

Oktober 2022, 69. Jahrgang

# Druck- und Medien- ABC



Fachliche Informationen für die Ausbildung in der Druck- und Medienbranche

# INHALT

## TITELBESCHREIBUNG

### „Abgehoben“

von Michael Dannenberg.  
Eine der zehn Gewinner-  
einsendungen des im Jahr  
2020 ausgeschriebenen  
Titelwettbewerbs des Druck-  
und Medien-Abcs.

Auf zu neuen Ufern in der  
3D-Version, hinein in  
eine andere (Medien)Welt:  
Ein Eyecatcher, der nicht  
nur junge Leute anspricht.  
Die ungewöhnliche Schrift  
unterstreicht die Anmutung  
zwischen Retro und Jetzt.

- 3 Editorial
- 4 Eine runde Sache – ZFA-Gestaltungswettbewerb 2022 zur Abschlussprüfung der Mediengestalter/-innen
- 12 Neue Ausbildungsordnung für den Mediengestalter/die Mediengestalterin Digital und Print
- 16 Virtuelle Welten professionell gestalten – Neuer Beruf Gestalter/Gestalterin für immersive Medien
- 19 Hundert Jahre DIN A4 – Die wohl bekannteste Norm feiert Geburtstag
- 20 Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde: Qualifikationsprofil der Kultusministerkonferenz (KMK) ersetzt KMK-Elemente
- 22 Wer lesen kann ist klar im Vorteil! Prüfungsfragen richtig verstehen
- 26 Azubis verzweifelt gesucht – nicht immer am richtigen Ort
- 30 Prüf mit! Ein Seminarangebot von ver.di für Prüfer/-innen
- 31 Was tun, wenn es Probleme in der Ausbildung gibt?
- 32 Mediencommunity: Verborgene Lernschätze und neue Entwicklungen
- 34 Projekt InProD<sup>2</sup>: Behindernde Sprache überwinden – Teilhabe durch digitale Medien in Einfacher Sprache
- 38 WorldSkills still alive
- 40 Auswertung des 31. Gestaltungswettbewerbs der Druck- und Medienverbände
- 45 Branchenspezifische Informationen der Berufsgenossenschaft zum Ausbildungsstart
- 46 Prüfungstermine, Impressum



## Liebe Leserinnen und Leser,

in unserer neuen Ausgabe stellen wir zu Beginn die Gewinnereinsendungen des Mediengestalter-Wettbewerbs zur Sommer-Abschlussprüfung des ZFA vor. Alle zwei Jahre schreiben wir diesen Wettbewerb aus. Die Auswertung des 31. Gestaltungswettbewerbs der Verbände Druck und Medien finden Sie weiter hinten im Heft. Wir gratulieren allen Platzierten recht herzlich!

Die Mediengestalter-Neuordnung der Sachverständigen des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) und der Rahmenlehrplankommission der Länder ist abgeschlossen und der neue Beruf tritt voraussichtlich am 1. August 2023 in Kraft. Allerdings hat dies keine Auswirkung für die Azubis, die mit ihrer Ausbildung bereits begonnen haben, diese werden noch nach der derzeit gültigen Verordnung geprüft.

Auch im Bereich der immersiven Medien wird es im nächsten Ausbildungsjahr einen neuen Beruf geben: den Gestalter/die Gestalterin für immersive Medien, die sich mit spannenden Aufgaben rund um Augmented Reality, Virtual Reality, Mixed Reality und 3D beschäftigen.

# Editorial

Thomas Hagenhofer berichtet in seinem Artikel über die Mediencommunity von Rekordnutzungszahlen in der Pandemie und inhaltlichen Highlights. Er stellt im Beitrag über das Projekt InProd<sup>2</sup> die Projektergebnisse und die LernApp Einfach vor.

Welche Unterstützung gibt es bei Schwierigkeiten in der Ausbildung? Wir informieren über die Angebote von VerA und AsA flex, die kostenfrei von den Kammern bzw. der Agentur für Arbeit angeboten werden, um einen erfolgreichen Berufsabschluss zu ermöglichen.

Außerdem erhalten Sie Infos über neue Inhalte der WiSo-Prüfungen und allgemeine Tipps, Prüfungsaufgaben besser zu verstehen. Auch für Ausbildungsbetriebe haben wir einen spannenden Beitrag, nämlich wie Sie die richtigen Azubis finden können.

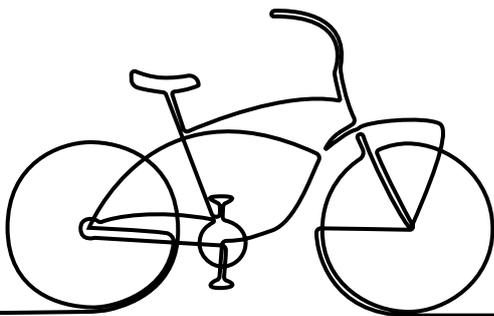
Lesen Sie selbst.  
Viel Spaß dabei wünscht  
Anette Jacob,  
Geschäftsführerin des ZFA



# EINE RUNDE SACHE



ZFA-Gestaltungswettbewerb 2022  
zur Abschlussprüfung  
der Mediengestalter/-innen



Ketten- und Zahnkranz-Symbole, stilisierte und Origami-Tiere, Foto, Grafik, Text und Bewegung – sie arbeiteten mit allen Mitteln, um die Botschaft des Kunden rüberzubringen: „Mobil mit Fahrrad Rund“. Sie – das sind 195 angehende Mediengestalter/-innen Digital und Print, die im Sommer 2022 Teile ihrer Abschlussprüfung zum Gestaltungswettbewerb des ZFA einreichten. Alle zwei Jahre gibt es diese Möglichkeit, das gestalterische Potenzial der eigenen Arbeiten von einer Fachjury beurteilen zu lassen und sich dem Vergleich mit anderen Berufseinsteiger/-innen der jeweiligen Fachrichtung zu stellen. In diesem Jahr lag die Beteiligung um ein Drittel unter der des Wettbewerbs 2020.

## Die Jury

- Klaus Brecht  
Heidelberg
- Frank Fischer  
Berlin
- Thomas Hagenhofer  
Saarbrücken
- Cordula Hofacker  
Frankfurt am Main
- Robert Sell  
Caaschwitz
- Jens-Uwe Steudte  
Berlin
- Gabi Wenske  
Gütersloh
- Hilka Wiegrefe  
Hamburg
- Uwe Zimmermann  
Flensburg

### Die Eckdaten des Wettbewerbs

Es wurden 137 Arbeiten aus der Fachrichtung Gestaltung und Technik, Print und 31 Beiträge aus der Fachrichtung Gestaltung und Technik, Digital eingereicht. Aus der Fachrichtung Konzeption und Visualisierung nahmen 23 Entwürfe am Wettbewerb teil und vier Werke von Prüflingen der Fachrichtung Beratung und Planung. Traditionell entscheiden sich für den Beruf Mediengestalter/-in Digital und Print mehr Frauen als Männer. Das wirkt sich auf die Beteiligung am Wettbewerb und auf die Gewinn-Chancen aus: Während bei den Einsendungen in diesem Jahr ein Verhältnis von 73 zu 27 zugunsten der Frauen bestand, gingen von den zwölf vergebenen Preisen lediglich zwei an junge Männer.

Das war die übergreifende Aufgabe: Die Fahrrad Rund OHG in Velostadt hat während der Pandemie gute Umsätze mit Verkauf und Reparatur gemacht. Nun will sie die neu gewonnene Kundschaft halten und auch attraktiv für das bewährte Stammpublikum bleiben. Der Handwerksbetrieb in der Hochschulstadt im Rhein-Main-Gebiet entwickelt deshalb zusätzliche Dienstleistungen. Jungen Familien wird ein Kinderfahrrad-Abo angeboten. Alle, die viel zu transportieren haben, können Lastenfahrräder mieten. Und schließlich bietet der Betrieb ein Dienstrad-Leasing an. Dafür muss geworben werden, zielgruppennah, fantasievoll und technisch hochwertig.

Eingereicht wurden jeweils ein Internet-Auftritt, eine Plakaterie, ein Flyer und ein selbst gewähltes Werbeprodukt im Fall der Fachrichtung Beratung und Planung. Es sind Produkte, die im Rahmen der Prüfung – je nach Fachrichtung – einen unterschiedlich hohen Stellenwert haben. Die Zeitspanne, die zu ihrer Fertigung zur Verfügung steht, variiert. Deshalb war der Jury wichtig: Man darf die gestalterische Qualität der Arbeiten nur innerhalb einer Fachrichtung vergleichen. Den Spielraum, nicht immer alle Preise in Gold, Silber und Bronze zu vergeben, schöpfte sie voll



Die Jurymitglieder (nicht alle Jurymitglieder sind im Bild zu sehen) begutachteten mit kritischem Blick die eingereichten Arbeiten.  
(Foto: Gabi Wenske)

aus. Zusätzlich wurden Belobigungen ausgesprochen, wenn ein Aspekt der Wettbewerbsarbeit besonders herausstach.

### Das Urteil der Jury

Wenn es ein verbindendes Element zwischen den knapp 200 Einsendungen gibt, dann ist es dieses: Sie sind oft nach dem Motto „Viel hilft viel“ gemacht. Gar nicht verwunderlich bei Arbeiten von Prüflingen, meinte die Jury: Eine eigene gestalterische Handschrift und der Mut zur klaren Linie entstehe eben erst mit der beruflichen Erfahrung. Zunächst orientiere man sich lieber am Mainstream oder probiere alle möglichen Techniken aus. Daher wählte die Jury vor allem Werke mit gestalterischem Potenzial aus – selbst wenn jeweils noch viel zu tun bleibt, bis das Ergebnis perfekt ist. Gerade die ausgesprochenen Belobigungen würdigten solche interessanten Ansätze.



Die prämierten Arbeiten sehen Sie auf den folgenden fünf Seiten.



**Fachrichtung  
Gestaltung und Technik,  
Schwerpunkt Print**

In der Prüfung war ein Flyer zu gestalten, der für drei Dienstleistungen des Kunden wirbt, für das Kinderrad-Abo, das Lastenfahrrad- sowie das Dienstrad-Leasing. Der Auftrag beinhaltete einige knifflige Aufgaben: Der Druckbogen war im asymmetrischen Kreuzbruch zu falzen, jedoch nicht auf Mitte. Es war also die Titelseite, die darüber entschied, ob jemand den Flyer überhaupt aufklappen und genauer betrachten wollte. Oder im Falle des Wettbewerbs: Ob eine Arbeit preiswürdig war. Dabei stellte die Jury fest, dass die Innenseiten häufig ansprechender waren als die Aufmacherseite. Herausfordernd war auch die Vorgabe, den Titel ohne Fotos zu gestalten.

**Fachrichtung  
Gestaltung und Technik,  
Schwerpunkt Digital**

Zu gestalten war ein responsiver Internet-Auftritt, der vier Schwerpunkte der Fahrrad Rund OHG vorstellt. Als da sind: Verkauf, Werkstatt, Lastenrad-Leasing und Kinderrad-Abo. Eine Slideshow als Endlosschleife gehörte ebenfalls zu den Anforderungen. Natürlich prüfte die Jury zunächst, ob die Seiten tatsächlich auf mindestens zwei Devices – etwa PC und Smartphone – funktionieren. Danach stellte sich die Frage nach der Nutzerfreundlichkeit: Wie hilfreich ist das Menü? Wie wirkungsvoll wird mit Farbe und Icons durch die Seiten geführt? Wichtig bei der Beurteilung der Seiten war außerdem, wie konsequent die verschiedenen Textelemente und Infoblöcke hierarchisiert wurden. Der Jury fiel bei vielen Arbeiten ein Bruch in der Darstellung auf: Kompositionsansätze wurden nicht durchgehalten, plötzlich und grundlos wurde die gewählte „visuelle Sprache“ gewechselt.

**Fachrichtung  
Beratung und Planung**

Bei den vergangenen Wettbewerben war die Jury immer wieder enttäuscht über die Qualität der in dieser Fachrichtung eingereichten Arbeiten. Zugleich war immer klar, dass die jungen Fachkräfte, die sich für „Beratung und Planung“ entscheiden, ein Bündel komplexer beruflicher Anforderungen bewältigen müssen und dabei die Gestaltung der geforderten Werbemittel nicht im Mittelpunkt steht. Darum konnten dieses Mal alle Beteiligten ein Produkt ihrer Wahl beim Wettbewerb einreichen. Die Jury verzichtete also auf die Vergleichbarkeit der Arbeiten. Da insgesamt nur vier Einsendungen zu bewerten waren, blieb offen, ob dieser Ansatz gelungen ist. Immerhin zeigte sich, was sich die Berater/-innen so alles einfallen lassen für den Kunden. Eingereicht wurden: eine komplette Zeitungsseite, die Imagewerbung für die Fahrrad Rund OHG betreibt; zwei Varianten von fantasievoll verpackten Geschenkgutscheinen sowie ein Anhänger für den Fahrradlenker. Es wurde nur ein Preis vergeben.

**Fachrichtung  
Konzeption und Visualisierung**

Zu gestalten war eine Plakatserie, die für drei Angebote der Fahrrad Rund OHG wirbt: für das Dienstrad-Leasing, das Kinderrad-Abo und das Lastenrad-Leasing. Vorgabe war, dass die Plakate als City-Light-Poster funktionieren müssen. Und das heißt: Erfahrungsgemäß verweilt das Auge nur drei Sekunden beim Vorüberfahren auf einer solchen Seite. Für die Jury war also zentral: Wie wirkt die einzelne Arbeit unter diesen Vorgaben? Lässt sich Aufmerksamkeit erzielen? Was kann man tatsächlich lesen? Kein Wunder, dass jene Einsendungen keine Chance auf einen Preis hatten, die zu kleinteilig und vielfältig angelegt waren. Bei dieser Aufgabenstellung kam es auf Reduktion an. So entschied die Jury auch, auf einen ersten Preis zu verzichten.



## FACHRICHTUNG GESTALTUNG UND TECHNIK ◦ SCHWERPUNKT PRINT

### PLATZ

# 1

#### FRANZISKA KOLLER

##### Echt gekonnt

Da freut sich die Jury: Stil durchgehalten, cool und kraftvoll gearbeitet – mit Abstand die Nummer 1. Schade nur, dass gerade die Titelseite schwächer ausfällt. Immerhin deutet sich hier eine grafische Sprache an, die innen konsequent durchgezogen wird. So ist etwa der Umgang mit dem Weißraum zu loben.



### PLATZ

# 2

#### SINA PAULSEN

##### Klassisch verspielt

Eine saubere Lösung mit kleinen Raffinessen, stellt die Jury fest. Die Farbkontraste gefallen ebenso wie die Strukturierung von Text- und grafischen Elementen. Der Strenge des Schwarz steht die Verspieltheit der geschickt eingesetzten Origami-Figuren gegenüber. Nicht alle in der Jury sind allerdings über den dunklen Hintergrund glücklich. Kein Überflieger, aber ein solider 2. Platz, darauf einigt man sich.



### PLATZ

# 3

#### LORIS SCHÖTTL

##### Gründlich durchdacht

Die Jury lobt die Struktur und Gliederung des Flyers, kritisiert allerdings, dass die Verwendung der eigens entwickelten grafischen Elemente nicht konsistent ist, wie beispielsweise das Kalenderblatt mit der Zwölf, was nicht zu den anderen Elementen passt. Auch an der Typografie, heißt es, muss noch gearbeitet werden.



## FACHRICHTUNG GESTALTUNG UND TECHNIK ◦ SCHWERPUNKT PRINT

### ▶▶ BELOBIGUNG



#### ELENA FISCHER

##### Eine Spielwiese

Viele gute Ideen und Ansätze fallen auf, etwa die Schrift mit Stempel-Anmutung. Das gilt vor allem für die Innenseiten. Doch es fehlt (noch) die Stimmigkeit im Entwurf, urteilt die Jury.



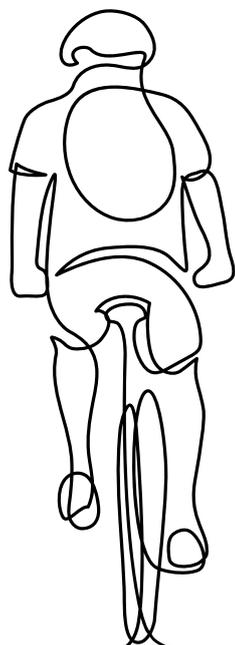
### BELOBIGUNG



#### DANIELA KEDERER

##### Eine Fundgrube

Übers Ziel hinausgeschossen, sagt die Jury. Oder anders ausgedrückt: Es sind viele gute Elemente eingesetzt, die in der Vielfalt aber verwirren, aber Potenzial erkennen lassen.



Aus platztechnischen Gründen können die prämierten Arbeiten nur auszugsweise dargestellt werden. Mehr Infos und alle Entwürfe der Preisträger können Sie unter folgendem Link einsehen: [zfamedien.de/fahrrad](https://zfamedien.de/fahrrad)



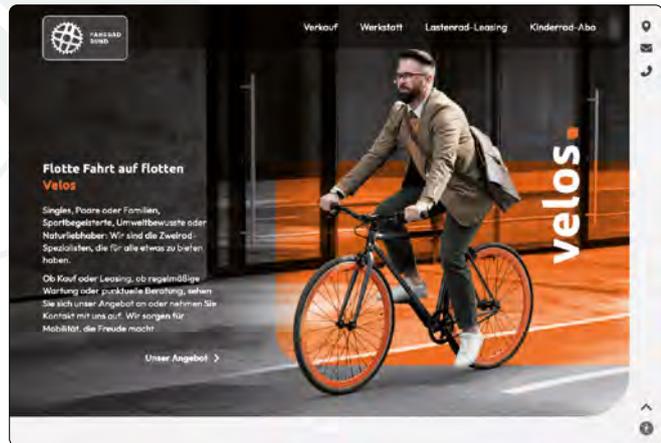
FACHRICHTUNG GESTALTUNG UND TECHNIK ◦ SCHWERPUNKT DIGITAL

PLATZ

1

**TOM BAUSTIAN**  
**Effektiv**

Dieser Webauftritt kommt an: Die Formensprache, die Farbgestaltung bei der Typografie sowie die Konsequenz beim Einsatz der gewählten Mittel beeindruckt die Jury. Sie freut sich über gute Effekte und gekonnt eingesetzte Spielereien.

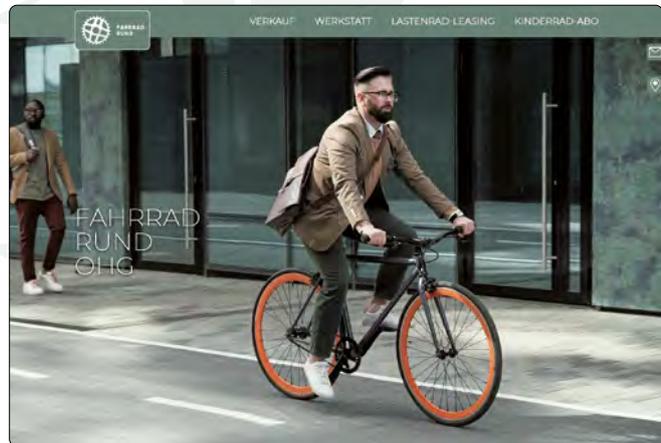


PLATZ

2

**JOANNA BECKER**  
**Eingefärbt**

Die Klarheit in Aufbau und Menüführung gefällt der Jury. Bei der Farbgestaltung überwiegt das Lob; aber es heißt auch: „zu flau“. Der Umgang mit den Icons trifft auf Wohlwollen. Kritisiert dagegen wird, dass auf den Übersichtsseiten die eingeblockten Textelemente das Bild stören.



PLATZ

3

**JANA NÜRNBERG**  
**Geführt**

„Da verläuft man sich nicht“, lobt die Jury die Gliederung der Seiten. Die Hierarchisierung der Infoteile stimmt. Und es gibt keinen Bruch in der Gestaltung des Auftritts. Auf Kritik stößt dagegen die ausgewählte Schrift.



## FACHRICHTUNG KONZEPTION UND VISUALISIERUNG



PLATZ



**ANNA ENGEL**  
**Direkte Botschaft**

Es fehlt zwar die grafische Raffinesse bei dieser Serie, urteilt die Jury, aber die Plakate funktionieren gut. Sie sind ein Eyecatcher. Dazu trägt auch der „beruhigende Hintergrund“ bei, heißt es. Kritik dagegen löst die Verwendung des Logos aus: zu klein und am falschen Ort.

**Hinweis:**

Der erste und dritte Platz wurde in der Fachrichtung Konzeption und Visualisierung nicht vergeben.



PLATZ



**LARA ROELOFS**  
**Tierisch gut**

Mit Fuchs, Wiesel und Maus zu werben, hat eine hohe Anziehungskraft, stellt die Jury fest. Tiere sind immer ein Hingucker, hier kombiniert mit „fetzigsten Texten“. Allerdings sehen das nicht alle Juror/-innen nur positiv: Demnach passen die Tiere und die dazugehörigen Texte nur bedingt zur eigentlichen Aufgabe – zur Werbung für Fahrrad-Dienstleistungen.



BELOBIGUNG



**JELENA WAGNER**  
**Frei aufgestellt**

Die Jury würdigt die Art der Freistellung im Zusammenhang mit Sprechblasen. Zu einem Preis reicht es allerdings wegen der Umsetzung nicht: Der Hintergrund stört die Wirkung erheblich, er hätte besser monochrom sein sollen.

# FACHRICHTUNG BERATUNG UND PLANUNG

**PLATZ**  
**1**

**JANA ALTENA**

**Geschickt gedreht**

Der originelle Gutscheinhalter wartet mit einem drehbaren Rad auf, dessen Infos neugierig machen. Die Jury findet Vorder- und Rückseite toll gestaltet und lobt den Umgang mit Farbe und Icons. „Ein Highlight“, heißt es, weil der Spieltrieb des Menschen angesprochen wird. Da sieht sie gerne über mikrotypografische Schwächen hinweg.



**Hinweis:**

Der zweite und dritte Platz wurde in der Fachrichtung Beratung und Planung nicht vergeben.

**DIE GEWINNER IM ÜBERBLICK**

Gestaltung und Technik – Print			Ausbildungsbetrieb	Berufsschule
<b>1. Platz</b>	Franziska Koller	Neufraunhofen	mampap, Ergolding	keine Berufsschule besucht
<b>2. Platz</b>	Sina Paulsen	Dreisdorf	Theodor-Schäfer-Berufsbildungswerk, Husum	Berufliche Schule des Kreises Nordfriesland, Husum
<b>3. Platz</b>	Loris Schöttle	Markgröningen	Ungeheuer + Ulmer KG GmbH + Co., Ludwigsburg	Johannes-Gutenberg-Schule Stuttgart
<b>Belobigung</b>	Daniela Kederer	Hahnbach	MBS Nürnberg GmbH, Nürnberg	Berufliche Schule Direktorat 6 Nürnberg
<b>Belobigung</b>	Elena Fischer	Solingen	Ars Consulendi GmbH, Solingen	Technisches Berufskolleg Solingen

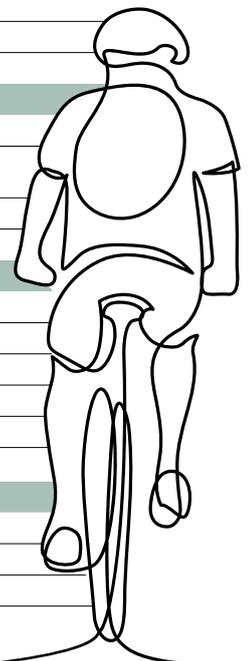
Gestaltung und Technik – Digital			Ausbildungsbetrieb	Berufsschule
<b>1. Platz</b>	Tom Baustian	Seth	Web Labels Webdesign GmbH, Bargteheide	Walther-Lehmkuhl-Schule Neumünster
<b>2. Platz</b>	Joanna Becker	Lauenhagen OT Hülshagen	Data at Work GmbH, Bad Münder am Deister	Multi Media Berufsbildende Schulen der Region Hannover
<b>3. Platz</b>	Jana Nürnberg	Bocholt	Agentur3B GmbH, Bocholt	Berufskolleg für Technik Ahaus

Konzeption und Visualisierung			Ausbildungsbetrieb	Berufsschule
<b>1. Platz</b>	nicht vergeben			
<b>2. Platz</b>	Anna Engel	Kirchheimbolanden	pure.design, Mainz	BBS1 Mainz
<b>2. Platz</b>	Lara Roelofs	Isselburg	JEMAKO Produktionsgesellschaft, Rhede	Berufskolleg für Technik Ahaus
<b>3. Platz</b>	nicht vergeben			
<b>Belobigung</b>	Jelena Wagner	Erlangen	Agentur Triebwerk GmbH, Nürnberg	Berufliche Schule Direktorat 6 Nürnberg

Beratung und Planung			Ausbildungsbetrieb	Berufsschule
<b>1. Platz</b>	Jana Altana	Borken	Laudert GmbH + Co. KG, Vreden	Berufskolleg für Technik Ahaus
<b>2. Platz</b>	nicht vergeben			
<b>3. Platz</b>	nicht vergeben			



# Neue Ausbildungsordnung für den Mediengestalter/die Mediengestalterin Digital und Print



**1998** hat der Mediengestalter für Digital- und Printmedien (damals noch unter dieser Schreibweise) alle Druckvorstufenberufe abgelöst und zusammengefasst. Hinzu kamen Inhalte aus dem Agenturbereich und digitale Medien. Im Laufe der Jahre gab es 2007 eine grundlegende Neuordnung, in der hauptsächlich die Fachrichtungen neu geschnitten wurden und später kleinere Änderungsverordnungen mit weiteren Wahlqualifikationen. Das Ganze hat den Beruf allerdings immer unübersichtlicher gemacht. Was in der Theorie gut gedacht war, hat in der Praxis nicht so funktioniert, wie sich das die Sachverständigen bei der Entwicklung vorgestellt hatten. Hinzu kam, dass es in den letzten Jahren weitreichende wirtschaftliche, technologische und arbeitsorganisatorische Entwicklungen gab.



Der ZFA wird im Frühjahr 2023 eine Infobroschüre mit den Informationen rund um den neu geordneten Mediengestalter Digital und Print veröffentlichen.

Das alles führte dazu, dass der Mediengestalter/die Mediengestalterin Digital und Print jetzt neu geordnet wurde. Der neu geordnete Beruf soll im kommenden Jahr in Kraft treten. Erst die Azubis, die ab dem 1. August 2023 ihre Ausbildung beginnen, werden nach dem neuen Ausbildungsrahmenplan (Betrieb) und Rahmenlehrplan (Berufsschule) ausgebildet sowie nach der neuen Ausbildungsverordnung geprüft. Das heißt, dass sich für alle, die sich derzeit in Ausbildung befinden, auch für diejenigen, die erst vor kurzem ihre Ausbildung begonnen haben, nichts ändern wird. Sie werden ihre Ausbildung nach der aktuell gültigen Verordnung abschließen.

### Was sind die wesentlichen Änderungen der Neuordnung?

Künftig wird es 4 Fachrichtungen geben. Aus Gestaltung und Technik werden die beiden Fachrichtungen Printmedien und Digitalmedien. Aus der Fachrichtung Beratung und Planung wird Projektmanagement und aus Konzeption und Visualisierung wird Designkonzeption.

Die ersten beiden Ausbildungsjahre sind für alle 4 Fachrichtungen identisch. Unterschieden in die Fachrichtungen wird erst im 3. Ausbildungsjahr. In den beiden Fachrichtungen Printmedien und Digitalmedien gibt es eine Wahlqualifikation mit 20 Wochen Ausbildungszeit, die auch prüfungsrelevant sein wird. In den Fachrichtungen Projektmanagement und Designkonzeption gibt es keine Wahlqualifikationen mehr.



►► Einen genaueren Überblick über die Ausbildungsinhalte zeigt die Abbildung des Entwurfs der Ausbildungsstruktur.

**Wie sehen die Prüfungen zukünftig aus?**

Auch in dem neuen Beruf wird es eine Zwischenprüfung nach den ersten anderthalb Ausbildungsjahren und eine Abschlussprüfung am Ende der 3-jährigen Ausbildungszeit geben. Eine gestreckte Prüfung wurde ausführlich diskutiert. Da es aber nicht möglich ist, zu einem früheren Zeitpunkt Endqualifikationen in

bestimmten Bereichen abzufragen, wurde davon Abstand genommen. In der Zwischenprüfung gibt es künftig einen schriftlichen und einen praktischen Prüfungsbereich. In der Abschlussprüfung wird es künftig 4 Prüfungsbereiche geben, einen praktischen, 2 fachtheoretische und Wirtschafts- und Sozialkunde. Die genauen Inhalte, Prüfungszeiten, Gewichtungen und Bestehensregeln finden Sie nach Veröffentlichung der Verordnung im Bundesgesetzblatt und im Frühjahr 2023 in unserer Infobroschüre. ■

**Entwurf der Ausbildungsstruktur Mediengestalter/Mediengestalterin Digital und Print**

QUALIFIKATIONEN					
1. UND 2. AUSBILDUNGSJAHR	1. BIS 18. MONAT	Standard-Berufsbildpositionen			<b>Während der gesamten Ausbildung zu vermitteln</b>
		Kommunizieren und Kooperation fördern			<b>6 Wochen</b>
		Einhalten der rechtlichen Grundlagen der Medienproduktion			<b>6 Wochen</b>
		Planen und Organisieren von Arbeitsprozessen			<b>16 Wochen</b>
		Gestalten von Medien (Teil 1)			<b>20 Wochen</b>
		Erstellen, Bearbeiten und Beurteilen von Bild- und Grafikdaten			<b>12 Wochen</b>
	Erstellen ausgabespezifischer Produktionsdaten (Teil 1)			<b>18 Wochen</b>	
	19. BIS 24. MONAT	<b>ZWISCHENPRÜFUNG</b>			
		Gestalten von Medien (Teil 2)			<b>6 Wochen</b>
		Erstellen ausgabespezifischer Produktionsdaten (Teil 2)			<b>8 Wochen</b>
		Planen und Organisieren von Projekten			<b>12 Wochen</b>
	3. AUSBILDUNGSJAHR	25. BIS 36. MONAT	<b>Fachrichtung Projektmanagement</b>	<b>Fachrichtung Designkonzeption</b>	<b>Fachrichtung Printmedien</b>
Analysieren von Bedarfen und auftragsbezogenes Beraten <b>9 Wochen</b>			Analysieren von Kundenaufträgen und gestalterischen Bedarfen <b>8 Wochen</b>	Aufbereiten von Produktionsdaten für unterschiedliche Druckverfahren <b>12 Wochen</b>	Gestalten von Digitalmedien <b>8 Wochen</b>
Entwickeln von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen <b>10 Wochen</b>			Entwickeln von Ideen <b>14 Wochen</b>	Anwenden von Farbmanagement <b>10 Wochen</b>	Strukturieren und Programmieren von Digitalmedien <b>14 Wochen</b>
Kaufmännisches Bearbeiten von Aufträgen <b>10 Wochen</b>			Visualisieren von Entwürfen und Prototypen <b>14 Wochen</b>	Umsetzen von Qualitätssicherung <b>10 Wochen</b>	Erstellen von Prototypen und Steuern von Ausgabeprozessen <b>10 Wochen</b>
Präsentieren von Angeboten und Konzepten <b>8 Wochen</b>			Entwickeln und Präsentieren von Designkonzepten <b>10 Wochen</b>	Wahlqualifikation <b>20 Wochen</b>	Wahlqualifikation <b>20 Wochen</b>
Konzipieren, Durchführen und Abschließen von Projekten <b>15 Wochen</b>			Vorbereiten der Umsetzung von Designkonzepten <b>6 Wochen</b>		
<b>ABSCHLUSSPRÜFUNG</b>					
<b>AUSWAHL EINER WAHLQUALIFIKATION</b>					
<b>PRINTMEDIEN</b>			<b>DIGITALMEDIEN</b>		
Produzieren von Medien in konventionellen Druckverfahren			Produzieren von interaktiven Medien		
Produzieren mit personalisierten und variablen Daten im Digitaldruck			Produzieren von audiovisuellen Medien		
Erstellen von Reinzeichnungen			Datenbankgestütztes Produzieren von Medien		
Erstellen von Fotografien und Videos			Erstellen von Fotografien und Videos		
Erstellen von 3D-Grafiken und 3D-Bewegtbildern			Erstellen von 3D-Grafiken und 3D-Bewegtbildern		
Produzieren von crossmedialen Medien			Produzieren von crossmedialen Medien		

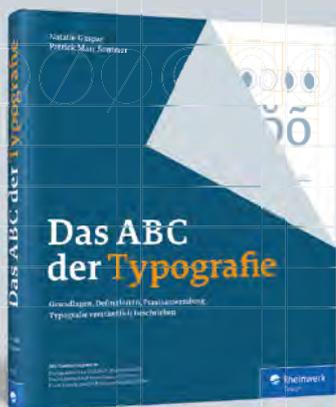


# DAS KOMPLETTE KNOW-HOW FÜR MEDIENGESTALTER



Sie sind Mediengestalter in der Ausbildung und suchen ein Buch, das die Themen behandelt, über die Sie Bescheid wissen müssen? Und Ihnen durch die Prüfung hilft? Hier ist das richtige Buch für Sie! Dieser Ausbildungsbegleiter ist übersichtlich gestaltet, gut zu lesen, auf dem aktuellsten Stand und bringt die Themen auf den Punkt.

988 Seiten, 39,90 €, ISBN 978-3-8362-4553-1



## Ihr Leitfaden für alle Typo-Fragen

399 Seiten, gebunden, 39,90 Euro  
ISBN 978-3-8362-6166-1



## Die große digitale Zeichenschule

ca. 320 Seiten, gebunden, 39,90 Euro  
ISBN 978-3-8362-7868-3

## Lernen Sie jetzt auch unsere Design-Seminare kennen!

SEMINARE

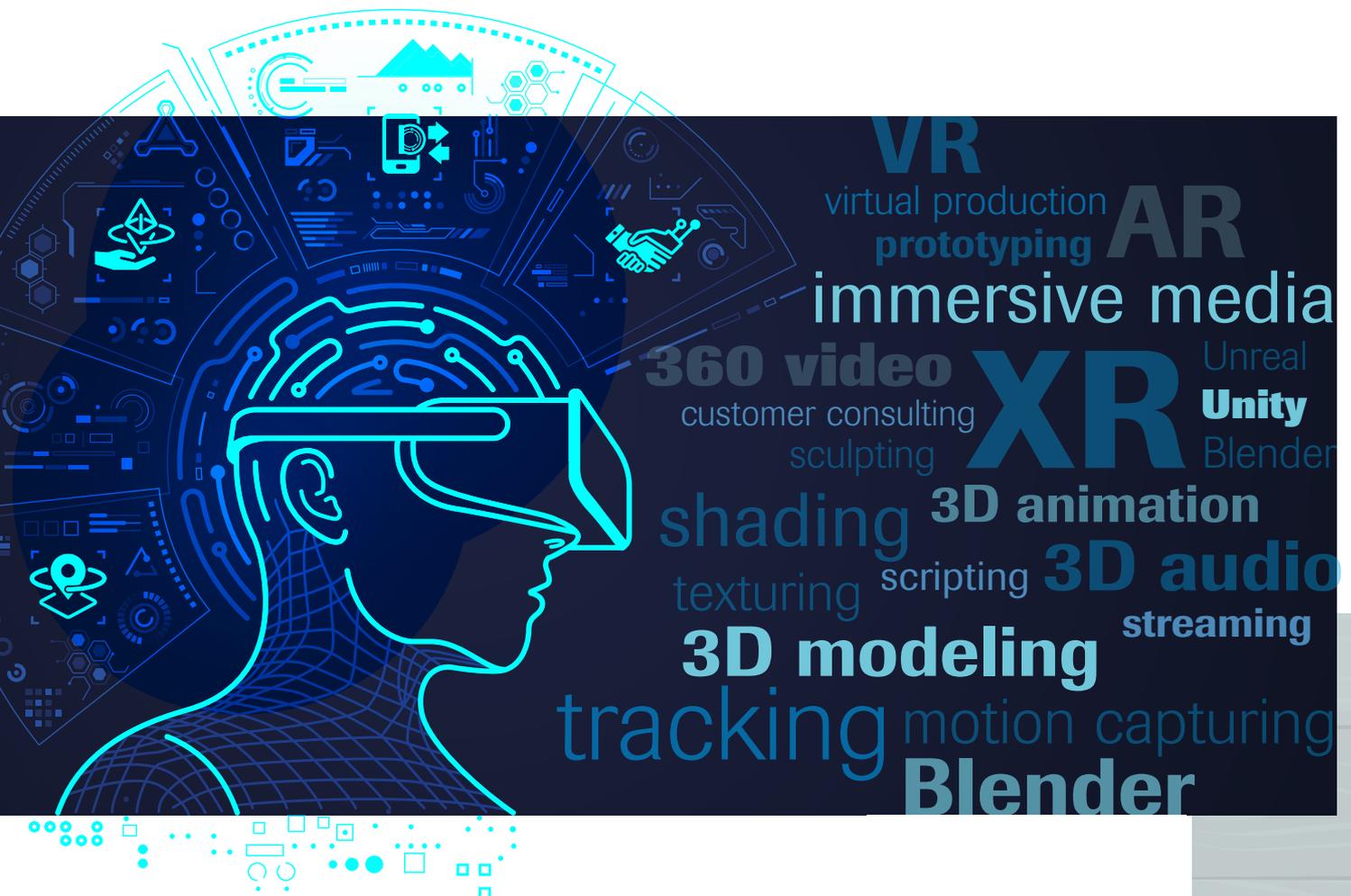
[www.rheinwerk-verlag.de/grafik-design](http://www.rheinwerk-verlag.de/grafik-design)

Alle Bücher sind auch als E-Book oder Bundle erhältlich

 Rheinwerk

# Virtuelle Welten professionell gestalten

Neuer Beruf Gestalter/Gestalterin für  
immersive Medien<sup>1</sup> schließt Lücke ab 2023



Nicht erst seit Mark Zuckerberg das Zeitalter des Metaverse ausgerufen hat, wuchs die Zahl an Unternehmen, die für ihre Kunden virtuelle 3D-Welten oder 360-Grad-Videos erstellen. Alle Analysen sagen diesem neuen Geschäftsfeld der Medienlandschaft hohe Wachstumszahlen voraus. Bislang gibt es aber keinen Ausbildungsberuf, der dieses Tätigkeitsfeld gestalterisch abdecken kann.

1) Medienprodukte, bei deren Nutzung die virtuelle Umgebung als real erscheint.  
Der Grad der Immersion (des „Eintauchens“) ist ein Qualitätskriterium für virtuelle Welten.

Nachdem eine Voruntersuchung des Bundesinstituts für Berufsbildung 2021 empfahl, diese Lücke zu schließen, wurde ein Neuordnungsverfahren zur Entwicklung eines entsprechenden Berufsbildes gestartet. Die dreijährige duale Ausbildung Gestalter/-in für immersive Medien wird zunächst als Monoberuf, also ohne Differenzierungsmöglichkeiten in Fachrichtungen oder Wahlmodule, aufgesetzt, um bei geringeren Ausbildungszahlen eine einheitliche Struktur vorzugeben. Der Beruf soll ab August 2023 bundesweit ausgebildet werden. Um Synergieeffekte zu nutzen, wird der Beruf im ersten Jahr zunächst gemeinsam mit dem Beruf Mediengestalter/-in Bild und Ton beschult.

Inhalte der Ausbildung für diesen Produktionsberuf sind 3D modeling, 3D animation, Shading, Texturing, 3D audio, Entwickeln mit Autoren- und Entwicklungstools wie Unity und Unreal, Streaming, Kundenberatung und Projektmanagement.

Die ausgebildeten Fachkräfte arbeiten in Unternehmen der Produktion immersiver Medien (Augmented Reality/Virtual Reality/Mixed Reality/360-Grad-Video) und anderen Unternehmen der „virtual production“. Sie werden Teil der Teams in Produktionsbetrieben der audiovisuellen Medien genauso wie in Broadcasting Enterprises z. B. in Fernsehanstalten. Sie können dieses Tätigkeitsfeld in Werbeagenturen, in der Games-Branche oder in Unternehmen mit großen Marketing- und Werbebudgets abdecken.

Die zukünftigen Gestalter/-innen für immersive Medien arbeiten in Teams mit Programmierern (Fachinformatiker/-innen) und 3D-Artists zusammen und erstellen selbst Bild- und Tonaufnahmen für die Produktion. Sie unterstützen die Präsentation und

Demonstration von Lösungen bei ihren Kunden. Ausführliche Informationen zu den Ausbildungsinhalten werden Anfang 2023 veröffentlicht unter: [gestaltung-immersiv.de](http://gestaltung-immersiv.de).

Die Prüfungen für den neuen Beruf werden von ehrenamtlich besetzten Ausschüssen erstellt, die der Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA) koordiniert.

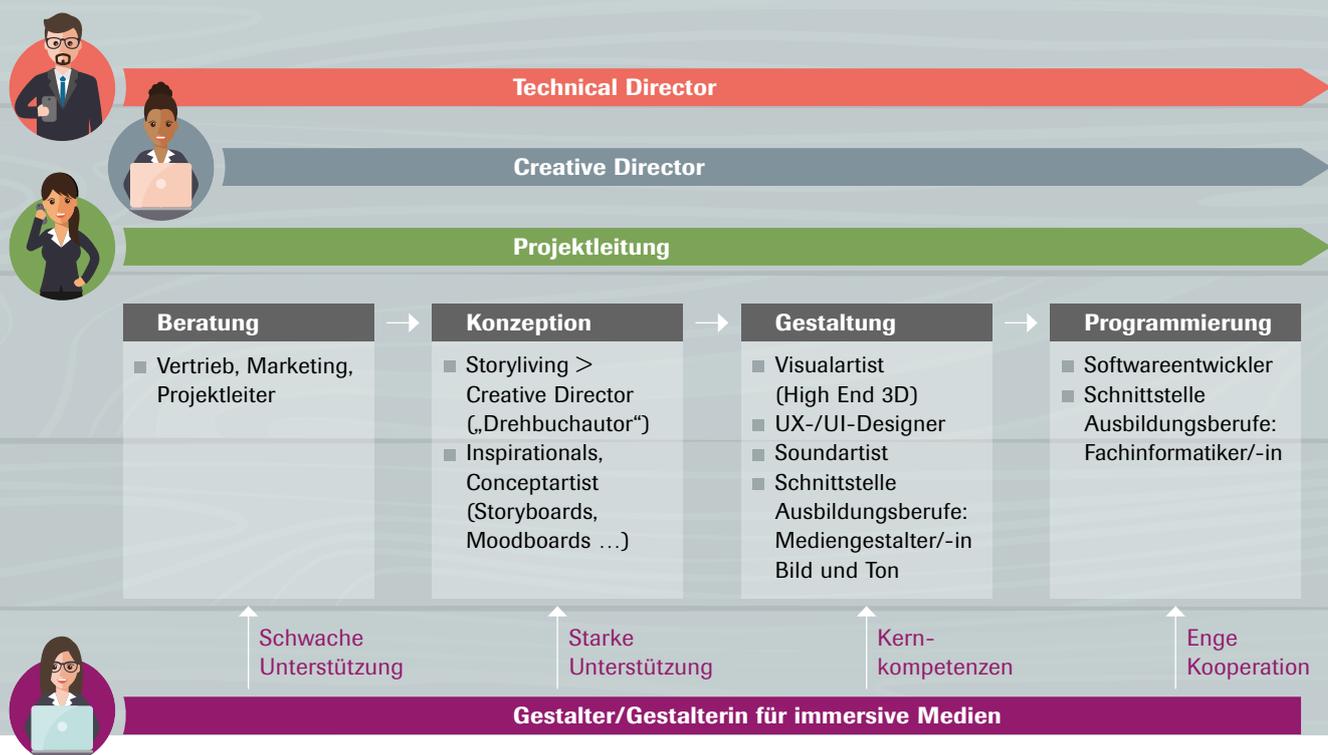
In den kommenden Monaten werden an größeren Medienstandorten bundesweit Veranstaltungen bei den Industrie- und Handelskammern stattfinden, um detailliert über das neue Berufsbild und die Ausbildung zu informieren. Sie sind Teil einer Kampagne zur bundesweiten Etablierung des neuen Berufs, die von Verbänden, Unternehmen, Kammern, Sachverständigen der Neuordnung und dem ZFA getragen wird.

Das Bundesinstitut für Berufsbildung wird im Rahmen der Reihe „Ausbildung gestalten“ Umsetzungshilfen für die zukünftigen Ausbildungsbetriebe erstellen und eine Podcast-Reihe aufsetzen.

Damit sind alle Voraussetzungen gegeben, um dem neuen „Kind“ in der Landschaft der Medienberufe einen guten Start ins Leben zu ermöglichen. Am besten mit vielen Angeboten für Ausbildungsplätze in diesem Beruf und vielen jungen Menschen, die sich auf diese bewerben.

Infos und Kontakt unter:  
[info@gestaltung-immersiv.de](mailto:info@gestaltung-immersiv.de)

## ROLLE DER GESTALTER/-INNEN FÜR IMMERSIVE MEDIEN IM PRODUKTIONSPROZESS



## Interview mit ...

MORITZ MÜLLER, Chief Operating Officer beim Unternehmen Meyle+Müller in Pforzheim, hat im Neuordnungsverfahren zur Entwicklung des Berufsbilds Gestalter/-in für immersive Medien als arbeitgeberseitiger Sachverständiger mitgewirkt. Thomas Hagenhofer vom ZFA fragt ihn nach den Hintergründen und seinen Erfahrungen.

Lieber Moritz, es kommt nicht so häufig vor, dass ein neues Berufsbild entsteht. Was sind aus Deiner Sicht die wichtigsten Gründe für den neuen Ausbildungsberuf Gestalter/-in für immersive Medien?

Es ist höchste Zeit, mit aller Anstrengung dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken! Mit unserem dualen Ausbildungssystem haben wir hierzu im internationalen Vergleich die besten Voraussetzungen, die es zu nutzen gilt! Zudem bietet das Feld der immersiven Medien in seiner Breite und Tiefe sehr gute Möglichkeiten für einen Ausbildungsberuf.

Was war Dein Beweggrund, Dich hier zu engagieren?

Ausbildung ist uns bei M+M schon immer sehr wichtig! Daher habe ich ohne zu zögern die Möglichkeit wahrgenommen, mich für dieses sehr wichtige Thema einzubringen – zumal es sich auch noch um einen Ausbildungsberuf in einem der interessantesten und spannendsten Themengebiete unserer Branche handelt.

Wie zufrieden bist Du mit den Ergebnissen des Neuordnungsverfahrens? Ist das eine runde Sache geworden?

Es ist eine sehr runde Sache geworden. Ich bin beeindruckt, wie effizient und gut das große Team hieran zusammengearbeitet hat!

Welche Resonanz erfährst Du auf die Ankündigung, dass dieser neue Beruf ab 1. August 2023 ausgebildet werden kann?

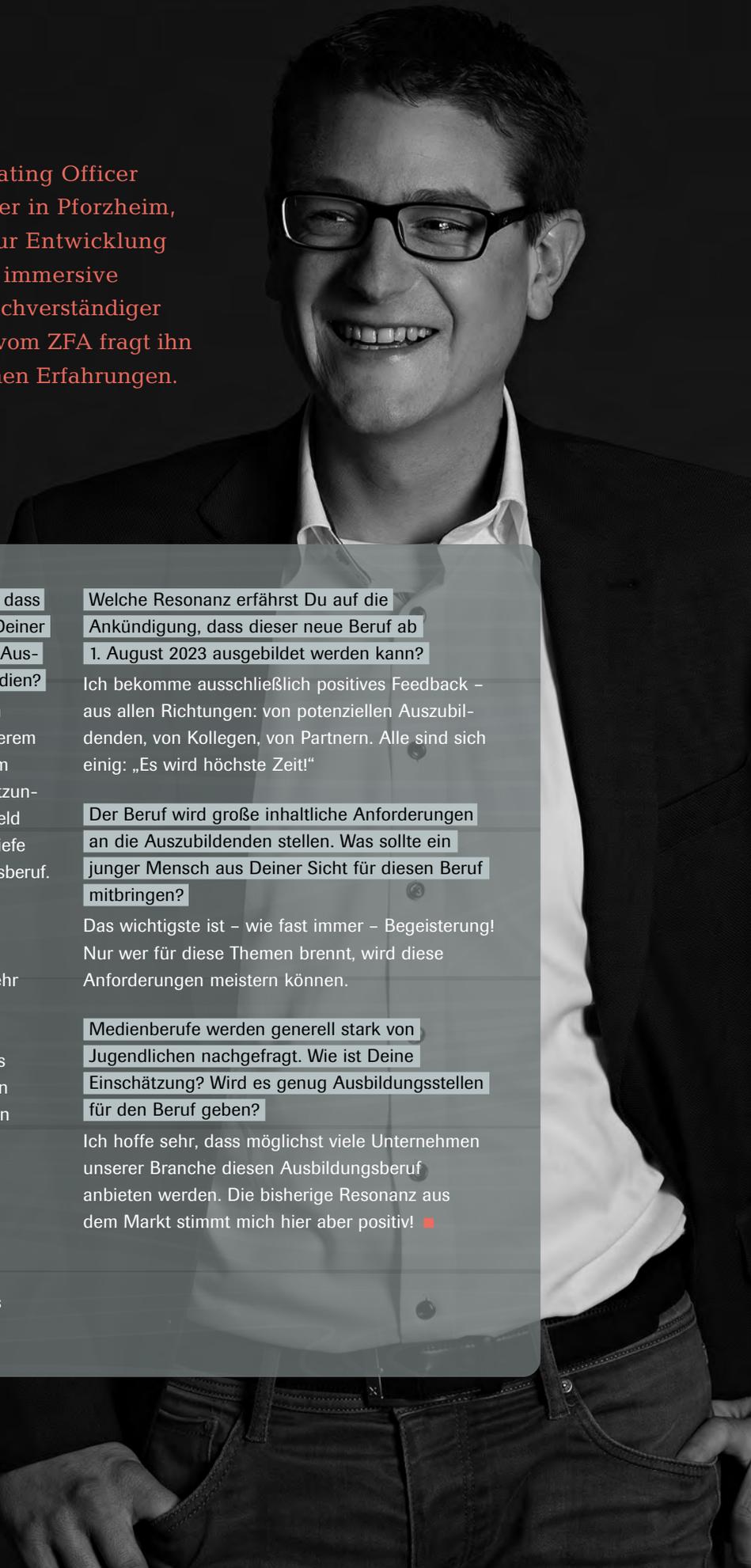
Ich bekomme ausschließlich positives Feedback – aus allen Richtungen: von potenziellen Auszubildenden, von Kollegen, von Partnern. Alle sind sich einig: „Es wird höchste Zeit!“

Der Beruf wird große inhaltliche Anforderungen an die Auszubildenden stellen. Was sollte ein junger Mensch aus Deiner Sicht für diesen Beruf mitbringen?

Das wichtigste ist – wie fast immer – Begeisterung! Nur wer für diese Themen brennt, wird diese Anforderungen meistern können.

Medienberufe werden generell stark von Jugendlichen nachgefragt. Wie ist Deine Einschätzung? Wird es genug Ausbildungsstellen für den Beruf geben?

Ich hoffe sehr, dass möglichst viele Unternehmen unserer Branche diesen Ausbildungsberuf anbieten werden. Die bisherige Resonanz aus dem Markt stimmt mich hier aber positiv! ■



DIN-Formate	B x H in mm
A0	841 × 1189
A1	594 × 841
A2	420 × 594
A3	297 × 420
A4	210 × 297
A5	148 × 210
A6	105 × 148
A7	74 × 105
A8	52 × 74
A9	37 × 52
A10	26 × 37

# Hundert Jahre DIN A4 Die wohl bekannteste Norm feiert Geburtstag

**21 cm × 29,7 cm** ist den meisten Menschen nur als DIN A4 bekannt. Dies wurde am 18. August 1922 in der Norm „DIN 476 Papierformate“ festgelegt. Ausgehend von exakt einem Quadratmeter im Format 841 mm × 1189 mm als DIN A0 erhält man durch Halbierung das nächste Format. Das Seitenverhältnis beträgt  $1 : \sqrt{2}$ . Da die Formate in ganzen Millimetern angegeben werden, ist DIN A5 148 mm statt 148,5 mm breit. Neben der Reihe A wurde auch die Reihe B für Briefumschläge festgelegt. Vorher gab es bereits im 14. Jahrhundert in Bologna die Kategorisierung in Folio für den Halbbogen, Quart für den Viertelbogen und Oktav für den Achtelbogen. Allerdings war das Ausgangsformat nicht definiert, sondern hing von der Größe des Schöpfrahmens des jeweiligen Papiermachers ab, was zu entsprechenden Abweichungen führen konnte. Im deutschen Raum gab es die Formate Propatria, Bischof, Median, Super Royal, Imperial oder Olifant. Aber erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts initiierte Walter Postmann die Normierung der Papierformate. Aus der DIN 476 ist inzwischen die DIN EN ISO 216 geworden, die fast weltweit verwendet wird. Lediglich in den USA, Kanada und einigen Ländern Mittelamerikas gilt das Letter-Format mit 216 mm × 279 mm als Ausgangsformat. ■

Das Deutsche Institut für Normung e. V., kurz DIN, kümmert sich um die Erarbeitungen von Normen. Jeder kann einen Antrag stellen, der dann an den entsprechenden Ausschuss weitergeleitet wird. Dieser entscheidet dann darüber, ob ein Normungsverfahren eingeleitet wird. Zurzeit gibt es rund 34.000 Normen, die uns das Leben erleichtern.

Normen sind keine bindenden Gesetze. Auch wenn es sich um internationale Normen (ISO) handelt, müssen diese nicht in allen Ländern angewendet werden. So wird beispielsweise in Amerika das Letter-Format als Standard für Papierformate genutzt.



PAL – Prüfungsaufgaben- und  
Lehrmittelentwicklungsstelle  
IHK Region Stuttgart

## Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde Qualifikationsprofil der Kultusministerkonferenz (KMK) ersetzt KMK-Elemente

Der Prüfling soll nachweisen, dass er in der Lage ist, allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darzustellen und zu beurteilen (...). Mit dieser Formulierung wird in fast jeder Verordnung eines gewerblich-technischen Berufs der Inhalt der schriftlichen Abschlussprüfung in Wirtschafts- und Sozialkunde beschrieben. Aber was heißt das konkret?

Jahrzehntelang waren die auf den Standardberufsbildpositionen des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) aufbauenden KMK-Elemente, die Elemente für den Unterricht der Berufsschule im Bereich Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Ausbildungsberufe, das Maß aller Dinge. Sie definierten die Inhalte des Berufsschulunterrichts, aber auch der Prüfung in Wirtschafts- und Sozialkunde. Die erste Version von 1984 galt fast ein Vierteljahrhundert, wurde erst 2007/08 durch eine neue erweiterte Fassung ersetzt. Die nächste Überarbeitung erfolgte 2020 und war schon bei ihrer Veröffentlichung nur als Übergangslösung gedacht.

Das neue „Kompetenzorientierte Qualifikationsprofil für den Unterricht der Berufsschule im Bereich Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Ausbildungsberufe“ (KMK-Qualifikationsprofil) bildet seit 1. August 2021 bundesweit und berufsübergreifend die Grundlage für den Unterricht in den gewerblich-technischen Berufsschulen und für die Prüfungserstellung der PAL (Prüfungsaufgaben- und Lehrmittelentwicklungsstelle).

Das KMK-Qualifikationsprofil gibt – basierend auf den im November 2020 veröffentlichten Standardberufsbildpositionen des BIBB – konkrete Hinweise auf den Inhalt einer WiSo-Prüfung der PAL. Hinzugekommen sind beispielsweise Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Das KMK-Qualifikationsprofil enthält die Themenbereiche, die grundsätzlich in der Prüfung vorkommen können, aber nicht zwangsläufig in jedem Aufgabensatz vorkommen müssen. Die jeweiligen Ausbildungsverordnungen enthalten dagegen keine detaillierten Angaben zu den prüfungs-

relevanten Themen. Auch im Berufsbildungsgesetz (BBiG) findet man keine konkreten Informationen über den Inhalt der WiSo-Prüfung. Laut Paragraph 38 soll der Prüfling lediglich nachweisen, dass er mit dem im Berufsschulunterricht zu vermittelnden, für die Berufsausbildung wesentlichen Lehrstoff vertraut ist.

In Wirtschafts- und Sozialkunde gab und gibt es keinen bundeseinheitlichen Rahmenlehrplan. Die Bundesländer haben die Themen des Katalogs der KMK in unterschiedlicher Form in ihre Lehrpläne eingearbeitet. Was außerhalb dieses Kanons unterrichtet wird, variiert in Umfang und Thematik von Bundesland zu Bundesland. Aus den unterschiedlichen Lehrplänen ergibt sich somit, dass nur die im KMK-Qualifikationsprofil aufgeführten Lernziele Inhalt überregionaler Prüfungen sein können.

Diese Lernziele, die in 40 Unterrichtsstunden vermittelt werden sollen, bilden die Basis für die Prüfungsaufgaben der PAL. Themen aus den Bereichen Politik und Gemeinschaftskunde oder Staatsbürgerkunde gehören weder nach dem Berufsbildungsgesetz noch nach dem KMK-Qualifikationsprofil zu den prüfungsrelevanten Themen. Somit gibt es in einer WiSo-Prüfung der PAL auch keine Fragen zu diesen Themen.

Die im KMK-Qualifikationsprofil enthaltenen neuen Inhalte müssen aber erst in den Unterricht einfließen, bevor sie prüfungsrelevant werden können. Die Neuerungen werden sich voraussichtlich ab 2023 auf die PAL-Prüfungen auswirken.

**Wir werden rechtzeitig darüber informieren. ■**

## PAL-Prüfungsbuch Wirtschafts- und Sozialkunde

### Fit für die Prüfung

Knapp zwei Jahre nach der letzten Überarbeitung des PAL-Prüfungsbuches Wirtschafts- und Sozialkunde war es 2021 erneut Zeit für inhaltliche Änderungen. Anlass dafür war auf der einen Seite die 2020 und 2021 erfolgte Neufassung des Themenkatalogs der Kultusministerkonferenz der Länder. Neu aufgenommen in die Liste der Prüfungsgegenstände wurden Entgeltabrechnung und Nachhaltigkeit; die Themen werden nach und nach in die Prüfungen der PAL eingearbeitet werden. Außerdem gab es einige grundlegende Gesetzesänderungen; beispielhaft sei hier die Novellierung des Betriebsverfassungsgesetzes im Frühjahr 2021 genannt. Die zugehörigen Fragen wurden ebenfalls überarbeitet.

Das Ende 2021 in aktualisierter fünfter Auflage erschienene Prüfungsbuch enthält 367 gebundene und 105 ungebundene Aufgaben aus den Gebieten

- Junge Menschen in Ausbildung und Beruf,
- Nachhaltige Existenzsicherung und
- Unternehmen, Organisationen und private Marktteilnehmende in Wirtschaft und Gesellschaft sowie im Rahmen einer global vernetzten Welt.

Zu den gebundenen und ungebundenen Aufgaben gibt es Lösungsschlüssel bzw. Lösungshinweise. Außerdem zeigen zwei Musteraufgabensätze, wie die Prüfung in der Praxis aussehen kann.

Dieses Buch basiert auf den Vorgaben der Kultusministerkonferenz für den Unterricht in der Berufsschule im Bereich Wirtschafts- und Sozialkunde gewerblich-technischer Berufe (KMK-Qualifikationsprofil) vom 17. Juni 2021. Die im KMK-Qualifikationsprofil genannten Themenbereiche und Inhalte konzentrieren sich auf den jungen Menschen in der Berufs- und Arbeitswelt. Im Blickpunkt stehen die Abhängigkeiten, Sicherheiten und Gestaltungsmöglichkeiten des Einzelnen und der Gruppe.



Das „PAL-Prüfungsbuch Wirtschafts- und Sozialkunde“ ist für 25,90 Euro im Buchhandel erhältlich | ISBN 978-3-87125-889-3

**Es kann über den nebenstehenden QR-Code angefordert werden:**





# WER LESEN KANN IST KLAR IM VORTEIL! PRÜFUNGSFRAGEN RICHTIG VERSTEHEN

Am Ende der Ausbildung steht die Abschlussprüfung. Vor allem vor den schriftlichen Prüfungsbereichen haben viele Azubis Respekt. Die Prüfungsvorbereitung beginnt am 1. Tag der Ausbildung. Die meisten Antworten können aus der Praxis hergeleitet werden, denn die schriftlichen Aufgaben sind handlungsorientiert und praxisnah. Als Erstes gilt, dass man sich die Aufgaben in Ruhe durchlesen sollte, bevor man mit dem Beantworten beginnt. Viele Azubis sind verunsichert, weil sie nicht wissen, wie ausführlich ihre Antworten sein sollen. Vielfach ist den Prüflingen trotz inhaltlichem Verständnis nicht klar, was bei einer konkreten Aufgabe erwartet wird. Dabei ist es gar nicht so schwer, wenn man die „Operatoren“ kennt. Operatoren sind einheitliche Begrifflichkeiten in Aufgaben, wie beispielsweise nennen, definieren, erklären oder begründen, die den Umfang und die Art der erwarteten Antwort vorgeben. Im folgenden Text werden diese mit Beispielen erklärt, sodass bei der nächsten Prüfung alles glatt läuft!





Wenn auch niemand im Alltag ernsthaft bei den Aufgaben „jemanden den Weg zu erklären“ oder „die drei Lieblingsserien zu nennen“ Schwierigkeiten haben wird, sieht es bei ähnlichen Aufgabenstellungen in der Prüfungssituation bisweilen anders aus. Für die Beantwortung von Fragen ist demnach das richtige Verständnis der Aufgabe notwendig.

Diese Übersicht soll aufzeigen, was bei einer Aufgabe eigentlich zu tun ist und erklärt eine Auswahl möglicher Operatoren anhand von Aufgabenbeispielen. Bei der eigenen Vorbereitung soll diese Übersicht helfen, eigene Antworten daraufhin zu überprüfen, ob sie den Anforderungen der Aufgaben formal gerecht werden. Die absolut notwendige Voraussetzung für eine gute Prüfungsleistung bleibt dabei das Wissen um fachliche Inhalte und Zusammenhänge!

Operatoren und die entsprechenden Aufgabenstellungen können grundsätzlich in drei Arten mit steigendem Komplexitätsgrad unterteilt werden: Reproduktion, Reorganisation und Reflexion von gelernten Fachthemen. Die Übersicht schlüsselt diese nach Begriffen weiter auf:

## I. REPRODUKTION

### (be)nennen, beschreiben, zusammenfassen, definieren ...

Bei Aufgaben dieser Art geht es um reine Wiedergabe (Reproduktion) von gelernten Inhalten oder Arbeitstechniken, ohne dass eigene Wertungen oder weitere Ausführungen und Kommentare verlangt werden. Für die Dinge, die nicht gefordert sind, gibt es bei der Bewertung auch keine Punkte. Bei den eigenen Antworten sollten lange (und unnötige) Ausschweifungen schon aus Zeitgründen vermieden werden.

#### Beispiele:

„**Nennen** Sie drei Anforderungen, die ein gültiges PDF/X-3 erfüllen muss.“

Für eine vollständige Antwort reicht es aus, die genannten Antworten stichpunktartig aufzulisten – das können einzelne

Wörter oder kurze Sätze sein. Für drei Nennungen gibt es meist drei Punkte. Punkteverlust entsteht oft dadurch, dass die sogenannten Sachebenen nicht zueinander passen (z. B. würde der übergreifende Stichpunkt „korrekte Seitengeometrien“ die weiteren Punkte „vorhandene Trimbox“ und „vorhandene Mediabox“ bereits einschließen). Es kann hilfreich sein, bei fehlenden eigenen Einfällen über- oder untergeordnete Begriffe (zu den bereits gefundenen) zu suchen, um auf neue Ideen zu kommen.

.....  
 „**Beschreiben** Sie die oxidative Trocknung einer Bogenoffset-Druckfarbe auf einem frisch gedruckten Bogen Naturpapier.“

Die Antwort soll strukturiert (Ursache und Wirkung, Zusammenhänge) mit eigenen Worten dargestellt werden, ohne dass eine Wertung vorgenommen wird. Sofern es Fachausdrücke gibt, sollten diese verwendet werden.

.....  
 „**Fassen** Sie wesentliche Gestaltungsmerkmale der Anzeige **zusammen**.“

Hier soll die Antwort wesentliche Inhalte und/oder Zusammenhänge fachlich korrekt in einer stark komprimierten Form enthalten; Stichpunkte sind manchmal übersichtlicher und einfacher. Auch sollte darauf geachtet werden, dass die Antwort insgesamt stimmig ist und nicht ein Teil nur oberflächlich abgehandelt wird und sich ein anderer Teil in – für eine Zusammenfassung – belanglosen Details verliert.

.....  
 „**Definieren** Sie den Begriff „Barrierefreiheit“ im Zusammenhang mit Websites.“

Bei der Definition handelt es sich um eine verbindliche Begriffsbestimmung. Diese kann sehr kurz ausfallen – oft reicht ein einziger Satz aus („Barrierefreiheit bedeutet, dass alle Nutzer unabhängig von körperlichen Möglichkeiten das Angebot einer Website uneingeschränkt nutzen können.“). Weitere Erklärungen sind bei einer Definition nicht verlangt. Eine etwas ausführlichere Definition kann sinnvoll sein, wenn Begriffe voneinander abgegrenzt werden müssen (z. B. bei Definitionen für die Begriffe „Punktzuwachs, Tonwertzuwachs, Druckzuwachs“).



## 2. REORGANISATION (UND TRANSFER)

### vergleichen, erklären, erläutern ...

Im Gegensatz zu den vorhergehenden Operatoren geht es bei Fragen mit dieser Komplexität nicht mehr um die reine Wiedergabe von gelernten Inhalten. Vielmehr sollen eigene Erfahrungen und Erkenntnisse aus der betrieblichen Praxis auf die Problemstellung der Aufgabe angewendet werden. Das kann in Form von Beispielen oder der Übertragung eigener Erkenntnisse auf ein neues Problem der Aufgabe geschehen.

#### Beispiele:

„**Vergleichen** Sie die Qualität der Bilder ...“

Um etwas zu vergleichen muss man Kriterien definieren anhand derer man den Vergleich durchführt. Diese können vorgegeben sein (z. B. eine Histogramm-Darstellung oder eine Abbildung), fachlich allgemein bekannt (wie Farbtiefe, Auflösung, Kompression) oder selbst abgeleitet (bzw. erfunden) sein. In der Aufgabenstellung geht es aber immer darum, Gemeinsamkeiten, Abweichungen oder Gegensätze anhand dieser Kriterien zu formulieren. Ist zusätzlich eine Wertung oder ein Kommentar verlangt, steht dies in der Aufgabe!

„**Erklären** Sie den Begriff der Dichte.“

Um etwas zu erklären, muss der Begriff oder Sachverhalt natürlich zunächst bekannt sein. Erklären bedeutet im Gegensatz zum Definieren, dass Beispiele aus der betrieblichen Praxis die Antwort veranschaulichen. Eine gute Erklärung beinhaltet immer eine fachlich korrekte Definition und ein prägnantes, allgemeinverständliches Beispiel: „Die Dichte ist der Grad für die Lichtundurchlässigkeit eines Filters (Opazität). Zur Vermeidung großer Zahlen gibt man die Dichte als Logarithmus der Opazität an. So kann zum Beispiel die Schichtdicke einer aufgetragenen Druckfarbe (Lichtfilter) oder die Schwärzung eines Filmes (ebenefalls ein Lichtfilter) mit relativ kleinen Dichte-Werten angegeben

werden.“ Im Beispiel wurde der Begriff zuerst bestimmt und anschließend mit einem Anwendungsfall zur besseren Verständlichkeit versehen.

„**Erläutern** Sie, warum die Inhaltsbogen einer klebegebundenen Broschur im Rücken perforiert werden müssen.“

Beim Erläutern sollen weitergehende Informationen sowie eigene Erkenntnisse und Einsichten über ein einfaches Beispiel hinaus in die differenzierte Antwort einfließen. Im Antworttext zu dieser Aufgabe sollte demnach der vollständige Prozess dargestellt und durch zusätzliche Informationen ergänzt werden (mit z. B. „Die Luft kann beim Falzen besser entweichen, es entstehen keine Quetschfalten, die Verdrängung wird verringert, die Falzgenauigkeit wird verbessert“).

## 3. REFLEXION

### beurteilen, bewerten, (über)prüfen, begründen ...

Bei diesen Aufgabenstellungen geht es darum, Sachverhalte oder Ergebnisse zu reflektieren, d. h. je nach Aufgabenstellung mit fachlich abgesicherten, eigenen Aussagen eine Antwort zu formulieren oder eine praktische Problemstellung zu lösen.

#### Beispiele:

„**Beurteilen** Sie die Abweichung der gedruckten Hausfarbe von  $\Delta E = 12$  zum Kontrakt-Proof.“

Auf allgemein anerkannter und fachlich gesicherter Basis sollen Aussagen getroffen werden. Eigene Bewertungsmaßstäbe sind bei einer fachlich korrekten Beurteilung nicht gefragt. Der Wert aus dem Beispiel könnte zum einen anhand der „Proof-Norm“ ISO 12647-7 als außerhalb jeglicher Toleranzen oder der allgemein anerkannten Tatsache, dass Farbabweichungen  $> \Delta E = 7$  in jedem Fall deutlich sichtbar sind, beurteilt werden. Beide Beurteilungen enthalten jedoch keine subjektive Meinung.

WIR WÜNSCHEN ALLEN PRÜFLINGEN  
EINE GUTE FACHLICHE VORBEREITUNG,  
EIN WENIG MEHR AUFMERKSAMKEIT  
BEIM LESEN DER PRÜFUNGSFRAGEN  
UND EINEN ENTSPANNTEN UMGANG  
MIT DER PRÜFUNGSITUATION!

FRANK FISCHER

ANETTE JACOB

ELMAR WIENCKE

.....  
„**Bewerten** Sie eine Abweichung der gedruckten Hausfarbe von  $\Delta E = 12$  zum Kontrakt-Proof.“

Obwohl die Frage ähnlich klingt und eine ähnliche Antwort zu erwarten ist, steht beim „Bewerten“ der persönliche Bewertungs-Maßstab (z. B. die betriebliche Toleranzvorgabe) im Vordergrund. Die genannten Bewertungskriterien müssen fachlich haltbar bzw. von diesen abgeleitet sein.

.....  
„**Überprüfen** Sie, ob sich das Bild für die hochwertige DIN-A1-Ausgabe im Kunstdruck eignet.“

Beim (Über-)Prüfen sollen bestimmte Aussagen und Analyse-Ergebnisse oder Sachverhalte anhand eigener Erkenntnisse und fachlich festgelegter Kriterien untersucht werden. Das Ergebnis der Überprüfung richtet sich nach dem angegebenen Zweck. In diesem Beispiel erfordert die „Kunstdruck-Ausgabe im Format DIN A1“ eine bestimmte Größe/Auflösung/Datentiefe und technische Qualität des Bildes. Fachlich lassen sich über die Berechnung der notwendigen Auflösung (aus Rasterweite und Qualitätsfaktor) sowie einer Betrachtung z. B. des Histogramms und der allgemeinen Bildqualität sinnvolle Kriterien zur „Überprüfung“ finden.

.....  
„... und **begründen** Sie Ihre Aussage.“

Aussagen, Analysen und Einschätzungen werden durch eine Begründung sachlich und fachlich abgesichert. Das kann in Form von Beispielen, bekannten Definitionen, praktischen Belegen oder eigenen Argumentationen erfolgen.

## PRÜFUNGSANLEITUNGEN

Auf den Prüfungsbogen heißt es: Die Antworten sind in kurzer, aber das Wesentliche wiedergebender Form zu schreiben. Achten Sie bei der Beantwortung der Fragen auf Lesbarkeit, Struktur, Rechtschreibung und Formulierung von ganzen Sätzen. Dies ist wichtig, da der Prüfungsteil „Kommunikation“ integrativ

mitbewertet wird. Bei allen Berechnungen sind sämtliche Rechenansätze, Zwischenergebnisse, Nebenrechnungen und das Endergebnis abzuliefern, damit der Prüfungsausschuss die Berechnungen nachvollziehen kann. So können auch bei einem falschen Endergebnis Teilpunkte vergeben werden, wenn Folgefehler sichtbar werden. Bei der Anwendung von Formeln sollten die entsprechenden Einheiten verwendet werden.

## PLATZ, ANTWORTLÄNGE UND AUFGABEN STREICHEN

Jeder Prüfling schreibt anders. Der eine hat eine große Schrift und einen etwas längeren Schreibstil, wobei die andere klein und eng schreibt und knapp formuliert. Daher ist ein perfekt auf die persönlichen Vorlieben zugeschnittener Antwortplatz in den Prüfungsbogen nicht möglich. Jeder Prüfling findet aber ausreichend Platz vor, um seine Ideen und Antworten aufzuschreiben, ohne dass er sich Sorgen machen muss, wenn der zur Verfügung gestellte Platz mal mehr oder weniger ausgenutzt wird. Für Bewertung zählt allein die inhaltliche Qualität der Antwort und nicht deren Länge!

Es reicht, die Fragen inhaltlich korrekt zu beantworten. Mehr als zu 100 % können Fragen nicht beantwortet werden, dafür gibt es keine zusätzlichen Punkte. Das Motto, „Ich kenne zwar die Antwort nicht, schreibe aber alles zu dem Thema auf, was ich weiß“, sorgt mit Sicherheit dafür, dass diese Zeit an anderer Stelle fehlen wird. Wenn zwei Vorteile gefragt sind, dann werden auch nur die ersten beiden Antworten bewertet und die restlichen gestrichen.

Gibt es Auswahlaufgaben, sollte man sich zunächst alle Aufgaben anschauen und sich erst danach Gedanken machen, welche Aufgaben man streichen will. Vielfach zeigt sich erst während der Bearbeitung einer Aufgabenstellung, dass die Frage viel schwieriger oder einfacher erscheint, als es das Thema anfangs vermuten ließ. ■

# Azubis verzweifelt gesucht – nicht immer am richtigen Ort

Beide Seiten suchen: Unternehmen die passenden Azubis, junge Menschen die passenden Ausbildungsplätze. Müsste eigentlich passen. Tut es aber immer häufiger nicht. Jedes Jahr bleiben junge Menschen ohne Ausbildungsplatz und bei immer mehr Unternehmen bleiben Ausbildungsplätze unbesetzt. Fast vier von fünf Ausbildungsbetrieben gehen aktuell davon aus, mehr und mehr Schwierigkeiten bei der Besetzung ihrer Azubi-Stellen zu bekommen. Über zwei Drittel sehen dadurch die Fachkräftesicherung im Betrieb gefährdet.

Damit Unternehmen und Bewerbende besser zusammenfinden, führen wir von den u-form Testsystemen seit 10 Jahren Deutschlands größte doppelperspektivische Studie „Azubi-Recruiting Trends“ durch. An der 2022 durchgeführten Online-Umfrage zum Azubi-Marketing und -Recruiting haben in diesem Jahr 5.187 Azubis und Schüler/-innen sowie 1.571 Ausbildungsverantwortliche teilgenommen.

## Azubis suchen sich den Betrieb aus

Die Bewerberzahlen sinken, die Mehrheit der Azubis sucht sich aktuell den Ausbildungsbetrieb aus: 51 Prozent der Azubi-Bewerber/-innen erhalten aktuell zwei oder mehr Angebote. Was nach einer guten Nachricht für Bewerbende klingt, stellt sich doch für viele Jugendliche als

Herausforderung dar. Auf der einen Seite gibt es immer noch viel zu viele Jugendliche, die überhaupt kein Angebot erhalten, andererseits gibt es die Jugendlichen mit mehreren Angeboten. Aber gerade die vielen Möglichkeiten machen die Auswahl umso schwieriger, erst recht bei einer Generation, die dafür bekannt ist, wenig entscheidungsfreudig zu sein. Die sogenannte Generation Z steht unter enormem Leistungsdruck, weil sie sich permanent über Social Media mit anderen vergleichen, sich schlecht fühlen und getroffene Entscheidungen wieder in Frage stellen.

Deshalb wünschen sich die Jugendlichen mehr Unterstützung bei der Berufsorientierung. Denn vor der Suche nach dem Ausbildungsplatz steht die Entscheidung, welcher Ausbildungsberuf es überhaupt werden soll und welcher Beruf zu den eigenen Stärken passt. Ob Testverfahren zur Einschätzung der eigenen Stärken oder Schwächen, über virtuelle Unternehmensbesuche bis hin zu freiwilligen Praktika in den Ferien – alle Antwortmöglichkeiten erfreuten sich großer Zustimmung.

Unternehmen sind hier definitiv gefragt, mehr Angebote zu machen, die den Jugendlichen Orientierungen bieten. Dazu, wie diese Unterstützung aussehen könnte, haben die Jugendlichen in der Studie konkrete Vorschläge gemacht.

STUDIE  
**AZUBI-RECRUITING  
TRENDS 2022**




**Management  
Summary**

www.testsysteme.de




Die Studie „Azubi-Recruiting Trends 22“ kann kostenlos unter folgendem Link heruntergeladen werden:

[testsysteme.de/studie](https://testsysteme.de/studie)



„Mir würde es helfen, wenn man während der Schulzeit einen größeren Fokus auf den Arbeitsmarkt legen würde. Dies könnte beispielsweise auch durch Gruppenarbeiten und Unternehmensvorstellungen geschehen. Beispielsweise könnten Kinder die Berufe ihrer Eltern, Geschwister, Großeltern etc. innerhalb der Klasse vorstellen. Über diesen Weg würde man evtl. auch in jüngeren Jahren schon mit dem Thema Zukunft und Berufswünsche konfrontiert werden und sich ein erstes Bild, vielleicht auch schon eine Idee machen.“

Und wie reagieren Unternehmen auf den enger werdenden Azubi-Markt? In jedem zwanzigsten Betrieb steht die duale Ausbildung insgesamt auf der Kippe, 27 Prozent möchten ihre Angebote zum dualen Studium verstärken, 17 Prozent wollen Azubis im Ausland rekrutieren, 7 Prozent vermehrt Bachelorabsolvent/-innen einstellen. Die große Mehrheit von 75 Prozent setzt jedoch auf die Ansprache alternativer Zielgruppen wie Quereinsteiger/-innen oder Studienzweifler/-innen.

#### **Mit den Kompetenzen geht es bergab**

76 Prozent der befragten Verantwortlichen gaben in der Studie an, dass sie davon ausgehen, dass die Sozial-



Wie sind Sie an Ihren Ausbildungsplatz gekommen?  
Erzählen Sie uns Ihre Geschichte und senden sie an

[jacob@zfamedien.de](mailto:jacob@zfamedien.de)

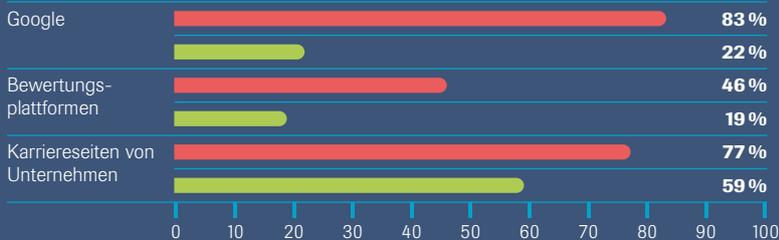




## Vergleich genutzter Infokanäle

### Frage an Bewerber\*innen:

Wie informierst du dich über mögliche Ausbildungsstellen?



■ Azubi-Bewerber\*innen  
■ Auszubildende

### Frage an Ausbildungsverantwortliche:

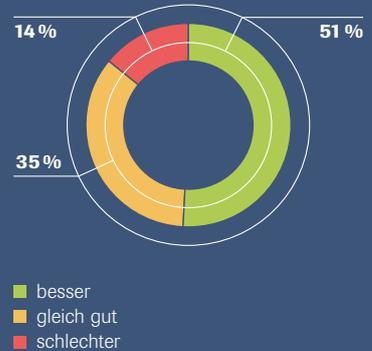
Welche Kanäle und Medien nutzen Sie, um potenzielle Auszubildende anzusprechen?



## Testverfahren zur Vorauswahl

### Frage an Bewerber\*innen:

„Ein Online-Testverfahren finde ich im Vergleich zu einem Test in Papierform ...“



■ besser  
■ gleich gut  
■ schlechter



kompetenzen der Bewerbenden in den nächsten Jahren rückläufig sind. Mit 75 Prozent sah es bei den Fachkompetenzen auch nicht besser aus. Schon Sokrates wusste, „die Jugend von heute kleckert mit dem Essen und ärgert ihre Lehrer“. Kompetenzen nehmen nicht ab, sondern sie verschieben sich. Und das ist auch gut so, weil wir Menschen uns so im Laufe der Jahrtausende immer an die Umweltgegebenheiten anpassen konnten. Statt an der Jugend rumzumeckern, wäre es im Sinne der Unternehmen, diese neuen veränderten Kompetenzen auch zu nutzen und voneinander zu lernen.

### Azubis lieben,

### Auszubildende ignorieren Google

Wer etwas digital sucht, der guckt bei Google. So überrascht es nicht, dass 83 Prozent der Jugendlichen Google häufig zur Suche nach Ausbildungsangeboten nutzen. Aber schöpfen die Betriebe diese Möglichkeiten zur Ansprache und Überzeugung der weniger werdenden Bewerber/-innen aus? Hier weisen die aktuellen Zahlen auf deutliche Lücken hin.

Denn unter den Ausbildungsverantwortlichen nutzen nur 22 Prozent aktiv diesen Kanal. Dagegen wird Social Media als Kanal von Unternehmen eher überbewertet. Social Media ist ein passiver

Werbekanal. Nur weil ich als Jugendlicher regelmäßig Zeit bei Insta, TikTok oder Youtube verbringe, heißt es nicht, dass ich die Angebote der Unternehmen auch sehe. Um erfolgreich über Social Media zu rekrutieren, bräuchte es zuerst eine Strategie, regelmäßige Posts und viele Follower – alternativ ein entsprechendes Werbebudget. Selbst die Jugendlichen sehen das in ihren O-Tönen kritisch.

*„Die Auswahl an Ausbildungsberufen ist gigantisch. Oft werden leider sehr wenige davon überhaupt wahrgenommen. Attraktives Ausbildungsmarketing fehlt leider bei vielen Firmen, die Azubis suchen. Sie werben zwar fleißig in den sozialen Medien, erreichen damit aber nur einen Bruchteil. Meiner Meinung nach fehlt vor allem in den Schulen die Präsenz von Ausbildungsunternehmen. In diesen Einrichtungen kann man sehr viele Jugendliche erreichen, die sich bis dato noch keine Gedanken über ihre berufliche Perspektive gemacht haben, da sie die Möglichkeiten nicht nutzen bzw. sich in ihrer Freizeit lieber mit etwas anderem beschäftigen. Vorträge, auch wenn sie nur kurz sind, würden vielen Schülern Einblicke in die Berufswelt und in verschiedene Branchen bieten, die sie zuvor vielleicht gar nicht interessiert hätten. Ebenfalls würde*

*man so Werbung für die Unternehmen machen und manche würden sich bei Interesse sogar für ein Praktikum bewerben.“*

### Bewerber\*innen, Bewerber:innen oder Bewerber (m/w/d)?

Die Ausbildercommunity ist mehrheitlich nicht gerade genderbegeistert. 44 Prozent empfinden die Diskussion um gendergerechte Sprache in Stellenanzeigen als „störend“ oder „unnötig“, weiteren 18 Prozent ist sie egal. Lediglich 38 Prozent betrachten sie als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Die Mehrheit der Ausbildungsbetriebe (69 Prozent) setzt in der Kommunikation die rechtssichere, aber wenig engagierte m/w/d-Lösung ein (Fachinformatiker (m/w/d)). Andere Varianten wie Fachinformatiker\*in (11 Prozent) oder Fachinformatiker:in (2 Prozent) haben nur wenige Befürworter/-innen. Auf der Seite der Azubi-Bewerber/-innen betrachten 36 Prozent es als „wichtig“ oder „sehr wichtig“, dass alle Geschlechter in Stellenanzeigen angesprochen werden. Allerdings liegt der Anteil bei den Azubi-Bewerber/-innen sogar bei 46 Prozent. Eine einfache Lösung, um viele Gendersternchen in Stellenanzeigen zu verhindern, ist es Bewerbende direkt anzusprechen. Das „Du“ erfreut sich hier der größeren Beliebtheit als das „Sie“. Also #gerne per Du.



## Nachhaltigkeit im Azubi-Marketing

### Frage an Ausbildungsverantwortliche:

Welche Testverfahren verwenden Sie zur Bewerber\*innenauswahl?



- Online-Test (extern)
- Digitaler Test (inhouse)
- Papierform
- Keine

### Frage an die Generation Z:

Was ist dir bei der Wahl des Ausbildungsunternehmens wichtiger?



- Der Ausbildungsbetrieb zahlt eine hohe Ausbildungsvergütung
- Der Ausbildungsbetrieb ist besonders klimafreundlich



Die Verbände Druck und Medien bieten ihren Mitgliedsunternehmen vergünstigte Online-Eignungstests an, die speziell auf die Berufe der Medienindustrie zugeschnitten sind.

Unternehmen sollten darauf achten, ihre Bewerbungsprozesse so einfach und kurz wie möglich zu gestalten. Feedback sollte zeitnah und immer nett erfolgen. Umgekehrt wäre es mehr als fair, wenn auch Bewerbende Feedback geben und absagen, wenn sie an einer Stelle nicht interessiert sind, damit diese für jemand anderen frei wird.

Grundsätzlich gilt, mit Akzeptanz, Fairness und Freundlichkeit finden Unternehmen und Bewerbende am besten zusammen.

### Mama macht das schon – Eltern in der Bewerbungsphase

Die Ergebnisse der Azubi-Recruiting Trends vergangener Jahre haben gezeigt, dass Eltern zu den „Top-Influencer/-innen“ in der Phase der Berufswahl zählen. Tatsächlich erhalten aktuell 40 Prozent elterliche Unterstützung beim Verfassen von Bewerbungen. Ausbildungsunterlagen und Bewerbungen geben also in vielen Fällen Auskunft über die Qualifikationen der Eltern. Die Mamas sind bei der Azubi-Unterstützung übrigens weit vorn: In den meisten Fällen erhalten Azubi-Bewerber/-innen mit elterlichem Support von beiden Teilen Unterstützung (43 Prozent). Bei 41 Prozent ist nur die Mama aktiv, die Papa-Variante ist mit 16 Prozent weit abgeschlagen. Warum also nicht Mama, Papa, Freund und Freundin mit zum Tag der offenen Tür einladen. Das schafft Bindung und Vertrauen.

### Nachhaltigkeit ja, aber zuerst die Kohle

Nicht alle Azubi-Bewerber/-innen haben also Helikoptereltern. Ebenso ist die oft behauptete Nachhaltigkeitsorientierung der Generation etwas komplizierter gelagert. Bei der Alternative „mehr Geld während der Ausbildung oder ein klimafreundlicher Ausbildungsbetrieb“ würden sich

72 Prozent der Azubi-Bewerber/-innen für „mehr Kohle“ entscheiden. Das bedeutet nicht, dass den Azubis der Umweltschutz völlig egal wäre: Der Wunsch, sich während der Ausbildung dafür zu engagieren, ist groß – in den meisten Fällen jedenfalls deutlich stärker ausgeprägt als die entsprechenden Angebote der Betriebe. Wer als Unternehmen besonderen Wert auf nachhaltiges Wirtschaften legt, sollte dies auch in der Azubi-Kommunikation nutzen. Das tun bisher nur 42 Prozent der befragten Unternehmen.

### Azubi-Recruiting an Marktbedingungen anpassen

Angesichts eines enger werdenden Bewerbermarkts sollten Betriebe die vorhandenen Lücken in der Azubi-Ansprache besser ausfüllen. Ihre Bewerberauswahl sollten sie im ersten Schritt nicht auf Noten, sondern darauf konzentrieren, welche Eigenschaften für den Beruf wirklich wichtig sind. Hier bieten sich Tests an. Sie haben eine hohe Akzeptanz bei der Zielgruppe – nur 4 Prozent finden sie nicht gut. Der Einsatz von Online-Tests im ersten Auswahlschritt richtet die Aufmerksamkeit auf die Persönlichkeit der Bewerbenden, ermöglicht eine schnelle Reaktion und verstärkt die Kandidatenorientierung von Bewerbungsprozessen. ■

# Prüf mit!

## Ein Seminarangebot von ver.di für Prüfer/-innen

Das Projekt Prüf mit! bietet Qualifizierung und Beratung für ehrenamtliche Prüfer/-innen in Prüfungs- und Berufsbildungsausschüssen der beruflichen Aus- und Weiterbildung an. Es ist in der ver.di-Bundesverwaltung im Bereich Bildungspolitik angesiedelt und wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert.



ver.di

Angeboten wird ein weitreichendes Qualifizierungsprogramm. Dieses reicht von eintägigen Informationsveranstaltungen über dreitägige Schwerpunktseminare bis hin zu fünftägigen Grundlagen- und Aufbau Seminaren. Viele Angebote und Seminare sind auch digital nutzbar. Sie richten sich an ausgewählte Berufsgruppen, finden aber auch berufsübergreifend statt. Durchgeführt werden sie sowohl regional als auch bundesweit. Aber auch eine Inhouse-Schulung für komplette Prüfungsausschüsse vor Ort ist möglich.

### Dabei werden unter anderem folgende Themen behandelt:

- ✓ Rechte und Pflichten der Prüfungsausschuss-Mitglieder
- ✓ Prüfungsordnungen, Ausbildungsordnungen, Prüfungsinstrumente und deren Umsetzung
- ✓ Prüfungsdurchführung, Simulation von Prüfungsabläufen
- ✓ Beobachten-Beurteilen-Bewerten von Prüfungsleistungen
- ✓ Umgang mit dem Prüfling, Prüfungsangst, Prüfungsstress
- ✓ Frage- und Kommunikationstechniken, interkulturelle Kompetenz
- ✓ Erfahrungsaustausch und Vernetzung der Prüfenden

Für viele der Seminare besteht die Möglichkeit, sich von der Arbeit freustellen zu lassen, da sie als Bildungsurlaub anerkannt sind. Seminar-, Reise- und Übernachtungskosten werden von Prüf-mit! übernommen. Auf der Homepage von Prüf-mit! ([pruef-mit.de](http://pruef-mit.de)) finden sich neben Seminar- und Vernetzungsangeboten auch weitere Materialien und Handlungshilfen für die Arbeit in den Prüfungsausschüssen. Auch die Erfahrungen von Prüfer/-innen zum Thema „Prüfen in Corona-Zeiten“ werden dort behandelt. Ebenso viele praktische Tipps, die helfen, sich im Ehrenamt der Prüfer/-in zurechtzufinden und den Einstieg erleichtern. Neuigkeiten aus der beruflichen Bildung sowie Basisinformationen zur grundlegenden Arbeit von Prüfungsausschüssen runden das Angebot ab. Anmelden können sich neben Gewerkschaftsmitgliedern auch arbeitgeberseitige Interessierte und Berufsschullehrer. ■



Aktuelle Informationen erhält man durch den Newsletter des Projekts, den man auch abonnieren kann unter: [meine.verdi.de/abos](http://meine.verdi.de/abos)

Für Anfragen und Kontaktaufnahme kann man sich direkt an „Prüf mit!“ wenden:

**E-Mail** [pruef-mit@verdi.de](mailto:pruef-mit@verdi.de)

**Telefon** 030. 69 56 28 45

# Was tun, wenn es Probleme in der Ausbildung gibt?



Du kommst in der Berufsschule nicht mit? Die Arbeit im Ausbildungsbetrieb überfordert Dich? Oder andere Dinge machen Dir in der Ausbildung zu schaffen? Wenn Du Dich gut mit Deinem Ausbilder oder Deiner Ausbilderin verstehst, dann kannst Du dort nach Unterstützung fragen. Aber was, wenn Du lieber von Leuten außerhalb des Betriebs oder der Schule unterstützt werden möchtest? Dafür gibt es Programme, die Du jederzeit während Deiner Ausbildung kostenfrei in Anspruch nehmen kannst. Hier erfährst Du, wie Du mit Unterstützung der Programme VerA oder AsA flex Hilfen erhältst, um Deine Ausbildung erfolgreich abzuschließen.



Bei der Initiative VerA „Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen“ wird Dir ein Senior Expert an die Seite gestellt. Du kannst Dich unter [vera.ses-bonn.de/anmeldeformular](https://vera.ses-bonn.de/anmeldeformular) anmelden und Deine Probleme schildern. Die Initiative sucht dann für Dich einen Coach. Zunächst lernt Ihr Euch kennen, um entscheiden zu können, ob Ihr zusammenpasst. Dann legt Ihr gemeinsam fest, wie Ihr zusammenarbeiten möchtet. Dabei kann es sich um Nachhilfe in bestimmten Fächern, Prüfungsvorbereitung oder Klärung von fachlichen Fragen handeln. Aber auch für andere Probleme hat Dein Senior Expert ein offenes Ohr. Du bestimmst auch über den Umfang der Unterstützung und ob der Betrieb und die Berufsschule davon erfahren. Die Teilnahme an dem Programm ist kostenfrei.



Weitere Informationen über VerA findest Du hier:  
[vera.ses-bonn.de/infomaterial](https://vera.ses-bonn.de/infomaterial)



## AsA flex

Auch die Bundesagentur für Arbeit (BA) bietet Dir mit AsA flex „Assistierte Ausbildung“ kostenfreie Unterstützung bei Problemen in der Ausbildung an. Du meldest Dich formlos bei der BA und schilderst Deine Probleme. Dann erhältst Du eine Ausbildungsbegleiterin oder einen Ausbildungsbegleiter, die/der zusammen mit Dir Deinen individuellen Unterstützungsbedarf ermittelt. So kannst Du dann auf Dich zugeschnitten Nachhilfe erhalten. Während der Ausbildung kannst Du so lange wie nötig Unterstützung bei allen Problemen bekommen. Auch hier kannst Du zu jedem Zeitpunkt während Deiner Ausbildung einsteigen.



### Bundesagentur für Arbeit

Hier findest Du alle Informationen zur AsA flex, die auch in einem Video erklärt werden:  
[arbeitsagentur.de/bildung/ausbildung/assistierte-ausbildung-asa](https://arbeitsagentur.de/bildung/ausbildung/assistierte-ausbildung-asa)



# VERBORGENE LERNSCHÄTZE UND NEUE ENTWICKLUNGEN



Seite aus dem Verpackungstechnik-Wiki

Nächstes Jahr im Herbst ist es 15 Jahre her, dass die Mediencommunity online ging. 15 Jahre – das sind insgesamt über 40 Prüfungen (Zwischen- und Abschlussprüfungen), bei denen die Azubis in der Mediencommunity mit Wikis und Online-Lerngruppen unterstützt wurden.

Seitdem haben sich über 16.000 Auszubildende, Ausbilder/-innen, Lehrer/-innen und Fachleute in der Mediencommunity registriert, um zumindest vorübergehend aktiv an der Community teilzunehmen. Stand heute wurden über 7 Millionen Besuche auf der Plattform gezählt, über 37 Millionen Seiten abgerufen und Downloads mit über 5,1 TeraByte Datenvolumen durchgeführt. Damit gehört das Angebot zu den größten Branchenbildungs-Plattformen in Deutschland.

Interessant ist, dass die Mediencommunity – wohl auch aufgrund der Pandemie – in den Jahren 2020 und 2021 die höchsten Nutzungszahlen erreicht hat. Das ist vor allem deshalb ungewöhnlich, weil in den letzten Jahren die Azubizahlen in der Branche deutlich gesunken sind.

Die mit Abstand größte Nutzung verzeichnet die Mediencommunity von Beginn an im Bereich der Prüfungsvorbereitung im Beruf Mediengestalter Digital und Print. Das Prüfungsvorbereitungswiki und die Lerngruppe nutzen bundesweit ca. ein Drittel bis zur Hälfte der Zielgruppe. Außerdem sehr gefragt ist das Englisch-Deutsche Fachwörterbuch Medien-Englisch.

Ganz neu aufgebaut wurde in den letzten Jahren in der Mediencommunity der Bereich Verpackungstechnik. Hier entstand unter der Regie des Hauptverbands Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV) ein Wiki mit qualitativ hochwertigen Lernbeiträgen, das weite Bereiche der Ausbildung von Packmitteltechnolog/-innen abdeckt. Die 464 Wikibeiträge sind den

**Highlights der Lerninhalte in der Mediencommunity**  
 [direkt erreichbar über die Quicklinks auf der Startseite unter [mediencommunity.de](https://www.mediencommunity.de)]:

- Prüfungsvorbereitung – Wiki und Lerngruppe vor jeder Prüfung für Mediengestalter/-innen Digital und Print
- MedienEnglisch – das zweisprachige Fachwörterbuch für die Branche
- Lerncenter mit kostenfreien WBTs und Lernmodulen
- Fachbuch „Reproduktion von Farbe“ mit 40 Praxismodulen inklusive Lösungen
- MedienLiteratur mit Tipps zur Prüfungsvorbereitung
- MedienLinks zu wichtigen Informationsressourcen und Organisationen der Branche
- Wikis mit über 1.000 Beiträgen zu Branchenthemen
- Lexika mit fast 5.000 Einträgen
- Branchensuche – Angepasste Google-Suche über branchenrelevante Domains
- Fachpraktiker-Wiki – Textoptimierte Lernbeiträge zu Themen von Druck und Druckverarbeitung in Einfacher Sprache

medien  community



entsprechenden Lernfeldern des schulischen Rahmenlehrplans zugeordnet.

Für den Bereich Druck und Druckverarbeitung entstand ein Fachpraktiker-Wiki mit textoptimierten Lernbeiträgen in Einfacher Sprache (siehe Artikel Projekt InProD<sup>2</sup>, Seiten 34–37).

Natürlich ist die Mediencommunity, die technisch auf dem CMS Drupal aufgebaut wurde, nicht das Modernste an Usability und UX. Einige interaktive Web-based-Trainings, die in der Entstehungszeit aufwendig mit Flash entwickelt wurden, können heute leider nicht mehr genutzt werden. Viele neuere Systeme sind einfacher zu nutzen und bieten einen größeren Funktionsumfang, wie integrierte Chats oder Videokonferenzen. Seit ein paar Jahren vernetzen sich Azubis auch unabhängig von der Mediencommunity in eigenen

Plattformen wie z. B. Discord. So verbreitet sich der Ansatz weiter, das gemeinsame Lernen im digitalen Raum zu ermöglichen. Ganz im Sinne der für alle Ausbildungsberufe geltenden neuen Standardberufsbildposition „Digitalisierte Arbeitswelt“, in der als Anforderung formuliert wird:

**„Lern- und Arbeitstechniken sowie Methoden des selbstgesteuerten Lernens anwenden, digitale Lernmedien nutzen und Erfordernisse des lebensbegleitenden Lernens erkennen und ableiten.“**

Die Mediencommunity ist somit bei aller Bescheidenheit ein Vorreiter für das digitale Lernen – nicht nur in der Druck- und Medienbranche. Sie wird auch weiterhin das Lernen in der Ausbildung unterstützen und verborgene Lernschätze zum Entdecken bereithalten. ■

# Projekt InProD<sup>2</sup>



In der Diskussion um Inklusion in der Gesellschaft ist eine Erkenntnis entscheidend, die von vielen Betroffenen selbst postuliert wird: „Nicht wir sind behindert – wir werden behindert!“ Und so verhält es sich nicht nur bei nicht abgesenkten Bürgersteigen oder fehlenden Aufzügen an Bahnhöfen, sondern auch in der Sprache. Und wie bei den anderen genannten Beispielen profitieren alle Nutzer/-innen von leicht verständlichen Texten, gerade in der Ausbildung.



## Behindernde Sprache überwinden – Teilhabe durch digitale Medien in Einfacher Sprache



Das Ende 2021 abgeschlossene Projekt InProD<sup>2</sup> hatte sich zur Aufgabe gestellt, den Einstieg in die inklusive Nutzung von digitalen Lernmedien in der Druckbranche zu schaffen. Von Anfang an war klar, dass die sprachlichen Hürden zur Nutzung der digitalen Inhalte so weit wie möglich reduziert werden mussten. Schließlich sollte die Zielgruppe, Azubis der Fachpraktikerregelungen Medientechnologie Druck und Druckverarbeitung, eigenständig Lernbeiträge nutzen können. Deshalb wurden alle Inhalte in Einfache Sprache übersetzt und von Expert/-innen geprüft. Der Vorteil der Nutzung der Einfachen Sprache liegt darin, dass nur die sprachliche, aber nicht die inhaltliche Komplexität der Texte beschränkt wird. So kann diese Stilebene nicht nur für die Fachpraktiker-Azubis, sondern zusätzlich ohne Abstriche in der Vollausbildung genutzt werden.

GEFÖRDERT VOM



Zusammen.  
Zukunft.  
Gestalten.





Beispiel für  
Textoptimierung



**InProD<sup>2</sup>**  
Inklusion in der Produktion





## Verständnis erleichtern

### Aufbereiten vorhandener Lerninhalte / Textoptimierung

**Original** Das Innere des Druckturms lässt sich im Wesentlichen in drei Bereiche unterteilen: Das **Farbwerk** (in dem Farbe dosiert, verteilt, gespeichert und aufgetragen wird), das **Feuchtwerk** (das Feuchtmittel auf die Druckform und ins Farbwerk dosiert) und den **Plattenzylinder** (der die Druckform aufnimmt).

**Textoptimierung** Im Druckturms sind 3 Bereiche:  
 1. **Farbwerk** mit der Aufgabe: Farbe dosieren, verteilen, speichern und aufragen  
 2. **Feuchtwerk** mit der Aufgabe: Feuchtmittel auf die Druckform und ins Farbwerk dosieren  
 3. **Plattenzylinder** mit der Aufgabe: Druckform aufnehmen

6 — 29.06.2022



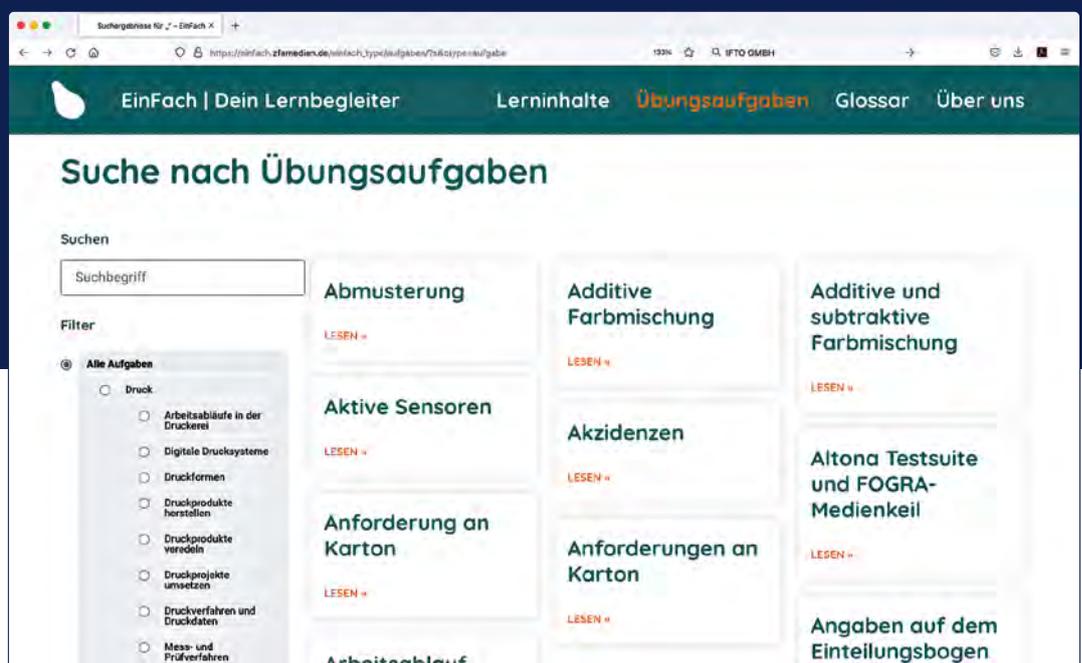
#### Hierzu wurden zwei digitale Lernangebote entwickelt:

**1.** Die LernApp „EinFach – dein Lernbegleiter“ ([einfach.zfamedien.de](https://einfach.zfamedien.de)) mit über 200 Beiträgen zu den Themen Drucktechnik und Druckverarbeitung – von Experten textoptimiert und aufbereitet, über 215 interaktive Übungsaufgaben, passend zu den Lernbeiträgen und einem Glossar mit Erklärungen zu 250 Fachbegriffen.

Das Lernprogramm wurde in Form einer auf Wordpress basierenden Website mit Progressiven Web Applikationen realisiert. Die Installation ist auf mobilen Endgeräten oder Desktop PCs möglich und erlaubt eine lokale Sicherung temporärer Daten zur Offline-Nutzung der Inhalte.

**2.** Als zweites Lernangebot wurden verschiedene Module auf Basis von Social Virtual Learning (SVL) zum virtuellen Lernen für die Zielgruppe erstellt. Sie können in allen Berufsbildungswerken kostenlos zum Einsatz kommen. Die Lernmodule wurden neu strukturiert und ebenfalls textoptimiert. Zusätzliche Übungen gewährleisten den Lernerfolg. Die Projektpartner ZFA und das Berufsbildungswerk im Oberlinhaus unterstützen gerne beim Transfer und bei der Anschaffung der benötigten Hardware.

LernApp EinFach –  
Dein Lernbegleiter



The screenshot shows the 'EinFach | Dein Lernbegleiter' website. The main heading is 'Suche nach Übungsaufgaben'. There is a search bar with the placeholder 'Suchbegriff'. Below the search bar is a 'Filter' section with a radio button for 'Alle Aufgaben' and a list of categories under 'Druck':

- Arbeitsabläufe in der Druckerei
- Digitale Drucksysteme
- Druckformen
- Druckprodukte herstellen
- Druckprodukte veredeln
- Druckprojekte umsetzen
- Druckverfahren und Druckdaten
- Mess- und Prüfverfahren

On the right side, there are several exercise cards, each with a 'LESEN' button:

- Abmusterung
- Aktive Sensoren
- Anforderung an Karton
- Arbeitsablauf
- Additive Farbmischung
- Additive und subtraktive Farbmischung
- Akzidenzen
- Anforderungen an Karton
- Altona Testsuite und FOGRA-Medienkeil
- Angaben auf dem Einteilungsbogen



Christina Hanck und Thomas Hagenhofer auf der Roadshow in Mosbach.

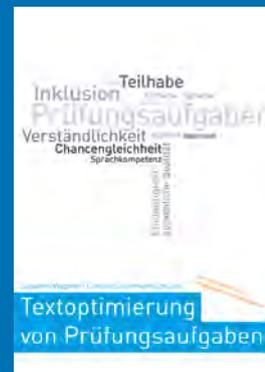
Diese Projektergebnisse wurden auf der Roadshow des Bundesministeriums für Bildung und Forschung in Zusammenarbeit mit dem Bundesinstitut für Berufsbildung in Workshops präsentiert. Auf einem Online-Anwenderworkshop im Februar 2022 und einer Präsenzveranstaltung im Juni 2022 in Mosbach (Odenwald) konnten Ausbilder/-innen einen Eindruck von der im Projekt gewählten Methode der Textoptimierung gewinnen. Darüber hinaus konnten sie die OpenSource-Anwendung H5P zur Erstellung von Übungsaufgaben praxisnah selbst testen. ■



Dokumentation der Roadshow unter: [kurzelinks.de/2t8i](https://kurzelinks.de/2t8i)



[1]



[2]

Der ZFA erstellt seit über 70 Jahren bundeseinheitliche Prüfungsaufgaben für die Druckbranche und beschäftigt sich schon seit Mitte der 80er-Jahre auch wissenschaftlich und in der praktischen Umsetzung mit dem Thema „Verstehen von Texten (Prüfungsaufgaben), Erfassen von Inhalten sowie Lesekompetenz“.

Seit 2010 bietet der ZFA auch bundeseinheitliche textoptimierte Prüfungsaufgaben für hörbehinderte Auszubildende an. Dabei werden die Aufgaben mit einfachen Worten formuliert, damit die gehörlosen Azubis sie mit ihrem eingeschränkten Wortschatz verstehen.

- [1] Einen Flyer mit den wichtigsten Textoptimierungs-(TOP)-Regeln für die Hosentasche erhalten Sie zum Preis von 2 Euro/Stück direkt bei der IFTO-GmbH. Weitere Informationen zur Textoptimierung: [ifto.de](https://ifto.de)



- [2] Die Infobroschüre zur Textoptimierung von Prüfungsaufgaben finden Sie hier: [zfamedien.de/downloads/ZFA/TOP\\_Broschuere-gesamt.pdf](https://zfamedien.de/downloads/ZFA/TOP_Broschuere-gesamt.pdf)



Für einen Austausch zu den erstellten Anwendungen und deren Einsatzmöglichkeiten stehen die Projektpartner weiterhin zur Verfügung:



Projektwebsite [inprod2.de](https://inprod2.de)



LernApp EinFach – Dein Lernbegleiter [einfach.zfamedien.de](https://einfach.zfamedien.de)

WorldSkills still alive!  
See us in Braunschweig,  
Munich and Lyon!



# world skills

## COMPETITION 2022

## SPECIAL EDITION

Die WorldSkills-Wettbewerbe sind durch die Pandemie heftig durcheinandergewirbelt worden. Die ursprünglich für 2021 in Shanghai vorgesehenen Azubi-Weltmeisterschaften wurden zunächst auf 2022 verschoben und mussten dann komplett abgesagt werden.

Innerhalb kürzester Zeit erarbeiteten die Expert/-innen rund um den Globus eine adäquate WM-Alternative. Die Idee der WorldSkills Competition 2022 Special Edition wird nun von September bis November Realität, wenn die besten Fachkräfte aus 58 Ländern und Regionen in 61 Berufsdisziplinen in 15 Nationen ihr Können auf höchstem Niveau zeigen. Für die Skills Drucktechnik und Grafikdesign finden diese Wettbewerbe vom 12. bis 15. Oktober in Aarau (Schweiz) statt.

**HIERZU ERKLÄRTE HUBERT ROMER, GESCHÄFTSFÜHRER UND OFFIZIELLER DELEGIERTER VON WORLDSKILLS GERMANY:**

*„Im Frühjahr waren wir nicht sicher, ob die WorldSkills in diesem Jahr überhaupt ausgetragen werden können. Nun wissen wir, dass sich der Fleiß und der Ehrgeiz unserer Nationalmannschaft auszahlen werden. Sie werden ihr Spitzenkönnen international unter Beweis stellen und Teil eines einzigartigen Welt-Events sein.“*

In den vergangenen Jahren konnten professionelle Strukturen in allen Berufsdisziplinen etabliert werden, die mit dem Spitzensport vergleichbar sind. Nun bereiten die WorldSkills-Netzwerker/-innen für 2023 die nächsten Meisterschaften im Vorfeld der WorldSkills 2024 in Lyon vor.

# AZUBI-MEISTERSCHAFTEN IN DEN MEDIENBERUFEN FINDEN 2023 STATT

**Folgende Wettbewerbe sind für  
Medientechnologen/-innen  
Druck und Mediengestalter/-innen  
Digital und Print geplant:**

**Regionale Meisterschaften** in der Region Nord vom 13.06. bis 15.06.2023 an der Johannes-Selenka-Schule in Braunschweig und die Bayerischen Meisterschaften vom 25.07. bis 27.07.2023 beim Verband Druck und Medien Bayern in Aschheim bei München.

**Die Nationalen Meisterschaften** der Medienberufe finden dann im Herbst 2023 bei der Heidelberger Druckmaschinen AG in Wiesloch statt. Aus den Gewinnern/-innen werden Nationalteams gebildet, die sich gemeinsam auf die WorldSkills in Lyon im September 2024 vorbereiten und entsprechende

Trainings absolvieren. Aus diesen Teams werden dann die Teilnehmer/-innen an den WorldSkills ermittelt.

Mitmachen können Azubis, die nach dem 31. Dezember 2001 geboren sind, sehr gute praktische Fertigkeiten und gute Fachkenntnisse mitbringen sowie sehr gute Prüfungsergebnisse nachweisen können. ■



Detaillierte Anmelde-  
Informationen gibt es zum  
Jahresbeginn 2023  
auf der Website:  
[zfamedien.de/worldskills/](https://zfamedien.de/worldskills/)



Wir bitten alle  
Ausbilder/-innen und  
Lehrer/-innen um  
Unterstützung bei der  
Suche nach geeigneten  
Teilnehmer/-innen.

••••• Fragen und aktuelle Infos  
jederzeit unter:  
[hagenhofer@zfamedien.de](mailto:hagenhofer@zfamedien.de)

# Vorhang auf für die Preisträger/-innen des 31. Gestaltungswettbewerbs der Druck- und Medienverbände!



**Aufgabe des 31. Gestaltungswettbewerbs war es, eine Business-Geburtskarte zu gestalten.**

Geburtstage von Geschäftspartnern, Kunden, Mitarbeitern oder Kollegen sind immer wieder eine Herausforderung. Wie persönlich möchte man werden, wie gelingt es, den richtigen Ton zu treffen? Soll die Karte überraschen, schmeicheln, gute Laune stiften oder hochachtungsvoll Ehre erweisen? Dieser Thematik haben sich die Wettbewerbsteilnehmer/-innen gestellt und es wurden 94 Arbeiten eingereicht. Die Ausführungen reichten von einfach geschriebelten Karten bis hin zu komplett durchgestalteten Sets. Entsprechend schwer war die Bewertung. Die Jury – zehn Persönlichkeiten aus den Bereichen Druck, Werbung und Gestaltung – hat es sich nicht leicht gemacht. Die Meinungen und Einschätzungen gingen gelegentlich auseinander, aber nach intensiver Beratung standen die Ergebnisse fest.

**Die Preisträger/-innen  
AUF DEN NÄCHSTEN VIER SEITEN  
VON PLATZ 10 BIS 1**

**Für die Bewertung der Einreichungen galten diese Kriterien:**

- Sind bei der Umsetzung der Arbeit gute gestalterische Fähigkeiten zu erkennen?
- Ist die Gestaltung originell oder steckt eine gute und neue Idee dahinter?
- Ist die Gestaltung für das Thema des Wettbewerbs passend?

PLATZ  
**10**

**ANNE-MARIE WIRTH** | 2. AUSBILDUNGSJAHR  
Klapproth+Koch GmbH in Weimar

Anne-Marie Wirth hat eine komplexe Klappkarte mit Ausstanzungen und einem Logo als Siegel entworfen. Begleitet wurde der Entwurf von einer umfangreichen Präsentation, welche die Entstehung der Karte sehr schön dokumentiert hat. Besonders beeindruckt war die Jury von der erkennbar vielen Arbeit, die Anne-Marie Wirth in ihre Idee gesteckt hat.



PLATZ  
**9**

**MARIE PETER** | 2. AUSBILDUNGSJAHR  
AD&VISION GmbH in Dreieich

Marie Peter hat eine Karte speziell für den Einsatz in einem Unternehmen aus der Druckbranche entworfen. Die Gestaltung greift die typischen Rasterpunkte im Druck auf. Der Entwurf berücksichtigt das Beglückwünschen von Mitarbeitern und Kunden mit unterschiedlichen Inhalten. Die Gestaltung ist stimmig und handwerklich gut umgesetzt.



PLATZ  
**8**

**WOLFGANG NEFF** | 2. AUSBILDUNGSJAHR  
Niedermayr Kommunikation in Regensburg

Die Karte von Wolfgang Neff wurde mit einem Nachhaltigkeitsgedanken gestaltet. Beim Bedruckstoff hat er sich für Blumensamenpapier entschieden. Dieses schafft nicht nur eine besondere Haptik, das Material aus zwei dünnen Papierschichten mit dazwischen liegenden Blumensamen kann nach dem Gebrauch auch einfach in die Erde gepflanzt werden. Die daraus wachsenden Blumen machen nachhaltig happy. Die Jury lobte diese Idee für eine Geburtstagskarte.



PLATZ

7

**SARAH GÖTZ** | 1. AUSBILDUNGSJAHR  
indexdigital in Wiesbaden

Der Entwurf von Sarah Götz fiel im Bewerberfeld schon wegen des komplexen Konzepts auf. Die Klappkarte mit Ausstanzungen, einem Einleger aus Transparenzpapier sowie die Verknüpfung mit einer Geburtstagslieder-Playlist bei Spotify trägt viele Ideen zusammen, die die Karte zu einem besonderen Erlebnis machen.



PLATZ

6

**MAYA SCHWARZER** | 2. AUSBILDUNGSJAHR  
Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme IAIS in Sankt Augustin

Maya Schwarzer hat einen Entwurf eingereicht, der eine stilisierte Darstellung einer Geburtstagstorte enthält. Auf Text wurde gänzlich verzichtet, die Grafik spricht für sich selbst und ist für jedes Zielpublikum unabhängig von der Sprache einsetzbar. Der Jury gefiel besonders die grafisch reduzierte Umsetzung der Karte.

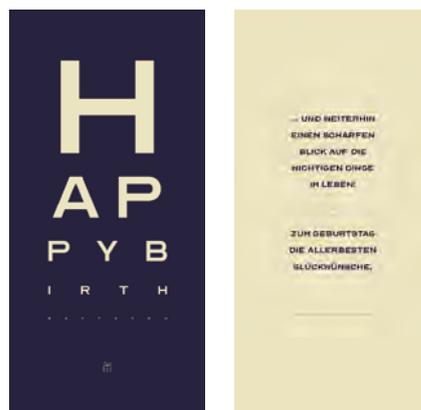


PLATZ

5

**ZOË HILS** | 1. AUSBILDUNGSJAHR  
BREUER+NOHR GmbH & Co. KG in Landau/Pfalz

Die Karte von Zoë Hils greift bewusst einen Sehtest bei einem Optiker oder Augenarzt auf. Das Design spielt auf die Alterssichtigkeit an, die bei jeder Altersgruppe im Berufsalltag bekannt ist. Kann der Empfänger auf der Frontseite alles entziffern, passt der Wunsch im Innenteil „... und weiterhin einen scharfen Blick auf die wichtigen Dinge im Leben!“ ganz wunderbar. Die Jury honorierte besonders die Idee und die edle Farbgestaltung.



PLATZ  
**4**

**ELISA MAGLIO** | 2. AUSBILDUNGSJAHR  
Tanner AG in Lindau

Die Karte von Elisa Maglio kombiniert ein grafisches Design ohne Text mit einer individuellen und digitalen Botschaft für den Empfänger über einen QR-Code. Der Jury gefiel die liebevolle Gestaltung, die mit dem Stift in der Hand entstanden ist. Elisa hat eine Karte eingereicht, die so im stationären Handel nicht zu finden ist und sich auch deshalb gekonnt abhebt.



PLATZ  
**3**

**SASCHA MERTE**S | 1. AUSBILDUNGSJAHR  
VENNEKEL + PARTNER GmbH in Kempen

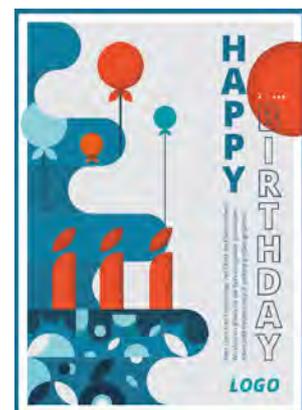
Den dritten Platz – dotiert mit einem Preisgeld von 250 Euro – hat sich Sascha Mertes verdient. Auch sein Entwurf sticht aus der Menge der Einreichungen hervor. Er zeichnet sich durch eine originelle, mutige Gestaltung aus. Die Wildheit der Linien und der Schrift ziehen Aufmerksamkeit auf sich, sind sympathisch und stehen dafür, dass ein Geburtstag kein langweiliger, sondern – im Gegenteil – ein bewegender Tag sein sollte.



PLATZ  
**2**

**JULIAN KRÜGER** | 1. AUSBILDUNGSJAHR  
CMF Advertising GmbH in Mörfelden-Walldorf

Den zweiten Platz hat Julian Krüger errungen. Er darf sich über 500 Euro freuen. Julian Krüger hat Objekte, die er mit dem Thema Geburtstag assoziiert, in einer selbst gebauten Kreation verbunden. Dabei hat er sich auf wenige Objekte beschränkt. Einfache, proportional aufeinander abgestimmte Formen und kontrastreiche Farben geben der Gestaltung eine moderne, plakartartige, künstlerische Anmutung.



PLATZ

1

**LILI LUBKOWITZ** | 2. AUSBILDUNGSJAHR  
BRAND FACTORY GmbH in Offenbach am Main

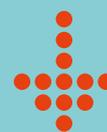
Der erste Platz ging an Lili Lubkowitz, sie erhält ein Preisgeld in Höhe von 750 Euro. Die Jury lobte ihre Idee, eine Glückwunschkarte zu einem Erlebnis zu machen. Die Karte ist hochwertig und zollt dem „Geburtsstagskind“ höchsten Respekt. Das sehr gut durchdachte, flexible Konzept, eine schöne, frische Gestaltung und die inhaltlich und grafisch ausgezeichnete Umsetzung haben zur höchsten Punktzahl geführt.



**Die Plätze vier bis zehn werden mit je einem Jahresabonnement der Zeitschrift PAGE honoriert.**

Philipp von Trotha, Geschäftsführer des Verbandes Druck & Medien NordOst, resümiert den 31. Gestaltungswettbewerb:

*„Wir sind begeistert von der Kreativität und Hingabe, die vielen Entwürfen anzusehen war. Es war eine Freude, sich durch die eingegangenen Entwürfe zu arbeiten. Wir gratulieren allen Gewinnerinnen und Gewinnern und hoffen auf eine erneut rege Teilnahme im kommenden Jahr.“*



**Thema und Termine für die Ausschreibung des Gestaltungswettbewerbes 2023 werden im Herbst 2022 durch die Druck- und Medienverbände veröffentlicht.**

Sie sind interessiert, daran teilzunehmen? Registrieren Sie sich bereits jetzt mit Ihrer E-Mail-Adresse über den QR-Code bzw. Link und wir informieren Sie, sobald die Ausschreibung veröffentlicht ist.

[vdmno.de/gestaltungswettbewerb-der-druck-und-medienverbaende/](https://vdmno.de/gestaltungswettbewerb-der-druck-und-medienverbaende/)

# Branchenspezifische Informationen der Berufsgenossenschaft zum Ausbildungsstart



Die Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM) gibt zum Start des neuen Ausbildungsjahres 2022 eine Broschüre zum sicheren Start in die Ausbildung heraus.

Sie enthält Informationen zu Rechten und Pflichten im Betrieb, der persönlichen Schutzausrüstung und dem rechtzeitigen Erkennen von Gefahren, die beim Umgang mit Maschinen, Gefahrstoffen oder elektrischem Strom auftreten können. Des Weiteren informiert sie zum Schutz vor Lärm, dem richtigen Transport von Lasten, dem Leisten Erster Hilfe und dem Verhalten bei Unfällen. Auch Tipps zum Arbeiten am Bildschirm sowie zur Ergonomie im Alltag sind enthalten.

 **BG ETEM**  
Energie Textil Elektro  
Medienerzeugnisse



Die Broschüre kann kostenfrei  
heruntergeladen werden unter:

[medien.bgetem.de/medienportal/  
artikel/QUIwMTg-](https://medien.bgetem.de/medienportal/artikel/QUIwMTg-)

Außerdem können versicherte  
Unternehmen 20 Freixemplare  
erhalten.



[www.bgetem.de](https://www.bgetem.de)

# termine

## Prüfungstermine Deutschland

### ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2022/23

Schriftliche Prüfung  
Mittwoch, 7. Dezember 2022

### ZWISCHENPRÜFUNG 2023

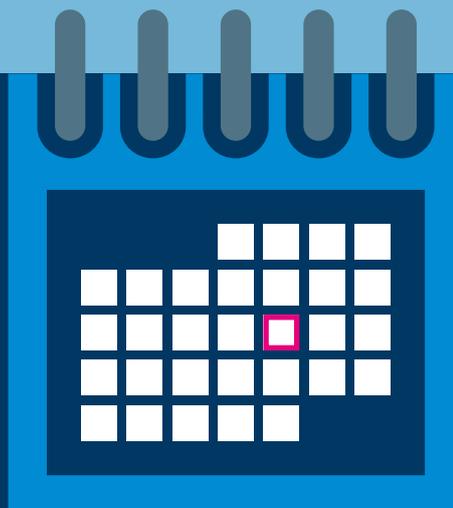
Schriftliche Prüfung  
Mittwoch, 22. März 2023

### ABSCHLUSSPRÜFUNG SOMMER 2023

Schriftliche Prüfung  
Mittwoch, 10. Mai 2023

### ABSCHLUSSPRÜFUNG WINTER 2023/24

Schriftliche Prüfung  
Mittwoch, 6. Dezember 2023



Die praktischen Prüfungstermine werden von den Prüfungsausschüssen der prüfenden Stelle vor Ort (z. B. IHK, HWK) festgelegt.



# impressum

#### HERAUSGEBER

Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien  
MedienBildung VerlagsGmbH  
Wilhelmshöher Allee 260  
34131 Kassel  
Telefon (05 61) 5 10 52-0  
Homepage: [zfamedien.de](http://zfamedien.de)  
E-Mail: [info@zfamedien.de](mailto:info@zfamedien.de)

Der Zentral-Fachausschuss ist im Auftrag des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm), Berlin und der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Fachbereich Medien, Kunst und Industrie, Berlin als Zentralstelle für die Ausbildung in der Druck- und Medienbranche tätig.

Die MedienBildung VerlagsGmbH ist eine Tochtergesellschaft des ZFA.

#### REDAKTION

Anette Jacob  
Wilhelmshöher Allee 260  
34131 Kassel

#### REDAKTIONELLE BERATUNG

Frank Fischer, bvdm, Berlin  
Jan Schulze-Husmann, ver.di, Berlin

#### KONZEPTION UND GESTALTUNG

Klaus Brecht GmbH, Text, Bild, Grafik,  
Heidelberg

#### DRUCK

Thiele & Schwarz, Druck- und Verlagshaus  
Kassel

Das Druck- und Medien-Abc wird an die Auszubildenden der Druck- und Medienbranche nur über die Berufsschulen, an die Ausbilder nur über die Landesverbände und an die Mitglieder der Prüfungsausschüsse über die Kammern geliefert. Die kostenlose Herausgabe des Druck- und Medien-Abcs wird auch unterstützt durch den Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e.V., Berlin, den Wirtschaftsverband Kopie und Medientechnik e.V., Frankfurt und den Bund deutscher Buchbinder e.V., Aachen.

Das Druck- und Medien-Abc erscheint einmal jährlich.

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.

#### PAPIER

120 g/m<sup>2</sup>, holzfrei, weiß, Juwel Offset



## Medientechnologie Druck Erfolgreiche Ausbildung und Prüfungsvorbereitung

### Medientechnologie Druck – Qualifikationen und Kompetenzen

2. Auflage 2017, 440 Seiten, mit zahlreichen Aufgaben



#### Arbeitsbuch für eine erfolgreiche berufliche Bildung

Das Arbeitsbuch für die Ausbildung zum Medientechnologen Druck von Helmut Teschner ist abgestimmt auf die aktuelle Verordnung des Berufes und den damit einhergehenden Anforderungen. Es gibt Anregungen und Hilfen, um das notwendige fachliche Wissen nachhaltig zu erschließen und befähigt dazu, es konkret im Ausbildungsbetrieb und der Berufsschule umzusetzen.

Lösungen: Best.-Nr. 95295 EUR 22,-

### Optimale Prüfungsvorbereitung mit verbrauchten Prüfungsaufgaben

- ✓ Realitätsnahe Vorbereitung mit den praktischen und schriftlichen Aufgabensätzen vergangener Jahre
- ✓ Ihre Auszubildenden lernen den Prüfungsablauf sowie die Aufgabentypen kennen

#### Für Medientechnologen/-technologInnen Druck empfehlen wir

- die Abschlussprüfung Winter 2021/2022, Art.-Nr. 45777
- die Abschlussprüfung Sommer 2021, Art.-Nr. 43529
- die Zwischenprüfung Frühjahr 2021, Art.-Nr. 42725

Ältere Prüfungen und Prüfungen für weitere Berufe finden Sie hier:



Mehr Infos unter:  
[christiani.de/ausbildung/druck-medien/pruefungsvorbereitung/](https://christiani.de/ausbildung/druck-medien/pruefungsvorbereitung/)

 Mehr Informationen finden Sie unter:  
[christiani.de/93580](https://christiani.de/93580)

Folgen Sie uns:





[zfamedien.de](http://zfamedien.de)