

Verband Werbetechnik + Print

Höhere Fachprüfung Werbetechnik

Am 9. Dezember 2011 fand in der e-Halle in Basel die erste Diplomfeier für die Höhere Fachprüfung Werbetechnik statt.

■ **JOSEF INAUEN** Roger Spindler, Leiter Höhere Berufs- und Weiterbildung sowie Präsident der Prüfungskommission HFP Werbetechnik, begrüßte die 23 Diplomandinnen und Diplomanden und die zahlreichen Gäste am 9. Dezember 2011 zur Diplomfeier des Lehrgangs HFP Werbetechnik. Er tat dies mit einem Zitat aus «Berlin-Moskau – Eine Reise zu Fuss» von Wolfgang Büscher. Das erwähnte Buch behandelt Themen wie Ausdauer, Engagement, Verzicht, ungewöhnliche Perspektiven, Ehrgeiz und Selbstzweifel. Inhalte, mit denen sich bestimmt auch die Diplomandinnen und Diplomanden während ihrer Ausbildung beschäftigten.

Die Prüfungen beinhalteten eine Fallstudie mit dem Thema «Don't look now» – eine Herausforderung, welche die Prüflinge mit viel Kreativität und aussergewöhnlichen Ideen bewältigten. Die einzelnen Prüfungsexponate waren nicht ausgestellt, die Dossiers zu den einzelnen Diplomarbeiten lagen aber auf. Die Dossiers enthielten die Ideenfindung, Grob- und Detailkon-

zepte, Kalkulationen und Bildmaterial der abgelieferten Arbeiten. Also wie im «richtigen Leben», den Arbeitsablauf von der Beratung und Unterstützung des Kunden bis hin zur Lieferung oder Montage. Die Durchschnittsnote über alle Arbeiten lag knapp unter einer 5 – eine höchst respektable Leistung.

Florian Tanner, Präsident des Verbands Werbetechnik+Print, thematisierte in seiner Ansprache die Redensart «Der Weg ist das Ziel». Denn der Weg bis zum Diplom war hart und mit viel Arbeit verbunden. Da ist es umso schö-

ner, das Ziel dann endlich zu erreichen. In diesem Falle das Diplom in den Händen zu halten. Die Tatsache, dass dies überhaupt die ersten Absolventinnen und Absolventen dieses Lehrgangs waren, machte den Verbandspräsidenten besonders stolz. Denn auch für die Prüfungskommission, die Experten sowie die Dozierenden war dieser erste Lehrgang eine besondere Herausforderung, die sie mit Bravour meisterten. Um dieses Ereignis gemeinsam zu feiern, war auch die Schulleitung anwesend. Auch der Vorstand des VWP wür-

digte diese Leistungen mit vollzähligem Erscheinen an der Diplomfeier.

Als Gastredner war Christof Durtschi, Geschäftsleiter marketing connection geladen. Durtschi hat diverse Aus- und Weiterbildungen im Bereich Marketing absolviert und unterrichtet an der Berner Fachhochschule Marketing-Strategie und -Mix. Auf amüsante Weise wusste er über Sinn und Zweck guten Marketings zu berichten.

Nachdem die Absolventinnen und Absolventen ihre Diplome erhalten hatten, stand ein reichhaltiger Apéro bereit. Die Prüflinge konnten den Abend im Kreise ihrer Freunde und Familie geniessen und in geselliger Runde ausklingen lassen.

Auch für den VWP, der die Feier organisierte, war es ein rundum gelungener Abend mit vielen positiven Erinnerungen. Die Prüfungskommission, die Expertinnen, die Dozierenden sowie der Verband Werbetechnik+Print freuen sich bereits auf die nächsten «Prüflinge» und auf eine ebenso erfolgreiche Diplomfeier. ■




Ein erfolgreiches 2012!

Das letzte Jahr hat seine Spuren in der grafischen Branche hinterlassen und die Prognosen für 2012 sind nicht sehr vielversprechend. Die Erfolge müssen hart erarbeitet werden.

■ **JOSEF INAUEN** Welchen Marktmechanismen sind Siebdrucker und Werbetechniker unterworfen? Welche Ereignisse beeinflussen deren Erfolg? Sind es grundsätzlich die Zyklen in der grafischen Branche, welche über das Wohl von Werbetechnikern und Siebdrucker bestimmen oder spielen noch andere Komponenten eine Rolle?

2011

Die Marketingbudgets der Industrie wurden für das Jahr 2011 wieder etwas komfortabler ausgestaltet. Zu Beginn des Jahres war viel von der sprichwörtlichen Aufbruchstimmung zu spüren und auch unsere Branche begann das Jahr mit viel Enthusiasmus. Dämpfer folgten dann aber relativ schnell. Die globale Finanzkrise  doch nicht ganz ausgestanden, wodurch auch ehemals finanzkräftige Volkswirtschaften ins Wanken brachte. Die Ratings für solche Staaten sind gesunken und die Zinsen für die Aufnahme von neuem Kapital markant gestiegen. Ob jetzt die Dollar- und Euro-Krise durch die

Bankenkrise ausgelöst wurde oder ob die betroffenen Staaten schon vor der Finanzkrise über ihre Verhältnisse gelebt haben, diese Analyse sollte den Experten überlassen werden. Wichtig scheint, aus den Verfehlungen rasch möglichst die richtigen Lehren zu ziehen und es in Zukunft besser zu machen. Schritte in diese Richtung sind deutlich zu erkennen. Der Laie aber wird auf die Nachrichten aus den Medien angewiesen sein, um beurteilen zu können, wie sich die Lage entwickelt. Die Widersprüche in diesen Medienberichten geben aber zu keinem Optimismus Anlass. Im Gegenteil, mit jedem Widerspruch erhöht sich die Unsicherheit.

Die grafische Branche hatte im vergangenen Jahr mit den bekannten Widerwärtigkeiten zu kämpfen. Immer noch Überkapazitäten in allen Bereichen, wodurch ein enormer Preisdruck entsteht. Nochmals erhöht wurde dieser Preisdruck durch den schwachen Euro, welcher es grenznahen Betrieben aus Nachbarländern erlaubte, zu

extrem tiefen Preisen zu offerieren. Der Industrie ist es nicht zu verübeln, wenn sie nur noch dem billigsten Preis nachrennt. Die Konsequenz daraus waren auch im vergangenen Jahr Betriebschliessungen und Fusionen von namhaften grafischen Unternehmen. Als letzte Hiobsbotschaft im 2011 wurde die Nachricht über die Insolvenz von manroland (weltweit der zweitgrösste Druckmaschinenhersteller) verbreitet.

2012

Die globalen Probleme wie Finanzkrise, Überschuldung und schleppendes Wachstum der Wirtschaft sind als Faktum zu akzeptieren und werden sich im Jahr 2012 nicht markant verbessern. Was jahrelang im Argen lag, kann nicht kurzfristig wieder zum Positiven verändert werden. Die Probleme sind aber erkannt und nun gilt es, diese nachhaltig zu korrigieren und wieder in die rechten Bahnen zu lenken. Dies verlangt Geduld und Durchhaltewille bis hinunter zu den KMUs – den Siebdruck- und Werbetechnik-Betrieben.

Die Drupa in Düsseldorf wird auch in diesem Jahr wieder neue Impulse setzen. Gespräche mit Verantwortlichen der weltgrössten Messe für das grafische Gewerbe zeigen, dass auch dort die Probleme der Branche erkannt wurden. Es geht an dieser Messe nicht mehr darum, grössere, schnellere und günstigere Maschinen zu zeigen, sondern Lösungen für die tatsächlichen Probleme zu präsentieren. Erkannt sind die Potenziale in den Betriebsabläufen, hier will man ansetzen. Die Abläufe sollen gestrafft, digitalisiert und vernetzt werden. Lassen Sie sich in Düsseldorf inspirieren. Die Drupa ist nicht nur eine Messe für Offsetdrucker sondern eine Branchenmesse. 2012 wird also nicht mit Wundern aufwarten, ganz im Gegenteil, Sie werden gefordert sein, noch effizienter zu werden, um allen Widerwärtigkeiten zum Trotz das laufende Jahr erfolgreich zu gestalten. Der Verband VWP wünscht allen Branchenmitgliedern viel Kraft, Kreativität und Durchhaltewille für ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2012. ■