

PRO CAMPUS PRESSE

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

Student! Die unabhängige Leipziger Hochschulzeitung

Eine stabile Größe

Von Anfang an war die Leipziger Hochschulzeitung Student! beim Pro Campus-Presse award dabei und gleich beim ersten Mal unter den 10 besten deutschsprachigen Studierendenzeitungen. Und wer weiss, wer so häufig unter den ersten 10 gewesen ist, der wird doch sicher auch noch den Sprung aufs Treppchen schaffen.

Wann wurde die Zeitung gegründet?

Im Sommer 2000 gründeten ein paar engagierte Leipziger Journalistikstudenten den student! e.V. Im November 2000 erschien dann die erste Ausgabe der unabhängigen Leipziger Hochschulzeitung „student!“.

Wie oft erscheint sie?

Wir erscheinen während der Vorlesungszeit monatlich, also achtmal im Jahr.

Wieviel Studierende (m/w) arbeiten pro Ausgabe mit?

Es gibt einen festen Kern von ungefähr 15 Redakteuren, die regelmäßig dabei sind. Normalerweise helfen bei jeder Ausgabe dazu noch mindestens fünf freie Mitarbeiter mit, die dann nach drei Ausgaben zu Redakteuren gewählt werden können. Das Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Mitarbeitern schwankt immer wieder. Aktuell haben wir allerdings deutlich mehr weibliche Mitarbeiter als männliche.

Wie finanziert sich das Blatt?

Wir finanzieren uns, also den Zeitungsdruck, hauptsächlich durch den Verkauf von Anzeigen. Die Vereinsmitgliedsbeiträge und Spenden durch unsere Crowdfundingaktion reichen gerade so für die Büromiete.

Wie ist der Vertrieb organisiert?

Ein paar Tage vor Erscheinen kommt eine große Palette aus der Druckerei bei uns im Büro an. Die müssen wir dann selbstständig in der Uni und an weiteren Standorten in der Stadt verteilen und auslegen. Ein lokales Unternehmen unterstützt uns dabei, indem es die Studentenwohnheime für uns beliefert. Am besten werden wir die Zeitungen los, wenn wir mittags am Mensaausgang jedem, der vorbei kommt, ein Exemplar in die Hand drücken.

Wer liest die Zeitung?

Wir schreiben für alle Menschen, die sich an der Universität herumtreiben. Uns lesen wohl meistens Studenten. Aber auch einige Professoren oder Unimitarbeiter gehören zu unserer Leserschaft.

Euer größter Erfolg?

Natürlich können wir es als Erfolg werten, dass viele unserer Ehemaligen inzwischen bei angesehenen Zeitungen arbeiten. Ein auf anderer Ebene bedeutsamer Erfolg war zuletzt, dass die Unibibliothek einige digitale Rezensionen aus ihrem Katalog gelöscht hat, nachdem wir in einem kritischen Artikel über rechtsradikale Autoren in der Wissenschaft aufmerksam gemacht hatten. ▶



Was ging so richtig schief?

Uns ist beim Seitenbauen aus Versehen eine Schriftart auf der Titelseite zu groß geraten. Dadurch waren in drei Kästen oben auf Seite 1 die Inhalte nicht mehr vollständig zu sehen, was wir leider erst bemerkten, als wir das gedruckte Endprodukt in den Händen hielten ...

Ein Ratschlag an die Kollegen?

Fangt noch früher an zu recherchieren und zu schreiben. Haltet unbedingt den Redaktionsschluss ein.

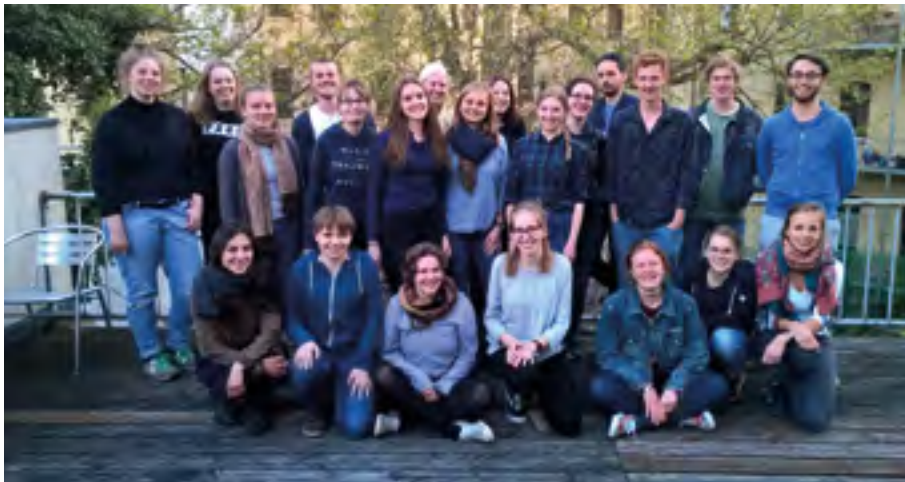
Euer Motto? Wir machen Zeitung!

Und Euer Vorsatz für die nächsten Ausgaben?

Jetzt wollen wir uns nochmal so richtig reinhängen. Am Ende des Semesters gibt's bei uns traditionell eine Doppelseite Satire, da freuen wir uns drauf!

Wenn Ihr einen Wunsch frei hättet?

Wir wünschen uns den berühmten Goldesel bitte. Ach und wo wir schon mal dabei sind, werden wir doch gleich mal konkret: Einen neuen PC fürs Redaktionsbüro, neue Bürostühle und ein paar professionelle Aufsteller für unsere Zeitungen in der Uni.



Deutlich mehr als die 15 festen Redakteure sind an der Herstellung von Student! beteiligt.

Student!

**Student! Die unabhängige
Leipziger Hochschulzeitung**

Herausgeber: student! e.V.

Auflage: 10.000

kostenlos 8x pro Jahr

**Hier gibt's noch mehr Infos
über uns:**

www.student-leipzig.de

<https://studentleipzig.steadyhq.com/de>

<https://www.facebook.com/studentLeipzig/>

Notizen zur Blattkritik

Das Netz des Grauens

Es gibt eine Frage, vor der ich mich immer bei den Blattkritiken fürchte und die lautet: **Was sollen wir online machen?**

Wenn ich darauf die einzig richtige, allgemein gültige und funktionierende Antwort hätte, dann hätte ich den heiligen Gral der Onlinemedien gefunden und wäre unermesslich reich und berühmt ... Bin ich aber nicht, weder noch. Will sagen, an dem Thema Onlinepräsenz arbeiten sich alle Verlage mal mehr mal weniger erfolgreich ab und die wenigsten, wenn es bei ehrlicher Betrachtung überhaupt welche gibt, verdienen damit wirklich Geld.

Aber irgendwas muss ich ja sagen und Folgendes halte ich für die bestmöglichen Ratschläge:

Ihr solltet eine Internetpräsenz haben, will sagen, wenn man Euch online sucht, sollte man Euch finden. Und dort sollte als Minimalanforderung stehen wer Ihr seid, was Ihr macht und wie man etwa an das Printprodukt kommt



und natürlich eine Kontaktmöglichkeit. Zudem halte ich es für wichtig, dass man mit einer Redaktion direkt online kommunizieren kann. Das kann wie auf einem Blog üblich auf der Homepage passieren oder etwa bei Facebook.

Dann müsst Ihr Euch genau überlegen, wie Ihr mit Euren Printinhalten verfahren wollt. Und egal, was Ihr macht (nichts oder alles online stellen), überlegt euch, warum Ihr es so und nicht anders, mit welchem klar umrissenen Ziel machen wollt.

Und wenn in Eurer Redaktion ein paar internetaffine Redakteure versammelt sind, macht doch einfach mal, wenn Zeit, Lust und eben Know-how vorhanden sind – zurückrudern kann man online immer ganz schnell.

Wir hatten übrigens vor Jahren bei unserem Award auch eine

Kategorie Online, ihr war aber mangels Qualität und Quantität nur ein ganz kurzes Leben beschert. Aber Ihr könnt die Jury gerne eines Besseren belehren und uns einfach mal die entsprechenden Links zuschicken.

Katharina Skibowski

Ein Fazit mit vielen Fünfen

Als sich Dominik Wolf und Fabian Dilger, beide Redakteure bei der Studierendenzeitung *Philtrat* aus München, im Frühjahr erfolgreich bei der Deutschen Journalistenschule beworben hatten, war er noch mit der Leitung der ältesten deutschen Journalistenschule betraut. Seit dem 1. Juni ist Jörg Sadrozinski wieder von München nach Hamburg gezogen. Er hat sich aber noch die Zeit genommen, um ein Fazit seiner 5 plus 1 Jahre zu ziehen. Vielleicht hilft es ja dem einen oder anderen, als einer von 45 Studierenden bei der DJS angenommen zu werden. Bewerbungsschluss ist übrigens im Dezember 2017.



Jörg Sadrozinski war von Juli 2011 bis Ende Mai 2017 Leiter der DJS.

■ 5 Gründe, warum man noch Journalist werden sollte.

Weil nur in einer informierten Gesellschaft Demokratie, Teilhabe, Gleichberechtigung und Freiheit möglich ist. Weil es ein Beruf ist, in dem man unterschiedliche Menschen und Themen kennenlernen und den eigenen Horizont erweitern kann. Weil es nie langweilig wird. Weil es ein sehr vielfältiger Beruf ist. Weil man mit Sprache, Bildern, Tönen und Video bewegen kann – einerseits Leser, Hörer oder Zuschauer, andererseits Politik, Wirtschaft oder Gesellschaft.

■ 5 Gründe, warum man etwas anderes als Journalist werden sollte.

Wenn einem die oben genannten fünf Gründe, es zu werden, nicht wichtig sind.

■ 5 Eigenschaften, die man als Bewerber/in an der Deutschen Journalistenschule unbedingt haben sollte.

Neugier, Talent, Fleiß, Disziplin, Teamfähigkeit.

■ 5 Eigenschaften, die als Bewerber an der Deutschen Journalistenschule gar nicht gehen.

Egoismus, Faulheit, Desinteresse, Unhöflichkeit und allzu großes Schlafbedürfnis ;-)

■ 5 Fähigkeiten, die man als Bewerber/in an der Deutschen Journalistenschule unbedingt haben sollte.

BewerberInnen sollten sich gut vorbereiten, d.h. zunächst eine (gute) Reportage zu einem der vier gestellten Themen schreiben, für die nächste Runde viel (Zeitung, Online) lesen bzw. sich über aktuelle Ereignisse informieren, sich im Auswahlgespräch „authentisch“ präsentieren (keine Rolle spielen), konzentriert und einigermaßen (soweit das bei der Anspannung möglich ist) cool bleiben.

■ 5 Fähigkeiten, die man als Bewerber an der Deutschen Journalistenschule überhaupt nicht braucht.

Schauspielern, lügen oder zaubern können, schon perfekt schreiben können (denn das will man ja erst lernen), einen Krawattenknoten binden können ;-)

■ 5 Sätze, die ich von Bewerbern gerne gehört habe.

Das fällt mir schwer, da es über die Jahre so viele gute Antworten gab...

■ 5 Sätze, die ich von Bewerbern nicht mehr hören kann.

Ich sehe mich eher im Print. Ich habe schon als Kind immer gern geschrieben. Ich wollte schon immer was mit Medien machen. Der Unterschied zwischen Journalismus und PR? Keine Ahnung. In meinem Erasmus-Semester habe ich viel über die Menschen und Kultur in ... gelernt.

■ 5 Tipps, wie man sich richtig auf das Bewerbungsverfahren vorbereiten kann.

Lernen, lernen, lernen. Mit DJS-Absolventen sprechen. Und: siehe oben.

■ 5 Tipps, was man beim Bewerbungsverfahren auf keinen Fall tun sollte.

Zu wenig reden. Zu viel reden. Lügen. Langweilen. Keine Meinung haben.

■ 5 Dinge, die mir in meiner Zeit als Direktor der Deutschen Journalistenschule am meisten Spaß gemacht haben.

Neue Projekte zu entwickeln. Studienfahrten und Reisen mit den Klassen. Wenn Absolventen tolle Jobs bekommen haben. Wenn DJS'ler Preise gewonnen haben oder ausgezeichnet wurden. Release- und Abschiedspartys und unsere Weihnachtsfeiern.

■ 5 Dinge, die ich, wenn ich jetzt nicht mehr Direktor der Deutschen Journalistenschule bin, nicht vermissen werde.

Es gibt eigentlich nicht so viele Dinge, die ich nicht vermissen werde, denn ich habe den Job sehr gerne gemacht. Ich werde nicht vermissen, freitags nach Hamburg fliegen zu müssen (mein Wohnort). Ich werde nicht vermissen, um die Finanzierung der DJS werben und immer wieder darum kämpfen zu müssen. Ich freue mich auch, dass ich mir auf Medientagen und -kongressen von Verlegern, Geschäftsführern oder Managern nicht mehr anhören muss, Qualitätsjournalismus sei wichtig – und von den gleichen Personen dann gesagt bekomme, für die Ausbildung von Journalisten sei kein Geld da.

■ 5 Gründe, warum gerade Redakteure von Hochschulmedien sich an der Deutschen Journalistenschule bewerben sollten.

Es gibt ein paar Absolventen und auch aktuelle Studierende, die dort gelernt haben. Scheint also eine gute Station zu sein, um Praxiserfahrung zu sammeln...

Ein Pilotprojekt, das Schule macht

Ein innovatives Pilotprojekt gegen den Fachkräftemangel entwickelt sich bei thyssenkrupp in den USA zum Erfolgsmodell. Im Sommer geht das duale Jugend-Ausbildungsprogramm „Youth Apprenticeship Program“ bei thyssenkrupp Presta Camshafts und Crankshaft in Danville, Illinois, bereits in die fünfte Runde.

Um das produzierende Gewerbe machten viele Einwohner im Vermilion County in Illinois lange Zeit einen großen Bogen. In den 90er Jahren mussten in der Gegend viele Fabriken schließen, tausende Jobs gingen verloren. „Es war klar, dass die Eltern ihren Kindern von einer Laufbahn im produzierenden Gewerbe abraten würden“, erzählt Donnie Robinson, Head of Learning & Development bei thyssenkrupp Presta. Qualifizierte Arbeitskräfte waren schwer zu bekommen, die Fluktuation auf hohem Niveau. Der damalige CEO, Mario Gropp, trat 2013 die Flucht nach vorn an: Ein zweijähriges, bezahltes Ausbildungsprogramm sollte Jugendlichen eine Karriere bei thyssenkrupp schmackhaft machen.

Mit Erfolg: Im Sommer startet bereits der fünfte Jahrgang eine Art duale Ausbildung nach deutschem Vorbild – für die Region ein einmaliges Pilotprojekt. Jetzt dürfen pro Jahrgang zehn Highschool-Absolventen im ersten und zweiten Jahr bei thyssenkrupp Werkluft schnuppern. Morgens besuchen sie die Schule, nachmittags lernen sie abwechselnd am College für einen Abschluss im Bereich Metallverarbeitung und arbeiten bei thyssenkrupp.



Zwischen sechs und zehn Stunden pro Woche verbringen die Jugendlichen im Werk. Dabei lernen sie sechs Abteilungen kennen, von der Produktion über die Qualitätssicherung bis hin zur Logistik. „So können die Auszubildenden herausfinden, welcher Ar-

Lehrlingsausbildung bei thyssenkrupp in den USA nach deutschem Modell.

beitsbereich ihren Interessen am meisten entspricht“, sagt Robinson. Ziel des Projektes: die jungen Leute dauerhaft an das Unternehmen binden.

Nicht nur bei den Jugendlichen stößt das Programm auf große Resonanz. Auch die örtlichen Schulen und die Wirtschaftsförderung „Vermilion Advantage“ ließen sich von dem Modell überzeugen – und gingen mit thyssenkrupp eine Partnerschaft ein. „Das Besondere an unserem Projekt: Der Antrieb kommt von Unternehmensseite“, sagt Robinson.

Musste thyssenkrupp anfangs noch kräftig die Werbetrömmel rühren, sind die besten Werbeträger inzwischen die Teilnehmer des Programmes selbst. Am Tag der offenen Tür führen die Jugendlichen Interessenten durch das Werk – und sprühen dabei vor Begeisterung. „Die Erfahrungsberichte und der Stolz unserer Auszubildenden wirken schon für sich als Personalwerbung. Ihre Begeisterung ist ansteckend – und genau das wollen wir erreichen“, erzählt Robinson. Zusätzlich trage der unermüdlische Einsatz der Programmkoordinatoren an den Schulen zum wachsenden Interesse an dem Projekt bei.

Der Erfolg der Absolventen kann sich sehen lassen. Viele wurden im Anschluss an das Programm von thyssenkrupp fest eingestellt. Andere setzen ihre Ausbildung im Fertigungsbereich fort. Zu ihnen hält thyssenkrupp den Kontakt – um sie später als Mitarbeiter zurückzugewinnen.

Nach Überzeugung von Mario Gropp eignet sich das Youth Apprenticeship Program auch für andere Unternehmen von thyssenkrupp – selbst wenn die örtlichen Ausbildungssysteme das nicht vorsähen. Das produzierende Gewerbe müsse selbst für qualifizierten Nachwuchs sorgen. Wichtigste Voraussetzung: „Es muss von der Führungsebene ausgehen! Aktive Überzeugungsarbeit, nicht nur einfache Unterstützung, ist absolut notwendig“, so Gropp.

Ohnehin könnten Modelle wie das Youth Apprenticeship Program in den USA bald Schule machen: Beim Besuch von Kanzlerin Angela Merkel in Washington zeigte sich US-Präsident Donald Trump vom Dualen Ausbildungssystem angetan – und beauftragte seine Tochter Ivanka, ein ähnliches Modell zu entwickeln.

Impressum

Herausgeber Medienhaus Rommerskirchen
Redaktion Katharina Skibowski (V.i.S.d.P.)
 Mainzer Straße 16-18, 53424 Remagen-Rolandseck
 Tel.: 02228/931-150, redaktion@procampuspresse.de

Verantwortlich Seite 4
 thyssenkrupp AG, Patricia Schiel
 thyssenkrupp Allee 1, 45143 Essen
 Tel.: 0201/844-538971

facebook.com: Pro Campus-Presse