

DRUCK + PAPIER

Nr. 5 | November 2003 | Jahrgang 141



Wie der Handwerksberuf des Notenstechers zur virtuellen Mediendienstleistung wurde

Fotos (l./r.): Jürgen Seidel

Hindemiths Erben

Der Bildschirm ist zweigeteilt. Unten laufen fünf parallele Linien von links nach rechts, die sich langsam mit Notenschlüssel, Pausenzeichen und Taktstrichen füllen, sobald Hans-Jürgen Schwarz in der oberen Hälfte Buchstaben und Zahlen eintippt: r, c6, c9, m. Neben ihm liegt ein von Hand geschriebenes Notenblatt des Komponisten Paul Dessau.

Ein wenig Wehmut schwingt mit, wenn Schwarz die Vor- und Nachteile der Notenherstellung am Computer aufzählt. 1989 hat der gelernte Notenstecher Bleiplatte, Stichel und Korrekturzange aus der Hand gelegt und mit Monitor, Tastatur und dem Softwareprogramm Score vertauscht. Schwarz arbeitet bei der Unternehmensgruppe Schott Musik International in Mainz. 1770 vom »kurfürstlichen Notenstecher« Bernhard Schott gegründet, beschäftigte das Traditionsunternehmen in seinen besten Zeiten zehn bis zwölf dieser musikalisch und künstlerisch versierten Handwerker. 200 Jahre lang blieb die Technik konkurrenzlos, bei der Note für Note, Taktstrich für Taktstrich und bei Liedtexten Buchstabe für Buchstabe spiegelverkehrt in eine Bleiplatte geschlagen und gestochen wurden. Dann begann langsam eine Art Letraset-Verfahren (»Notentypie«) den klassischen Notenschlüssel zu verdrängen, der pro Seite rund acht Stunden Arbeit erfordert. Doch revolutioniert wurde das Geschäft rund um Notensatz, -druck und -vertrieb durch die elektronische Datenverarbeitung: In nur 15 Jahren haben Rechner und Computernetz die Arbeitsabläufe vollkommen verändert.

Eine Konsequenz aus dieser Entwicklung zogen ver.di und der Bundesverband Druck und Medien (bvd/m) und integrierten die Musiknotenherstellung als Qualifizierungsschwerpunkt in das Berufsbild Mediengestalter/in für Digital- und Printmedien. Damit existiert das Handwerk des No-

tenstechers, mit dem sich viele Komponisten wie Paul Hindemith finanziell über Wasser gehalten hatten, seit dem 1. August 2002 formal nicht mehr.

Schott-Herstellungsleiter Herwig Süß und Werkstattleiter Rüdiger Schlesinger beschreiben die neuen Geschäftsprozesse: Der Musikverlag verlangt mittlerweile von seinen Vertragskomponisten, dass sie ihre Notensätze in digitaler Form abliefern. Wer nicht bereits selbst an Keyboard und Computer komponiert oder ein einschlägiges Softwareprogramm beherrscht, bezahlt für die Übertragung des handgeschriebenen Musikmanuskripts bei Schott extra.

Insgesamt verringert sich so das Volumen des neu zu Setzenden. Auch beim Altbestand bleibt der Aufwand überschaubar, weil sich gute Druckvorlagen von gestochenen Notenblättern einscannen und digital weiterverarbeiten lassen. Ob zeitgenössische Musik oder klassische Kompositionen: Noten werden immer nur in kleinen Auflagen nachgefragt und sind daher ein interessantes Geschäftsfeld für den Digitaldruck.

Die Vertriebswege wandeln sich in doppelter Weise: Das Laientrio in Furth vorm Wald beispielsweise kann eine gewünschte Violinsonate bei Schott per Internet bestellen und erhält die Blätter dann per Post oder beim nahegelegenen Musikalienhändler. Noch nicht ausgereift dagegen ist das Geschäftsmodell, sich Noten kostenpflichtig auf den Computerschirm zu laden und zu Hause selbst auszudrucken.

Der Computersatz von Noten ist schneller, billiger, perfekter als der Stich von Hand. Doch Profi Hans-Jürgen Schwarz ist davon überzeugt, dass »eine Seite anders lebt, wenn nicht alle Zeichen hundertprozentig identisch sind. Dem Auge tut das gut.« Schwarz selbst will aber keine Bleiplatte mehr bearbeiten: »Mir fehlt inzwischen die Übung. Das Gefühl für die Stichelführung ist weg. Das macht keinen Spaß mehr.«

So stirbt ein kunstvolles Handwerk aus. Und das greifbare Arbeitsergebnis wird vom virtuellen Datensatz abgelöst. »Manchmal frage ich mich am Abend«, sagt Schwarz: »Was habe ich heute gemacht?«

Auch Werkstattleiter Rüdiger Schlesinger beobachtet die Wandlungen des Berufsbildes mit einem lachenden und einem weinenden Auge. »Es war richtig, auf den Monoberuf Notenstecher zu verzichten. Nun lernen die angehenden Mediengestalter auch Cover- oder Plakatgestaltung, gehen in die Grafik und in die Druckvorstufe. Das verbessert die Chancen auf dem Arbeitsmarkt.« Allerdings reiche die Zeit nicht aus, die der Ausbildungsplan für den neuen Schwerpunkt »Musiknotenherstellung« vorsehe. Mit der Folge, dass dem geforderten Tempo ein Stück inhaltlicher Qualität geopfert werden müsse, bedauert Schlesinger. Und dass vom Know-how des Notenstechers nichts gerettet werden könne. »Schade«, sagt der Werkstattleiter und Musiker, »dass heutzutage die Marktfähigkeit des Menschen das A und O ist.« **HELGA BALLAUF**

IN DIESER AUSGABE

... können wir wieder neue schweizerische Qualitätsprodukte unserer helvetischen Schwestergewerkschaft Comedia anpreisen: Zum einen ist der Band 2 der Fachhefte zur Typografie (»Satztechnische Grundlagen«) kräftig überarbeitet und neu gedruckt worden. Dazu gibts jetzt auch eine ergänzende Lern-CD-ROM – beides für ver.di-Mitglieder wie gehabt preisgünstiger als für Normalsterbliche: nähere Angaben auf Seite 6. Dort findet sich auch eine blatt hohe Anzeige für ein außergewöhnliches Buch: »Das trikontinentale Solidaritätsplakat« von Richard Frick (Zürich) – Format 22 mal 28 Zentimeter, 448 Seiten mit 344 vierfarbigen Plakat-Reproduktionen im frequenzmodulierten Raster zum sensationellen Subskriptionspreis von 78 Euro. Ein handfestes Stück Solidarität mit den Befreiungsbewegungen in Afrika, Asien und Lateinamerika. Die Comedia entrichtet den Anzeigenpreis in Naturalien, nämlich mit einer Anzahl dieser herrlichen Bücher. Und weil die Tage schon merklich kürzer werden und Weihnachten sich schon sachte ankündigt, verlost DRUCK+PAPIER drei Exemplare unter denjenigen Kolleginnen und Kollegen, die per Postkarte (an Redaktion D+P, c/o ver.di-Bundesvorstand, Stichwort: Plakatbuch, Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin) oder per eMail (drupa@verdi.de) bis zum 4. November 2003 kundtun, dass sie gerne eines hätten. Benachrichtigung der Gewinner/innen erfolgt dann umgehend, damit diejenigen, die nicht gewonnen haben, immer noch bis zum 1. Dezember zum günstigen Subskriptionspreis bestellen können. Wo gibts solchen Service heute sonst noch? In diesem Sinne jetzt schon mal frohes Fest und guten Rutsch!

HENRIK MÜLLER



KURZ + BÜNDIG

VERLAGE BEDINGT OPTIMISTISCH

»Merklich gebessert« hat sich im September das Konjunkturtelegramm des Bundesverbandes Druck und Medien auf Basis der Befragung von rund 300 Betriebsleitern der Druckindustrie. Nach wie vor seien zwar Betriebe mit »schlechter Lage« (43 Prozent) wesentlich häufiger als solche mit ausgesprochen guter Geschäftslage (fünf Prozent). Die übrigen 52 Prozent halten ihre aktuelle Lage aber für befriedigend, heißt es in der bvdm-Mitteilung.

Während Arbeitsschutzmesse A+A vom 27. bis 30. Oktober 2003 in Düsseldorf treffen sich die ver.di-Mitglieder aus dem Fachbereich Medien, Kunst und Industrie am 29. Oktober 2003 um 19.00 Uhr im »Uerigen«, Bergerstr. 1, zum Erfahrungsaustausch.

Zu einer Tagung »Arbeit im eBusiness« lädt das Projekt »arbeitswelt e-commerce der Technologieberatungsstelle NRW e.V. für den 6. November 2003 nach Düsseldorf ein. Infos unter www.multimedia-arbeitswelt.de. Kontakt: TBS NRW e.V. Hansaring 43, 50670 Köln, Ria Gerth, Telefon 02 21. 9 13 97-21, Fax 02 21. 9 13 97-20, E-mail: ecommerce@tbs-nrw.de

Nach Übernahme des »Goldenen Blatts« nimmt der Essener WAZ-Konzern mit fünf Titeln und einer Auflage von 1,8 Millionen Exemplaren im Segment der Yellow-Press hinter dem Hamburger Bauer-Konzern den zweiten Platz ein. Die WAZ hielt bislang bereits die Zeitschriften »Frau Aktuell«, »Echo der Frau«, »Neue Welt« (Düsseldorf) sowie »Die Aktuelle« (München). In Serbien und Ungarn hat der WAZ-Konzern seine neuesten Mehrheitsbeteiligungen erworben: 55 Prozent an serbischen Tageszeitung »Dnevnik« in Novi Sad und 75 Prozent an dem Budapester Verlag HVG, der das führende ungarische Wochenmagazin »Heti Világgazdaság« herausgibt. Die WAZ besitzt in Mittel- und Südosteuropa u.a. die traditionsreiche Belgrader »Politika« und die Bukarester »Romania Libera«. In Ungarn gehören den Essenern fünf regionale Tageszeitungen.

Nach Russland expandiert der Axel-Springer-Konzern, hat dafür in Moskau eine Tochtergesellschaft gegründet und will in den kommenden 24 Monaten verschiedene Titel für den russischen Markt herausbringen. In Ungarn gibt Springer bereits 19 Zeitschriften und zehn Zeitungen heraus. In Polen erscheinen bei Springer Polska 15 Zeitschriften, darunter »Newsweek« und »Profit«, und plant eine neuen Boulevard-Zeitung. In Tschechien gibt Springer neun Titel heraus.

»Rotzgrün« heißt eine Veranstaltung am 27. November 2003 von 9 bis 18 Uhr an der Hochschule der Medien in Stuttgart, bei der »Farbe« das zentrale Thema ist. Alle, die professionell mit Farbe umgehen, sollen Impulse erhalten. Infos: www.rotzgruen.de

IMPRESSUM

DRUCK+PAPIER – die ver.di-Branchenzeitung – erscheint für die Mitglieder der Fachgruppen Druckindustrie, Papierverarbeitung und Verlage sechsmal im Jahr als Beilage zur ver.di-Mitgliederzeitung PUBLIK. **Herausgeber:** Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft, Bundesvorstand/Fachbereich Medien, Kunst und Industrie, Frank Bsirske und Frank Werneke. **Redaktion:** Henrik Müller (verantwortlich), Telefon: 0 30 / 69 56 - 10 76, E-Mail: drupa@verdi.de; Hermann Zoller (-10 14), Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin, Telefon: 0 30 / 69 56 - 30 12. **Anzeigenleitung:** Bernd Heußinger, Kornweg 21, 21445 Wulfsen, Telefon: 0 41 73 / 5 09 92 0, Telefax: 0 41 73 / 5 11 91 2, E-Mail: heussinger@verdi-anzeigen.de. Es gilt Preisliste 8A. **Design und Vorstufe:** werkzwei, Bielefeld/Lage. **Druck:** apm AG Eppelheim, Niederlassung Frankfurt/Main, Theodor-Heuss-Allee 90-98, 60486 Frankfurt/Main

Man spricht von Stabilisierung

Während der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) Anzeichen für ein Ende der Werbeflaute sieht (so habe etwa der Handel im ersten Halbjahr 2003 rund 15 Prozent mehr in Werbung investiert), gingen die verkauften Auflagen der deutschen Zeitungen im zweiten Quartal 2003 erneut zurück.

Matthias Döpfner, Vorstandsvorsitzender bei Axel Springer, zeigte sich auf seiner Bilanzpressekonferenz nur »bedingt optimistisch«. Für die Branche insgesamt sei die Lage nach wie vor schwierig, sagte er. Er sieht noch keine Wende zum Besseren. Grundlegend anders klingt es auch nicht aus anderen Häusern, und doch spricht man hier und da von Stabilisierung oder hält auch schon mal Geld für Investitionen bereit.

Die Bertelsmann AG hat im ersten Halbjahr trotz eines Umsatzrückgangs operativ mehr verdient: 228 Mio. Euro (Vorjahreszeitraum: 175), teilte der Konzern mit. Der Umsatz sank um 10,7 Prozent auf 7,9 Mrd. Euro.

Beim Hamburger Großverlag Gruner+Jahr ging das Ergebnis im ersten Halbjahr 2003 um 7,4 Prozent auf 112 Mio. Euro zurück. Grund seien das flauere Anzeigengeschäft und der Verkauf der Berliner Zeitungsgruppe. Nichtsdestotrotz kündigte Vorstandsvorsitzender Bernd Kundrun an, jetzt wieder in die Offensive zu gehen. Mit einem zweistelligen Millionenbetrag jährlich will man bei G+J in neue Titel und Sonderhefte investieren.

Axel Springer AG: Das Ergebnis ist im ersten Halbjahr von 50 auf 120 Mio. Euro und der Jahresüberschuss von 72 auf 90 Mio. Euro gestiegen. Der Umsatz konnte mit 1,2 Mrd. Euro stabilisiert werden. Seit Anfang 2002 waren 34 Objekte verkauft oder eingestellt worden. In nächster Zeit aber soll wieder expandiert und in neue Titel investiert werden. Der Personalabbau werde aber weitergehen.

Burda: Beim Umsatz konnte das Verlagshaus 2002 leicht zulegen. Burda setzte mit 1,4 Mrd. Euro um 0,6 Prozent mehr um als 2001. Für das laufende Jahr rechnet Burda mit einem leichten Wachstum.

FAZ-Verlagsgruppe: Einen Verlust von 60,6 Mio. Euro fuhr der Verlag der »Frankfurter Allgemeinen Zeitung« im Jahr 2002 ein. Für 2003 erwartet er eine deutliche Verbesserung, aber erneut ein Minus.

Das harte Sanierungsprogramm, dem viele Arbeitsplätze zum Opfer fielen, zeige Wirkung, meldet der Süddeutsche Verlag. Zeitung und Verlag seien auf dem Weg zu schwarzen Zahlen. Für 2002 meldet der Konzern jedoch einen Fehlbetrag von 76,6 Mio. Euro, im Jahr 2001 waren es minus 43,9 Mio. Euro. Für das Jahr 2003 rechnet die Geschäftsführung trotz weiterer sinkendem Umsatz mit einem positiven Ergebnis.

Der WAZ-Konzern in Essen hingegen hat im abgelauten Geschäftsjahr einen Gesamtumsatz von etwa 1,9 Mrd. Euro erzielt und dabei eine Rendite im zweistelligen Bereich erwirtschaftet. Das hat nach Angaben des »vertraulichen« Branchenbriefes »Printkompas« WAZ-Geschäftsführer Lutz Glandt dem Hamburger Informationsdienst »new business« erklärt. Man sei, so Glandt, weiterhin an Zukäufen auch in Deutschland interessiert. Das gelte vor allem für die Segmente Zeitschriften und Fachzeitschriften. Bis 2006 würden rund 250 Mio. Euro in die Druckstandorte Essen und Hagen investiert. **KAZ**

36 BESCHÄFTIGTE WECHSELN ZU SPRINGER

Die »Tagesspiegel«-Druckerei schließt

Archivfoto: Christian von Polentz

Sollte das Kartellamt dem Holtzbrinck-Konzern den Verkauf an Pierre Gerckens genehmigen, gehört ihm künftig der Berliner »Tagesspiegel«. Dessen direkte Konkurrenz auf dem Markt der Abonnement-Zeitungen sind die »Berliner Zeitung«, die dann voraussichtlich wiederum dem Holtzbrinck-Konzern gehört, und die »Berliner Morgenpost«, die der Axel-Springer-Verlag herausgibt.

Auch wenn die Verlage hart um Leser, Auflagen und Anzeigen kämpfen, im Druckbereich wird durchaus zusam-

mengearbeitet: Mit der Druckerei des Axel-Springer-Verlags in Berlin-Spandau hatte der »Tagesspiegel« erst kürzlich einen Vertrag über 15 Jahre abgeschlossen, der von dem neuen Eigentümer auch übernommen wird. Bisher wurde der »Tagesspiegel« bei GMZ gedruckt.

Die Druckerei gehört zu rund 70 Prozent dem Axel-Springer-Verlag, die restlichen Anteile hält Holtzbrinck. Die GMZ wird zum Jahresende aufgelöst, 36 Beschäftigte wechseln in die Druckerei des Axel-Springer-Verlags.

LESER BRIEF

Arbeitsbedingungen der Zeitungszusteller/innen hinken hinterher

Zunächst möchten wir uns dafür bedanken, dass Ihr euch nach längerer Pause wieder ausführlich mit der Situation der Zeitungszusteller beschäftigt habt. Übersehen habt Ihr dabei, dass es in Bremen und Teilen Niedersachsens inzwischen einen Tarifverbund für Zeitungszustellbetriebe gibt, dem immerhin 13 Verlage angehören. Der hier gültige Tarifvertrag regelt unter anderem Höhe des Stücklohns, Urlaubsgeld und -dauer, Jahresleistung (Weihnachtsgeld), Vergütung der Wartezeit, sowie die Ausstattung der Zusteller mit Zeitungsschneidern, Karren und Regenschutzkleidung. Gerade bei letzte-

rem haben wir in langwierigen innerbetrieblichen Verhandlungen Fortschritte gemacht.

Trotz alledem sind unsere Arbeitsbedingungen noch meilenweit von denen anderer Berufsgruppen entfernt. So müssen Fahrräder auf eigene Kosten angeschafft und in Ordnung gehalten werden, die Entschädigung des eigenen Pkw ist lächerlich gering (die Kilometer-Pauschale für andere Betriebsangehörige liegt um einiges höher), und knöchelhohe Schuhe, die beim Stolpern (häufigste Unfallursache bei Trägern) schwerwiegende Verletzungen vermeiden könnten, wer-

den weder zur Verfügung gestellt noch bezuschusst.

Euer Artikel hat einmal mehr deutlich gemacht, dass die Arbeitsbedingungen in kaum einem anderen Bereich dem heutigen Standard so hinterher hinken wie bei den Zeitungszustellern. Um so unverständlicher ist es für uns, dass auch der im Mai gestartete zweite Versuch von Betriebsräten aus Zeitungszustellbetrieben, den bundesweit tätigen Arbeitskreis »Zeitungszusteller« fortzuführen, bisher von ver.di ohne Resonanz geblieben ist.

Ingrid Winter, Betriebsrat Zustellung Bremer Tageszeitungen AG

NACHRICHTEN



Foto: Jürgen Seidel

designers union gegründet

Im Rahmen der 5. Tage der Typografie wurde im Juni 2003 im ver.di-Institut für Bildung, Medien und Kunst in Lage-Hörste die designers union (du+), Berufsgruppe Grafik- und Mediengestaltung in ver.di gegründet. Der stellvertretende ver.di-Bundesvorsitzende Frank Werneke sagte: »Mit dieser neuen Berufsgruppe machen wir einen Schritt voran, um in der Kreativbranche, wie sie sich selbst gerne nennt, gewerkschaftliche Strukturen aufzubauen und so unseren Wirkungskreis im Bereich von Kunst und Medien zu verbreitern.« Beratung, Vernetzung, gegenseitige Hilfe und Information: Das sind die Dinge, die die neue Berufsgruppe leisten soll und will. Zu den Referenten der Typografie gehörte auch der Heidelberger Plakat-künstler Klaus Staack. Ausführliche Berichte über du+-Gründung und Typografie finden sich im Netz unter www.drupa-online.de, www.designers-union.de und www.tage-der-typografie.de

US-Investorengruppe mit 19,4 Prozent neuer Springer-Großaktionär

Die US-Beteiligungsgesellschaft Hellman & Friedman wird mit 19,4 Prozent neuer Großaktionär der Axel Springer AG. In fünf bis sieben Jahren erwäge sie allerdings die Platzierung des Pakets an der Börse, sagte Geschäftsführer Patrick Healy am 9. Oktober 2003. Die Deutsche Bank hatte zuvor den Anteil an Europas größtem Zeitungshaus für 350 Mio. verkauft. Sie will sich im Zuge eines Aktienrückkaufprogramms von Springer auch von ihrer restlichen Beteiligung von rund zehn Prozent trennen. Springer will bis zu zehn Prozent der Aktien für 54 Euro je Anteil zurückkaufen. Das Angebot gilt für alle Aktionäre. Hellman & Friedman schließe auch eine Aufstockung des Springer-Anteils nicht aus, sagte Healy. Die Beteiligung werde allerdings unter 25 Prozent bleiben.

Firmenchef Brian Powers wurde für den Springer-Aufsichtsrat nominiert. Die US-Gesellschaft mit Sitz in San Francisco ist auf Investitionen im Medienbereich spezialisiert. Sie gehört in Deutschland bereits auch zu dem Konsortium, das hinter Haim Saban bei der Übernahme von ProSiebenSat.1 steht. Ihr Stimmrecht mache dort ein Fünftel der 72 Prozent des Saban-Paketes aus, sagte Healy. Hellman & Friedman sei auch an weiteren Medienbeteiligungen in Deutschland und Europa interessiert. **DPA**



Cartoon: Reinhard Aiff

Drei-Klassen-Gesellschaft in Pößneck

Bertelsmann will »sparen« und macht Elsnerdruck in Berlin dicht

»Wir drucken Titel vom Belletristik-Bestseller bis zum knallharten Krimi, vom Liebesroman bis zum wissenschaftlichen Fachbuch, vom Steuerratgeber bis zum Universallexikon. Und das in nahezu allen Sprachen, die in Europa gesprochen werden. Gelesen werden Taschenbücher überall – gedruckt werden sie in Berlin. Bei Elsnerdruck.« Bisher stimmt die Werbebotschaft, die das Unternehmen auf seiner Internetseite verbreitet. Doch dies ist nur die halbe Wahrheit. Die ersten von sechs Maschinen wurden bereits im Mai demontiert. Bis Februar 2004 wird der Betrieb komplett aus Berlin in das ostthüringische Pößneck verlagert.

In Berlin enden damit mehr als 125 Jahre Druckgeschichte. Es verließen jährlich zuletzt rund 120 Millionen Taschenbücher das Werk an der Lützuwstraße. Der Betriebsrat schätzt, dass durch die Schließung rund 400 Arbeitsplätze bei Elsnerdruck, Zulieferern und Logistikunternehmen verloren gehen. Seit 1981 gehört Elsnerdruck Bertelsmann, und die Gütersloher möchten »sparen«.

In Thüringen könne kostengünstiger produziert werden, wurde dem Betriebsrat als Begründung mitgeteilt. Das Berliner Gebäude ist nur gemietet, die Verträge sind bereits gekündigt. Den Graphischen Großbetrieb Pößneck (GGP), einst unter dem Namen Karl-Marx-Werk als größter Buchhersteller der DDR bekannt, hatte Bertelsmann 1990 mit Zuschüssen aus Steuermitteln gekauft. Seit 1990 seien dort 65 Mio. Euro investiert worden, in den

kommenden Jahren seien Investitionen in Höhe von 15 Mio. Euro geplant, erklärt GGP auf seiner Internetseite.

Mit seinen 630 Beschäftigten erwirtschaftete das Werk derzeit 110 Mio. Euro Umsatz. Dass der Betrieb günstiger ist, erstaunt Werner Neumann, Betriebsratsvorsitzender von Elsnerdruck, nicht: »GGP ist nicht tarifgebunden, die Beschäftigten erhalten nur 87,5 Prozent, und die Taschenbücher sollen künftig von der Billiglohtochter PSC gebunden werden.«

Ein Teil der Beschäftigten von Elsnerdruck wechselt zu PSC, und dort entsteht dann eine Drei-Klassen-Gesellschaft: Die Berliner erhalten 100 Prozent Tarif, die alten PSC-Mitarbeiter 87,5 Prozent und neu eingestellte Arbeiter einen Stundenlohn, der sich noch weit darunter bewegen soll. Die Geschäftsleitung hatte allen 243 Elsnerdruck-Beschäftigten angeboten, nach Pößneck zu ziehen, doch nur 37 haben sich bereit erklärt. Für sie konnte der Betriebsrat aushandeln, dass sie auch in Thüringen ihren alten Lohn erhalten. Zusätzlich bekommen sie 21 Monate Pendelgeld, Umzugsbeihilfen und Unterstützung bei der Wohnungssuche. Ziehen sie schnell um, übernimmt der Betrieb dafür die Kosten. Wer nicht mitzieht, dem wurde fristgerecht gekündigt. 117 Beschäftigte nutzen die Möglichkeiten einer Outplacement-Maßnahme und erhalten drei Monate Fortbildung und Bewerbungstraining.

SILKE LEUCKFELD

KOMMENTAR

Merkwürdige Interessenvertreter

Die Beschäftigten des Graphischen Großbetriebs Pößneck (GGP) erhalten für ihre Arbeit nur 87,5 Prozent des Tariflohns der Druckindustrie. Sie werden künftig mit der Situation leben müssen, dass der Kollege an der Maschine neben ihnen 100 Prozent Tarif bekommt. Denn der Betriebsrat von Elsnerdruck hat ausgehandelt, dass die Berliner nach ihrem Umzug nach Pößneck finanziell nicht schlechter gestellt sind als vorher. Ob sich diese Ungleichbehandlung positiv auf das Betriebsklima auswirkt, ist zumindest zweifelhaft.

Umso befremdlicher ist es, dass der GGP-Betriebsrat nicht zu einer Stellungnahme bereit ist. Matthias Bock, stellvertretender Betriebsratsvorsitzender, verwies mit den Worten »Zu Elsnerdruck sage ich gar nichts.« an die Personalchefin. Dabei hätte DRUCK+PAPIER gern gewusst, wie der Betriebsrat die Situation bei GGP und vor allem bei PSC bewertet. Denn in dem GGP-Tochterunternehmen arbeiten künftig nicht nur Beschäftigte für 100 beziehungsweise 87,5 Prozent des Tarifs, sondern neue Eingestellte zu einem noch wesentlich geringeren Stundenlohn. Der Grund für das Schweigen bleibt im Dunkeln. Allerdings ist bekannt, dass GGP gewerkschaftlich nicht besonders gut organisiert ist.

Anders sieht das bei Elsnerdruck aus. Die Berliner Belegschaft zeigte dem Arbeitgeber in der Vergangenheit des Öfteren die Zähne und streikte. Dass Arbeitgeber und Betriebsrat nun befürchten, durch den Zuzug der Berliner könne in Thüringen bald ein frischer Wind wehen, ist nicht erwiesen, sondern nur eine Vermutung. Auch im Konzernbetriebsrat von Bertelsmann ist das Interesse an der Situation in Pößneck offenkundig nicht besonders groß. Der KBR-Vorsitzende Erich Ruppik erklärte auf Anfrage, dass ihm die Lage vor Ort nicht bekannt sei. Er vermittelte auch nicht den Eindruck, dass seine Neugierde nun geweckt wurde.

Der Gesamtbetriebsrat von Mohn Media, zu dem die Bertelsmann-Druckbetriebe gehören, wurde etwas konkreter. Die Betriebsräte vor Ort arbeiteten »autonom«, betonte GBR-Vorsitzender Willi Pfannkuche, der ebenfalls im Konzernbetriebsrat sitzt: »Bei 25 Prozent Arbeitslosigkeit kann ich den Betriebsrat nicht in Bausch und Bogen verurteilen.« Um die Ungleichbehandlung vor Ort zu beseitigen, können die Beschäftigten offenbar nicht unbedingt mit der Unterstützung ihrer gewählten Vertreter rechnen.

SIL

Endlosdruck nach Außenhandelskonditionen?

Drescher-Druck in Rutesheim will tariflich fremdgehen

Dass Beschäftigte länger arbeiten und weniger verdienen, ist der Wunsch vieler Unternehmer. Bei Drescher-Druck in Rutesheim (bei Stuttgart) ist es allerdings mehr als nur ein Wunsch. Wenn die Geschäftsleitung mit ihren Plänen durchkommt, werden künftig alle Beschäftigten nach den Tarifen des Verbands für Dienstleistung, Groß- und Außenhandel Baden-Württemberg (VDGA) und nicht mehr in Anlehnung an den Tarif der Druckindustrie entlohnt.

Aus zwei Firmen soll eine werden. Die Drescher Produktion GmbH und die Drescher Druck und Marketing GmbH sollen zur Drescher Print Solutions GmbH zusammengeführt werden. In der neuen Firma sollen sowohl die 260 Beschäftigten im Druck wie auch die 180 im Marketing dem Groß- und Außenhandeltarif unterliegen. Statt der 35-Stunden-Woche im Bereich der Druckindustrie würde dann für alle 440 Beschäftigten eine 38,5-Stunden-Woche die Regel – und dies bei schlechterer Bezahlung.

Die Drescher Produktion GmbH ist nicht im Arbeitgeberverband der Druckindustrie, doch existiert seit 1989 ein Anerkennungsvertrag, der den Beschäftigten der Produktion ohne Abstriche die Leistungen des Drucktarifs sichert. Als Drescher 1998 Insolvenz anmeldete, gelang es der damaligen IG Medien, die Tarifbindung zu erhalten.

Der Drucktarif war für Drescher-Geschäftsleitungen stets des Teufels, nun wollen sie sich offenbar als Exorzisten versuchen. Ohne Widerstand der Beschäftigten geht dies nicht. Bei einer betrieblichen ver.di-Mitgliederversammlung wurde eine betriebliche Tarifkommission gewählt. Ein stimmiges Votum der Versammlung und damit Verhandlungsauftrag: Der Drucktarif muss bei Drescher erhalten bleiben. **WJ**

Geht Aschendorff bis zur letzten Instanz?

Juristischer Krieg gegen gewerkschaftliche Vertrauensleute

Der Verlag Aschendorff (»Westfälische Nachrichten«) in Münster will seinen juristischen Krieg gegen gewerkschaftliche Vertrauensleute offensichtlich fortsetzen. Nachdem er mit dem Versuch einer fristlosen Kündigung eines gewerkschaftlich engagierten Druckers Anfang August vor dem Arbeitsgericht Münster gescheitert war, hat er jetzt Berufung eingelegt und will die Entlassung vor dem Landesarbeitsgericht in Hamm weiterverfolgen. Nachgezahlt hat Aschendorff allerdings bis Juli die Differenz zwischen Arbeitslosengeld und Gehalt. Das war im erstinstanzlichen Urteil so entschieden worden. Ob dies weiter so zu geschehen hat, darüber streiten die Parteien in einem gesonderten Verfahren.

Der Drucker hatte zusammen mit zwei weiteren Kollegen die Wahl eines gewerkschaftlichen Vertrauenskörpers im Druckhaus Aschendorff organisiert. Daraufhin war ihnen kurz nacheinander im Januar/Februar 2003 fristlos gekündigt worden (DRUCK+PAPIER berichtete). In allen drei Fällen wirkten die Kündigungsgründe sichtlich konstruiert und ließen den Eindruck aufkommen, es gehe darum, gewerkschaftlich engagierte Mitarbeiter loszuwerden. Im Juni hatte der Verlag im Zuge einer Güterverhandlung einen der fristlos gekündigten Drucker wieder einstellen müssen. Der Fall des dritten Kollegen wird am 5. November vor dem Arbeitsgericht Münster verhandelt.

Eines haben die Kollegen allerdings erreicht: Im Druckhaus Aschendorff wird nach wie vor nach den alten Schicht- und Maschinenbesetzungsplänen gearbeitet. Der Versuch der Verlagsleitung, insbesondere des Jungverlegers J. Benedikt Hüffer, diese zum Nachteil der Drucker und Druckereihelfer zu ändern, war Auslöser des Konflikts.

FRANK BIERMANN



Foto: Christian von Polentz

In Gesprächen mit der Geschäftsleitung handelte der Betriebsrat einen Sozialplan mit einem Volumen von 10,5 Mio. Euro aus. Vorsitzender Werner Neumann ist angesichts der Ausgangslage froh, wenigstens dies für seine Kollegen erreicht zu haben: »Das erste Angebot betrug nur ein halbes Monatsgehalt pro Beschäftigtenjahr; das wären insgesamt weniger als fünf Millionen Euro gewesen.«

SPD UND VER.DI EHRTEN DEN JUBILAR

99 Jahre und kein bisschen leise: Karl Richter

Karl Richter, der als Buchdrucker und Gewerkschafter sein ganzes Leben lang in gewerkschaftlichen und sozialen Fragen engagiert war und ist, wurde anlässlich seines 99. Geburtstages am 15. Juli 2003 vielfach geehrt: von Freunden, Verwandten und Mitstreitern, von der SPD als ältestes Mitglied. Der ver.di-Fachbereich Medien, Kunst und Industrie ehrte den Kollegen und langjährigen Berliner Vorsitzenden der Industriegewerkschaft Druck und Papier am 24. August mit einer Matinee in der Medien Galerie im Berliner Haus der Buchdrucker. Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Bundesvorsitzender, gratulierte und erinnerte an

Meilensteine im ereignisreichen Leben des Jubilars, etwa an Verdienste Karl Richters bei der Rückübernahme des 1933 von den Nazis besetzten Buchdrucker-Gewerkschaftshauses in der Berliner Dudenstraße im Jahre 1949. Detlef Hensche, früherer IG-Medien-Chef, sprach für den »Karl-Richter-Verband zur Erforschung der Geschichte und der kulturellen Traditionen der Buchdrucker«. Danach gab es Literatur, Musik und Häppchen.

Und der Jubilar wirkte bei allem so, wie man es von ihm gewohnt ist: heiter, ein wenig weise, aber kein bisschen leise und immer in Bewegung.

NEH



Auch der stellv. ver.di-Vorsitzende Frank Werneke gratulierte Karl Richter zum 99. Geburtstag.

Foto: Christian von Polentz



Digitalisierte E-Commerce E-Business



E-Commerce und E-Business in der Druck- und Medienindustrie:
Zukunftschancen, Risiken und die Möglichkeiten für Betriebsräte

Lernen, lernen, lernen

Der Druck- und Medienindustrie geht es nicht gut: Scharfer Wettbewerb, Kostendruck, Personalabbau und Betriebschließungen kennzeichnen die Lage, die Digitalisierung der Arbeitsplätze und der Geschäftsabläufe verändert radikal die inner- und außerbetrieblichen Bedingungen. Der technologische Wandel hat besonders in der Druck- und Medienindustrie zu Veränderungen geführt, mit denen sich auch die Betriebsräte auseinandersetzen müssen.

»E-Business in der Druck- und Medienindustrie« hieß ein Fachgespräch des Projektes »@rbeitswelt E-Commerce« der Technologieberatungsstelle des DGB in NRW (TBS), mit veranstaltet vom Fachbereich Medien in ver.di, bei dem Betriebsräte und Wissenschaftler über Chancen und Risiken der multimedialen Arbeitswelt der einstmaligen schwarzen Kunst diskutierten. Wichtigstes Ergebnis: Qualifizierung der Beschäftigten ist das dringendste Problem – und E-Commerce kostet bislang Arbeitsplätze, anstatt welche zu schaffen.

Internet- und Multimediale Techniken ermöglichen einerseits neue Produkte, Produktmischungen und Dienstleistungen, andererseits kann man mit elektronischem Handel oder mit elektronischem Geschäftsverkehr – und nichts anderes heißt E-Commerce oder E-Business – nicht nur Geschäftsprozesse elektronisch, also internetgestützt abwickeln, sondern auch neue Dienstleistungen anbieten, beispielsweise Auftragsvergabe und Auftragsverfolgung per Internet.

Professorin Anne König, an der Technischen Hochschule Berlin verantwortlich für die Managementausbildung von Druck- und Medieningenieuren, gab einen Überblick über derzeit mögliche und praktizierte E-Business-Anwendungen: von der Online-Anzeigenaufnahme, der digitalen Kataloggestaltung über Online-Zeitungen, Online-Stellenmärkte, elektronisches Bestellwesen, Online-Kalkulationen bis hin zur Versteigerung von Druckkapazitäten im Internet oder der Online-Auftragsverfolgung, bei der der Kunde am PC nachvollziehen kann, in welchem Stadium sich sein Auftrag befindet. Dies ist ein für die Beschäftigten wichtiger Aspekt: Ihre Dienstleistung am Kunden entsteht während des Prozesses, was eine in den meisten Fällen völlig neue Qualifizierung erfordert und eine zusätzliche Feinkontrolle ihrer Arbeit ermöglicht.

Tatsächlich sei der Qualifizierungsbedarf, so die Professorin, immens – nicht nur für die rein technische Handhabung, sondern vor allem für Beratung und Dienstleistung, eine »lebenswichtige« Strategie für kleine und mittlere Betriebe der Druckindustrie. Es gibt derzeit noch keine Zahlen oder Studien darüber, wie sich eine Spezialisierung auf dem digitalen Sektor oder die Mischung von alten und neuen Produkten beispielsweise auf die Beschäftigung oder

das Überleben der Branche auswirkt. »Aber«, sagt Anne König aus Erfahrung: »die, die sich damit beschäftigen, sind gut am Markt platziert.« Beispielsweise stellte eine Druckerei die Kleindrucksachen, die sehr arbeitsaufwändig sind, auf Online-Bestellsysteme um, mit standardisierten, aber vom Kunden individuell am Bildschirm veränderbaren Druckvorlagen.

30 Prozent der heutigen Druckunternehmen werden vom Markt verschwinden

Eine weltweite Studie über die Zukunftschancen (Personalentwicklung, Chancen am Markt) stellte Andreas Müller von der Bergischen Universität Wuppertal vor: 30 Prozent der heutigen Druckunternehmen, so ein brisantes Ergebnis, werden vom Markt verschwinden – es wird aber, so der junge Wissenschaftler, der mal Drucker gelernt hat, eine Verbindung von neuer und alter Ökonomie und ihren Kompetenzen geben. »Typografisches Verständnis kann ja schließlich auch im Multimediabetrieb nicht schaden.« Aber es reiche nicht mehr, als Betrieb zu sagen, ich kann toll vierfarbig drucken.: Es gelte, »Mehrwert« beispielsweise in Form von Internetauftritten anzubieten. Gebraucht werden zukünftig Spezialisten, die gleichzeitig schon als Fachkräfte für die Kunden bereitstehen, während sie sich im laufenden Arbeitsprozess selber noch weiterbilden: »Lernen auf Vorrat geht nicht mehr.«

Das aber erfordert ganz neue, flexible Methoden der Wissensvermittlung und ein vorausschauendes Personalentwicklungskonzept des Unternehmens. Viele Mittelständler und Familienbetriebe aber, wie sie in der Druckbranche verbreitet sind, werden noch patriarchalisch geführt; da kann von strategisch kluger Einstellung auf E-Commerce mit einhergehender Veränderung in der betrieblichen Organisation und der Beschäftigtenqualifikation kaum die Rede sein.

Ausbildende und Auszubildende lernen gemeinsam

Wie eine moderne Aus- und Weiterbildung aussehen kann, wurde am Beispiel der Ausbildung zum neuen Beruf des/der »Mediengestalter/in für Digital und Print«, der die Druckvorstufe ersetzt, vorgestellt (DRUCK + PAPIER berichtete schon häufig). Die Weiterbildung betrifft hier nämlich auch die Auszubildenden, die aus dem eigenen Arbeitsprozess heraus lernen, wie sie ihre Auszubildenden qualifizieren: eine Kopplung von Aus- und Weiterbildung im digitalisierten Geschäft, die, logischerweise, mit Unterstützung des Internets auf neue Weise funktioniert. Die Auszubildenden können dort ebenso wie ihre Ausbilder in moderierten Fachforen diskutieren, Aufgaben lösen und lernen. E-Learning nennt man das, elektronisches Lernen. Ein Schlagwort, hier mit Leben erfüllt, wie »lebenslanges Lernen«.

In der Diskussion des Fachgesprächs zeigten sich vor allem die Betriebsräte skeptisch, was Aus- und Weiterbildungs-bereitschaft »ihrer« Geschäftsleitungen angeht. Viele Unternehmen holten sich lieber neue und frisch qualifizierte Arbeitnehmer/innen von außen, statt selber in die Qualifizierung ihrer Belegschaft zu investieren. Bei M. DuMont Schauberg in Köln (MDS, u.a. »Kölner Stadt Anzeiger«) zum Beispiel gibt es 1.650 Beschäftigte, es werden jährlich im Wechsel je zwei Mediengestalter und zwei Systemtechniker ausgebildet, in eineinhalb Jahren gingen 300 Arbeitsplätze vor allem in der Druckvorstufe verloren. Heinrich Plassmann von MDS-Betriebsrat: »Die sind 20 Jahre nicht ausgebildet worden; ihre Qualifikation wird überflüssig, sie werden aber nicht fortgebildet. Andererseits muss man als Betriebsrat den Investitionsdruck auf der Arbeitgeberseite für den Abschluss von Betriebsvereinbarungen nutzen« (siehe Interview).

Zwölf Redakteursstellen wurden für die Online-Redaktion aufgebaut sowie eine für den Webmaster; andererseits gab es massiven Stellenabbau durch Auslagerung der telefonischen Betreuung von Abonnenten und Anzeigenkunden, und die Rubrikenmärkte wanderten ins Internet.

Beschäftigungsimpulse bleiben weitgehend aus

Auch die Erfahrung aus anderen Betrieben zeigt: Der Warenaustausch und der Geschäftsverkehr per Mausclick hat in den letzten Jahren in Deutschland deutlich zugenommen, Beschäftigungsimpulse aber bleiben weitgehend aus. Das erforderliche Fachwissen konzentriert sich auf immer weniger hoch qualifizierte Menschen mit Steuerungs- und Kontrollfunktionen. Häufig werden digitalisierte Geschäftsbereiche gleich ausgelagert. Bei der »Neuen Westfälischen« in Bielefeld gingen 130 Arbeitsplätze in 18 Monaten verloren, weil die Online-Anzeigenaufnahme an ein Callcenter gegeben wurde, bei der Düsseldorfer »Rheinischen Post« können sich z.B. Autohändler ihre Anzeigen am Bildschirm selber basteln.

Was Betriebsräte unter diesen digitalisierten Bedingungen leisten können, welche Spielräume es für sie gibt, dazu können sie sich umfassend beraten und begleiten lassen vom Projekt @rbeitswelt E-Commerce (siehe Kasten S. 5 unten). Wenig erforscht sind auch noch die gesundheitlichen Auswirkungen der erhöhten Geschwindigkeit der Kommunikations- und Produktionsprozesse, die zusätzlich eine hohe Konzentration erfordern. Betriebsräte könnten darauf drängen, Verlangsamungen oder Regenerationsphasen einzubauen, und/oder jedenfalls eine Gefährdungs- und Belastungsanalyse verlangen.

Eine der wenigen verhalten optimistischen Thesen zur Zukunft sowohl der Branche als auch der Beschäftigten vertrat während des Fachgesprächs Christoph Huneke vom Deutschen Multimediaverband: »Neue Medien haben alte Medien noch nie verdrängt, das Fernsehen nicht das Radio, das Radio nicht das Buch.« Es werde natürlich zu einer Verschiebung der Marktanteile kommen, aber: »Die Multimediabranche ist auch ein klassischer Kunde der Druckindustrie, denn Multimedia heißt eben auch Print, Bild und Text.« So sei das Verhältnis von Druckbetrieben zu Multimedia-Dienstleistern zwar von zunehmendem Wettbewerb, aber auch von verstärkter Kooperation geprägt.

ULLA LESSMANN

Projekt Mediengestalter2000plus:
www.mediengestalter 2000plus.de

Aktuelles Buch zum Thema: Ulrich Riehm u.a.,
»E-Commerce in Deutschland/Eine kritische
Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel«
(Reihe »Studien des Büros für Technik-
folgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag«,
Bd. 4) edition sigma, Berlin 2003,
471 Seiten, 29,90 Euro

rning



Digitalisierung hat Arbeitsplätze gekostet

Was bedeutet die Digitalisierung in der Druck- und Medienindustrie für die Arbeit der Betriebsräte? DRUCK+PAPIER fragte Heinrich Plaßmann, Mitglied des 17-köpfigen Betriebsrats bei M. DuMont Schauberg (MDS) in Köln, wo unter anderem die regionale Tageszeitung »Kölnischer Stadt Anzeiger« und das Boulevardblatt »Express« produziert werden.



Foto: Jürgen Seidel

Heinrich Plaßmann

DRUCK+PAPIER: Welche Geschäftsfelder sind bei MDS derzeit schon von der Digitalisierung betroffen?

Heinrich Plaßmann: Bereits seit 1998 verstärkte sich das Aufkommen von E-Mail-Verkehr zwischen dem Verlag und seinen Anzeigenkunden beziehungsweise Zeitungsabonnenten. Anzeigen-Großkunden und Werbeagenturen äußerten immer häufiger den Wunsch, dem Verlag Druckunterlagen per Datenleitung übermitteln zu können. Reporter nutzten Notebooks und übersandten direkt, beispielsweise aus Sportarenen, ihre Berichte per Datenleitung ins Redaktionssystem. Es existierte also ein reger Datenverkehr zwischen Externen und dem EDV-Netz im Verlagshaus.

DRUCK+PAPIER: Wie hat der Betriebsrat bei MDS auf die Einführung in diesen Bereichen reagiert und welchen Gestaltungsspielraum hatte er?

Heinrich Plaßmann: Ein erfolgreicher Einbruch von Hackern legte zeitweise das Redaktionssystem der Online-Redaktion des »Express« lahm und machte deutlich, dass in Sicherungssysteme investiert werden musste. Hier nun kam die Mitbestimmung ins Spiel, da sogenannte Firewall-Systeme elektronisch gestützte Verhaltenskontrolle darstellen und deshalb nach Paragraf 87, Absatz 1, Ziffer 6 des Betriebsverfassungsgesetzes mitbestimmungspflichtig sind. In den Verhandlungen über die Firewall-Systeme konnte der Betriebsrat ein Junktim herstellen zu der Frage, wie denn die Auswirkungen für die Beschäftigten durch die sich abzeichnenden Möglichkeiten der Internetnutzung einzufangen wären. Ergebnis der Verhandlungen waren im März 2000 ein mitbestimmtes Firewall-System, zwei Internetcafés zur kostenlosen Nutzung für Beschäftigte und eine Betriebsvereinbarung über die Nutzung des Internets durch den Verlag sowie über den internen Einsatz von E-Mails. Als besonderen Erfolg verbuchen wir dabei, dass das Unter-

nehmen sich in dieser Betriebsvereinbarung verpflichtet hat, niemanden wegen der Nutzung des Internets durch den Verlag betriebsbedingt zu kündigen.

DRUCK+PAPIER: Habt ihr noch weiter gehende Betriebsvereinbarungen aushandeln können?

Heinrich Plaßmann: Etwa zum gleichen Zeitpunkt war im Verlag ein Investitionsstau entstanden. In vielen Bereichen sollten Arbeitsabläufe digitalisiert, alle Datenverarbeitungssysteme erneuert oder ausgetauscht werden. Alle diese EDV-Anwendungen waren mitbestimmungspflichtig, da immer personenbezogene Daten verarbeitet werden und von daher eine Leistungs- und Verhaltenskontrolle technisch möglich sind. Unter diesem Druck war die Geschäftsleitung bereit, mit dem Betriebsrat eine so genannte Rahmenbetriebsvereinbarung für die Einführung, Anwendung und Weiterentwicklung von EDV-Systemen abzuschließen. Die dort vereinbarten Regelungen bedeuten zum einen aus der Sicht der Geschäftsleitung eine größere Verfahrenssicherheit und effizienteres Mitbestimmungsverfahren bei der Einführung von EDV-Systemen und zum anderen bringen sie den Schutz der Beschäftigten vor betriebsbedingten Kündigungen und sonstigen Nachteilen, seien es finanzielle oder auch der Verlust von Qualifikationen, die durch die Einführung von neuen Arbeitssystemen entstehen könnten.

DRUCK+PAPIER: Führt E-Commerce nach eurer Erfahrung nur zu Arbeitsplatzabbau oder auch zu neuen und qualifizierten Arbeitsplätzen?

Heinrich Plaßmann: Insgesamt hat die Digitalisierung von Geschäftsprozessen in unserem Verlag in allen Bereichen des Hauses Arbeitsplätze gekostet, insbesondere aber im drucktechnischen Vorstufenbereich, wo im Grunde nur noch hoch spezialisierte Kontroll- und Steuerungstätigkeiten übrig geblieben sind.

DRUCK+PAPIER: Aus- und Weiterbildung wird als die wichtigste Zukunftsaufgabe für die Konkurrenzfähigkeit der Druckindustrie in Zeiten der Digitalisierung genannt. Wie sieht es damit bei MDS aus – wird aus- und fortgebildet und was kann der Betriebsrat in dieser Richtung tun? Wie ist die Bereitschaft der Kolleginnen und Kollegen, sich weiterzuqualifizieren?

Heinrich Plaßmann: In Aus- und Weiterbildung wird eigentlich immer nur im konkreten Bedarfsfall investiert. Eine vorausschauende Personalentwicklungsplanung findet systematisch nicht statt. Außer verschiedenen Volontären werden jährlich vier Verlagskaufleute sowie im Wechsel zwei Mediengestalter beziehungsweise Fachinformatiker ausgebildet. Der Betriebsrat hat in jüngster Zeit seine Aktivitäten in diesem Bereich verstärkt – auch vor dem Hintergrund, dass der Wunsch und die Bereitschaft der Kolleginnen und Kollegen zur Weiterbildung groß sind. Den Unternehmer zu einer qualifizierten Personalentwicklungsplanung zu zwingen ist uns bisher nicht gelungen.

ULLA LESSMANN

NACHRICHTEN

Pressefusionskontrolle »unverzichtbar für die demokratische Gestaltung des Landes«

»Eine Reform des Rechtsrahmens für die Presse muss die Vielfalt sichern und darf nicht einfach den Markt für die Investitionsinteressen weniger großer Medienkonzerne öffnen«, forderte Ende September der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke im Vorfeld des Zeitungsverleger Kongresses. Die heutigen Regeln im Kartellrecht dürften nicht einfach abgeschafft werden, so Werneke, der sich auf Ankündigungen aus dem Bundeswirtschaftsministerium bezog, das Kartellrecht ändern zu wollen. Auch Bundeskanzler Schröder hatte bereits vor einiger Zeit Veränderungen bei der Pressefusionskontrolle angekündigt. Verlage sollen künftig leichter fusionieren oder einander übernehmen können. Dazu sagte Werneke, die kartellrechtlichen Bestimmungen für den Pressemarkt seien unverzichtbar für die demokratische Gestaltung des Landes: »Es geht nicht um die Produktion beliebiger Güter. Zeitungen sind wichtige Informationsträger, sie ermöglichen und prägen die demokratische Willensbildung.« Schon das Kartellrecht in seiner jetzigen Form habe es nicht verhindern können, dass in über der Hälfte der Städte und Landkreise nur noch eine Tageszeitung erscheine.

Berliner KBA-Beschäftigte kämpfen weiter um ihre Arbeitsplätze

Zum Jahresende will der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer AG Würzburg die Konzerntochter KBA Berlin GmbH mit 114 Beschäftigten schließen. Der Vorstand der Würzburger Muttergesellschaft hatte die Verhandlungen über einen Sozialplan und Interessenausgleich für gescheitert erklärt. Wenige Stunden nachdem fest stand, dass 91,25 Prozent der IG-Metall-Mitglieder im Betrieb für Streik gestimmt hatten, signalisierte die Geschäftsleitung wieder Gesprächsbereitschaft. »Wir haben einen Ergänzungsvertrag gefordert, in dem Abfindungen und Qualifizierungsmaßnahmen geregelt werden sollten«, erklärt Luis Sergio, zuständiger Gewerkschaftssekretär der IG Metall. Anfang Oktober wurden die Verhandlungen wieder aufgenommen. Angepeilt wurde dabei aber nicht nur Sozialplan und Interessenausgleich. Ziel sei es vor allem, den Betrieb zu erhalten und Startbedingungen für einen möglichen Investor günstig zu gestalten, betonte Sergio.

Buchbranche hofft auf Harry Potter

Die Buchbranche leidet weiter unter der schwachen Konjunktur. Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels schätzt, dass der Umsatz mit Büchern im vergangenen Jahr um rund zwei Prozent auf 9,2 Mrd. Euro gesunken ist. Für das laufende Jahr erwartet der Börsenverein aber immerhin kein weiteres Absinken, sondern Stagnation. Als Reaktion auf die Umsatzflaute hatten viele Verlage 2002 weniger Titel herausgebracht. Inklusive Neuauflagen kamen insgesamt rund 79.000 neue Buchtitel auf den Markt, das waren 7,3 Prozent weniger als 2001. Darunter waren knapp 60.000 echte Neuerscheinungen. Positiv entwickelte sich der Markt mit Hörbüchern: Der Umsatz audiovisueller Medien wie Kassetten, CDs und CD-ROMs stieg nach den Schätzungen des Börsenvereins um 4,8 Prozent auf rund 217 Mio. Euro. Als »Glücksfälle für die Branche« bezeichnete Schormann die in diesem Jahr gestartete Büchersendung »Lesen!« mit Elke Heidenreich, deren Empfehlungen die Titel meist sofort auf die vorderen Plätze der Bestsellerlisten katapultieren, und den »Dauerbrenner« Harry Potter. Desens fünftes Abenteuer erscheint Anfang November auf Deutsch.

Tarifrecht ist Menschenrecht

Unter der Überschrift »Tarifrecht ist Menschenrecht – Für den Erhalt der Tarifautonomie« hat der Bereich Druck, Papier, Verlage innerhalb des ver.di-Fachbereichs Medien eine Unterschriftenkampagne gestartet. Auf- und Listenformular: www.drupa-online.de

Projekt »arbeitswelt E-Commerce: Technologieberatungsstelle beim DGB NRW e.V. (TBS), Regionalstelle Rheinland, Hansaring 42, 50670 Köln, Telefon 02 21 91 39 70, Fax 02 21 91 39 70, www.multimedia-arbeitswelt.de, e-commerce@tbs-nrw.de

Angebot: Seminare, Infomaterialien und Broschüren zu Themen wie »Betriebsräte als Beteiligungsstrategen?« und »E-Business – arbeitsorientiertes Leitbild und Gestaltungsfelder«; Modellberatung für Betriebsräte bei der arbeitnehmerorientierten Bewertung und Mitgestaltung einer E-Commerce-/ E-Business-Einführung durch Beratung, Telekooperation, betriebliche Workshops und Seminare; offene Workshops; Internetforum zu Dokumentationen des 7. Fachgesprächs Druck, Homepage TBS: www.tbs-nrw.net/multimedia-arbeitswelt/projekte/e-commerce/FG7_Druckindustrie.shtm

Buch-Prämien
comedia-Verlag



Richard Frick

Das trikontinentale Solidaritätsplakat
El cartel tricontinental de solidaridad
The Tricontinental Solidarity Poster
L'affiche tricontinentale de la solidarité

Das revolutionäre OSPAAAL-Plakat – ein Zeitspiegel der Befreiungskämpfe im Trikont. 22 x 28 cm; 448 Seiten; 344 vierfarbige Plakatreproduktionen mit frequenzmoduliertem Raster auf verschiedene Spezialpapiere gedruckt; alle Texte deutsch, spanisch, englisch und französisch. ISBN 3-032500-2-4, comedia-Verlag, www.comedia.ch

Ein außergewöhnliches Buch

Die 1966 in Havanna gegründete Organisation der Solidarität mit Afrika, Asien und Lateinamerika (OSPAAAL) hat mit der Zeitschrift »Tricontinental« und mit Plakaten von Kuba aus politische Propaganda in der Dritten Welt verbreitet und den bewaffneten Befreiungsbewegungen eine außerliche Stimme verliehen.

Erstmals sind in diesem Buch sämtliche bis heute bekanntesten OSPAAAL-Plakate dokumentiert, vierfarbig reproduziert und die Plakatkünstler sowie die Entstehungsjahre der einzelnen Plakatarbeiten recherchiert.

Im einleitenden Teil kommen erstmals einige der kubanischen Plakatkünstler zu Wort und beschreiben Motivation, Arbeitsbedingung und Zielsetzung ihrer gestalterischen Arbeit bei OSPAAAL.

Im Zentrum des Buches stehen die 344 bis heute bekanntesten OSPAAAL-Plakate, deren vierfarbige Reproduktionen in herausragender Qualität mit einem frequenzmodulierten Raster auf Spezialpapier gedruckt sind. Auf die Kontinente Afrika, Asien und Lateinamerika bezogen folgt die Präsentation der Propagandaplakate den Befreiungskämpfen in einzelnen Ländern. In Kurztexten werden die politischen, sozialen und historischen Zusammenhänge und Hintergründe vor allem der bewaffneten Befreiungskämpfe dargestellt. Die Plakate und die Texte sind gleichzeitig eine Hommage an die unzähligen bekannten und unbekannteren Künstlerinnen und Künstler.

Dieses Buch ist einseitiger Ausdruck einer klaren politischen Stellungnahme. Ein Buch mit der ersten vollständigen Dokumentation der bis heute bekanntesten OSPAAAL-Plakate. Ein Buch zur Geschichte des revolutionären Plakates. Ein Buch über die Plakatkunst des Agit-Prop. Ein Buch über die grafischen Gestalterinnen und Gestalter und über ihre visuelle Sprache. Ein Buch von hoher gestalterischer und drucktechnischer Qualität.

Eine einmalige Bestell Gelegenheit

Die schweizerische Mediengewerkschaft comedia macht dieses einzigartige Werk dem deutschen Markt zunächst zu dem – angesichts von Umfang und Qualität – sensationeller Subskriptionspreis von 79 Euro (inkl. MwSt., Porto und Verpackung) zugänglich. Dieser Preis gilt für alle Bestellungen, die bis zum 1. Dezember 2003 eingehen. Danach kostet das Buch 100 Euro (inkl. MwSt., Porto und Verpackung). Vertrieb und Auslieferung in Deutschland erfolgen ausschließlich über die Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann in Filderstadt. Bestellungen gegen Rechnung ab sofort an: Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt, Fax 0711/700153-10, Telefon 0711/700153-3, E-Mail service@verlag-weinmann.com oder über das entsprechende Formular auf der Website www.comediaverlag.ch/ospaal.

»Satztechnische Grundlagen« Band 2 – neu aufgelegt

Den Gutenbergschen Qualitätsanforderungen wieder gerecht werden – dazu gibt es jetzt auch eine ergänzende Lern-CD-ROM. Der Band 2 der schweizerischen Fachhefte zur Typografie, in dem es um satztechnische Grundlagen geht, ist grundlegend überarbeitet und für neue DTP-Programmversionen aktualisiert worden. Das Heft ist auf die Lern-CD-ROM abgestimmt, die in der Reihe neu erschienen ist und das Thema des Bandes ergänzend abdeckt.

Verschiedene Gründe hatten eine Überarbeitung des 2. Bandes erforderlich gemacht. Beim Vergleich der neuen mit der alten Ausgabe des Hefts »Satztechnische Grundlagen« springt ins Auge, dass die zahlreichen Screenshots nicht mehr nur Dialogboxen von Quark-X-Press, sondern nun auch Einstellungsfenster von Adobes Emporkömmling InDesign zeigen. Die Inhalte sind in der neuen Ausgabe auf Quark-X-Press 5 und InDesign 2 abgestimmt und tragen dem neuen Apple-Betriebssystem OSX Rechnung.

Zudem galt es, den Band visuell und didaktisch auf die nun auch erhältliche Lern-CD-ROM abzustimmen. Die türkis unterlegten Beispiele, mit denen Auswirkungen von Laufweiten-Eigen-

schaften, Zeichenabstand oder Wortabständen demonstriert werden, haben noch an Anschaulichkeit gewonnen. Vollständig weggefallen ist in der neuen Ausgabe der Übungsteil. Diese Aufgabe wird der CD-ROM-Version überlassen. Die CD-ROM aus der Gattung der Web-based-Trainings (WBT) erweist sich hier definitiv als das geeignetere Medium. Heft und CD-ROM sind denn auch nicht als Alternativen, sondern als sich gegenseitig ergänzende Lehrmittel konzipiert.

»Bei der inhaltlichen Überarbeitung haben wir zahlreiche Anregungen aus dem Autorenkollektiv oder auch aus dem Kreis der Nutzerinnen und Nutzer aufgenommen«, hält Richard Frick fest, der im Rahmen des Autorenkollektivs für den Band verantwortlich ist. Die überaus große Sorgfalt, mit der die Inhalte überarbeitet worden sind, lässt sich nicht zuletzt an den Randbemerkungen ablesen. Dort werden minutiös mikrotypografische Feinheiten erklärt. Und wo zum Beispiel neue DTP-Technik die Möglichkeit bietet, Gutenbergschen Qualitätsanforderungen wieder gerecht zu werden, wird die Gelegenheit beim Schopfe gepackt. So wird etwa die Möglichkeit automatisierten Randausgleichs, die InDesign bietet, den Desktop-Publi-

shern wärmstens ans Herz gelegt. Am bewährten Aufbau des 2. Bandes aber gab es für die Neuaufgabe nichts zu ändern. Das Heft »Satztechnische Grundlagen« gliedert sich nach wie vor in die Hauptrubriken Zeichenabstand, Wortabstand, Zeilenabstand, Schriftfamilie, Schriftkorrektur, Satzart, Auszeichnungen und Schriftmischen. Auch im Anhang des neu aufgelegten Bandes sorgt ein Glossar für Erläuterungen, über die vor allem Neu- und Quereinsteiger froh sein dürften.

Der so überarbeitete Band hat das Zeug, den Erfolg der Vorgängeraufgaben fortzusetzen, deren erste übrigens 1996 im Rahmen des Wettbewerbs um die »Schönsten Schweizer Bücher« ausgezeichnet wurde. Lohnt sich angesichts der Tatsache, dass sich an den Grundlagen der Typografie kaum etwas geändert hat, auch für Besitzer/innen einer früheren Auflage ein Update auf das neue Heft? Die Frage kann vor allem dann mit einem Ja beantwortet werden, wenn die aktuellen DTP-Versionen im Einsatz sind und auf deren neue satztechnische Features nicht verzichtet werden soll. Das neu überarbeitete Heft bietet sich ferner als Ergänzung zur neuen CD-ROM für das Web-based-Training an.

PETER BERGER

Der neue Band 2 und/oder die dazu gehörende CD-ROM sind ab sofort lieferbar. Das Buch kostet 23 Euro (ver.di-Mitglieder: 20 Euro), die CD-ROM 75 Euro (ver.di-Mitglieder: 65 Euro). Bestellungen gegen Rechnung an: Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt, Fax 0711/700153-10

Experimente mit Typografie und Gestaltung Von der Lust am Experiment

»spatium« heißt eine Zeitschrift, die in virtueller und gedruckter Form den lustvollen Umgang mit Typografie und Design pflegt. Die Mediendesigner Peter Reichard, Christopher Lindlohr und Tanja Huckenbeck haben damit eine internationale Spielweise im besten Sinne des Wortes rund um die Welt der Gestaltung geschaffen.

»Spatium waren im Bleisatz hauchdünne Blech- oder gar Papierstreifen, um Buchstabenzwischenräume auszugleichen. Auch als Raum eines Achteckgevierts in der Typografie ist der Begriff bekannt. Ich habe den Namen ausgewählt, weil unser »spatium« nur einen kleinen Raum einnehmen kann – hoffentlich etwas mehr als ein Achteckgeviert –, und weil ich Tradition mit neuen Techniken zusammenbringen will.« Peter Reichard, einst Offsetdrucker, inzwischen selbstständiger Mediendesigner, hat das Projekt »spatium« erfunden – vor allem, um neben der normalen Brotarbeit seine Kreativität und Experimentierlust auszuleben und den Austausch mit Kolleginnen und Kollegen und deren Ideen anzuregen.

Einmal jährlich entwickelt er nun mit seinen beiden Mitstreitern in jeweils 500 Exemplaren eine gedruckte Ausgabe zu einem bestimmten Thema. In knallpink und im A5-Format kam das erste, inzwischen ausverkaufte »spatium« daher, das sich mit dem Thema »Normen« beschäftigte – den Regeln für Gestaltung, Typografie und Produktion von Medienprodukten. Das Prinzip von »spatium« ließ sich hier schon erkennen: Grafiker/innen und Typograf/innen wurden eingeladen, sich auf ihre eigene Art mit dem Thema auseinander zu setzen.

Für die zweite Ausgabe, auf schwerem, edlem Papier in feinem Blau und Rot gedruckt, wurden 80 Kreative aus 32 Ländern und 67 Städten gefragt, was sie sammeln. »collec-

ting mania/Sammelwut« heißt das Heft mit den in Deutsch und Englisch abgedruckten Antworten. Das lädt ein zum Schmökern und Staunen: Was bedeutet das Sammeln von Kronkorken oder Schneekugeln, von Schmierzetteln mit Teeflecken, von Aufklebern und benutzten Briefumschlägen oder alten Gebrauchsanweisungen für Gestaltungsideen?

Derzeit basteln Reichard, Lindlohr und Huckenbeck an der dritten »spatium«-Ausgabe, die wieder völlig anders aussehen wird und sich mit der Frage »Was ist Typografie?« beschäftigt: 40 Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt sind aufgefordert, das Wort »Typografie« in ein Logo umzusetzen.

ULLA LESSMANN

Die »spatium«-Hefte kosten gedruckt 10 Euro plus Porto und sind zu beziehen über: Peter Reichard, Goethestraße 46, 63067 Offenbach, info@spatium-newsletter.de oder unter: www.spatium-newsletter.de oder <http://collectingmania.spatium-newsletter.de>

WELTNEUHEIT IM MODERNISIERTEN STUTTGARTER DRUCKZENTRUM

Das Papier kommt automatisch zur Rotation

Beim Pressehaus Stuttgart ging Mitte des Jahres eine vollkommen neue Druckerei in Betrieb. Mit mehr als 100 Mio. Euro Investitionskosten wurde nicht nur die Druckmaschine ausgewechselt, sondern vielmehr die gesamte Prozesskette im Zeitungsdruk modernisiert. Technisches Highlight – und weltweit bisher einmalig – ist die automatische Papierrollen-Logistik.

Von der Druckvorstufe bis zum Versandraum – in Stuttgart-Möhringen hat man sich fit gemacht für die Zukunft, wie Reiner Wormitt, Geschäftsführer des Druckhauses, in dem täglich die Blätter der Zeitungsgruppe Stuttgart produziert werden, im Interview hervorhebt. Zu den Produkten zählen »Stuttgarter Zeitung«, »Stuttgarter Nachrichten«, »Sonntag Aktuell«, »Stuttgarter Wochenblatt« und »Leonberger Kreiszeitung«. Zwar ist der Umbau im Versandraum noch im Gange – er soll bis Anfang 2005 fertiggestellt sein –, doch die Prozesskette ist bis dahin bereits gründlich renoviert und auf den neuesten technischen Stand gebracht worden.

Das beginnt bei der Druckvorstufe, die komplett digitalisiert wurde. Von Film wurde auf Computer-to-Plate umgestellt. Sämtliche Elemente einer Seite, die Texte, Bilder und Anzeigen, in Rechnern erfasst und bearbeitet, werden für die Druckerei jetzt direkt auf Druckplatten ausgegeben.

Zentrales Element der Neuinvestitionen mit rund 60 Mio. Euro ist die 83 Meter lange und 17 Meter hohe Commander-Offset-Rotation von Koenig & Bauer. Ohne Unterbrechung des laufenden Druckbetriebs aufgebaut, ist sie in der Lage, 255.000 Zeitungsexemplare in der Stunde auszugeben.

Die sechs Falzapparate, die je 48 Seiten auf einmal produzieren können, ersetzen eine Wifag-Rotation von 1975. Den zukünftigen Anforderungen im Zeitungsmarkt war die Technik nicht mehr gewachsen, so Wormitt: Die Neue hingegen bietet mehr Farbmöglichkeiten, liefert bessere Qualität und macht unsere Printprodukte noch aktueller.« Wormitt ist überzeugt: »Sie kann nahezu jeden Farbwunsch unserer Anzeigenkunden erfüllen.«

Bis zu 100 Rollen Papier, je à 1.500 Kilogramm, werden von dem Maschinenkoloss an einem einzigen Produktionstag verbraucht. Da verwundert es kaum, dass der Druckmaschine ein ausgeklügeltes Papierrollenmanagement mit automatischer Papierrollenbeschickung KBA Patras A inklusive Auspackstation, automatischer Klebevorbereitung KBA Easy Splice, Tageslager sowie Rollenwechslern KBA Pastomat RC vorgelagert wurde.

Die komplexe Papierlogistik umfasst auch ein riesiges Hochregallager, Regalfahrzeuge sowie eine vollautomatische Lkw-Papierrollenentladung. Die beiden je 13 Tonnen schweren und 25 Meter hohen Regalfahrzeuge waren in Millimeterarbeit über eine Öffnung im Dach neben dem bereits installierten Hochregallager eingebracht worden.



Fotos (2): Graffiti / Joachim E. Rött

Nach dem Auspacken der Rollen folgen automatisch sowohl Klebevorbereitung als auch Transport zum Tageslager.

Nach dem automatischen Entladen der Papierrollen vom Lkw beginnt der automatisierte Transport der Rollen zum Regalfahrzeug, das die Papierrollen rechnergesteuert in das Hochregallager bringt. Sie können später durch das vom Lagermanagement gesteuerte Regalfahrzeug entsprechend den Produktionsanforderungen auf Basis der bei der Einlagerung vergebenen Rollen-Registrierung in den Produktionsprozess zurückgeführt werden. Nach dem Auspacken der Rollen – allein an dieser Stelle greifen noch Menschen in den Prozess ein – folgen die vollautomatische Klebevorbereitung mit KBA Easy Splice und der automatische Transport zum Tageslager. Je nach Bedarf werden die Rollen automatisch zum Rollenwechsler befördert, dort automatisch positioniert und aufgeschacht.

Täglich fünf Lkws bringen im Schnitt je 20 Rollen Zeitungspapier, um den Bedarf von mehr als 30.000 Tonnen Papier pro Jahr zu decken. Eine Barcode-Lesestation sowie Kontrollsysteme überprüfen Gewicht und Kontur der Zeitungspapierrolle – gemessen werden u.a. Höhe und Breite. Das dient der Abstimmung mit den Lieferpapieren oder für Reklamationen gegenüber dem Lieferanten. Nur so fin-

det einwandfreie Ware den Weg ins Hochregallager. Etwa 1.500 Rollen lassen sich im Lager unterbringen. Ein Drittel des Platzes davon ist für Akzidenzdruck und Ersatzteile vorgesehen. Mit der ständigen Bevorratung von 800 bis 1.000 Rollen Zeitungspapier kann die Zeitungsproduktion bei möglichen Nachschubproblemen noch etwa zwei Wochen weiterlaufen.

BERNHARD KESSELER



Vom Lkw automatisch in das Hochregallager und von dort rechnergesteuert kommen die Rollen in die Produktion.

SPRACHWART

Die Katze und der Sack

Was sich die Leute schon früher alles einfallen ließen, um zu Geld zu kommen! Zum Beispiel zu einem Hecktaler. Das war eine Münze, die Geld hecken sollte, damit der Geldsäckel immer gefüllt blieb. Und wie gelang es, ein solches Geldstück zu ergattern? Es musste, so verhielt eine Sage, ganz geheimnisvoll zugehen. Eine Katze war zunächst vonnöten: Sie wurde in einen Sack gesteckt – sicherlich kein einfaches Unterfangen. Die nächste Schwierigkeit war, den Sack mit sage und schreibe 99 Knoten zuzubinden. Dann in der Nacht zu Neujahr mit der Katze im Sack dreimal um eine Kirche gehen und an die Pforte klopfen. Dreimal!

Dann erschien, so die Sage, der Teufel leibhaftig – schwarz gekleidet und natürlich mit Klumpfuß. »Was wollt ihr?, würde er fragen. Mit Unschuldsmiene musste geantwortet werden: »Ich habe einen Hasen im Sack; den möchte ich euch verkaufen. Er kostet einen Taler.« Wenn das krumme Geschäft zustande gekommen war, hieß es, die Beine in die Hand zu nehmen und Zuhause anzukommen, bevor der Satan den Braten gerochen hatte. Erst in den eigenen vier Wänden war man sicher und durfte sich darüber freuen, den Teufel geprellt zu haben. Er hatte ohne näheres Hinsehen die Katze im Sack gekauft. Als sprichwörtliche Redensart lebt die Geschichte bis zum heutigen Tage fort.

DIETRICH LADE

NACHRICHTEN

Neues Online-Portal rund um den Druck: www.drucken.de
Mit www.drucken.de geht ein neues Informationsportal rund um die Drucksachenproduktion an den Start (www.publish.de). Das Angebot ist kostenlos und richtet sich an Einkäufer, Marketing-Manager und Designer ebenso wie an Produzenten in Werbe- und Kommunikationsagenturen. Sie erhalten dort Erklärungen und Hintergrundinformationen, um Drucksachen termingerecht, kostengünstig und in der gewünschten Qualität produzieren zu können. Ein besonderer Service: Ein Team von Experten beantwortet online Fachfragen. Die Website ist eine Initiative von Best, Heidelberger Druckmaschinen, Sun Chemical Hartmann Druckfarben, M-Real Zanders und der Krefelder Druckerei Schotte.

Druckerei - Heidelberg -
TIEFDRUCKER
Königsplatz 10, 69126 Heidelberg
Tel. 06221 123456789
Fax 06221 987654321
E-Mail: info@druckerei.de
www.druckerei.de

Druckerei - Heidelberg -
Königsplatz 10, 69126 Heidelberg
Tel. 06221 123456789
Fax 06221 987654321
E-Mail: info@druckerei.de
www.druckerei.de

Die Autobiografie des Schriftkünstlers Adrian Frutiger!

Umfang 154 Seiten
durchgehend farbig, matt lackiert
Format 24 x 24 cm, Fadenlochung
Bacheldecke gepolstert
ISBN 3-85449-015-7

Seine Arbeit, die Ausbildungsweg, sein Leben und Werke in Paris, die Union, die Beschäftigung des Fluglagers Charles de Gaulle, seine Mitarbeit bei der Entwicklung des ersten fotografischen Linol-Typs, die vom Computer lesbare Schrift OCR-A, seine Prozessarbeit bei der Weiterentwicklung von Flexosettern, seine Schriften im Alltag (Schweizer Post, neue Staatsausweisdokumente mit der Frutiger-Arbeit) oder die Neugestaltung der deutschen Verkehrschrift – alles wird in einfacher, lesbarer Form aufgeführt. Ein ganz spezielles Kapitel ist seiner kindertypischen Tätigkeit außerhalb der Schriften gewidmet, dem »Zeichnen einer anderen Art«, gezeichnet oder gemalt, gezeichnet oder geschrieben.

Jetzt bestellen

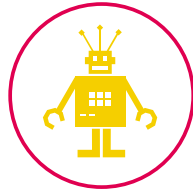
Verlagsgesellschaft M.E. Weismann mbH
Karl-Benz-Strasse 19, D-70794 Filderstadt
Tel. 0711 70 01 53-0, Fax 0711 70 01 53-10
service@verlag-weismann.com
www.verlag-weismann.com

Bitte wenden Sie mir gegen Rechnungserklärung

Exemplar(e)

Ein Leben für die Schrift
von Adrian Frutiger
zum Preis von € 55,85 inklusive Porto und Verpackung.

Name: _____
Vorname: _____
Straße: _____
PLZ/Ort: _____
Telefon: _____
Unterschrift: _____



5000 Jahre Geschichte der Informationstechnik zeigt das Paderborner Heinz-Nixdorf-MuseumsForum

Als ein Chip noch groß wie ein Wohnzimmer war

Im beschaulichen Paderborn steht seit 1996 auf 6.000 Quadratmetern das größte Computer-museum der Welt: In der ehemaligen Hauptverwaltung von Nixdorf, lichtdurchflutet und transparent nach der Philosophie des eigenwilligen Unternehmers und deutschen Computer-pioniers gestaltet, kann man von assyrischen Schriftzeichen über alte Druckmaschinen, die ersten Lochkartensysteme, riesige Rechenmaschinen bis zu modernsten Notebooks und Handys alles bestaunen, was in der Menschheitsgeschichte mit technisch unterstützter Information und Kommunikation zu tun hat. Auch wer kein Technikfreak ist, kommt durch die anschauliche und sinnlich erfahrbare Ausstellung im Heinz-Nixdorf-MuseumsForum (HNF) auf seine Kosten.

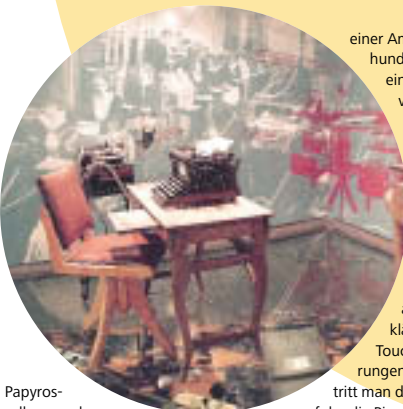


Große Abbildungen: Links ein Teil der Chiffriermaschine »Enigma«, unten ein Büro-raum der 20er Jahre. Kleine Bilder: Apple Rechner »Lisa« von 1982, Taschen-rechner »Lady« und »Sir« und der Roboter »Answer Games«.

Fotos: Jürgen Seidel (2), Elko Herrmann (3)

2. Jhdt. v. Chr.

2004



Papyrusrollen aus dem 2. Jahrhundert vor Christus erwartet man in einem Computermuseum wahrscheinlich gar nicht, aber natürlich hat alles, was heute die hochkomplexe Multimediale Welt ausmacht, mit der Kulturgeschichte des Schreibens begonnen. Folgerichtig führt der Rundgang durch die beiden Etagen des HNF den Besucher zunächst in die Antike. Er versteht, was die Entdeckung der Zentralperspektive in der Renaissance für den Forscherdrang des Menschen bedeutete, bewundert die Rechenschnüre der Inkas (deren Zahlensysteme bis heute nicht vollständig entschlüsselt sind), verharrt an einem bildschönen Rechenstück

einer Amtsstube des 15. Jahrhunderts, landet dann bei einem Bostoner-Tiegel von 1860. Fortschritt im Geschwind-marsch durch Jahr-tausende, aber man kann innehalten und sich unter anderem an den Videos, die eigens für das Museum entwickelt wurden, alles ausführlich erklären lassen oder mit Touchscreens Erläuterungen in Gang setzen. Be-tritt man die Ausstellungsfläche, auf der die Pioniere und Pionierinnen der Informationstechnik vorgestellt werden, beginnt eine freundliche Stimme, das Leben von Leibniz und anderen zu erzählen, und man kann einen funktionsfähigen Nachbau der Leibniz-schen Rechenmaschine entdecken, der ersten, die alle vier Grundrechenarten beherrschte. Bürorauminszenierungen aus mehreren Jahrhunderten vermitteln präzise die Arbeitsbedingungen der frühen Informationsverarbeitung, man kann sich in einer preußischen Amtsstube sogar ein thematisch passendes Stück

aus dem »Hauptmann von Köpenick« anhören. Eine sehr umfangreiche und liebevoll gepflegte Schreibmaschinen-sammlung, deren Grundstock Heinz Nixdorf selber zusam-men-trug, weckt ebenso nostalgische Gefühle wie eine Telefonzelle aus den fünfziger Jahren; für die vielen Kinder unter den Besuchern ist sie wohl ebenso »antik« wie die Telefonapparate mit Wählscheiben oder eine riesige Tele-phonvermittlungsanlage aus den 50er Jahren, die man, natürlich, auch an-wählen kann.

Das gehört zum Prinzip der Aus-stellung: Fast alles funktioniert wirk-lich. An vielen Stationen können Be-suchern selbst Modelle und Exponate ausprobieren, in Büchern blättern, Filme anschauen, Musik und Hörspiele hören. Eine Loch-kartenanlage von 1890 kann man selber bedie-nen und lernt gleich noch dazu, dass daran vor allem schlecht be-zahlte Frauen arbeiteten. Dass viele der alten Ma-schinen noch funktionstüch-tig sind, ist der detektivischen Rechercharbeit der Museumsmit-arbeiter zu verdanken. Sie spürten etwa pensionierte Techniker für eine

Buchungsmaschine von 1942 auf, für die es keine Werkzeuge und Ersatzteile mehr gibt, und haben mehr als einmal erlebt, dass ein ehemaliger Fach-arbeiter mit Tränen in den

Augen »seiner« Maschine mit seinem Spezialwis-sen reparieren durfte. Weil die technische Ent-wicklung in den letzten Jahrzehnten so rasant voranschreitet, wird der-zeit ein Drittel der moder-nen Abteilung neu gestaltet, Handy- und Inter-netentwicklungen brau-chen Platz. Keinen Platz braucht heutzutage ein Chip: Groß wie ein Dau-mennagel enthält er alle Informationen, die der erste elektronische Computer auf 60 Quadratmetern ent-hielt – man kann in ihm im HNF sozu-sagen herumlaufen.

Aus Dresden wurde ein ganzes Rechenzentrum aus den 70er Jahren ins Museum integriert, wo es, gut 30 Jahre jung, tatsächlich museal wirkt. Genauso wie der Bordrechner der Gemini-Raumkapsel von 1965, der erste PC der Welt von 1975 oder der erste Laptop, der die gleiche Leistung bringt wie ein Großrechner von 1943 mit rotem Lederbezug, einer Kühl-anlage und einem Gewicht von

2,5 Tonnen. Ergänzend zur Daueraus-stellung des HNF, zu der übrigens auch 700 Taschenrechner gehören, gibt es Kongresse und Vorträge, klei-nere Präsentationen wie eine Samm-lung von Apple-Computern im Juni oder größere Sonderausstellungen wie im vergangenen Jahr eine zur Papier-kunst.

Schulklassen kommen kostenlos hinein, und im Foyer können Kinder gratis an zwölf Stationen neue Com-puterspiele testen. Zwei Stiftungen des 1986 verstorbenen Nix-dorf tragen seit das HNF, die Stadt Paderborn zahlt einen Betriebskosten zuschuss. Gewinne darf man nicht machen – den Weg in die nordrhein-westfälische Provinz dür-fen aber ruhig noch mehr als 138.000 Menschen wie im vergangenen Jahr finden.

ULLA LESSMANN

Heinz-Nixdorf-MuseumsForum,
Fürstenaallee 7, 33102 Paderborn,
Telefon 0 52 51. 30 66 00,
Fax 0 52 51. 30 66 09, www.hnf.de.
Öffnungszeiten: dienstags bis freitags,
9 bis 18 Uhr, samstags und sonntags,
10 bis 18 Uhr.

PREISRÄTSEL

1	2	3	4	5	6	7
8			9			
		10				
11	12	13	14			15
		16	17			18
19			20	21	22	
	23	24			25	
26	27		28	29		
30			31		32	33
		35				
36					37	
		38				

Waagrecht: 3 Franz. Bildhauer und Grafiker, † 1917, 8 schwarzes Pferd, 9 Linie gleichen Luftdrucks, 10 Zwerg der german. Sage, 11 Dokumentensammlung, 14 Name des Wolfs in der Fabel, 16 Kartenspiel, 18 Westeuropäer, 19 Gemüsepflanze, 20 Schnittholz, 23 Weißpap-pel, 25 alkohol. Getränk, 26 arkt. Meeresvogel, 28 Bündnis, 30 Arbeitsentgelt in freien Beru-fen, 32 ind. Staatsmann, † 1964, 35 ital.: Insel, 36 Reisspeise, 37 Gesichtsmaske, 38 gedeckter Tisch.

Senkrecht: 1 Winkelmaß, 2 Werbekurzfilm, 3 Ostseebadeort, 4 altägypt. Göttin, 5 Musikstück für neun Instrumente, 6 Ureinwohner Neusee-lands, 7 Feigling, 12 amerik. Raumschiff, 13 Nebenfluss des Duero, 15 vorderasiat. Volk, 17 engl. Bier, 21 engl.: Tee, 22 Balte, 24 kleine Reiterabteilung, 26 Laubbaum, 27 Freiheits-strafe (ugs.), 29 Explosionsgeräusch, 31 weibl. Vorname, 33 inneres Organ, 34 Gewässerrand.

An unserem DRUCK+PAPIER-Preisrätsel können alle ver.di-Mitglieder teilnehmen. Bitte das Lösungswort, das sich in den gelben Kästchen ergibt, auf einer Postkarte oder über das Internetformular bis 5. Januar 2004 sen-den an:

Redaktion DRUCK+PAPIER
c/o ver.di – Bundesvorstand
Stichwort Preisrätsel
Potsdamer Platz 10
10785 Berlin

Unter den Einsenderinnen und Einsendern der richtigen Lösung verlosen wir – unter Aus-schluss des Rechtswegs – folgende Preise:



1. Preis: Bücher und/oder CD's der Büchergilde Gutenberg im Wert von 100 Euro

2. bis 11. Preis: je ein-mal den Beststeller »Stu-pid White Men«, Micha-el Moores Abrechnung mit dem Amerika unter Georg W. Bush

Die Gewinner/innen des Preisrätsels in der Ausgabe 4/2003 von DRUCK+PAPIER:
1. Preis Ingrid Schmidt, 14712 Rathenow (ein Original-ver.di-Sparschwein mit 150 Euro in bar), **2. Preis** Pia Kretzer, 57074 Siegen (Bücher und/oder CD's der Büchergilde Guten-

berg im Wert von 50 Euro), **3. Preis:** Rudi Bischoff, 73095 Albershausen (ein Neuer Großer Shell-Atlas 2003/2004), **4. und 5. Preis:** Werner Knapp, 49088 Osnabrück, und Fred Schulz, 21075 Hamburg (je einmal die Festschrift zum 75jährigen Jubiläum des Verbands der Deutschen Buchdrucker in Berlin), **Trostpreise:** Georg Knoche, 44866 Bochum, Franz Benker, 94032 Passau, und Karl Sundermann, 32427 Minden.

Auflösung des letzten Rätsels

A	S	P	I	K	G	F	I	S	C	H
U	R	A	R	E	N	A	A	O		
F	L	O	S	F	S	A	L	U		
T	K	S	P	A	S	T	E			
R	A	U	K	E	H	A	T	O	L	L
A	U	R	A	O	R	A	D	E	O	
G	R	A	F	I	K	D	E	S	I	G
A	K	N	A	B	E	T	R	I	O	
A	T	L	A	S	O	P	O	R	S	T
R	I	E	R	R	O	R	S	L		
M	A	T	E	R	G	E	R	I	K	A
U	H	A	L	I	B	I	N	G		
T	R	O	T	T	S	S	E	N	S	E