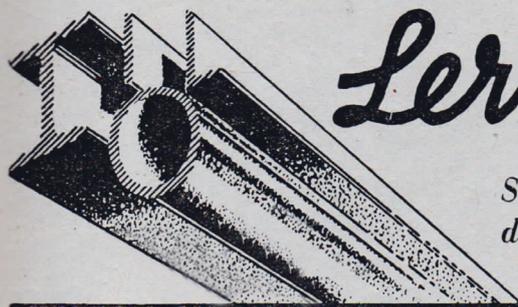


STAHLREPORT

Nachrichten aus Handel, Produktion und Verarbeitung

09

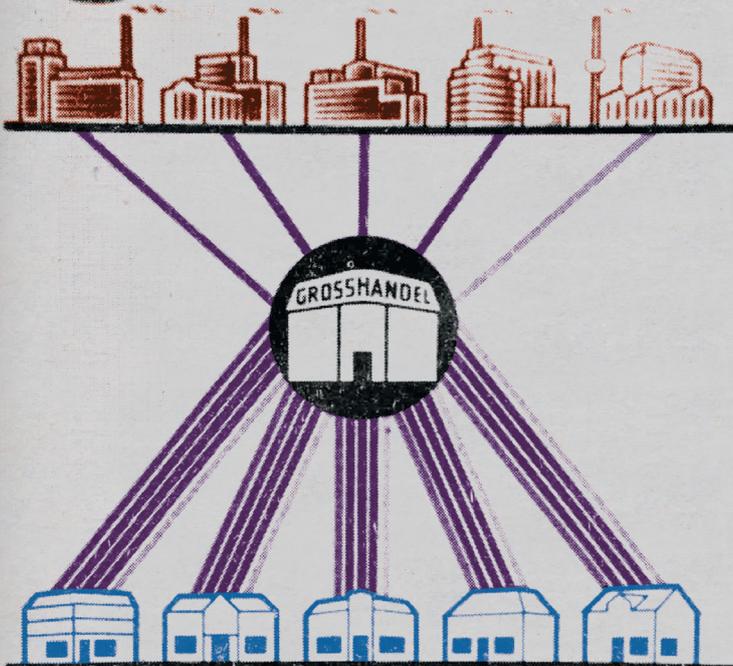
20



Lernen und Leisten

*Schulungsblätter für die berufliche Fortbildung
der Jungkaufleute des Eisen- und Stahlhandels*

mit ABSATZ
GROSSHANDEL



Viele Kunden haben einen Lieferanten
Viele Lieferanten haben einen Kunden
Das bewirkt der Grosshandel mit seiner Leistung
Arbeitsteilung vereinfacht und hilft sparen

**Happy Birthday – 75 Jahre
Stahlreport | S.34**

Von „Lernen und Leisten“ zum
modernen Fachmagazin

**Krise? Performance
gesteigert | S.14**

Carl Spaeter Hamburg
digitalisiert Säge-Prozesse

**Personal: freie Stellen
zielsicher besetzen | S.44**

Video-Recruiting -
nicht nur im Lockdown



75 JAHRE

Es ist vielleicht das herausragende Jahr des 20. Jahrhunderts: 1945. Die Katastrophe fand ihr Ende, aus Schutt und Asche sollte in den folgenden Jahren alles neu aufgebaut werden. Zu den vielen großen und kleinen Dingen, die damals neu begannen, gehört auch der Stahlreport – damals noch mit dem Namen „Lernen und Leisten“.

STAHLREPORT



Stahlreport – von der Stunde Null bis ins digitale Zeitalter

Am Anfang stand die Bildung. Die Ausbildung der „Jungkaufleute des Eisen- und Stahlhandels“ – sie war nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs das Anliegen des Stahlreports – der damals noch, ganz im Geist der Zeit, „Lernen und Leisten“ hieß.

Der Zweite Weltkrieg, er hatte nicht nur so gut wie ganz Europa und viele weitere Länder darüber hinaus in Schutt und Asche gelegt. Vor allem hatte er Leben gekostet – sehr viele Leben. Nachdem der Krieg vorüber war, richtete sich der Blick aber bald wieder auf die Zukunft. Ganz nüchtern machten sich die traumatischen Verluste schnell als fehlende Arbeitskräfte bemerkbar.

„Die Nachwuchsfrage ist nach den großen Verlusten des Krieges

die wichtigste für uns, besonders auch im Zeichen des zunehmenden Wettbewerbs“, schrieb noch 1950 Dr. Wilhelm Flory, Vorsitzender der Fachvereinigung Eisen- und Stahlhandel e.V. im Januarheft „Lernen und Leisten“. Und was lernt der Jungkaufmann in den 50er-, 60er- und 70er-Jahren aus den „Schulungsblättern für die berufliche Fortbildung der Jungkaufleute des Eisen- und Stahlhandels“, wie der Untertitel von „Lernen und Leisten“ lautete?

Trotz immer wieder eingestreuter Gedichte in die eng und in kleiner Schrift bedruckten Seiten geht es vor allem um handfeste Dinge. Immer ist der Bezug zum Stahl deutlich zu erkennen und kann der Jungkaufmann ein didaktisches Ziel klar ausmachen: „Die Eisenerze“, „Das Eisen-Kohlenstoff-Diagramm“, „Die



1950



1960



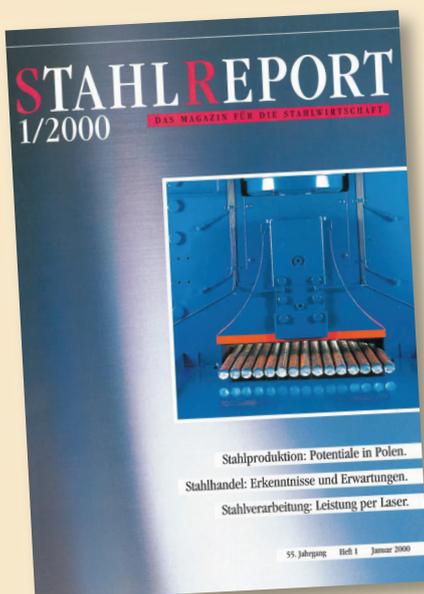
1970



1980



1990



2000

- „Stahlerzeugung“, „Was ist Eisen, was ist Stahl?“ – so lauten die Themen in den ersten Jahren.

Das ist kein Wischiwaschi, das war handfestes Wissen auf einem hohen Niveau, das damals vermittelt wurde. Interessant wäre, wie sich ein Erfolgscontrolling dieses mono-medialen Mitarbeitertrainings der ersten Lernziel-Taxonomiestufe „Kennen und Verstehen“ dargestellt hätte. Vielleicht gar nicht so schlecht.

Und erstaunlich modern sind damals die Themen – von der Orthografie und der etwas angestaubten

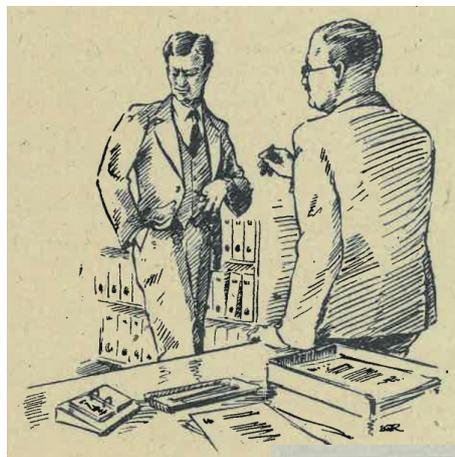
Sprache abgesehen: „Vom richtigen Telephonieren“ oder „Elektrische Kleinhebezeuge im Stahlhandel“ heißen die Beiträge in der Ausgabe 01/1950. Das sind auch heute noch aktuelle Themen.

Vor allem soll „Lernen und Leisten“ eine Praxishilfe sein. Verhaltensregeln, Rechenaufgaben, Rechtschreibung, gutes Formulieren und viele andere Hilfestellungen für Situationen, in die der Jungkaufmann von damals geraten kann. Besser geht's eigentlich nicht, muss man sagen.

Bildung im Fokus

Ohne Schnörkel, mit klarem Anliegen – so haben sich ab den 1950ern die „Schulungsblätter für Jungkaufleute“ an den Nachwuchs im Stahlhandel gewandt. Vor allem war es technisches Wissen, das vermittelt wurde: wie ein Hochofen arbeitet, wie Stahl gewalzt wird, Materialprüfung, und vieles mehr. Man muss sagen: auf hohem Niveau. Denn erklärt wurden zum Beispiel auch schwierige Inhalte wie das Eisen-Kohlenstoff-Diagramm.

Sehr oft haben die Schulungsblätter „Lernen und Leisten“ auch Anleitungen gegeben, wie sich der Jungkaufmann ganz praktisch in vielen Situationen verhält: beim Telefonieren, dem Vorgesetzten gegenüber, in Prüfungssituationen. Ein fester Bestandteil waren auch branchentypische Rechen- und Buchhaltungsaufgaben.



Wie der Jungkaufmann sich in neuer Stellung verhält: Bebilderung der Geschichte „Der Vorgänger“, 1950. Der „väterliche Freund“ gibt darin Ratschläge, wie das Bewerbungsschreiben am besten zu formulieren ist. „Schlicht und ehrlich, gutes Deutsch, natürlich, sauber selbstverständlich, keine Zeichenfehler“.

Die Digitalisierung ist zwar noch nicht in Sicht: Ersetzt man in der Bildunterschrift rechts „Lagerkartei“ durch „Stammdaten“ und „Karteiarbeit“ durch „Datenbank“ gilt diese Anforderung aber auch gegenwärtig nahezu 1:1.



Für den Lagereinkauf ist eine sorgfältig geführte und stets den letzten Bestand anzeigende Lagerkartei von größter Wichtigkeit. Hier kann der Jungkaufmann zeigen, ob er die Bedeutung dieser Karteiarbeit für einwandfreie Dispositionen der Einkaufsabteilung begreift. Schon der geringste Fehler bei der Übertragung der einzelnen Zahlen kann sich sehr unangenehm auswirken. (Photo: Archiv)

Die Zeiten ändern sich

Wie alles andere, geht auch „Lernen und Leisten“ mit der Zeit. Während sich der Stahlhandel 1969 aus regionalen Einzelorganisationen in dem Bundesverband (BDS) zusammenschließt, gleichen die Schulungsblätter in den 60ern und 70ern zunächst noch weitgehend dem Aussehen der 1950er Jahre. Allerdings nimmt die Zahl der Fotos (schwarz-weiß) spürbar zu und die Themen werden internationaler, man wirft schon mal einen Blick nach Italien oder England.

Die erste wirkliche Änderung der inhaltlichen Ausrichtung geschieht in den 1980er-Jahren: Trotz weiterhin schwarz-weißer Fotos verschiebt sich der Fokus nun, neben dem Bildungsauftrag bekommen im jetzt zusätzlich „Stahlreport“ benannten „Lernen und Leisten“ Marketingthemen mehr Gewicht. Unternehmen wollen sich darstellen, Produkte werden präsentiert. Anzeigen finden sich nur sporadisch in den Ausgaben.

Die 90er Jahre sind ein Quantensprung. Zwar gibt es immer noch keine Farbfotos, aber erstmals ein Layout, das mehr ist als der strikte Drei-Spaltenatz. Einzug halten grafische Elemente wie Striche als Artikelrenner, größere Überschriften, Bilder im Halbseitenformat. Der Leser wird nicht mehr einfach in die Bleiwüste geschickt, sondern mehr und mehr durch die Themen geführt. Dass sich die Rolle des Stahlreport nach und nach ändert, ist auch an der zunehmenden Zahl der Anzeigen in diesem Jahrzehnt zu erkennen, sie werden großformatiger und sind professioneller gestaltet.

Im Jahr der Internetblase ist „Lernen und Leisten“ Geschichte: Mit dem Januarheft 2000 ist der Stahlreport ganz zum Stahlreport geworden, „Ein Magazin für die Stahlwirtschaft“, wie es im Untertitel heißt. Das Jahr 2007 bringt dann auch optisch eine Zäsur: das Oktoberheft des Stahlreport erscheint im heutigen, damals völlig neuen Layout.

Zwar bleibt die Bildung weiterhin Kernthema. Der damalige Chefredakteur Dr. Ludger Wolfgart hat zu Beginn des neuen Millenniums aber die inhaltliche Aufteilung entworfen, die der Stahlreport bis heute hat: der Rundumblick auf den Stahlhandel, Stahlproduktion und Verarbeitung, Konjunkturdaten, sowie Themen des BDS wie Konjunkturzahlen und – weiterhin – die berufliche Weiterbildung.

Der Stahlreport heute

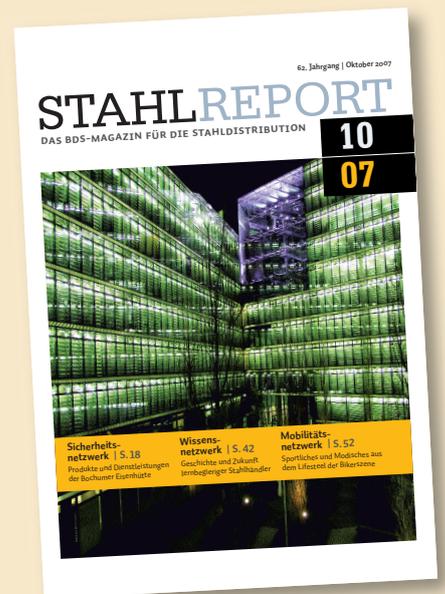
Der Stahlreport hat sich im Laufe der Jahrzehnte entwickelt – vom „Schulungsblatt für Jungkaufleute“ hin zu einem informativen Fachmagazin für die Branche. Die jüngste Veränderung hat das BDS-Magazin erst in diesem Frühjahr vollzogen: Im Mai Heft 2020 erscheint das Fachmagazin in einem überarbeiteten, frischeren Layout. Inhaltlich ist die Ausrichtung geblieben: auf Nachrichten aus dem Stahlhandel sowie seiner Zuliefer- und Kundenbranchen, auch die aktuellen Zahlen und Statistiken BDS-Research sind ein wichtiger Bereich sowie Informationen zur Berufsbildung – und viele weitere branchenrelevante Markt-, Technik- und Wirtschaftsthemen. ©

Haben Sie ein Thema für den Stahlreport?

Der Stahlreport versteht sich selbst als eine Kommunikationsplattform für „seine“ Branche. Die Entwicklungen, Neuigkeiten, Standpunkte im Stahlhandel aufzunehmen und neutral darzustellen gehört zum Kern der Marke „Stahlreport“. Wenn Sie oder Ihr Unternehmen auch ein Thema haben, das Sie gern im Stahlreport sehen würden – kommen Sie mit Ihrem Vorschlag einfach auf uns zu. Als Medienpartner ist der Stahlreport auch eine geeignete Plattform für Marketing-Vorhaben.

Kontakt zur Redaktion
Markus Huneke
Chefredakteur Stahlreport
Tel. +49 211 86497-24
Huneke-BDS@stahlhandel.com

Kontakt für Marketing/PR
Ksenija Sandek
Marketing/PR
Tel. +49 211 86497-21
Sandek-BDS@stahlhandel.com



neues Layout Oktober 2007



Relaunch Mai 2020



September 2020