KV-Lehre in Verlagen: Zu wenig genutzt

Rund 60 Lernende pro Jahr absolvieren ihre KV-Lehre in der Branche Marketing & Kommunikation – doch nur eine Handvoll davon in einem Buchverlag. Dabei bietet die kaufmännische Grundbildung gerade Verlagen eine seltene Chance: Sie bringt Nachwuchskräfte hervor, die nicht nur administrativ denken, sondern die gesamte Wertschöpfungskette eines Buchs verstehen.

TEXT: MANUELA TALENTA

Für Verlage ist die kaufmännische Grundbildung ein zentraler Rekrutierungsweg für Nachwuchskräfte, welche die Branche verstehen. Genau hier setzt die Branche Marketing & Kommunikation an. Als Organisation der Arbeitswelt (OdA) strukturiert der Verein die KV-Ausbildung im Bereich Marketing und Kommunikation und prägt sie inhaltlich mit. Er ist als Zusammenschluss von zehn Trägerverbänden aufgebaut, welche die verschiedenen Fachrichtungen in der Marketing- und Kommunikationsbranche repräsentieren. Geschäftsführerin Rebecca Jäckli: «Die Trägerverbände bilden den Aufsichtsrat und wachen darüber, dass die Ausbildung Lehrbetrieben und Lernenden gleichermassen einen Mehrwert bietet.» Auch der SBVV gehört zu den Trägerverbänden des Vereins. Als solcher vertritt er die Perspektive der Verlage. Und er stellt sicher, dass die Ausbildung nicht losgelöst von der Realität im Buchmarkt entwickelt wird, sondern auch die spezifischen Prozesse im Verlagswesen abbildet.

Spezielle Kurstage

Ein wichtiger Baustein der KV-Ausbildung sind die überbetrieblichen Kurse (üK). Deren Ausgestaltung gehört – nebst der Organisation und Durchführung der mündlichen und schriftlichen Abschlussprüfungen – zu den Hauptaufgaben der Branche Marketing & Kommunikation. Während der Lehrzeit absolvieren die Lernenden insgesamt 16 solcher Kurstage. Dort werden zum Beispiel reale Geschäftssituationen aus Marketing und Kommunikation simuliert. Für Lernende, die ihre Ausbildung in einem Verlag absolvieren, gibt es einen zusätzlichen üK. Er ist auf die Vertiefung verlagsspezifischer Fachkompetenzen ausgelegt, und die Verlags-Lernenden sind dabei ganz unter sich. Rebecca Jäckli: «Die Vertiefung kann zum Beispiel im Erscheinen eines neuen Buchs bestehen, das vermarktet werden muss.» Dabei geht es um Fragen wie: Wer ist die Zielgruppe für dieses Buch? Welche Kanäle sind für

NEUE SPIELREGELN FÜR DIE KV-LEHRE

Im August 2023 trat die Reform der kaufmännischen Grundbildung in der Schweiz in Kraft. Die diesjährigen Lehrabgängerinnen und -abgänger sind damit die ersten, die nach neuen Massstäben ausgebildet wurden. Ausgangspunkt dieser grössten Erneuerung der KV-Lehre seit zwei Jahrzehnten war eine schlichte Feststellung: Die Arbeitswelt wird digitaler, der Arbeitsmarkt flexibler, Routinearbeiten in der Administration nehmen ab, neue Kompetenzen sind gefragt.

Kerngedanke der Reform war folglich auch die konsequente Ausrichtung auf Handlungskompetenzen. Die Lerninhalte der bisherigen Unterrichtsfächer werden zwar weiterhin vermittelt, aber nicht mehr in separaten Fächern, sondern eingebettet in fünf Handlungskompetenzbereiche. Die entscheidende Frage lautet nun: Was kann jemand nach der Ausbildung tatsächlich tun – und nicht nur: Was weiss er oder sie? Im Lehrbetrieb ersetzen sogenannte Praxisaufträge die früheren Arbeits- und Lernsituationen: Die Lernenden führen selbstständig berufliche Aufgaben aus, dokumentieren ihre Erfahrungen und entwickeln so ihre Kompetenzen eigenständig weiter. Rebecca Jäckli, Geschäftsführerin der Branche Marketing & Kommunikation: «Vor der Reform arbeiteten die Lehrbetriebe mit über 100 Lernzielen, und sie konnten selbst entscheiden, welche sie für ihre Lernenden vorgaben.» Bei den neu eingeführten Praxisaufträgen handelt es sich um insgesamt elf Arbeitspakete, die mehrere Lernziele bündeln. «Damit bewegen wir uns nah am Arbeitsalltag», so Rebecca Jäckli. «Die allgemeinen kaufmännischen Tätigkeiten bleiben, während branchenspezifische Praxisaufträge den Lernenden eine vertiefte Ausbildung ermöglichen.» Die Lehrbetriebe können selbst entscheiden, wann sie welche Praxisaufträge einsetzen wollen.

Für die Branche Marketing & Kommunikation war die Umstellung weniger einschneidend als anderswo: «Wir orientieren uns schon sehr lang an Handlungskompetenzen», sagt Rebecca Jäckli. Dennoch habe die Reform die Ausbildung auch in der Marketing- und Kommunikationsbranche weiter geschärft, vor allem durch eine stärkere Praxisorientierung in den üK, den überbetrieblichen Kursen. Dazu gehören neben neuen Themen auch Anpassungen in der üK-Leitung: Neu werden die einzelnen üK-Sequenzen von Fachpersonen geleitet, die im jeweiligen Themenbereich beruflich tätig sind. Bislang gab es eine solche Konstellation nur im zusätzlichen üK für Lernende aus Verlagen. Auch die Klassenzusammensetzung ist seit Inkrafttreten der Reform anders. Früher wurden Klassen aus Lernenden derselben Fachrichtung gebildet – heute sind sie gemischt. Rebecca Jäckli: «Das war eine sehr sinnvolle Neuerung. Die Durchmischung ermöglicht es den Lernenden, verschiedene Sichtweisen auf dasselbe Thema zu verstehen.»

die Vermarktung sinnvoll? Wie wird ein Budget erstellt – und wie hält man es ein? Welche Schrift soll für ein Werbeplakat ausgewählt werden? Mit diesem zusätzlichen üK wird anerkannt, dass die Anforderungen im Verlagswesen in einzelnen Punkten von der allgemeinen Marketing- und Kommunikationspraxis abweichen.

Nachwuchs mit Branchenblick

Verlage, die KV-Lehrstellen anbieten, können also sicher sein, dass ihre Lernenden auch ausserhalb des Lehrbetriebs fundiertes verlagsspezifisches Wissen vermittelt bekommen. Rebecca Jäckli: «Wer in einem Verlag kaufmännisch ausgebildet wird, arbeitet zudem in verschiedenen Abteilungen und versteht am Ende der Lehrzeit, wie die verschiedenen Schnittstellen funktionieren und welche Kompetenzen es braucht.» Das Verständnis für die Besonderheiten im Verlagswesen sei viel grösser, wenn man jemanden bereits während der Ausbildung aufbaue – so entstünden wertvolle Nachwuchskräfte für die gesamte Branche.

Vom Praktikum zur Lehre

Eine dieser potenziellen Nachwuchskräfte ist Elena Spycher. Sie absolvierte ihre dreijährige Ausbildung zur Kauffrau EFZ beim hep-Verlag in Bern und schloss im Juni erfolgreich ab. Sie gehört zur ersten Generation, die nach der reformierten kaufmännischen Grundbildung ausgebildet wurde *(siehe Box «Neue Spielregeln für die KV-Lehre»)*. «Bis Ende Jahr kann ich noch bei hep arbeiten», sagt die 21-Jährige aus Lyss BE. Aber sie möchte auch in Zukunft in der Branche bleiben – am liebsten in der Marketingabteilung eines Belletristikverlags. Denn sie kann über ihre Lehrzeit nur Positives berichten. «Vor dem Lehrstart absolvierte ich bereits ein einjähriges Praktikum bei hep, weshalb ich das Team und einige Abläufe schon kannte.»

Nah dran am ganzen Buch

Während der Lehre durchlief Elena Spycher dann alle Abteilungen: Lektorat, Marketing, Herstellung digital und print, Administration und Vertrieb. «Ich war oft in Kontakt mit Kundinnen und Kunden, mit Buchhandlungen, diversen Wiederverkäufern oder kantonalen Lehrmittelstellen», zählt sie auf, und sie resümiert: «Der Prozess, wie ein Buch von A bis Z entsteht, ist sehr komplex. Diesen hautnah mitzuerleben und mitzugestalten, war ausserordentlich spannend.» Durch die Einblicke in alle Abteilungen hat sie ausserdem gelernt, vernetzt zu denken – eine Kompetenz, die gerade in Verlagen mit ihren vielen Schnittstellen wertvoll ist. Die überbetrieblichen Kurse behält sie ebenfalls in guter Erinnerung. «Ich bin privat ein sehr kreativer Mensch. Diese Kreativität mit Fachwissen kombinieren zu können, fand ich super.»

Vom Hörsaal in den Verlag

Larissa Schneider kam auf einem anderen Weg in die Verlagsbranche. Die 22-Jährige aus Bremgarten AG studierte nach der Matura Germanistik und Altertumswissenschaften an der Universität Basel, als sie auf der Website von Diogenes auf die Möglichkeit stiess, dort die verkürzte zweijährige KV-Ausbildung zu absolvieren. «Ich hatte gar nicht aktiv nach einer KV-Ausbildung Ausschau gehalten», sagt sie. Sie sei lediglich auf der Suche nach einer Perspektive für nach dem Studium gewesen. «Es ist also gewissermassen reiner Zufall, dass mein Einstieg in die Verlagsbranche mit einem KV-Abschluss verbunden ist.» Ihre Ausbildung, die sie im Juni erfolgreich abgeschlossen hat, beschreibt sie als «äusserst abwechslungsreich». Von Anfang an begeisterten sie die kreativen Aufgaben – und sie tun es noch: In der Werbeabteilung gestaltet sie Werbemittel, sie schreibt Beiträge für den Diogenes-Blog und arbeitet im Bereich Social Media mit.

Von der Lehre zum Praktikum

Im Lektorat half sie unter anderem bei der Entwicklung mehrerer Kalender mit – und sie gab gemeinsam mit dem damaligen Volontär eine Anthologie über die Nordsee heraus. Was sie aus der Ausbildung mitnimmt: «Einen hohen Anspruch an Qualität und ein Gefühl für die Entwicklung einer Marke, die sich ins Gedächtnis der Menschen einbrennt. Denn Diogenes-Bücher erkennt man sofort.» An die zweijährige Ausbildung schliesst sich nun planmässig noch ein Jahr Praktikum bei Diogenes an. «So kann ich wirklich jede Abteilung im Haus kennenlernen.» Danach kann sie sich gut vorstellen, ihr Studium wieder aufzunehmen und gleichzeitig Teilzeit in einem Verlag zu arbeiten.

Warum so wenige Verlage ausbilden

Auch wenn es viele Erfolgsgeschichten gibt: Die KV-Ausbildung in Verlagen ist kein Selbstläufer. Von den jährlich rund 60 KV-Lernenden in Betrieben der Marketing- und Kommunikationsbranche absolvieren nämlich nur zwei bis drei ihre Ausbildung in einem Verlag. Dieser geringe Anteil ist aus Sicht der Branche Marketing & Kommunikation kein Zufall, sondern Ausdruck struktureller Besonderheiten. Rebecca Jäckli: «Viele Verlage arbeiten traditionell mit Praktika oder rekrutieren bereits ausgebildete Fachkräfte.» Hinzu komme, dass die zweijährige KV-Ausbildung in der Verlagsbranche eher wenig bekannt sei. Diese verkürzte EFZ-Ausbildung richtet sich an Personen, die ihre Erstausbildung oder eine Matura abgeschlossen haben, so wie es bei Larissa Schneider der Fall war. Gerade dieses Format bietet Verlagen die Möglichkeit, auch reifere Persönlichkeiten für die Branche zu gewinnen – nicht nur für die Ausbildung, sondern auch danach.

FOTO: GRETHER PHOTOGRAPHY

Rebecca Jäckli, Geschäftsführerin der Branche Marketing & Kommunikation: «Bilden Verlage Kaufleute aus, entstehen wertvolle Nachwuchskräfte für die gesamte Branche.»

FOTO: ZVG

Elena Spycher hat im Juni erfolgreich ihre dreijährige KV-Lehre beim hep-Verlag in Bern abgeschlossen.

FOTO: MARIO GROSSENBACHER

Larissa Schneider hat im Juni erfolgreich ihre zweijährige KV-Lehre bei Diogenes in Zürich abgeschlossen.