

So gelingt Ausbildung

Azubis, Ausbilder und Geschäftsführer aus drei Druckunternehmen berichten über die Ausbildung in der Druck- und Medienindustrie. Über die Herausforderungen, Chancen und Möglichkeiten, die die Berufsausbildung in der Printindustrie bietet

Ein kleiner Lichtblick für die Druck- und Medienbranche, das waren die letzten Zahlen der Ausbildungsstatistik für das Jahr 2018. 4.777 neue Ausbildungsverträge wurden deutschlandweit unterzeichnet, davon alleine 909 in Bayern. Was zum zweiten Jahr in Folge einen leichten Aufwärtstrend in der bundesweiten Neuakquise von Auszubildenden bedeutet, ist bei den einzelnen Unternehmen noch nicht so recht spürbar. Wie die Druckbetriebe den gewachsenen Herausforderungen in der Ausbildung gerecht werden können, zeigt der Besuch bei den drei bayerischen Unternehmen Schleunungdruck, Flyeralarm Industrial Print und Druckhaus Mainfranken.

Kontakt zu Menschen und Abwechslung im Job sind die Gründe, weshalb Katharina Hahn sich für ihre Ausbildung als Medientechnologin Druck entschieden hat. Die 19-jährige Auszubildende ist Druckerin in vierter Generation. Vater, Großvater, Urgroßvater – alle waren Drucker. Katharina ist jetzt die erste Frau in ihrer Familie, die an der Druckmaschine steht. Auch in ihrem Lehrjahr ist sie die einzige weibliche Druckerin. Vor der Ausbildung stand Katharina den technischen Inhalten noch skeptisch gegenüber. Jetzt weiß sie, dass selbstverständlich auch Frauen in technischen Berufen Erfolg haben können: „Wenn man sich in der Ausbildung

jeden Tag mit Technik beschäftigt, dann kommt das Verständnis ganz von alleine. Es macht einen riesigen Unterschied, ob ich etwas aus dem direkten praktischen Zusammenhang erlerne oder ausschließlich durch abstrakte Theorien in der Schule.“ Zusammen mit Katharina absolvieren noch weitere 9 motivierte Azubis ihre Ausbildung bei Schleunungdruck in Marktheidenfeld. In Zeiten, in denen Azubis in der Druck- und Medienbranche händeringend gesucht werden, schafft es der Ausbildungsbetrieb Schleunung mit vielen Aktivitäten und viel Elan, seine freien Stellen zu 90 Prozent zu besetzen. Ein sehr guter Schnitt.

Das Thema wird zur Chefsache

Ulrich Stetter, Geschäftsführer von Schleunungdruck und Druckhaus Mainfranken, weiß, wie viel Arbeit seitens des Unternehmens in die Rekrutierung von Auszubildenden investiert werden muss. Die Maßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit und zur Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität hat der Betrieb in den letzten Jahren massiv ausgeweitet. Von regionalen Ausbildungsmessen über Schulbesuche bis hin zur Online-PR versucht »



Katharina Hahn (rechts) mit Auszubildenden von Schleunungdruck



Unser Vorteil, gegenüber den großen Konkurrenten im Umkreis, ist das Image eines sympathischen Familienunternehmens.

Ulrich Stetter, Geschäftsführer von Schleunungdruck und Druckhaus Mainfranken

die Druckerei auf sich aufmerksam zu machen. Inzwischen setzt sich Stetter viel intensiver mit der Berufsausbildung in seinem Betrieb auseinander als noch vor zehn Jahren. Das Thema wird, wie bei vielen Druckunternehmen, zunehmend zur Chefsache. Und auch er weiß, das äußere Image kommt von innen. „Der Ruf unseres Unternehmens wird durch unsere Mitarbeiter nach außen transportiert. Heutzutage können sich die Schulabsolventen ihren Arbeitsplatz aussuchen und bewerben sich schließlich beim attraktivsten Arbeitgeber. Unser Vorteil, gegenüber den großen Konkurrenten im Umkreis, ist das Image eines sympathischen Familienunternehmens.“ Auch strategisch und organisatorisch hat sich der Betrieb angepasst. Es braucht Ausbilder, die sich hauptamtlich um das Thema kümmern.



Die Prüfungsvorbereitung der üba bildet bei den Azubis eine solide Basis, die ihnen einen wesentlichen Vorteil in der Prüfung verschafft.

Katja Hermann, Ausbilderin für Mediengestaltung bei Schleunung



Ausbilder bei Flyeralarm und Schleunungdruck mit Katja Hermann (erste von links) und Wolfgang Fischer (zweiter von rechts).



Azubis von Flyeralarm und Schleunungdruck mit Ausbilder Wolfgang Fischer (rechts) bei der Heißfolienprägung.

Gemeinsam mehr erreichen

Ein Ausbilder im Hauptamt bei Schleunungdruck und Flyeralarm Industrial Print ist Wolfgang Fischer. Der Ausbilder für den Druck weiß, wie es um die Ausbildung in der Druck- und Medienbranche steht. „Wir müssen leider feststellen, dass die Bewerber mit immer weniger Vorwissen eine Ausbildung antreten. Gewisse Grundlagenthemen müssen wir darum innerhalb der Ausbildung wieder ausgleichen, damit die ausgelernten Azubis trotzdem mit maximalem Wissen ins Berufsleben starten können“, berichtet der Ausbilder. Die Druckunternehmen Flyeralarm Industrial Print und Schleunung sind zum Ergebnis gekommen, dass sie gemeinsam mehr erreichen, um den steigenden Anforderungen an die Berufsausbildung gerecht zu werden. Darum haben sich beide Betriebe zur Kooperation entschlossen. Gemeinsam haben sich die Ausbildungsbetriebe eine Druckmaschine speziell für ihre Azubis zugelegt. „Das hat gleich mehrere Vorteile: Wir können die praktische Ausbildung besser konzentrieren und das Wissen von Grund

auf systematisch aufbauen. Die Auszubildenden können jederzeit an der Druckmaschine arbeiten und sind nicht auf die Maschinen angewiesen, die den ganzen Tag für die Produktion durchlaufen. Das ist für den gesamten Betrieb von Vorteil“, erklärt Fischer. Außerdem spricht sich gute Ausbildung – Stichwort Image – auch bei jungen Leuten herum.

Darüber hinaus strebt das Ausbildungsteam immer weitere Optimierungen in der Lehre an, wie beispielsweise durch ein breiteres Seminarangebot. Trotz allem sehen sie die regelmäßige Teilnahme an Schulungen bei der überbetrieblichen Ausbildung (üba) des Verbands Druck und Medien Bayern als unerlässlich an. „Die Prüfungsvorbereitung der üba bildet bei den Azubis eine solide Basis, die ihnen einen wesentlichen Vorteil in der Prüfung verschafft. Durch die Abschlussvorbereitung schließen die Azubis mit wesentlich besseren Noten ab“, betont Katja Hermann, Ausbilderin für Mediengestaltung bei Schleunung.

Werben, werben, werben

Mehr PR, eine eigene Ausbildungsmaschine, Top-Ausbilder – und trotzdem wird die Suche nach Nachwuchskräften für Schleunung immer schwerer. Doch wie können junge Leute zu einer Berufsausbildung in der Printbranche motiviert werden? Der angehende Medientechnologe Druck, Heiko Rützel, findet, dass es der Branche an Bekanntheit fehlt. Der Azubi im ersten Lehrjahr bei Schleunung meint: „Der Beruf des Druckers ist heute bei Jugendlichen in meinem Alter ziemlich unbekannt. Es bräuchte mehr Schulbesuche seitens der Druckunternehmen, insbesondere in den Abschlussklassen. Dadurch kann auch das Image der Industrie, als zukunftsgerichtete und moderne Branche, verbessert werden. Denn Print wird es immer geben, das muss man vermitteln.“

Fazit

Aufatmen ist in der Branche noch nicht angesagt, doch die Bemühungen der letzten Jahre durch Betriebe und Verbände zeigen ihre erste Wirkung. Durch die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, der Ausbildungsqualität und der Werbung für die Berufe kann bei den Jugendlichen das Image der Printindustrie wesentlich verbessert werden. Haben sie die Medien- und Druckberufe erst einmal entdeckt, merken viele, dass sich eine Ausbildung in der Branche lohnt. So wie bei Katharina Hahn über vier Generationen.



Der VDMB im Gespräch mit Ulrich Stetter, Geschäftsführer von Schleunungdruck und Druckhaus Mainfranken.