



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Digitaler Durchblick

Neue Fortbildungsabschlüsse in der Druck- und Medienwirtschaft



Impressum

Herausgeber

Bundesministerium
für Bildung und Forschung (BMBF)
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11055 Berlin

Bestellungen

schriftlich an den Herausgeber
Postfach 30 02 35
53182 Bonn
oder per
Tel.: 01805 – 262 302
Fax: 01805 – 262 303
(0,12 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz)
E-Mail: books@bmbf.bund.de
Internet: <http://www.bmbf.de>

Redaktion

BMBF, Referat 312
Ordnung der beruflichen Bildung

Autorin

Pressebüro Helga Ballauf M.A., München

Gestaltung

heimbüchel pr
kommunikation und publizistik GmbH,
Köln/Berlin

Bonn, Berlin 2006

Gedruckt auf Recyclingpapier

Bildnachweis

MEV



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Digitaler Durchblick

Neue Fortbildungsabschlüsse in der Druck- und Medienwirtschaft



„Bildung eröffnet Chancen“ – das ist kein leeres Schlagwort; das ist die Realität der Absolventen und Absolventinnen der in dieser Broschüre beschriebenen Fortbildung. Insbesondere Inhaber kaufmännischer Berufsausbildungsabschlüsse haben durch diese Fortbildung die Möglichkeit, ihr Potenzial weiterzuentwickeln. Sie können ihre beruflichen Qualifikationen erhöhen und erweitern und sich damit für andere Aufgaben und Tätigkeitsfelder qualifizieren. Diese anspruchsvolle Fortbildung ermöglicht es, durch Weiterbildung und Berufspraxis in den Betrieben auf verantwortliche Positionen zu gelangen. Der Abschluss ist seit langem in Betrieben gut eingeführt und eröffnet berufliche Entwicklungsmöglichkeiten.

Chancen durch Bildung eröffnen sich jedoch nicht nur den Fortgebildeten selbst. Auch für die Betriebe und Unternehmen lohnt es sich, diese Fortbildungsangebote zu einem Instrument ihrer Personalentwicklung zu machen und auch Absolventen und Absolventinnen solcher Fortbildungen ein-

zustellen. Denn sie haben sich nicht nur erfolgreich weitergebildet, sie verfügen außerdem über eine einschlägige Ausbildung und Berufspraxis. Sie wissen also aus verschiedenen Zusammenhängen, wie betriebliche Abläufe funktionieren und kennen aus eigener Erfahrung die Anforderungen.

Diese Fortbildung ist ein Angebot an Betriebe und Beschäftigte. Nutzen Sie es!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Michael Thielen'. The signature is fluid and cursive, written on a light-colored background.

Michael Thielen
Staatssekretär im Bundesministerium für
Bildung und Forschung

Inhalt

I. Vom Handwerk zur Dienstleistung	4
Die Druck- und Medienwirtschaft im Wandel	4
Beispiele für den Wandel	4
Wie sich die Qualifikationsanforderungen verändern	5
II. Meisterlich im Organisieren von Geschäftsprozessen	5
Die neuen Fortbildungsabschlüsse	5
Geprüfte/r Medienfachwirt/in	6
Geprüfte/r Industriemeister/in Digital- und Printmedien	6
Konkurrenzen und Karriere	6
III. Der Nutzen für Unternehmen und Weiterbildungswillige	7
Fortbildung ohne Aufstiegsgarantie	7
Chance Generationswechsel	7
Engagement und Kompetenz zählen	7
Perspektive Selbständigkeit	8
IV. Lernwege	8
Die berufsbegleitende Qualifizierung	8
Der Vollzeitlehrgang	8
Der Fernunterricht	8
Aufwand und Kosten	9
V. Anhang	9
Häufig gestellte Fragen	9
Literatur	11
Web-Adressen	11

I. Vom Handwerk zur Dienstleistung

Die Druck- und Medienwirtschaft im Wandel

Egal, ob Sie Ihren Tag damit beginnen, unter der Dusche die Radionachrichten zu hören, ob Sie das Frühstücksfernsehen laufen lassen oder zur ersten Tasse Kaffee die Schlagzeilen der Tageszeitung lesen – ein Medium ist beim Wachwerden fast immer dabei. Gedruckte, audiovisuelle und multimediale Erzeugnisse sind zu Hause, in der Schule, bei Arbeit und Freizeit nicht mehr wegzudenken.

Die neuen Möglichkeiten der Medienintegration und der Telekommunikation haben in den vergangenen Jahren dafür gesorgt, dass die Druck- und Medienindustrie umgekrempelt wurde. Text und Ton, Grafik und Animation, Stand- und Bewegtbild – unterschiedliche Informationstypen also – werden auf der Plattform des Computers in medienneutrale Datensätze verwandelt. Sie können getrennt bearbeitet und dargestellt oder zu einer Anwendung zusammengeführt werden. Die beliebige Vernetzung verschiedener Rechner über Telefon, ISDN, Fernseekabel oder Satellit ermöglicht es, diese Daten ohne Qualitätsverlust schnell, ortsunabhängig und interaktiv zu nutzen. Das Endprodukt kann ebenso gut ein gedruckter wie ein elektronischer Katalog sein, eine CD-ROM, eine Bilddatenbank, ein Buch oder eine Hörkassette.

Die Branchengrenzen lösen sich auf. Der klassische Druckhandwerker entwickelt sich zum Anbieter integrierter Mediendienstleistungen. Zeitschriftenverlage betreiben auch Fernsehsender und verwerten das Material ein drittes Mal im Internet. Konsumgüterhersteller arbeiten mit internen oder externen Marketing- und Multimediaspezialisten zusammen. Neue Formen der Kooperation im Betrieb und der Arbeitsteilung mit anderen Firmen der Medien-, Verlags-, Werbe- oder IT-Wirtschaft sind gefragt. Gleichzeitig gilt: Jedes Medienunternehmen – vom Verlagskonzern über die mehrstufige Druckerei bis zur kleinen Werbeagentur – muss das eigene Profil schärfen.

Eine Branchenanalyse für die Druck- und Medienwirtschaft kam jüngst zu dem Schluss, modernste Technologie allein helfe dabei wenig. Wichtig sei vielmehr, die Wechselwirkungen zwischen Technik, Organisation, Personal und Markt zu berücksichtigen. Die Integration des Lernens in den Prozess der Arbeit gewinne zunehmend an Bedeutung, seien doch die Kompetenzen der Mitarbeiter die Grundlage für betriebliche Innovationen. Ziel müsse sein, nicht mehr auf Kundenaufträge zu warten, sondern selbst eigene Konzepte zu entwickeln und anzubieten. Allein – oder gemeinsam mit Partnern.

Beispiele für den Wandel

- + Die Druckerei hat Direktmarketing als neues Geschäftsfeld etabliert. Auftraggeber ist ein großes Versandhaus, das einen Minikatalog an potenzielle Endkunden schicken möchte. Die Druckerei bringt alles zusammen und ins Laufen – Adressen und Daten, Herstellung, Postauslieferung und Rechnungsstellung.
- + Zwei junge Mediengestalterinnen haben ihre eigene Agentur gegründet. Sie nehmen nicht nur einzelne Gestaltungsaufträge von Kunden an, sondern beraten auch konzeptionell: Ist ein Faltblatt wirklich der richtige Werbeträger für das Produkt? Wäre eine Mailing-Aktion geeigneter? Wie lassen sich bisherige Einzelmaßnahmen zu einer Marketingstrategie verknüpfen?
- + Der Fernsehsender nimmt eine neue Talkshow ins Programm. Arrangement und Bau der entsprechenden Bühnenausstattung werden an eine Fremdfirma vergeben. In die Ausschreibung müssen bereits alle technischen und betriebswirtschaftlichen Details hinein, die später Grundlage für die Auftragserteilung sein werden. Für das Sichten der Angebote, die beim Sender eingehen, ist die Kompetenz eines Medienfachwirts gefragt: Er bewertet sie aus fachlicher und kaufmännischer Sicht.
- + Der Verpackungsmittelproduzent stanzt, falzt und bedruckt seit Jahrzehnten Tüten, Schachteln und Beutel für Markenartikelhersteller. Ein eigenes Team berät inzwischen neue Auftraggeber über die Möglichkeiten modernen Verpackungsdesigns. Das hat Auswirkungen auf interne Arbeitsabläufe: Schnittstellenmanager sind gefragt, die etwas von Kundenwünschen und Kostenrechnung, von der Vorstufentechnik und vom Druck verstehen.

Wie sich die Qualifikationsanforderungen verändern

Von einigen Großverlagen abgesehen besteht die Druck- und Medienwirtschaft in der Bundesrepublik im Kern aus Klein- und Mittelunternehmen. Den Zahlen des Bundesverbands Druck und Medien zufolge waren im Jahr 2004 in fast 71 Prozent der Unternehmen zwischen einem und neun Beschäftigten tätig; dagegen wurden lediglich 28 Unternehmen mit mehr als 500 Arbeitskräften gezählt. An der mittelständischen Prägung der Wirtschaftssparte ändert sich wenig, selbst wenn man Fernseh- und Filmanstalten, Werbeagenturen und Multimedia-Unternehmen dazu denkt.

Der Wandel bei Technik und Arbeitsabläufen wirkt sich direkt auf die Qualifikationsanforderungen aus. Ein Branchenkenner beschreibt die neue veränderte Lage: „Früher brauchte der Facharbeiter die Anweisungen des Meisters, um zu wissen, wo's lang geht. Heute ist er selbst hoch spezialisiert auf integrierte Arbeitsverfahren. Da kann der Vorgesetzte oft gar nicht mehr mithalten. Der braucht stattdessen Führungskompetenz: Wie binde ich hochqualifizierte Facharbeiter und Facharbeiterinnen optimal in die Geschäftsprozesse ein?“

Ein Paradigmenwechsel: „Meister sein“ heißt inzwischen, über Kompetenzen zu verfügen, die unabhängig vom raschen Wandel der Arbeitstechniken einsetzbar sind. Gefragt sind untere und mittlere Führungskräfte, die in ihrem Zuständigkeitsbereich die unternehmerischen Abläufe planen, steuern und kontrollieren können.

II. Meisterlich im Organisieren von Geschäftsprozessen

Die neuen Fortbildungsabschlüsse

Die Veränderungen in der gesamten Medienwirtschaft veranlassten die Sozialpartner noch vor dem Jahr 2000, die Aus- und Fortbildung neu zu ordnen und zu verzahnen.

Die klassische Industriemeister-Fortbildung – etwa für den Druck – wurde völlig umgestellt: Ziel ist nicht mehr die fachliche Perfektion in einem Spezialgebiet, sondern die Fähigkeit, Arbeitsprozesse und unternehmerische Abläufe zu planen, zu steuern und zu kontrollieren. Damit erweitert sich das Einsatzspektrum der Fortgebildeten – von der Drucktechnik über Multimedia bis zur Papierverarbeitung.

Gleichzeitig erhielt der traditionell kaufmännisch geprägte Fachwirte-Abschluss eine neue, auf die Medienindustrie und ihre Produktions- und Dienstleistungsprozesse zugeschnittene Form. Im handlungsspezifischen Prüfungsteil wird, je nach Branchenerfahrung, der Bereich Audiovisuelle Medien, Printmedien, Digitalmedien oder Veranstaltungstechnik gewählt.

Es stellte sich heraus: Das, was Medienfachwirt/innen mit den Schwerpunkten Digital- und Printmedien am Ende der Qualifizierung beherrschen müssen und das, was von den Industriemeister/innen Digital- und Printmedien in der Prüfung erwartet wird, stimmt fast völlig überein.

Damit gibt es einen Aufstiegsfad, der Fachkräften der Druck- und Medienindustrie mit ganz unterschiedlichen alten und neuen Zugangsberufen offensteht – ob sie nun Buchbinderin sind, Fachkraft für Medien- und Informationsdienste, Flexograph, Mediengestalterin, Film- und Videoeditor, Schriftsetzerin oder Verpackungsmittelmechaniker. Ein bundesweit einheitlicher Pfad mit Wegvarianten – je nach beruflicher Vorerfahrung und Neigung.

Als grobe Faustregel kann gelten: Wer Schichtführer oder technische Betriebsleiterin werden oder Produktionsprozesse standardisieren und optimieren möchte, macht den Abschluss Industriemeister/in Digital- und Printmedien. Wer sich dagegen stark für Vertrieb, Kundenmanagement, Projekt- und

Kostensteuerung interessiert und wer sich nicht auf eine Sparte der Medienwirtschaft festlegen will, wählt eher den Abschluss Medienfachwirt/in.

Geprüfte/r Medienfachwirt/in

Seit März 2002 kann dieser Abschluss erworben werden. Die Erprobungsphase lief bis zum 1. November 2004. Seitdem gilt eine bundesweit rechtsgültige Verordnung. Neu ist, dass die Zugangsvoraussetzungen gelockert, die zu erwerbenden Kompetenzen präzisiert und in den Bereichen Personalentwicklung und -führung erweitert wurden.

Geprüfte Medienfachwirt/innen sind befähigt, in ihrem gewählten Handlungsfeld – Audiovisuelle (AV-)Medien, Digitalmedien, Printmedien oder Veranstaltungstechnik – medientechnische Produktionen in technischer, betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Hinsicht selbstständig und eigenverantwortlich zu planen, zu steuern, durchzuführen und zu kontrollieren. Sie können Kunden beraten, Marketingkonzepte und Kalkulationen erstellen, Projekte und Produktionen konzipieren und organisieren. Sie sind in der Lage, qualifizierte Aufgaben im jeweiligen Produktionsprozess zu übernehmen. Ihnen können Führungs-, Ausbildungs- und Qualifizierungsaufgaben übertragen werden.

Bei der Zulassung zur Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer (IHK) gilt ein gestaffeltes Verfahren: Zum ersten Teil der Abschlussprüfung, in dem es um den Nachweis der „Grundlegenden Qualifikationen“ geht, darf antreten, wer eine einjährige Berufspraxis in einem der branchenspezifischen Zugangsberufe nachweisen kann. Wer aus einem anderen Berufsfeld in die Medienwirtschaft gekommen ist, muss dort zwei Jahre lang Arbeitserfahrungen gemacht haben. Quereinsteiger/innen, die über keinen Ausbildungsabschluss verfügen, brauchen eine fünfjährige einschlägige Berufspraxis.

Für den zweiten Teil der Prüfung, den Nachweis der „Handlungsspezifischen Qualifikationen“ wird in allen Fällen ein weiteres Jahr Berufspraxis vorausgesetzt. Der Abschluss des ersten Teils darf nicht länger als fünf Jahre zurückliegen.

Außerdem kann zu den Prüfungen auch zugelassen werden, wer auf andere Weise glaubhaft macht, über ausreichende Kenntnisse, Fertigkeiten und Erfahrungen zu verfügen.

Geprüfte/r Industriemeister/in Digital- und Printmedien

Die bundesweit einheitliche Prüfungsverordnung für diesen Fortbildungsberuf gilt seit 27. Juni 2003.

Geprüfte Industriemeister/innen Digital- und Printmedien sind befähigt, Digital- und Printmedienproduktionen zu planen, zu steuern, durchzuführen und zu kontrollieren und zwar in technischer, betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Hinsicht. Sie sind in der Lage, die Geschäftsabläufe zu organisieren und weiter zu entwickeln und einem Qualitätsmanagement zu unterziehen. Sie beraten Kunden, kalkulieren und konzipieren Produkte und entwerfen Marketingvorhaben. Sie sind fachlich qualifiziert für Mediengestaltung, medienorientierte Datenverarbeitung und Produktion und berücksichtigen dabei medienrechtliche Vorschriften. Sie sind fähig, Führungs- und Qualifizierungsaufgaben wahrzunehmen.

Die Zulassung zur Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer entspricht dem beim Medienfachwirt beschriebenen Verfahren. Eines kommt hinzu: Angehende Industriemeister/innen Digital- und Printmedien müssen die berufs- und arbeitspädagogische Qualifikation nach der Ausbilder-Eignungsverordnung durch eine Prüfung vor einer Kammer bis zum Abschluss des Prüfungsverfahrens nachweisen.

Konkurrenzen und Karriere

Beide Fortbildungsberufe sind konkurrenzlos auf dem Arbeitsmarkt, wenn man berücksichtigt, dass sie fachliche, betriebswirtschaftliche und Managementkompetenzen mit betrieblichen Erfahrungen verknüpfen. Gleichwohl hängt viel von Branchentradition und Unternehmenskultur ab, wenn die Entscheidung ansteht, ob eine mittlere Führungsposition mit einem schulisch fortgebildeten Druck- und Medientechniker, mit einem Hochschulabsolventen mit einschlägigem Ingenieur-, Bachelor- oder Masterabschluss oder aber mit einem Industriemeister Digital- und Printmedien bzw. mit einem Medienfachwirt besetzt wird. „Einen Königsweg gibt es in unserer Branche nicht, und das ist gut so“, urteilt ein erfahrener Berufsbildungsexperte.

Wer schließlich einige Jahre Erfahrung als Medienfachwirt oder Industriemeister Digital- und Printmedien gesammelt hat, kann die derzeit höchste Ebene der beruflichen Aufstiegsfortbildung anstreben und sich weiterqualifizieren zum/r Betriebswirt/in (IHK) oder Geprüften Technischen Betriebswirt/in. Beide Abschlüsse werden ebenfalls von IHKs geprüft.

III. Der Nutzen für Unternehmen und Weiterbildungswillige

Fortbildung ohne Aufstiegs- garantie

Nicht selten beginnen Fachkräfte der Druck- und Medienwirtschaft eine Fortbildung, um Medienfachwirt/in oder Industriemeister/in Digital- und Printmedien zu werden, ohne dass der Chef oder die Kollegen etwas davon wissen. Die Gründe dafür sind ganz unterschiedlich. Der Abschluss in der Tasche ist für sie ein Joker: Eine Karte, die sie nur im beruflichen Notfall ausspielen. Aufstiegsqualifizierung als Job(ver)sicherung.

Das ist angesichts des angespannten Arbeitsmarkts verständlich. Dennoch warnt ein angehender Industriemeister, der diese Argumentation von Kurskollegen kennt: „Wer weiter im Drei-Schicht-Betrieb arbeiten muss, für den ist der Lehrgang nichts weiter als teuer bezahlte Freizeit.“ Ob Betriebsleiter, Schulleiterin oder Absolvent, Einigkeit besteht darin: Die Aufstiegs-posten fliegen einem nicht zu; wer die Fortbildung gemacht hat, muss auch den Spielraum für höherwertige Tätigkeiten oft erst selbst schaffen.

In vielen mittelständisch geprägten Betrieben sind nur wenige Positionen im mittleren Management ausgewiesen. Langsam gedeiht aber in der Druck- und Medienindustrie die Einsicht, dass die Entwicklung von Technik und Markt neue Wege in der Unternehmensführung erfordert. „Inzwischen merken immer mehr kleine Firmen, dass es ohne aktive Kundenpflege und Marketing nicht weiter geht, dass sie ganz bewusst ihren Platz im Markt definieren müssen“, sagt eine Branchenkennerin.

Chance Generationswechsel

Gute Chancen entstehen, wenn ein Generationswechsel an der Firmenspitze bevorsteht. Der Wechsel in der Betriebsleitung wird meist genutzt, um Aufgabenfelder wie Kundenbetreuung, Auftragsbearbeitung und Kalkulation neu zuzuschneiden und zu besetzen. „Die Übernahme von Unternehmen durch die jüngere Generation eröffnet auch berufliche Aufstiegsmöglichkeiten auf der zweiten Hierarchieebene“, erläutert ein Verbandsvertreter. Genau das richtige Feld für die Fortgebildeten mit ihrem fachlichen und betriebswirtschaftlichen Know-how.

Im Bereich der AV-Medien lässt diese Entwicklung noch etwas auf sich warten. Bei den großen Hörfunk- und Fernsehanstalten gibt es nur wenige einschlägige Posten. „Bei den vielen kleinen Produktionsfirmen der Branche überwiegt noch das kreative Chaos“, sagt ein Ausbildungsleiter. Tatsächlich gibt es eine geregelte Erstausbildung im audiovisuellen Markt erst seit wenigen Jahren. „Wenn die Firmengründer, die sich noch alles selbst beigebracht haben, in ein paar Jahren Nachfolger suchen, werden Fachwirte und Industriemeister gefragt sein“, prognostiziert der AV-Experte.

Unternehmen der Medienwirtschaft suchen beispielsweise Druckerei- und Vertriebsleiter, Kundenbetreuer und Sachbearbeiter, Ausbilder und Kontakter oder aber Bewerber, die die Produktionsüberwachung oder die Assistenz der Geschäftsleitung übernehmen können: Stellen- und Tätigkeitsbeschreibungen, für die sich die Fortgebildeten qualifiziert haben.

Engagement und Kompetenz zählen

Oft ist es gar nicht das Detailwissen, sondern der zurückgelegte Weg, der den Karrieresprung ermöglicht, sagt ein Geschäftsführer: „Wer nebenberuflich den Medienfachwirt oder den Industriemeister gemacht und dafür eine eigenständig erstellte Hausarbeit abgeliefert hat, zeigt Engagement und weiß, wo es lang geht: Da muss ein expandierender Betrieb direkt zugreifen!“

Aufstrebende Fachkräfte der Verpackungsmittelindustrie entdecken zunehmend die neuen Fortbildungsberufe, egal ob sie Verpackungsmittelmechanik, Verpackungstiefdruck oder Mediengestaltung gelernt haben: „In der Weiterverarbeitung haben – anders als in der Vorstufe – erst wenige Kollegen eine Aufstiegsqualifizierung gemacht. Da braucht man gute Führungskräfte“, sagt ein Trainer.

Perspektive Selbständigkeit

Und schließlich gibt es noch die Möglichkeit, sich selbstständig zu machen: Ob als Mediengestalterin, Werbefotograf, Kameramann, Veranstaltungstechnikerin oder Buchhersteller. Wer sich auf einem harten, schnellen und höchst beweglichen Markt behaupten will, muss fachlich gut sein. „Aber ohne fundierte Kenntnisse in Kostenrechnung, Recht, Projektmanagement und Marketing kommt man nicht aus“, sagt die Medienfachwirtin, die als selbstständige Mediendesignerin tätig ist und fügt hinzu: „Nützlich sind auch das erweiterte Branchenwissen und die Kontakte, die man im Vorbereitungslehrgang erwirbt. Und natürlich der Titel. Der öffnet zwar nicht sofort die Tür zu neuen Aufträgen, hilft aber als Kompetenznachweis im Wettbewerb.“

IV. Lernwege

Es lassen sich drei Formen der Lehrgangsorganisation unterscheiden.

Die berufsbegleitende Qualifizierung

Was bei Teilzeitkursen zu bedenken ist: Lohn und Gehalt am Arbeitsplatz laufen wie gewohnt weiter. Eventuell übernimmt der Arbeitgeber die Kurskosten oder steuert zumindest etwas bei. Nach Feierabend und am Samstag nach einer vollen Arbeitswoche zu lernen ist allerdings hart. Dazu kommt die Prüfungsvorbereitung, die viel vom Jahresurlaub auffrisst, sofern der Arbeitgeber nicht (teil)freistellt.

Der bisherige Job bleibt erhalten – auch wenn man die Fortbildung abbricht, die Prüfung nicht besteht oder keine höherwertige Stelle danach findet. Der Haken: Wer den Ab-

sprung nicht schafft und die neu erworbenen Qualifikationen nicht einsetzt, hat viel Lernaufwand umsonst betrieben.

In der mittelständisch geprägten Druck- und Medienindustrie gelingt der Aufstieg beim bisherigen Arbeitgeber eher selten. Wer gleichzeitig arbeitet und lernt, hat aber oft nicht mehr die Kraft, sich auch noch nach einem neuen Posten in einem anderen Unternehmen umzusehen. Andererseits: Manchmal erfährt man gerade im Alltagsgeschäft von beruflichen Alternativen.

Der Vollzeitlehrgang

Was bei Vollzeitkursen zu bedenken ist: Die Lernenden müssen auf Ersparnis oder Meister-Bafög zurückgreifen. Das heißt unter Umständen für die ganze Familie: ein Jahr ganz knapp kalkulieren. Außerdem: Die Umstellung vom Arbeiten aufs Lernen fällt oft nicht leicht. Da hilft es, den Tag ungeteilt dem Lernen widmen zu können – gemeinsam mit Gleichgesinnten. In diesem Freiraum können besonders die persönlichkeitsbildenden Aspekte der Fortbildung nachwirken.

Es verlangt Mut, eine feste Stelle zu kündigen, um sich nach erfolgreicher Fortbildung vielleicht beruflich verbessern zu können, befreit aber manche auch von Fesseln. Man ist nicht mehr im Alltagsgeschäft. Das erschwert informelle Kontakte, erleichtert aber bei der Suche nach einem neuen Job den Blickwechsel: Weg von der reinen Fachebene und hin zu Aufgaben des Planens, Steuerns und Konzeptionierens.

Der Fernunterricht

Was beim Fernunterricht zu beachten ist: Meist führen ganz praktische Gründe zur Suche nach einem solchen Angebot. Weil man eine weite Anfahrt zum nächsten Bildungsinstitut vermeiden will; weil Schichtdienst oder der schwer kalkulierbare Feierabend gegen einen regelmäßigen Kursbesuch sprechen. Gerade junge Fachkräfte der Druck- und Medienindustrie fühlen sich am Rechner zuhause. Da liegt es nahe, auch online lernen zu wollen.

Doch selbst Menschen, die sehr gut planen und diszipliniert arbeiten können, brauchen bei dieser Form des Lernens Rückmeldungen und Unterstützung. „Blended Learning“ setzt sich durch – der strukturierte Wechsel zwischen Präsenz- und Fernlernen, kombiniert mit einer ständig abrufbaren professionellen Fachbetreuung und Lernbegleitung.

Aufwand und Kosten

Für beide Aufstiegsfortbildungen werden jeweils 820 Unterrichtsstunden empfohlen. Dazu kommt die Zeit fürs selbstständige Lernen und für die Prüfungsvorbereitung. Ein möglicher, aber selten gewählter Weg ist es, sich ganz allein auf die Prüfung vorzubereiten.

Wichtig für Fortbildungswillige, die den Medienfachwirt-Abschluss in den Bereichen Audiovisuelle Medien und Veranstaltungstechnik machen wollen: Erst wenige Lehrgangsanbieter können diese fachspezifischen Teile abdecken. Eine Lösung ist, das prüfungsrelevante Wissen im eigenen Fachgebiet auf andere Weise aufzufrischen (rund 200 Unterrichtsstunden) und nur die Lehrgänge für die anderen Blöcke zu belegen.

Die Kosten betragen, je nach Anbieter und Lehrgangsform, zwischen 3.900 und 8.800 Euro. Außerdem fallen Prüfungsgebühren an. Eine Förderung nach Meister-BAföG ist möglich. In einigen Bundesländern erlauben es Bildungsurlaubsgesetze, sich in der letzten Phase unmittelbar vor der Prüfung frei zu nehmen, ohne auf Gehalt zu verzichten.

Es empfiehlt sich, mit dem Arbeitgeber über zeitliche und finanzielle Entlastung zu verhandeln. Manchmal ist in Betriebsvereinbarungen zur Personalentwicklung bereits einiges geregelt – etwa die prozentuale Übernahme der Lehrgangskosten durch den Arbeitgeber oder die Möglichkeit, befristet weniger zu arbeiten, um mehr Zeit fürs Lernen zu haben. In der Druckindustrie, in der papierverarbeitenden Industrie sowie in öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gibt es Tarifverträge für Fortbildung und Umschulung. Sie bieten einen Verhandlungsrahmen, selbst wenn eine verbindliche betriebliche Umsetzung fehlt.

VI. Anhang

Häufig gestellte Fragen

Können die Fortbildungskosten steuerlich abgesetzt werden?

- + Aufwendungen für die Fortbildung im Beruf und für Umschulungsmaßnahmen, die einen Berufswechsel vorbereiten, sind als Betriebsausgaben/Werbungskosten unbeschränkt abziehbar.

Sollten sich diese Aufwendungen mangels positiver Einkünfte nicht im Entstehungsjahr auswirken, so kommt insoweit ein Verlustrücktrag ins vorangegangene Jahr bzw. ein Verlustvortrag in zukünftige Jahre in Betracht.

Zu den typischen als Betriebsausgaben bzw. Werbungskosten abziehbaren Aufwendungen für eine berufliche Fortbildung gehören z. B.

- + Lehrgangs-, Schul-, Studien- und Prüfungsgebühren, Arbeitsmittel (z. B. Computer) Fachliteratur,
- + Fahrten zwischen Wohnung und Ausbildungsort,
- + Mehraufwendungen wegen auswärtiger Unterbringung.

Wie finde ich heraus, welche Qualifizierung für mich richtig ist?

Unter www.berufenet.de kann man sich einen ersten Eindruck von den einzelnen Berufen verschaffen. In der Datenbank www.wis.ihk.de sind einschlägige regionale Lehrgangsanbieter zu finden. In der Druck- und Medienindustrie gibt es eine Reihe von Bildungsinstituten, die sich auf die Branche spezialisiert und langjährige Erfahrung haben. Die Checkliste des BIBB (s. Webadresse) informiert darüber, auf welche Qualitätskriterien es bei den Schulungen ankommt. Im Forum www.medienfachwirt-krutki.de tauschen angehende und erfahrene Medienfachwirte und Industriemeister aktuelle Einschätzungen von Lehrgangsanbietern und Prüfungsinhalten aus.

Wo kann ich mich prüfen lassen?

In der Datenbank www.wis.ihk.de ist aufgeführt, welche IHK welchen Abschluss prüft. Detailinformationen erteilen die Mitarbeiter der IHK. Die Kontaktdaten sind unter www.dihk.de zu finden.

Welche besondere Rolle spielt der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA)?

Im ZFA haben sich vor gut 50 Jahren die Tarifvertragsparteien der Branche zusammengeschlossen, um fachliche Fragen der Berufsbildung gemeinsam zu regeln. Heute sind das der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und die Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) – Medien, Kunst und Industrie. Nach wie vor gehört das Erstellen bundeseinheitlicher Prüfungsaufgaben für die Ausbildungsberufe der Druck- und Medienwirtschaft zu den wichtigsten Aufgaben des ZFA. In dieser Art ist er ein einmaliges Gremium im deutschen Berufsbildungssystem.

Was hat die „Qualifizierungsoffensive Druck und Medien“ mit der Aufstiegsfortbildung zu tun?

Es handelt sich dabei um ein modulares System der Anpassungsqualifizierung und schließt mit ZFA-Zertifikaten ab. Es setzt dem unregelmäßigen Wildwuchs in der Weiterbildungslandschaft Branchenstandards entgegen. Die Qualifizierungsbausteine erlauben es Quereinsteigern, fachliche Lücken zu schließen. Sie eröffnen ausgebildeten Fachkräften der Branche einen diagonalen Karriereweg, etwa wenn ein Medienoperator sich zusätzlich auf Medienberatung spezialisiert. Außerdem können die Kurse der Anpassungsqualifizierung ein Sprungbrett zur Aufstiegsfortbildung sein.

Ist es von Vorteil, beide Prüfungen zu machen – zum Industriemeister Digital- und Printmedien und zum Medienfachwirt?

Eine bestechende Idee, mal das eine, mal das andere Zeugnis aus der Tasche zu holen, je nachdem, ob man sich beispielsweise in einer großen Werbeagentur oder in einer mehrstufigen Druckerei bewirbt. Gerade junge Fachkräfte wollen sich nach allen Seiten absichern. Müssen sie beide Prüfungen absolvieren und vorher zwei vollständige Vorbereitungslehrgänge durchlaufen? Das kommt darauf an: Es bestehen im Rahmen der beiden Rechtsverordnungen Möglichkeiten der wechselseitigen Anrechnung von Prüfungsleistungen. Ein nicht unerheblicher, aber dennoch überschaubarer Mehraufwand bleibt. Auskunft darüber erteilen einzelfallbezogen die IHKs, vor denen die Prüfung abgelegt wird.

Immer wieder ist zu hören, dass sich bald berufliche Qualifikationen auf Hochschulleistungen anrechnen lassen. Was ist dran?

Im November 2003 haben sich Bundesbildungsministerium sowie, Kultusminister- und Hochschulrektorenkonferenz „für eine verbesserte Anerkennung außerhalb der Hochschule erworbener Kenntnisse und Fähigkeiten für ein Hochschulstudium“ ausgesprochen. Inzwischen beteiligen sich einige Hochschulen an ersten Pilotvorhaben mit dem Ziel, in Kammerabschlüssen nachgewiesene Qualifikationen aufs Studium anzurechnen. Einzelfalllösungen sind jetzt bereits möglich. Hartnäckiges Nachfragen bei den Hochschulen kann sich hier auszahlen.

Literatur

Die Verbände der Druck- und Medienindustrie bieten diverse Broschüren mit Detailinformationen zu den Fortbildungs- und Aufstiegswegen der Branche an. Auf den Internet-Seiten von ZFA und bvdm (s. u.) können sie eingesehen, bestellt und teilweise heruntergeladen werden. Und zwar etwa:

- + Geprüfter Medienfachwirt / Geprüfte Medienfachwirtin. Fortbildungsprofil, Prüfungsverordnung, Rahmenplan (Auszug) und Beispiel einer Aufgabenstellung. Hrsg.: ZFA, Kassel, Oktober 2005
- + Industriemeister Digital- und Printmedien. Fortbildungsprofil, Prüfungsverordnung, Rahmenplan (Auszug) und Beispiel einer Aufgabenstellung. Hrsg.: ZFA, Kassel, November 2003
- + Fortbildung zum Druck- und Medientechniker. Hrsg. bvdm. 2005

Als Grundlage für die Vorbereitung auf die Prüfung erhalten Sie beim DIHK (auch unter www.verlag.dihk.de) die kompletten Rahmenpläne:

- + Geprüfter Medienfachwirt/Geprüfte Medienfachwirtin. Handlungsspezifische Qualifikationen. Rahmenplan mit Lernzielen, inkl. Verordnung und Hinweisen zur Erstellung einer Gesamtplanung. Hrsg.: DIHK, April 2005.
- + Geprüfter Industriemeister/Geprüfte Industriemeisterin Fachrichtung Digital- und Printmedien. Handlungsspezifische Qualifikationen. Rahmenplan mit Lernzielen, inkl. Verordnung und Hinweisen zur Erstellung einer Gesamtplanung. Hrsg.: DIHK, Februar 2004.

Web-Adressen

www.berufenet.de

Die Zusammenstellung und Beschreibung der aktuellen Berufe ist eine Dienstleistung der Bundesagentur für Arbeit.

www.bvdm-online.de

Auf der Homepage des Bundesverbands Druck und Medien (bvdm) finden sich die Adressen der Landesverbände des Arbeitgeberverbands.

www.bildung-point.de

Hier präsentieren die verbandseigenen Bildungsinstitute ihr Angebot – von München bis Hamburg, von Düsseldorf bis Chemnitz.

www.bibb.de

Das Bundesinstitut für Berufsbildung entwickelt gemeinsam mit den Sozialpartnern die Berufsprofile in Aus- und Fortbildung, beteiligt sich an Forschungen zum Qualifikationsbedarf in Wirtschaft und Gesellschaft und evaluiert Berufsbildungsprojekte.

www.bibb.de/de/checkliste.htm

Die Prüfliste „Qualität beruflicher Weiterbildung“ hilft Fortbildungswilligen bei der Orientierung.

www.bmbf.de

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert die Entwicklung der beruflichen Erstausbildung und der Fortbildung und ist Verordnungsgeber in allen Fragen des Berufsbildungsgesetzes.

www.bvdw.org

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (früher: Deutscher Multimediaverband) ist die Interessen- und Berufsvertretung dieses Branchensegments mit eigenständigen Fachgruppen zur Aus- und Weiterbildung.

www.dihk.de

Webadresse des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), des Dachverbands der Industrie- und Handelskammern (IHKs) mit den Adressen aller IHKs vor Ort.

www.kibb.de

Das BIBB hat ein „Kommunikations- und Informationssystem berufliche Bildung für Expertinnen und Experten“ gestartet.

www.meister-bafög.info

Webangebot der Bundesregierung mit umfassenden Informationen für alle, die Meister-Bafög beziehen wollen.

www.verdi.de

Der Fachbereich Medien, Kunst und Industrie der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft gestaltet im ZFA die berufliche Bildung der Branche mit. Auf der zentralen verdi-Homepage sind u. a. direkte Ansprechpartner für die Aufstiegsfortbildung in den Landesverbänden und bei den Bildungsstätten der Gewerkschaft zu finden. Dazu gehört die Fachschule ver.di, die einen Online-Kurs zum Medienfachwirt anbietet: www.fachschule-verdi.de.

www.wis.ihk.de

Diese Homepage der IHK-Organisation hält umfassend die aktuellen Informationen über Vorbereitungslehrgänge und Prüfungen bereit.

www.zfamedien.de

Die Homepage des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) bietet Informationen rund um Berufsbildung und Qualifikationsbilder der Branche, Prüfungen und Literatur.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unentgeltlich abgegeben. Sie ist nicht zum gewerblichen Vertrieb bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen/Wahlwerbern oder Wahlhelferinnen/Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin/dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

