

Pro Campus-Presse

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

SIEMENS

VERLAG ROMMERSKIRCHEN



Unterstützt durch
Deutsche Bank

So sehen Sieger aus



Die Jury hat ausgiebig beraten – die Gewinner stehen fest: Der Pro Campus-Presse Award 2013 geht an die *Kölner Studierendenzzeitung*. Die Plätze zwei und drei gingen an das Berliner Magazin *FURIOS* und an die Zeitschrift *Polykum* aus Zürich. Wir haben mit den drei Gewinnerredaktionen gesprochen und nachgefragt, was die Auszeichnung für die künftige Arbeit in der Redaktion bedeutet.

● Carina Reez



Korrekturlesen in Köln

„Über den Award haben wir uns natürlich sehr gefreut. Wir arbeiten seit 2011 an der Idee einer Studentenzeitung für ganz Köln und sind begeistert, dass wir so viel positive Resonanz bekommen haben. In jeder Ausgabe steckt viel Herzblut und Begeisterung und der Award hat uns noch einmal die Bestätigung gegeben, dass wir ein großes Projekt ziemlich gut meistern. Natürlich auch, dass wir das in Zukunft weiterführen möchten.“

Interessant wird es in den kommenden Semestern, weil dann kein Gründungsmitglied mehr dabei ist und die Zeitung möglicherweise in eine ganz neue Richtung gehen könnte. Es ist ein offenes Projekt mit viel Platz für kreative Ideen und wir entwickeln uns immer weiter.

Wir haben uns für den Wettbewerb angemeldet, da wir überzeugt waren und sind, dass wir etwas sehr Wertvolles geschaffen haben. Etwas, das es in Köln

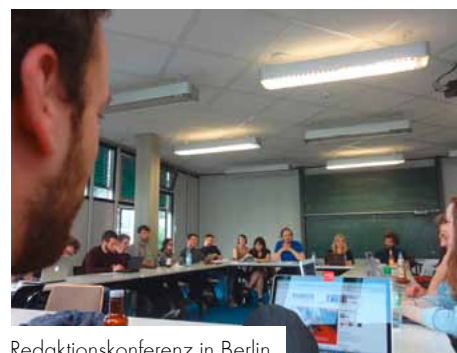
noch nicht gab und den Studenten nun die Möglichkeit gibt, sich unabhängig von hochschulpolitischen Fronten informieren zu können. Es ist der Mix aus sachlichen und alberten Texten, die uns ausmachen – so ist für jeden etwas dabei. Der Award motiviert uns in jedem Fall weiterzumachen!“

Ivona Coric, Chefredakteurin, *Kölner Studierendenzzeitung*

„*FURIOS* hat sich wahnsinnig über die Auszeichnung gefreut. Die Redaktion sieht sich dadurch in ihrer mühevollen Arbeit bestätigt. Wir versuchen stets, das Feedback zu unseren Heften in die Produktion der nächsten Ausgabe einfließen zu lassen. Jede Ausgabe soll mindestens so gut werden wie die vorherige. Dass man selbst die Objektivität verliert, wenn man sich monatelang einem Projekt widmet, ist klar. Umso mehr ehrt uns die Anerkennung durch den *Pro Campus-Presse Award*.“

Die Auszeichnung zeigt uns: Wir sind auf einem guten Weg. Für die weitere Arbeit nehmen wir Lob und Anregungen mit – und wollen auch beim nächsten Wettbewerb ein starkes Heft an den Start bringen.“

Matthias Bolsinger und Valerie Schöniän, Chefredakteure, *FURIOS* Berlin



Redaktionskonferenz in Berlin



Heftplanung in Zürich

„Wir stecken in jede Ausgabe viel Herzblut. Am Anfang jedes Heftes steht das Ziel, das Beste herauszuholen. Ich finde, dass ist uns bis jetzt auch ganz gut gelungen. Jedes Mal, wenn ich die frisch gedruckte Ausgabe in den Händen halte, empfinde ich ein bisschen Stolz. Und genau darum habe ich uns auch eine Chance auf eine gute Platzierung eingeräumt. Außerdem haben wir im Sommer ein neues Layout lanciert und die gesamte Zeitschrift neu strukturiert. Der Preis ist ein Zeichen dafür, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Der 3. Platz hat uns angestachelt. Wir wollen auch nächstes Jahr wieder dabei sein und unsere gute Platzierung bestätigen. Natürlich hab ich mir auch die „Konkurrenzprodukte“ angesehen. Ich finde, das Niveau war allgemein sehr hoch. Das wertet unsere Platzierung natürlich zusätzlich auf. Und ich freue mich, dass wir im Sommer die Chance erhalten, uns mit den anderen Redaktionen auszutauschen. Davon können wir bestimmt profitieren.

Von der externen Blattkritik erhoffen wir uns neue Impulse. Die Arbeit am Gesamterscheinungsbild ist niemals beendet. Wir wollen weitere Fortschritte erzielen, um unseren Lesern eine möglichst attraktive Zeitschrift zu liefern.“

Ken Zumstein, Chefredakteur, *Polykum* Zürich

journalist

PM MAGAZIN

Themen

fAKTEN

VIA VISION

Pro Campus-Presse
Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

1. journalist Blog-Camp



Perspektive Erde
Forschung zum globalen Wandel

Der Verlag Rommerskirchen bietet ab sofort ein **Volontariat** für den Bereich Corporate Publishing an.

Wir suchen vielseitige Bewerber, die sich vorstellen können, Spaß und Interesse an folgenden Arbeitsbereichen zu haben:

- Mitarbeit bei der Produktion unserer gedruckten Corporate-Publishing-Produkte, von der grundsätzlichen Konzeption bis zur letzten Korrekturschleife
- Mitarbeit an den Internet-Präsenzen unserer Corporate-Publishing-Projekte, von der Konzeption über die Gestaltung bis hin zur Betreuung einzelner Diskussionsforen
- Mitarbeit bei den Veranstaltungsprojekten und Medieninitiativen, die wir mit unterschiedlichen Kooperationspartnern entwickelt haben und entwickeln werden, von der Konzeption über Planung und Realisierung bis hin zur Betreuung dieser Veranstaltungen

Wir bieten:

- eine fundierte Ausbildung in einem zukunftssträchtigen Teilbereich des Journalismus
- vielseitige Tätigkeitsfelder
- externe Seminare je nach Ausbildungsstand
- kollegiales Betriebsklima
- tarifliche Vergütung und
- Perspektiven nach dem Volontariat

Damit Spaß und Interesse auch in eine erfolgreiche Arbeit münden, wäre es gut, wenn Sie folgende Voraussetzungen mitbringen:

- Hochschulabschluss
- erste journalistische Erfahrungen Online und/oder Print
- Affinität zur Medienbranche
- Fähigkeit, sich schnell auf neue, völlig unbekannte Themenbereiche einzustellen
- Spaß am selbstständigen Arbeiten und Denken
- Spaß am Organisieren und am Gesamterfolg von Projekten
- Bereitschaft, den heimischen Schreibtisch bisweilen zu verlassen

Wir freuen uns auf:

- klassische Bewerbungsunterlagen
- Arbeitsproben
- spannende Lebensläufe

Und das baldmöglichst an:

Verlag Rommerskirchen GmbH & Co KG
Mainzer Str. 16-18
53424 Remagen-Rolandseck

Standpunkt

WERKSTATT

Wer im Journalismus arbeitet, kennt das Problem: So objektiv wie möglich an die Themen und Texte heranzugehen ist schwierig. Mitunter merkt man beim Schreiben nicht, wie wertend der Sachverhalt dargestellt wird. Im alltäglichen Redigierprozess werden einseitige Darstellungen und unterschwellige Beeinflussungen im besten Fall von den korrekturlesenden Kollegen ausgemerzt. Die ein oder andere Ausnahme von der Regel „eigene Meinung nicht erwünscht“ gibt es allerdings: Glossen, Rezensionen und Kommentare. Doch was macht einen guten Kommentar aus und wie schreibt man ihn?

Basis für einen Kommentar kann jede Nachricht mit einem harten Kern sein. Das Thema sollte allerdings eine für die Öffentlichkeit interessante Stellungnahme herausfordern, außerdem muss sich der Verfasser zwingend gut im Themenbereich auskennen. Der Kommentar bezieht sich auf die Nachricht, ohne die zugehörigen Fakten neu zu erzählen. Sollte das dennoch notwendig sein, müssen die Hintergrundinformationen unauffällig miterzählt werden. Die Inhalte sollten zudem sprachlich auf

Meine Meinung
steht fest!
Verwirren Sie mich
nicht mit ihren
Tatsachen!

die Zielgruppe zugeschnitten sein – manchmal erreicht man mit besonders ausgefeilten Sprachbildern nur noch einen Bruchteil der Leserschaft.

Es gibt drei Arten von Kommentaren:

Der **ARGUMENTATIONS-KOMMENTAR** versucht den Leser rational von seiner Position zu überzeugen. Dabei bezieht er mindestens indirekt auch andere Standpunkte mit ein.

Der **GERADEAUS-KOMMENTAR** verzichtet auf logische Argumente und lobt oder schimpft einfach drauf los.

Der **EINERSEITS-ANDERERSEITS-KOMMENTAR** entsteht vor allem dann, wenn das zugrunde liegende Problem sehr komplex ist oder der Autor sich nicht auf eine der beiden Seiten durchschlagen kann.

Der Aufbau eines Kommentars lässt sich nur vereinfacht darstellen: Der Einstieg sollte den Leser direkt ins Thema holen und den Bezug zur Nachricht herstellen. Darauf folgt gegebenenfalls die Darstellung der Argumente und die Abwägung gegeneinander. Achtung: Nicht zu viele Aspekte aufgreifen, sonst wird es schnell unübersichtlich. Der Kommentar endet mit einer Bilanz, einem Resümee oder aber einer Schlusspointe.

● Susanne van den Bergh

Schwarz auf weiß

NOTIZEN ZUR BLATTKRITIK

Die Gewinnerredaktionen unseres Preises haben Blattkriken gewonnen. Und selbstverständlich bekommt auch jede andere Redaktion, die das möchte, eine telefonische Blattkritik. Zwei jeweils einstündige davon habe ich gerade hinter mir.

Das Fazit: Denken Sie dran, was Sie mit Ihrem Medium wollen. Ja, genau, es soll gelesen werden. Also machen Sie es dem Leser nicht zu schwer. Auch junge Studentenaugen müssen nicht mit 6-Punkt-Schriften überanstrengt werden. Nicht umsonst hat es sich im Übrigen seit vielen, vielen Jahren eingebürgert, dass schwarze Schrift auf weißem Papier steht. Warum?

Es liest sich besser als umgekehrt.

Kästen schräg zu stellen und Schriften mit allerlei unruhigem Hintergrund zu hinterlegen, fördern auch nicht gerade den Spaß am Lesen.

Natürlich können Sie in der Gestaltung über die Stränge schlagen, aber dann müssen Sie wissen warum. Wenn die Antwort kommt: Das haben wir immer schon gemacht, werde ich richtig sauer. Wenn schon Studenten Althergebrachtes nicht in Frage stellen, wer soll es denn dann bitte tun? Stellen Sie in Frage, finden Sie die Antworten. Nur bitte eins nicht: Schreiben Sie schwarz auf weiß und anders nur in begründeten Ausnahmefällen. Sehgewohnheiten haben etwas mit den physikalischen Fähigkeiten des Auges zu tun und die haben sich in den letzten vielen, vielen Jahren eigentlich nicht geändert.

● Katharina Skibowski

Bewerbungswahnsinn

BUCHTIPP

Françoise Hauser hat einen neuen Dialekt der deutschen Sprache gefunden: Bewerbungsbisch. Eigentlich ist es eher eine Fachsprache. Gesprochen vor allem von Personalern; in erster Linie bei der Formulierung von Stellenanzeigen und in Bewerbungsgesprächen. Wozu? Das findet auch Hauser nicht wirklich heraus. Ihre nicht ganz ernst zu nehmende Karrierebibel nimmt aber doch ein wenig die Angst, sich auf die hochtrabend klingenden Anzeigen zu bewerben. Humorvoll und sarkastisch bringt die Autorin dem Leser in diesem Buchkurs bei, wie er den Dialekt erkennen kann, wie die Worte in Klardeutsch übersetzt werden und was sie eigentlich bedeuten.

Hauser geht aber noch weiter: Sie hilft beim Texten des Anschreibens und des Lebenslaufs und gibt dem Leser Tabellen mit Übersetzungshilfen an die Hand. Sie erklärt die Übertragung ins mündliche und zeigt, welche Bewerbungsfotos helfen und welche nicht. Eine kurzweilige Ablenkung vom Stellen suchen und Bewerbungen schreiben.

Françoise Hauser: „Würden Sie für mich aus dem Fenster springen?“

Verlag Herder, Freiburg im Breisgau

ISBN 978-3-451-06638-2, 8,99 Euro



Große Firma – große Chancen

Startup oder Familienbetrieb, Mittelstand oder Großkonzern? Vor dieser Frage stehen viele Studierende und Absolventen. Doch die Wahl zwischen kurzen Wegen, flachen Hierarchien und persönlicher Ansprache bei den Kleinen einerseits und vermeintlich anonymen, bürokratischen Großkonzernen andererseits ist eigentlich Vergangenheit. Um die besten Leute zu gewinnen, setzen auch große Firmen heute aktiv auf individuelle Betreuung und Qualifizierung sowie attraktive Karrieremöglichkeiten.

Bei Siemens ist das nicht anders: 360.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit, Präsenz an fast 1.700 Standorten in rund 190 Ländern der Erde. Ein großer Name und zweifellos eine große Organisation. Studenten und Berufseinsteiger sollten sich davon aber nicht verunsichern lassen, denn auch die Möglichkeiten sind groß. Das sieht man auch an der jüngsten Universum-Studie 2013, einer Umfrage unter weltweit 200.000 Studenten zu den Top-Arbeitgebern. Hier landete

Im Rahmen des Programms durchlaufen sie innerhalb von zwei Jahren drei spannende Stationen im Konzern, eine davon im Ausland. Dabei gewinnen sie tiefe fachliche Einblicke und knüpfen wertvolle Kontakte im Unternehmen. Aktuell nehmen rund 200 junge Menschen an diesem Programm teil, insgesamt waren es bisher etwa 2.000.

Das zweijährige Siemens Advanced Program bietet die Möglichkeit, ein Master-Studium an internationalen Spitzenunis zu absolvieren und parallel internationale Berufserfahrung zu sammeln. Unser Mentoringprogramm YOLANTE wendet sich vor allem an weibliche Nachwuchskräfte in technischen Studiengängen. Sie bekommen eine erfahrene Mentorin aus dem Unternehmen zur Seite gestellt, die ihnen während des Studiums mit Rat und Tat zur Seite steht, zum Beispiel durch Hilfe bei der Suche nach Praxiseinsätzen im In- und Ausland. Jährlich werden aktuell bis zu 100 Studentinnen neu in das Programm aufgenommen.

Ähnlich setzt auch unser Studentenprogramm TOPAZ an. Es fördert potenzielle Nachwuchskräfte aus dem Kreis herausragender Werkstudenten und Praktikanten. Nach achtwöchigem Einsatz bei Siemens können diese durch ihren Betreuer für TOPAZ vorgeschlagen werden. Spezielle Trainings und umfangreiche Netzwerk-Aktivitäten sollen die Vielfalt von Siemens aufzeigen und eine frühzeitige Bindung der Studenten an Siemens fördern.

Dies ist nur eine Auswahl der vielfältigen Aktivitäten bei Siemens, mit denen wir junge Leute fördern und an uns binden wollen. Niemand muss also befürchten, als kleines Rad im Gefüge eines großen Unternehmens unterzugehen. Ganz im Gegenteil: Große Firmen bieten auch große Chancen!



Foto: OSRAM

Janina Kugel ist Corporate Vice President HR Strategy, Talent Acquisition & Development bei der Siemens AG.

Siemens in Europa bei Studenten der Ingenieurwissenschaften an der Spitze. Unter deutschen Studierenden schaffte es Siemens immerhin auf Platz 4, global auf Rang 8.

Dass Siemens hier so gut abschneidet, dürfte nicht nur an attraktiven Jobaussichten und Verdienstmöglichkeiten liegen, sondern auch daran, wie gut sich junge Leute insgesamt in unserem Unternehmen aufgehoben fühlen und welche Perspektiven sie hier vorfinden. So bietet Siemens – neben den bekannten Vorzügen eines Großunternehmens wie der Chance auf internationale Einsätze oder Angeboten für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf – gerade für Studenten und Absolventen ein ganzes Paket unterschiedlicher Programme, die den Einstieg erleichtern sollen.

Unser globales Siemens Graduate Program zum Beispiel richtet sich gezielt an Nachwuchskräfte mit Managementpotenzial.

Impressum

Herausgeber

Siemens und Verlag Rommerskirchen

Redaktion

Seiten 1-3 Katharina Skibowski
(V.i.S.d.P.), Susanne van den Bergh,
Stefanie Huland,
Carina Reez
Seite 4: Michael Friedrich

www.procampuspresse.de

Verlag Rommerskirchen
GmbH & Co. KG
Mainzer Straße 16-18
53424 Remagen-Rolandseck
Tel.: 02228/931-150
Fax: 02228/931-137
redaktion@procampuspresse.de

Siemens AG
Wittelsbacherplatz 2
80333 München
Tel.: 089/63-600