

# Hvordan får vi nyt blod til trykkerierne?

Vores unge studerende gider ikke søge job hos trykkerierne. Af de to sidste årgange, vi har sendt ud i samfundet fra uddannelsen Medieproduktion og Ledelse, kan det tælles på én lukket hånd, hvor mange der er gået dertil.

**MERE END** halvdelen af vores dimittender finder ansættelse i virksomheder, som ikke beskæftiger sig med trykte medier, mens den anden bliver ansat i virksomheder, der til tider indkøber tryksager.

Som inkarneret branchemand siden 1977 finder jeg udviklingen meget trist og dybt foruroligende. Hvad skal der ske med trykkerierne, når alle de nuværende ansatte er gået på pension? Der kommer tilsyneladende ikke nyt blod til – ikke fra Mediehøjskolen i hvert fald. Og det er noget nyt.

**Løbende udvikling af uddannelsen**  
Siden 1943 har Den Grafiske Højskole/Mediehøjskolen uddannet ledere og mellemledere til den grafiske branche. De fleste dimittender har altid fundet ansættelse i trykkerierne, mens enkelte blev ansat i de tilknyttede kunde- og leverandørvirksomheder.

Studiet har igennem årtierne ændret sig i takt med samfundsudviklingen og den teknologiske udvikling. Fra "Det almene studium" på halvandet år udviklede uddannelsen sig til en toårig uddannelse i "Grafisk Teknik og Økonomi" (GTØ). Den blev så udvidet til en treårig "Grafisk Teknik og Ledelse" (GTL) for til sidst at blive en treårig professionsbacheloruddannelse i "Medieproduktion og Ledelse" (BA MPL) der er giver adgang til videreuddannelse på master-/kandidatniveau.

I erkendelse af, at den trykte del af branchen er under konstant konsolidering, har vi på Mediehøjskolen den sidste årrække tilpasset uddannelsen, så vi også kan afsætte dimittender til webbureauer, reklamebureauer samt kommunikations- og informationsafdelinger i ikke-grafiske virksomheder.

Men Mediehøjskolens målsætning er, at vi kan afsætte vores MPL-dimittender til alle typer af virksomheder, som beskæftiger sig med en eller anden form for grafisk produktion og kommunikation, herunder naturligvis også trykkerier.

Uddannelsen er på den ene side en stor succes, da de fleste hurtigt finder ansættelse, men det sker på den anden side bare ikke på trykkerierne.

Og hvorfor gør de ikke det? Ud fra samtaler med de unge, kan vi se, at de opfatter trykkerierne som både gammeldags, larmende, beskidte, lugtende, fabriksagtige og i øvrigt ved at uddø. Og hvem kan se sig selv i sådanne virksomheder?

Denne opfattelse kommer faktisk allerede til udtryk, når de studerende efter to års studier skal finde en praktikplads. Af de to sidste årgange har INGEN søgt praktikplads i et trykkeri.

Samtidig har de unge, vi tager ind på uddannelsen, "ændret sig". Hvor de tidligere skulle have en grafisk

faguddannelse, skal de nu have en gymnasial uddannelse. Det betyder bl.a., at de studerende er blevet yngre, ikke har den store erhvervs erfaring, og især at de i dag ikke har nogen form for tilknytning til den grafiske branche.

## Hvad gør vi?

Det gode spørgsmål er derfor, hvordan vi i fællesskab kan fange de unges interesse for en karriere i trykkeribranchen? Vi er nødt til at samarbejde om at få dem sporet ind igen.

Det kunne fx ske i form af karriere-dage, hvor virksomhederne kunne præsentere sig selv (fx ved Grafisk Dag). Det er en fremgangsmåde, vi kender fra andre brancher.

Til en begyndelse kunne det også bare være, at virksomhederne tilbyder de unge at komme i ulønnet praktik i 4 måneder (september-december), og at de studerende kunne skrive deres bachelorprojekt i en grafisk virksomhed.

På denne måde vil de unge med overvejende sandsynlighed opdage, at den grafiske branche er uhyre interessant og spændende at arbejde i. ☺



Michael Abildgaard Pedersen er lektor på Mediehøjskolen (tidligere Den Grafiske Højskole)