

PRO CAMPUS PRESSE

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

Das Wetter in Hamburg

- wolkig
- 10°C
- teils Wasserwerfer



Satireblog Elbpresse.de

Fluffig im Bus

„Es gibt so viele Dinge, die zum Himmel stinken – da fällt es mir schwer, ernst zu bleiben,“ sagt Christoph Scholz, der Macher des Satireblogs Elbpresse.de

Satire-Blogs wie „Der Postillon“ stehen im Rampenlicht. Es gibt aber auch viele kleinere Blogs, One-Man-Shows, die sich mit viel Liebe und Hingabe der Satire widmen. Christoph Scholz aus Hamburg, der sein Geld im wahren Leben als IT-Administrator

verdient, betreibt so einen Blog – die Elbpresse.de. Seine Freundin liest die Texte Korrektur, aber sonst macht der passionierte Satiriker alles selbst. Wann, wo, wie und vor allem warum – das erzählte er der Pro Campus-Presse.

Unterstützt durch

Deutsche Bank 

SIEMENS

VERLAG ROMMERSKIRCHEN

Was war der Auslöser dafür, Zeit und Energie ausgerechnet in einen satirischen Blog zu investieren?

Vor ein oder zwei Jahren las ich davon, dass eine chinesische Zeitung einen Satire-Artikel der US-Satire-Seite theonion.com, in welchem Kim Jong Un als „sexiest man alive“ bezeichnet wurde, für bare Münze nahm und darüber schrieb. Inspiriert davon habe ich damals, nur zum

„Obwohl ich laut Onlinetest internetsüchtig bin, hatte ich es locker zwei Wochen ohne Internet aus.“

Spaß, einen ersten eigenen Artikel geschrieben. Diesen fand ich im Januar in meiner Dropbox wieder und schrieb sieben weitere Artikel, weil es einfach sehr amüsant war. Ich dachte es wäre schade, sie nur herumliegen zu lassen und bastelte am folgenden Wochenende Elbpresse.de. Diese Form der Veröffentlichung schien mir am effizientesten, um Leute zu erreichen. Ich habe Spaß am Gestalten von Webseiten. Auch macht es mir Freude, einigen Zeitungen mit großen Buchstaben und deren Lesern auf die Finger zu klopfen, sei mein Wirkungsrahmen auch noch so klein.

Wie viel Zeit verbringen Sie durchschnittlich wöchentlich mit dem Blog?

Ich schätze den zeitlichen Aufwand auf zehn bis fünfzehn Stunden. Am meisten Zeit verschlingt natürlich das Schreiben der Artikel, die meine Partnerin netterweise grammatikalisch korrigiert. Beim Schreiben vernachläss-



Der 26-jährige Christoph Scholz verdient sein Geld als IT-Administrator und vermutet, dass sein Sarkasmus wohl auch daher kommt.

sige ich gern mal Kommaregeln, um nicht aus dem Fluss zu kommen. Glücklicherweise kann ich das Schreiben meist erledigen, während ich mit dem Bus zur Arbeit und zurück pendele, das sind so 40 Minuten pro Strecke. Allerdings verpasse ich häufiger die richtige Station und lerne so ganz neue Haltestellen in ganz Hamburg kennen.

Was machen Sie, wenn Sie nicht bloggen?

Ich habe dieses Jahr sechs oder sieben Fotografie-Ausstellungen in Hamburg (www.hamburgisch.com). Für die Ausstellungen fällt Organisationsaufwand an und irgendwann muss ich ja auch noch die Fotos machen. Ich verbringe meine Freizeit aber nicht nur am Computer, sondern kann mich auch für Offline-Aktivitäten begeistern: Ich habe einen kleinen Kräutergarten auf der Dachterrasse, fahre gerne Rad oder laufe um die Alster. Im Urlaub halte ich es dann auch mal locker zwei Wochen ohne Internet aus. Entzugserscheinungen habe ich nicht, obwohl bisher jeder von drei Onlinetests ergeben hat, dass ich internetsüchtig bin.

Die Artikel sind alle von Ihnen? Woher kommen die Ideen?

Ja, bisher stammen alle Ideen und Artikel aus meiner Feder. Grundsätzlich ist aber jeder eingeladen, Vorschläge beizusteuern. Diese würden dann bei Verwendung entsprechend gekennzeichnet werden. Ideen sind immer dann am besten, wenn sie „fluffig“ daherkommen. Es bringt bei mir nichts, stundenlang zu grübeln. Ich komme meist auf Einfälle, wenn das Gehirn im Leerlauf ist – ich also etwas

*„Mein Motto:
Satire fängt da an, wo der Erste behauptet,
sie stoße an ihre Grenzen.“*

tue, das mich geistig nicht stark fordert, wie Einkaufen oder Busfahren. Ohne, dass ich bewusst über etwas nachgedacht habe, ist dann plötzlich eine Idee da, oder ich beobachte eine Szene, die den Humor des Alltags entlarvt. Manche Ideen springen mich aber auch sofort an. Hin und wieder gibt's auch mal eine Woche, in der mir nichts einfällt, an anderen Tagen habe ich dafür drei Ideen auf einmal. Oft ist es sogar gut, wenn Artikel-Ideen reifen, da man am nächsten Tag oft noch einen Scherz mehr dazu auf der Pfanne hat.

Was muss ein Thema haben, damit es in Ihrem Blog auftauchen kann?

Das ist ganz verschieden und ja gerade das Tolle an einem Satire-Blog. Alles ist möglich. Ob gefakte Studie oder ein Bericht vermeintlicher Augenzeugen. Es eignet sich jedes Thema, egal, ob es sich um einen Politiker handelt, der gerne künstlerische Aktbilder von Kindern genießt oder um einen Feiertag. Am besten funktionieren Artikel, wenn ein aktueller Bezug besteht, der Leser sich im, vielleicht sogar fragwürdigen, Verhalten wiedererkennt und schon die Überschrift „knallt“.

Was ist Satire eigentlich?

Satire ist für mich ein beißender, entlarvender Witz, der meist Realitätsbezug hat.

Was darf Satire, gibt es Grenzen?

Ich habe mal irgendwo den Spruch gelesen, dass Satire erst dort anfängt, wo der Erste behauptet, sie sei an ihre Grenze gestoßen. Das habe ich mir zum Motto gemacht. Trotzdem gibt es einige Themen, die ich nicht aufs Korn nehmen würde, wie Kriegsverbrechen und ihre Opfer. Kriegsverbrecher allerdings sehr wohl. Unglücke und

„Satire ist ein beißender, entlarvender Witz, der meist Realitätsbezug hat.“

Krankheiten sind kein Grund für mich, nicht aktiv zu werden, man sollte aber darauf achten, dass der Artikel keine reine Provokation ist.

Von den Kollegen gedruckter Satire, wie der Titanic, bekommt man ab und an mit, dass es rechtliche Probleme gibt – ist Ihnen das auch schon mal passiert? Oder geht online mehr?

Bisher ist mir das erspart geblieben. Ich glaube aber, dass große Unternehmen und Persönlichkeiten, die allesamt Elbpresse-Opfer werden können, deutlich vorsichtiger ge-

Bist du internetsüchtig?

Hier kannst du online testen, ob du zu viel Zeit im Internet verbringst, obwohl du nicht für deinen Satireblog recherchierst:

- www.ins-netz-gehen.de
- www.escapade-projekt.de/online-test
- www.onmeda.de/selbsttests/internetsucht_test.htm

worden sind, was Klagen angeht. Keiner hat Lust als Spielverderber dazustehen und vielleicht einen Shitstorm auf seiner Facebook-Seite zu haben. Die Konzerne haben gelernt, dass es nur viel schlimmer wird, wenn sie sich wehren. So gesehen schützt die Öffentlichkeit des Internets. Für den Fall der Fälle habe ich einen guten Anwalt.

Können Sie sich noch ernsthaft mit Themen auseinandersetzen?

Das wird zusehends schwieriger. Ich bemerke, dass ich jedes Thema, jede Überschrift mehr oder weniger auf Verwendbarkeit für Elbpresse.de untersuche. Allerdings gibt es so viele Dinge, die zum Himmel schreien, dass es mir sowieso schwerfällt, ernst zu bleiben. Stichwort NSA/Merkel und Putin/Ukraine. svb

Buchtipps

Geschichten erzählen

„Egal wie das hier ausgeht, Hauptsache wir haben nachher was zu erzählen.“ Wer in einer kritischen Situation schon einmal so gedacht hat, ist höchstwahrscheinlich ein passionierter Geschichtenerzähler. Was einige Menschen von Natur aus beherrschen, kann man lernen und für die journalistische Arbeit verwenden. Ausgemachtes Ziel des Storytellings – so heißt der Fachbegriff – ist es, die Aufmerksamkeit des Rezipienten einzufangen und aufrechtzuerhalten. Das geht am besten, indem man emotionale und kognitive Reize miteinander verknüpft – quasi denken und fühlen gleichzeitig.

Wie genau Strategien im Storytelling funktionieren, dass wissen Marie Lampert und Rolf Wespe. Die beiden Journalismus-Dozenten stellen in ihrem Handbuch „Storytel-



Marie Lampert, Rolf Wespe: Storytelling für Journalisten. UVK, ISBN 978-3-86764-445-7

19,99 Euro



Simon Sturm: Digitales Storytelling. Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus, Springer VS, ISBN 978-3-658-02012-5

14,99 Euro

ling für Journalisten“ die Grundstruktur des Storytellings vor, die sich auf alle journalistischen Darstellungsformen und alle gängigen Medientypen übertragen lässt. Die Autoren beschreiben den Entstehungsprozess einer Geschichte oder: von der Themenfindung bis zum Faktencheck. Auch der Journalist Simon Sturm hat sich mit dem Storytelling auseinandergesetzt, wählt allerdings einen anderen Ansatz. In seinem Buch beschreibt er explizit die digitalen Varianten des Geschichtenerzählens. „Digitales Storytelling“ bietet neben einer umfangreichen Sammlung von Formaten und Darstellungsformen ebenfalls einen Theorieteil und erklärt, welche Geschichte sich für welchen Kanal am besten eignet. cjr

Zwischen Lobhudelei und Verriss



Foto: WoGi – Fotolia.com

Wer seine Meinung über Bücher, Kunst, Musik, Filme oder Kulturveranstaltungen schriftlich äußert, betrachtet sich selbst schnell als Kritiker. Ganz so einfach ist es aber nicht. In einer guten Rezension oder Kritik – so nennt man Berichte und Kommentare in der Kulturberichterstattung, die auch eine Bewertung enthalten – steckt nämlich viel Arbeit.

Die wichtigste Grundregel lautet: Hingehen, lesen, ansehen, zuhören. Nur wer sich selbst ein Bild gemacht hat, ist in der Lage, fundiert darüber zu berichten. Und nur wer sich selbst eine Meinung gebildet hat, kann diese auch selbstbewusst vertreten. Das Ziel einer Rezension ist es immer, den Leser auf etwas aufmerksam zu machen und zu informieren. Allerdings wird der Gegenstand der Betrachtung immer auch interpretiert und beurteilt. Kritik und Rezension liegen also zwischen **sachlichem Tatsachenbericht** und **subjektiver Betrachtung**, die aber immer sachlich begründet sein sollte. Beide Teile der Rezension sind eng miteinander verwoben; der kritisch-wertende Bereich überwiegt meistens.

Um den Leser auf einen geeigneten Ausgangspunkt für die Kritik zu bringen, ste-

Pressekarten

Wer von seiner Redaktion den klaren Auftrag hat, eine Kritik über eine Veranstaltung zu schreiben, muss in den meisten Fällen keinen Eintritt zahlen. Ein Recht auf eine Pressekarte gibt es aber nicht. Am besten ruft man vorher beim Veranstalter an und akkreditiert sich. Gerade bei kleineren Events freuen sich die Organisatoren, wenn über ihre Arbeit berichtet wird. Größere Kinoketten haben dagegen nur ein begrenztes Kontingent an Pressekarten. Für Nischenfilme, die bisweilen viel interessanter sind, bekommt man leichter eine Freikarte. Oftmals wollen die Betreiber aber einen Presseausweis sehen. Alternativ kann man sich von seiner Redaktion ein sogenanntes Auftragschreiben ausstellen lassen. Daraus sollte hervorgehen für welches Medium ihr arbeitet und für welchen Artikel der Besuch der Veranstaltung nötig ist.

Unsere Lieblingskritiker:

- www.poenack.de
- www.dwdl.de/hoffzumsonntag
- www.fernsehkritik.tv
- □ www.quotenmeter.de
- www.ziemlich-beste-filmkritiken.de

hen am Anfang eine Inhaltsangabe sowie eine Sammlung von nützlichen Informationen – beispielsweise zu einem Film, der besprochen werden soll. Ganz wichtig ist dabei, unerwartete Handlungswendungen oder gar das tragische Ende des Films nicht zu verraten: **Niemand mag Spoiler!** Neben dem Inhalt können Informationen über den Regisseur, die Schauspieler oder das Drehbuch interessant sein. Dinge, die man in einem Wikipedia-Artikel unter „Trivia“ finden würde, kommen immer gut.

Nachdem der Inhalt und erste interessante Fakten erzählt sind, folgt die eigentliche Kritik. Wie war der persönliche Eindruck? Wurden die Erwartungen erfüllt? Ist der Film empfehlenswert? Neben der persönlichen Einschätzung sollte eine möglichst objektive und fachliche Beurteilung einfließen. Diese erfordert selbstverständlich eine gewisse **fachliche Kompetenz**. Das Gute an fachlicher Kompetenz ist jedoch, dass sie sich im Laufe der Zeit quasi von selbst weiter ausbaut. Wer sich in dem zu rezensierenden Genre noch nicht ganz so gut auskennt, sollte einfach etwas vorsichtiger bewerten.

Wie immer gilt, niedermachen ist einfacher als loben. Im Hinterkopf sollte man immer behalten, dass Menschen unter Umständen viel Arbeit und Zeit in ein Kulturprojekt investiert haben. Das gilt nicht nur für Aufführungen des Uni-Theaters. cjr

Impressum

Herausgeber
Verlag Rommerskirchen

Redaktion
Katharina Skibowski (V.i.S.d.P.),
Susanne van den Bergh,
Stefanie Huland, Carina Reez

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

Deutsche Bank
Taunusanlage 12
60325 Frankfurt am Main
Tel.: 069/910-00

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

Alle Links dieser Ausgabe auch zum Anklicken auf www.procampuspresse.de und auf [facebook.com: Pro Campus-Presse](https://www.facebook.com/procampuspresse)

Thementipp

Uni adé?

Zunächst nur Soziologen bekannt, ist die „Generation Y“ mittlerweile in aller Munde. Wer rund um die Jahrtausendwende ein Teenager war, zählt heute zu den Millenials, wie man die Generation Y im englischen Sprachraum nennt. Als Nachfolger der Lost Generation der Neunziger, der Generation X, steht das Y auch für die Frage „why?“. Die Vertreter der Generation sind heute um die 30 Jahre alt und als Profiteure der Bildungspolitik in weiten Teilen gut bis sehr gut ausgebildet. Das Wichtigste aber: Sie revolutionieren die Arbeitswelt. Jedenfalls, wenn man den Berichten in den Zeitungen, Zeitschriften und Blogs Glauben schenkt. Status, Luxus, Macht, all das ist der Generation Y nur mäßig wichtig – im Vordergrund steht die persönliche Entwicklung, Freiraum, Selbstbestimmung. Sie wollen nicht leben, um zu arbeiten, sondern arbeiten um zu leben. Diese Geisteshaltung erreicht langsam eine der Arbeitswelt vorgeschaltete Lebensphase, nämlich das Studium. Entstanden sind Gegenentwürfe zum regulären Campusleben.

Ein gutes Abitur in kurzer Zeit, ein Studium mit Top-Abschluss in der Regelstudienzeit und anschließend der Traumjob – das ist der reguläre Werdegang, ohne den man nach gängiger Meinung nichts werden kann. Der Bologna-Prozess hat dafür gesorgt, dass auch die Uni immer stärker verschult wird, die Kurse vorgegeben sind und die eigenen Interessen oder eine selbstständige Schwerpunktsetzung kaum mehr möglich sind. Was für viele selbstverständlich ist, stößt anderen auf.

Ben Paul ist ein Education Hacker; er hat sein Studium an einer Elite-Uni geschmissen. Die Inhalte haben ihn nicht wirklich interessiert, sein Leben dort hat ihn nicht glücklich gemacht. Klingt eher nach guten Ausreden eines faulen



Ben Paul beschreibt auf seinem Blog www.anti-uni.com seinen Weg zum hoffentlich erfolgreichen Unternehmer.

Menschen? Paul hat sich stattdessen einen eigenen Weg gesucht, um zu lernen. Er hat sich ein Ziel gesetzt – Unternehmer mit klarem Geschäftsmodell – und lernt nun in Eigenregie, wie er dort hinkommen kann.

Vormittags liest er Bücher übers Gründen und Bücher darüber, wie Lernen und Bildung wirklich funktionieren. Er ist überzeugt, dass der herkömmliche Weg der falsche ist. Nachmittags arbeitet er in einer Firma, die Start-Ups bei der Gründung begleitet. Viele theoretische Inhalte, die er morgens gelesen hat, kann er nachmittags umsetzen. Au-

ßerdem betreibt er einen eigenen Blog (www.anti-uni.com), aus dem irgendwann ein Buch entstehen soll und startet Projekte, bei denen er im Kleinen lernt, was im Großen für sein späteres Unternehmerdasein wichtig ist.

Einen ähnlichen Gedanken hatten 14 Studenten in Stuttgart. Unterstützt von der Bildungsinitiative Campus A und der Stiftung Edith Maryon starteten sie im vergangenen Oktober „universidee“ (www.universidee.wordpress.com). Gemeinsam renovierten sie das Haus, welches die Stiftung zur Verfügung stellte. Die Studenten studieren keine Fachrichtung, sie geben sich selbst Studienfragen: Was ist Demut und was kann sie bewirken? Wie muss ein modernes Stadtbild aussehen? Der Prozess von der Fragefindung über Herangehensweise und Umsetzung – keine Lehrpläne schreiben ihn vor. Einmal in der Woche sitzen die Studis aber zusammen und berichten einander von den Fortschritten, die sie gemacht haben. So soll eine gewisse Selbstdisziplin erhalten bleiben. Wohin der Weg nach dem Studium führt, ist aber noch unklar. Geplant ist, diese Form des Studiums akkreditieren zu lassen und den 14 Studenten einen offiziell anerkannten Abschluss zu ermöglichen.

Infos zur Initiative Campus A: www.campusa.de.

Infos zur Stiftung Edith Maryon: www.maryon.ch. svb

University of the people

Die erste Universität weltweit, die kaum Geld kostet – eine Einschreibgebühr von 50 US-Dollar und Prüfungsgebühren von 100 US-Dollar pro Prüfung. Alle Professoren arbeiten ehrenamtlich; die Materialien stehen online. Auf Audios und Videos wird bewusst verzichtet, damit auch die langsamste Internetverbindung keinen Einfluss auf die Lernmöglichkeit hat. Studenten aus Entwicklungsländern, die auch die geringen Beiträge nicht aufbringen, können gefördert werden. Derzeit studieren 1300 Studenten aus 143 Ländern an der University of the People, deren Hauptsitz in den USA ist.

Mehr Infos unter: www.uopeople.edu

Quelle: Zeit Online: Lara Eckstein, Anne-Kathrin Gerstlauer

Notizen zur Blattkritik

Alles neu...



Foto: ksenia32 – Fotolia.com

...macht der Mai. Das stimmt bei der 75. Ausgabe unseres Pro Campus-Presse Themenservices wirklich. Wir haben nicht, wie sonst üblich, nur hier und da ein wenig am Logo gefeilt, das Layout moderat modernisiert und den Seitenumfang eher reduziert als erweitert.

Nein: Logo neu/Layout neu/Seitenumfang verdoppelt. Warum: Nach zehn Jahren war es durchaus mal an der Zeit, dass Logo und Layout eine Verjüngungskur bekommen. Und wir finden, unserer Zielgruppe, den Machern der Studierenden-Medien, kann man durchaus eine etwas drastischere Veränderung zumuten.

Die schönste und wichtigste Nachricht ist aber, dass unsere Initiative zwei neue Sponsoren hat: Siemens, schon seit Anfang 2014 dabei und die Deutsche Bank, seit Mai mit im Boot. Beide Sponsoren nehmen ihr Engagement sehr ernst. Sie haben neue Ideen, wie wir noch mehr für die Medien in den Universitäten tun können und freuen sich auf den Kontakt mit Ihnen.

Und jetzt sind Sie dran:

- Ich dreh jetzt den Spieß einfach um und freue mich auf Ihre Blattkritik: skibowski@t-online.de
- Wir werden auch unseren Internetauftritt www.procampuspresse.de völlig neu gestalten. Ideen? Anregungen? Wünsche?
- Was können unsere Sponsoren für Sie tun? Ideen, Anregungen, Wünsche, Fragen: skibowski@t-online.de

Wir können das aber natürlich auch im realen Leben besprechen. Bei unserer Preisverleihung am 3. Juli ist nicht nur unsere gesamte Redaktion dabei, sondern auch Stephan Heimbach (Leitung Corporate Communications and Government Affairs, Siemens) und Thorsten Strauss (Global Head of Communications & CSR der Deutschen Bank).

Ich freue mich auf Sie und bereite mich jetzt erst einmal auf die Blattkritik bei der Siegerredaktion – der Kölner Studierendenzeitung – vor. *Katharina Skibowski*

Sprache und Stil

Schweigen ist Gold II

Dass man sich mit abgedroschenen Redewendungen beim Schreiben sehr schnell selbst überlisten kann, haben wir bereits erörtert. Aber auch im Redaktionsalltag kann man den Kollegen mit inhaltsleeren Floskeln gehörig auf die Nerven gehen und sich um Kopf und Kragen reden. Wir haben die schlimmsten Floskeln zusammengetragen, die uns bei Konferenzen und Besprechungen um die Ohren gehauen wurden. Wir geloben Besserung und warnen ausdrücklich vor dem Gebrauch dieser sprachlichen Fehlzündungen. *cjr*

Top 10

1	nach außen kommunizieren	Nach innen wäre ja ein Selbstgespräch!
2	Ist das fix?	einer muss es machen
3	eine Spezialaufgabe	
4	Kannst du das ausführen?	
5	quick and dirty	kein Qualitätsmerkmal
6	proaktiv vorgehen	
7	Wie kann ich mir das vorstellen?	klingt nach Joghurt
8	Da haben wir doch schonmal was zu gemacht.	
9	Da bin ich ganz bei dir.	Wo auch sonst?
10	Ich sehe jetzt noch nicht die Geschichte.	Nimm einfach das!



Welche fiesen Redaktionsfloskeln wollt ihr nicht mehr hören? Sagt es uns bei [facebook.com: Pro Campus-Presse](https://www.facebook.com/procampuspresse)



PRO CAMPUS PRESSE AWARD

EINLADUNG ZUR PREISVERLEIHUNG

Die besten Hochschulmagazine Deutschlands sind gekürt.
Das wollen wir feiern:

**3. JULI 2014 | AB 16 UHR
IM GARTEN DES ROLANDSHOFS**

**Mit spannenden Workshops,
der Preisverleihung und anschließender Grillparty.**

WORKSHOPS

Jens Tönnesmann, Leiter der Lehrredaktion, Kölner Journalistenschule
„Medienwandel - Bedeutung neuer Medien für den Journalismus“

Philip Müller, Geschäftsführer PR Career Center
„Karriere ist kein Zufall – Auf was achten Personaler?“

N.N. „Woher nehmen? – Zeitschriften finanzieren“

ANMELDUNG

Bis zum 9. Juni bei
Claudia Schulz,
Telefon 02228/931-121,
Mail: schulz@rommerskirchen.com

Verlag Rommerskirchen
Mainzer Straße 16-18
53424 Remagen-Rolandseck

Unterstützt durch

Deutsche Bank 

SIEMENS

VERLAG ROMMERSKIRCHEN

Teilnehmen können alle Redaktionen, die Teil der Initiative Pro Campus-Presse sind, sowie interessierte Studenten.
Zu finden sind wir: Ab Bonn in ca. 20 Minuten auf der B9 in Richtung Koblenz. Ab Koblenz in ca. 30 Minuten auf der B9 in Richtung Bonn.
Und via Bahn stündlich mit Ausstieg Rolandseck. Und hier auch nochmal ausführlich: <http://rommerskirchen.com/kontakt/index.html>

Es gibt ein Budget zur Unterstützung der Anreise: Der Topf ist noch gefüllt!

In jedem steckt Musik

Seit 25 Jahren sind die Deutsche Bank und die Berliner Philharmoniker in einer engen und einzigartigen Partnerschaft verbunden. Es gibt weltweit keine vergleichbare exklusive und so lange währende Kooperation zwischen einem Orchester und einem Unternehmen. Klassische Musik erlebbar und einem breiten Publikum zugänglich zu machen, Talente zu fördern und zukunftsweisende musikalische Projekte zu realisieren, sind die Ziele dieser Partnerschaft.

Education – spielend lernen

In den 25 Jahren ihres Bestehens gestaltet sich die lebendige und innovative Kooperation von Deutscher Bank und Berliner Philharmonikern immer wieder neu: Zu Beginn stehen die Förderung von Konzertreisen und künstlerisch anspruchsvollen Projekten in Berlin im Vordergrund. 2002 wird Sir Simon Rattle Chefdirigent der Berliner Philharmoniker; im selben Jahr startet das inzwischen



2014 feiern die Deutsche Bank und die Berliner Philharmoniker 25 Jahre Partnerschaft.

vielfach ausgezeichnete Education-Programm des Orchesters. In den vielfältigen Projekten arbeiten Laien und Profis auf Augenhöhe zusammen. Mehr als 33.000 Kinder und Jugendliche haben seit 2002 daran teilgenommen. Neuestes Projekt der Education-Arbeit ist das Chorprogramm „Vokalhelden“. Es wurde 2013 initiiert und setzt einen neuen Schwerpunkt auf das Singen. „Bist du schon ein ‚Vokalheld‘ oder wirst du einer?“ fragen die Education-Experten und laden Berliner Kinder zwischen 7 und 12

Jahren zum gemeinsamen Singen ein. Jeder kann ein „Vokalheld“ werden – und darüber hinaus für das Leben lernen.

Virtueller Musikgenuss

Ein weiterer Meilenstein der Kooperation ist die Eröffnung der Digital Concert Hall im Jahr 2009. Die virtuelle Konzerthalle macht den Konzertbesuch in der Berliner Philharmonie für Musikliebhaber auf der ganzen Welt live erlebbar – und das in brillanter Bild- und Tonqualität. Über 40 Mal pro Saison werden hier die Konzerte der Berliner Philharmoniker mit Sir Simon Rattle oder hochkarätigen Gastdirigenten und berühmten Solisten live im Internet übertragen. Anschließend werden die Mitschnitte archiviert. So ist inzwischen ein einzigartiger digitaler Schatz entstanden. Fast 400.000 Nutzer haben sich bereits in der Digital Concert Hall registriert.

Als Kombination von Digital Concert Hall und Education-Programm hat die Deutsche Bank 2012 die Initiative „Explore Classical Music!“ ins Leben gerufen. Jedes Jahr stellt sie Bildungseinrichtungen weltweit 500 Online-Zugänge zur Digital Concert Hall zur Verfügung. Schüler und Studenten können so klassische Musik auf höchstem Niveau erleben – getreu der Devise der Digital Concert Hall „any place, any time“.

Mit einem Fest am Kulturforum in Berlin feiern die Deutsche Bank und die Berliner Philharmoniker am 14. und 15. Juni 2014 ihre 25-jährige Partnerschaft. In diesem Rahmen treten die „Vokalhelden“ das erste Mal gemeinsam mit den Berliner Philharmonikern unter Leitung von Sir Simon Rattle und dem Rundfunkchor Berlin auf: in einer Aufführung von Carl Orffs Carmina Burana, einem der berühmtesten Werke der Musikgeschichte.

Weitere Informationen unter: deutsche-bank.de/musik