildet die modular angelegte Struktur des Berufsbildes. Dieses Konzept bietet einer Vielzahl von Unternehmen der Medienbranche erstmals die Möglichkeit, betriebspezifische Bedarfe innerhalb von Ausbildung und Qualifizierung abzubilden bzw. eine zukunftsorientierte Personal- und Unternehmensentwicklung zu forcieren. Ein weiterer bedeutsamer Aspekt ist die seit einigen Jahren bei Unternehmen der Medienbranche zu beobachtende Vernet-



HEIDEMARIE SCHÄFER

IHK zu Köln, Projektkoordination
Qualifizierungsoffensive Mediengestalter/-in
für Digital- und Printmedien



GERALD PÜCHEL

Dr. jur., IHK zu Köln, Geschäftsführer Bereich
Berufsbildung, Projektleitung
Qualifizierungsoffensive Mediengestalter/-in
für Digital- und Printmedien

Abbildung 1 Darstellung der „integrierten Medienbranche“ anhand dualer Ausbildungsberufe

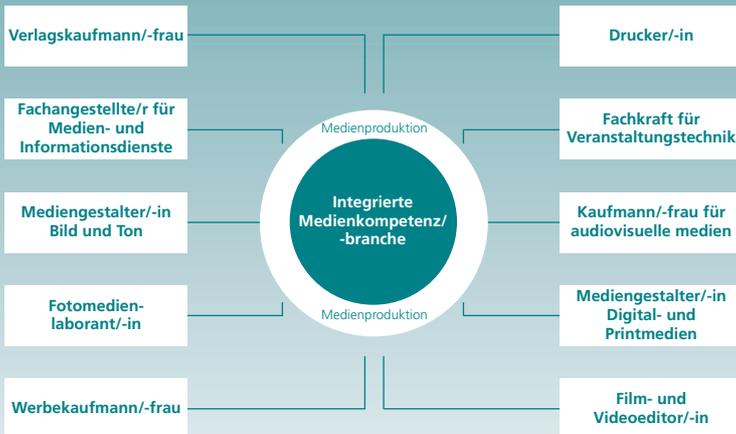
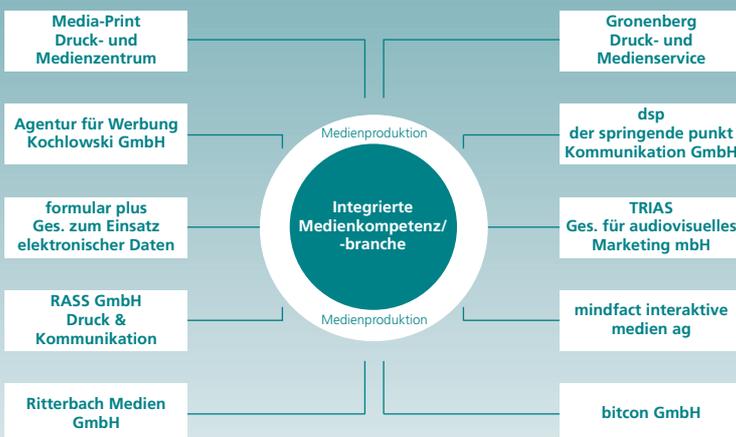


Abbildung 2 Darstellung der „integrierten Medienbranche“ anhand der Projektunternehmen der „Qualifizierungsoffensive“



zung vielfältiger Qualifikationsanforderungen. Als Folge des Strukturwandels lassen sich innerhalb der Medienbranche ehemals klar umrissene Berufsbilder und damit verbundene Fachkompetenzen schon heute nicht mehr eindeutig zuordnen: Die – scheinbar paradoxe – Entwicklung tendiert zu wenigen breit angelegten Anforderungsprofilen in einem hoch spezialisierten Markt. Vor diesem Hintergrund geht es für die traditionell produktionsorientierte Druck- und Verlagsbranche auch um die Orientierung vom Produktions- zum Mediendienstleister. Das Berufsbild Mediengestalter/Mediengestalterin für

Digital- und Printmedien (MGDP) berücksichtigt mit seinem Konzept diese strukturellen Entwicklungen bzw. die daraus resultierenden Erfordernisse.

Die hier angesprochenen Innovationen des Berufsbildes bedeuten aber u.U. gleichzeitig für Unternehmen eine Barriere bei der Ausbildung. So stehen gerade spezialisierte KMU mit ihren spezifischen Dienstleistungsangeboten und Fachkompetenzen vor der Frage, das differenzierte Ausbildungskonzept auszufüllen. An dieser vermeintlichen ‚Lücke‘ setzt die „Qualifizierungsoffensive“ an, da durch betriebliche Ausbildungskooperationen das Berufsbild MGDP in seiner Differenziertheit umgesetzt werden kann. Dafür bieten die unterschiedlichen Kernkompetenzen von Print- und Nonprint-Unternehmen die Grundlage.

Integrierte Medienwirtschaft

Es ist davon auszugehen, dass in einer zukünftigen „integrierten Medienwirtschaft“ die bislang bekannten – abgrenzenden – Branchenstrukturen aufgehoben bzw. einander angeglichen sein werden. Mit dieser Entwicklung eng verbunden ist die seit Mitte der 90er Jahre boomende Multimedia-Branche. „Die technischen und inhaltlichen Ursprünge der Multimedia-Unternehmen erleichtern es offenbar, auch für Märkte wie die IT-Branche, die Film- und Video-Branche sowie für den Print-Sektor zu produzieren. Häufig handelt es sich dabei auch um Unternehmen, die ursprünglich diese ‚etablierten‘ Geschäftsfelder betrieben haben und nach und nach in den Multimedia-Markt eingestiegen sind.“¹ In der Konsequenz erfordert eine solche Entwicklung den ‚multimedialen Medienfacharbeiter‘. Dieser kann sich zwar nicht mit sämtlichen Medien und Fachtechnologien als ausgewiesener Spezialist beschäftigen, wird aber dennoch in der Lage sein müssen, fachkompetent mit ‚Nachbarmedien‘ zu kooperieren und zu kommunizieren. „Das duale System der Berufsausbildung hat diese Herausforderungen erkannt und etwa mit den neuen IT-Berufen oder dem Mediengestalter für Digital- und Printmedien neue Berufsbilder geschaffen, die nicht mehr an überkommenen Branchengrenzen orientiert sind.“²

Operative Zielsetzungen

In Bezug auf die Kölner Ausbildungskooperation lautet die praktische Konsequenz, dass vor allem kleine und mittelständische Unternehmen durch vernetzte Ausbildung und Qualifizierung einen ‚Mehrwert‘ an Ausbildung erhalten. Durch die Kooperationen partizipiert jeder Betrieb von den Kompetenzen der Partner, so dass in der Folge das Leistungsspektrum nach allen Seiten erweitert und eine dauerhafte Sicherung von Arbeitsplätzen begünstigt wird.

Projektschwerpunkte der Qualifizierungsoffensive Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien sind vor diesem Hintergrund

- die Bildung zwischenbetrieblicher Ausbildungskooperationen,
- die Umsetzung des Berufsbildes in individuelle Ausbildungspläne mit variablen Lernorten und Lehrmethoden,
- die fachliche und überfachliche Ausbildung der Ausbilder,
- die Förderung der Zusammenarbeit verschiedener Ausbildungsinstanzen,
- der praxisorientierte Transfer in die Medienbranche.

Als **Projektpartner** sind an der Qualifizierungsoffensive neben der Stadt Köln fünf Institutionen und zehn Unternehmen (mit insgesamt 16 Auszubildenden) der Medienbranche beteiligt.

Institutionelle Projektpartner sind neben der Industrie- und Handelskammer zu Köln die Bergische Universität GH Wuppertal, der VDN Verband der Druckindustrie Nordrhein e.V., AIM KoordinationsCentrum für Ausbildung in Medienberufen, die IG Medien NRW und die Stadt Köln.

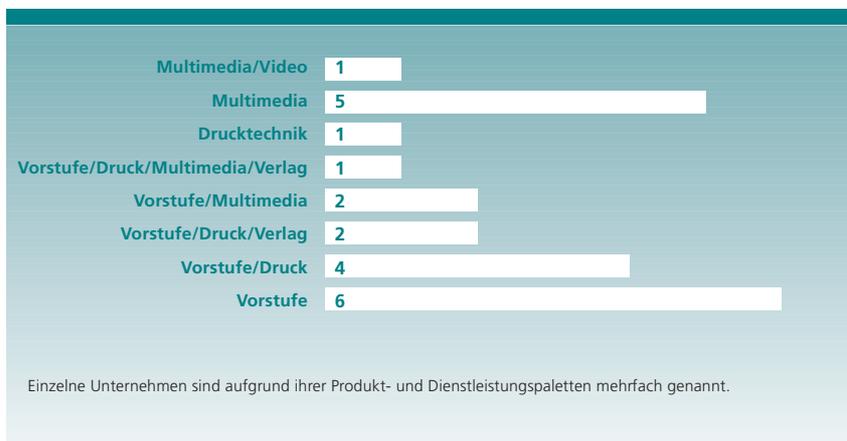
Die Idee für das Pilotprojekt wurde innerhalb dieses Kreises entwickelt, in der gemeinsamen Überzeugung, dass mit dem neuen Berufsbild ein innovatives und beschäftigungsförderndes Konzept zur Verfügung steht, bei dessen Entwicklung die Vorteile von Ausbildungskooperationen bereits diskutiert worden waren.

Bei der Auswahl der Unternehmen wurden sowohl Unternehmen des Print- als auch des Non-Print-Bereiches (Multimedia) angesprochen. Die sich abzeichnende Entwicklung der ‚verwischenden‘ Branchengrenzen sollte mit diesem Vorgehen antizipiert werden. In der Konsequenz können damit innerhalb der „Qualifizierungsoffensive“ die spezifischen Kernkompetenzen der Unternehmen im Sinne eines Kompetenzpools für zukunftsweisende Ausbildungskooperationen genutzt werden. Konkret kooperieren zehn Unternehmen verschiedener Branchensegmente (vgl. Abb. 3)

Erwartungen der Projektunternehmen

Von einer Beteiligung am Pilotprojekt versprechen sich die Unternehmen vor allem einen branchenspezifischen Kenntniszugewinn. Dieser soll vornehmlich dazu dienen, das (zukünftige) Leistungsspektrum zu erweitern bzw. es den jeweiligen Markterfordernissen anzupassen. Von den Geschäftsleitungen werden an das Pilotprojekt besondere Anforderungen bezüglich der Ausbildungsorganisation gestellt, insofern das Berufsbild durch seine Struktur die Möglichkeit der betriebsspezifischen Auswahl von Qualifikationen bietet. Gleichzeitig erhoffen sich die Unternehmen

Abbildung 3 **Branchenzuordnung der Projektunternehmen**



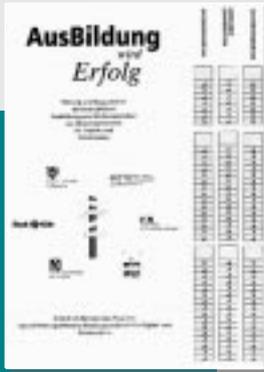
einen regelmäßigen Informationsaustausch über technologische Entwicklungen und betriebsspezifische Investitionen. Für die Auszubildenden erwarten die Unternehmen eine zusätzliche Qualifizierung über das Projekt sowie die ‚Erprobung‘ neuer Ausbildungswege. Speziell erwarten hier die Ausbilder konkrete Unterstützung bei der Umsetzung des Ausbildungsplanes sowohl in fachlicher wie auch methodisch-didaktischer Hinsicht (ein hoher Informationsbedarf besteht im Bereich der „Schlüsselqualifikationen“). Die Erwartungen der Auszubildenden an das Pilotprojekt beziehen sich vor allem auf neue Kontakte, das Kennenlernen neuer Arbeits- und Produktionsmethoden sowie anderer Unternehmensphilosophien. Die Arbeit an gemeinsamen Projekten wird grundsätzlich positiv bewertet.

Zusammenfassend manifestiert sich eine grundlegende Erwartungshaltung an die „Qualifizierungsoffensive“ in dem Bedürfnis nach umfassender Information – sowohl in technologischer Hinsicht wie auch fachspezifischen Fragestellungen –, nach allgemeinem Erfahrungsaustausch sowie nach fachlichen und methodisch-didaktischen Qualifizierungs- und Ausbildungsmöglichkeiten.

Umsetzung der Projektziele

Als feste Bestandteile des Pilotprojektes wurden – neben der ‚Verbundausbildung‘ der Auszubildenden in Form von externen Ausbildungsintervallen und der fachlichen Qualifizierung der Ausbilder – projektbegleitende Workshops für Ausbilder und Auszubildende initiiert.

Weiterhin konnte inzwischen ein *Leitfaden zur Organisation der Ausbildung von Mediengestaltern für Digital- und Printmedien vorgestellt werden*. Ziel dieses Leitfadens ist es, Unternehmen die Planung und Organisation von Ausbildung und Personalentwicklung – unter Berücksichtigung möglicher Ausbildungskooperationen – zu erleichtern. Die-



ser wurde allen Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen zur Beratung der an Verbundausbildung interessierten Unternehmen der Druck- und Multimedia-Branche zur Verfügung gestellt.

AUSBILDER

Die Workshops für die Ausbilder der Projektunternehmen werden als „Kontakt- und Informationsbörse“ in lockerer zeitlicher Abfolge angeboten. Hierzu gehören auch Informationsveranstaltungen, die durch einzelne Projektunternehmen zu bestimmten Themen durchgeführt werden.

Auf Grund der hohen Nachfrage methodisch-didaktischer Qualifizierung wurde zudem ein in regelmäßigen Zeiträumen stattfindender Workshop eingerichtet. Die hier erarbeiteten Themen sollen kontinuierlich in betriebliche Erprobungsphasen einmünden, um auf ihre Tragfähigkeit überprüft und gegebenenfalls modifiziert zu werden.

AUSZUBILDENDE

Die Einrichtung eines projektbegleitenden Workshops für die Auszubildenden erfolgte mit dem Anspruch, neben der prozess- und handlungsorientierten Umsetzung des ‚modularen‘ Berufskonzeptes auch die Vermittlung von überfachlichen Qualifikationen zu unterstützen und zu fördern. Diese Zielsetzung soll u. a. über die Entwicklung und Umsetzung eines gemeinsamen – medienübergreifenden –

Projektes der Auszubildenden erreicht werden.

Die Suche nach dem geeigneten ‚WAS‘ ergab das „Benefiz-Projekt“. Damit verbunden war der Gedanke, für eine karitative Einrichtung, die über keine eigenen Mittel verfügt, die entspre-

chenden Präsentationsmittel zu entwickeln. Mit dem „Jugendcafe Chorweiler e.V.“ wurde eine solche Einrichtung gefunden. Der Aufgabenkatalog umfasst neben der Entwicklung eines Logos die Erstellung einer Internetpräsenz sowie die Erarbeitung eines Plakates. Durch die Unterstützung des msc Multimedia Support Center verfügt die ‚Azubi-Agentur‘ inzwischen über ein mit der branchenüblichen Hard- und Software ausgestattetes eigenes Büro in Köln.

Zwischenbilanz

Erfahrungen zeigen, dass sich mit der Umsetzung des Berufsbildes Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien in Kooperationen eine neue Qualität der Ausbildung ergibt:

- Die einbezogenen Auszubildenden erhalten durch externe Ausbildungsintervalle und zusätzliche Projektarbeiten Einblick in andere Unternehmen und deren Geschäftsfelder. Neben der Förderung fachlicher Qualifikationen werden Kooperations- und Kommunikationsfähigkeit der Auszubildenden erweitert – ein erklärtes Ziel des neuen Berufsbildes.
- Die anfängliche Skepsis bei einigen Unternehmen gegenüber ‚fremden‘ Auszubildenden im Unternehmen konnte inzwischen abgebaut werden. Stattdessen hat sich – vor allem durch die praktischen Erfahrungen – in sämtlichen Unternehmen die Überzeugung durchgesetzt, dass durch den Verbund alle Beteiligten profitieren.
- Neben der individuellen fachlichen Weiterbildung trägt die methodische Qualifizierung der Ausbilder zum sicheren und kompetenten Umgang mit neuen Methoden der Ausbildung bei. Dies führt zu einer erhöhten Planungssicherheit bei der Ausbildungsorganisation.
- Durch die enge Zusammenarbeit der beteiligten Unternehmen ergeben sich auch Kooperationen für gemeinsame Dienstleistungen. Diese Entwicklung ist kein erklärtes Ziel des Projektes, kann aber als bedeutsamer Effekt gesehen werden, der insbesondere kleinen und mittelständischen Betrieben der Medienbranche eine Möglichkeit der innovativen Geschäftsfeldentwicklung bietet.
- Der zeitliche und organisatorische Aufwand für die Betreuung der „Qualifizierungsoffensive“ mit insgesamt 10 Projektunternehmen ist als umfangreich festzustellen. Angesichts dieser Erfahrung ist Nachfolge-Kooperationen zu empfehlen, Ausbildungskooperationen mit 3 bis maximal 5 Unternehmen eines nicht umfassenden Branchenspektrums zu bilden.

Die Kölner „Qualifizierungsoffensive“ zeigt mit dieser Teilbilanz bereits heute, dass Ausbildungskooperationen nicht allein einen ‚Ausbildungsmehrwert‘ schaffen. Gleichzeitig wird die Innovationsfähigkeit der ausbildenden Betriebe erhöht und damit das Ziel der Beschäftigungsförderung im Medienbereich unterstützt. ■

Anmerkungen

- 1 MMB – Michel Medienforschung und Beratung, *Karrierewege in der Multimedia-Wirtschaft – Qualifikationsanforderungen und Arbeitsmarktentwicklung in einer Zukunftsbranche*, Essen 1999, S. 20
- 2 MMB – Michel Medienforschung und Beratung, a. a. O., S. 21