

Pro Campus-Presse.

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

INTERVIEW: MORITZ MEDIEN

All inclusive

Während bei mancher Tageszeitung noch darüber gegrübelt wird, ob ein Online-Auftritt mit eigenen redaktionellen Inhalten sinnvoll sein könnte, zeigen Studierende der Ernst-Moritz-Arndt-Universität in Greifswald, wie mediale Versorgung auf allen Kanälen funktioniert.

Moritz heißt das Magazin, webmoritz.de der Internetauftritt und „Moritz TV“ die Fernsehsendung – drei unabhängige Redaktionen, die auf einer Internetplattform zusammenkommen. Neben den Artikeln der rund zehn Onlineredakteure ist das komplette Archiv des *Moritz* ab dem Gründungsjahr 1998 auf webmoritz.de elektronisch abrufbar, demnächst sogar mit den dazugehörigen Fotos.

Auch die Folgen von „Moritz TV“ stehen hier zum Anschauen online. Daneben gibt es Informationen rund um die Redaktionsteams, Einladungen zu Konferenzen und zum Mitmachen sowie kleine Videos, die das Arbeiten hinter den Kulissen zeigen.

Seit August 2008 gibt es den Webmoritz in seiner jetzigen Form. Redaktionsleiter Carsten Schönebeck sowie die Chefredakteure der Printversion, Alexander Müller und Anna Seifert, erzählen, wie sie in Greifswald zusammenarbeiten.

Im Grunde zieht Ihr mit Webmoritz, „Moritz TV“ und dem Magazin *Moritz* an einem Strang. Seid Ihr manchmal auch Konkurrenten?

Carsten Schönebeck: „Wir müssen gar nicht miteinander wetteifern. Das *Moritz*-Magazin ist nach wie vor unser Leitmedium. Aber wir können im Netz aktueller sein. Zum Beispiel bei den Kommunalwahlen: Die liegen so ungünstig, dass der *Moritz* erst zwei oder drei Wochen nach dem Wahltermin darüber berichten könnte. ‚Moritz TV‘ hingegen ist nicht textbasiert und damit wieder ein ganz anderes Medium.“

Alexander Müller: „Der Webmoritz sorgt für Aktualität, der *Moritz* für Qualität. Wir argumentieren im Blatt eher konstruktiv, weniger polemisch.“

Anna Seifert: „Als Magazin haben wir einfach eine andere Zielsetzung. Wir müssen Themen breiter und tiefer machen, als es der Webmoritz kann.“

Wie profitiert Ihr denn voneinander?

Carsten Schönebeck: „Wenn ein Thema auf dem Webmoritz gut läuft, wird es im Magazin vertieft und aufgegriffen. Es gibt aber auch Kooperationen, die von Anfang an so geplant sind. Zum Beispiel das Interview mit dem Rektor unserer Universität, Professor Rainer Westermann.“

Das Interview führten Vertreter beider Redaktionen gemeinsam. Geplant war auch, die Audiomitschnitte online zu stellen.

Ihr habt die Chance, im TV, in Print oder online zu arbeiten. Warum habt Ihr Euch für Eure jeweilige Redaktion entschieden?

Anna Seifert: „Ich bevor-

zuge das klassische Magazin einfach. Der *Moritz* hat Tradition und da wollte ich mitwirken. Außerdem hat man in Print so viele Möglichkeiten: Kommentar, Reportage oder Nachricht – die Arbeit an einem gedruckten Magazin ist einfach abwechslungsreich.“

Alexander Müller: „Mein Ding war schon immer das Blattmachen. Ich lese auch nicht gerne Nachrichten im Netz, sondern habe lieber eine gedruckte Zeitung in den Händen.“

Carsten Schönebeck: „Bei mir war es Zufall, das ich zuerst zur Redaktionsitzung beim Webmoritz gegangen bin. Ich weiß, dass man im Heft die Themen tiefer behandeln kann, aber ich finde es spannend, das, was ich geschrieben habe, gleich online zu sehen.“

● shu



Die Chefredakteure von Webmoritz und *Moritz*: Carsten Schönebeck, Gabriele Cords, Alexander Müller und Anna Seifert (v.l.).

Zukunft (?) der Zeitung

LESETIPP

Das *Magazin der Süddeutschen Zeitung* widmete im Mai gleich eine ganze Ausgabe der Frage „Wozu Zeitung?“. In dem 40-seitigen Heft, das in Stichworten von A wie Auflage bis Z wie Zwanzigjährige unterteilt ist, schreiben insgesamt 28 Autoren über ihre Meinung zur Zeitung und deren vermeintlichen Gegner, das Internet. Und die Prognose sieht düster aus: „Im Jahr 2043 wird die letzte Zeitung gedruckt“, „Auf dem Jahrmarkt der Eitelkeiten wird derzeit fast monatlich ein Karussell abmontiert“ und „Das Medium Tageszeitung hat keine große Zukunft. In den mittelgroßen Städten der USA werden die Zeitungen bereits in ein, zwei Jahren ins Internet abgewandert sein“.

Neben dem Abgesang auf das Printgeschäft gibt es aber auch Essays pro Zeitungsjournalismus, die beispielsweise mit solchen Sätzen aufwarten: „Die Welt, das was die dankbare Leser, die Welt ist alles, was in eine Zeitung passt.“

Gemeinsicht den Texten, die ebenso von Studierenden wie etablierten *SZ*-, *Zeit*-, *Spiegel*- und *F.A.Z.*-Journalisten oder auch Mitgliedern des Chaos Computer Clubs stammen, die Hoffnung auf wieder zunehmende Qualität – egal in welchem Medium.

Dass der Qualitätsjournalismus vor allem in Zeitungen seinen Bestand haben kann, sich mit Niveau aber auch die Zeitungskrise überwinden lässt, sind Erkenntnisse, die in dem Buch „Wozu noch Zeitungen?“ zusammengefasst sind – laut Klappentext eine „Pflichtlektüre für alle, die Zeitungen lesen und

lieben“. Von Herbst 2007 bis Februar 2009 haben die Autoren Stephan Weichert, Leif Kramp und Hans-Jürgen Jakobs 24 Medienforscher befragt. Unter Überschriften wie „Presse ist Vergangenheit“ oder „Das ist eine phantastische Chance für die gute alte Zeitung“ sind die Ansichten von Jeff Jarvis (Journalismusexperte und Blogger aus den USA), Philip Meyer (Professor für Journalismus) oder Ariana Huffington (Gründerin der Onlinezeitung *The Huffington Post*, einem der einflussreichsten Nachrichtenangebote in den USA) veröffentlicht. Sowohl das *SZ Magazin* vom 8. Mai als auch das 280-seitige Buch geben interessante, konträre Denkanstöße zur Zukunft der Presse, unter denen es sich lohnt, auch das eigene Medium kritisch zu betrachten.

<http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/liste/h/200919>

Stephan Weichert, Leif Kramp und Hans-Jürgen Jakobs: „Wozu noch Zeitungen?“, ISBN 9 78-3-525-36750-6, Vandenhoeck & Ruprecht, 19,90 Euro.



Bringt die Krise das Ende der Zeitung oder ihre Renaissance? Zwei Publikationen auf der Suche nach Antworten.

Migration und Medien

WORKSHOP

Die internationale Medienkonferenz M100 Sanssouci Colloquium veranstaltet vom 3. bis 7. September einen Jugend-Medienworkshop in Berlin. Unter dem Titel „Migration and the Media“ sollen die Themen Immigration und Integration in den verschiedenen europäischen Ländern diskutiert werden. Die Fragestellungen des englischsprachigen Workshops drehen sich dabei um Erziehung und Sozialisation sowie um die Berichterstattung in den Medien. Videos, Radiobeiträge und das Blog, das die Teilnehmer während des Workshops erstellen, werden anschließend auf der Internetseite www.orangelog.eu veröffentlicht.

Für die Veranstaltung können sich Nachwuchsjournalisten zwischen 18 und 26 Jahren aus ganz Europa mit einem kurzen Text (maximal 12.000 Zeichen) bewerben. Thema: Gelungene Integration/Misslungene Integration. Meine Erfahrungen mit Integration und den Medien in meinem Land.

Mitsamt einem kurzen Lebenslauf und Angaben zur journalistischen Präferenz (Radio, Print oder TV) muss der Text bis zum 6. Juli an folgende Adresse geschickt werden: s.sasse@m100potdam.org. Für die insgesamt 25 Teilnehmer übernehmen die Veranstalter des Workshops Übernachtungs- und Verpflegungskosten, außerdem gibt es einen Reisekostenzuschuss von 250 Euro.



Im vergangenen Jahr diskutierten die 30 internationalen Teilnehmer des M100 Sanssouci Colloquium über den „Journalist der Zukunft“.

Impressum

Herausgeber
Medienfachverlag Rommerskirchen

Redaktion
Katharina Skibowski (V.i.S.d.P.),
Lena Höflich, Stefanie Huland,
Tanja Tschurer.

Homepage
www.procampuspresse.de

Medienfachverlag Rommerskirchen,
Mainzer Straße 16-18,
53424 Remagen-Rolandseck,
Tel.: 02228/931-150,
Fax: 02228/931-137

Wissenschaft an Bord

THEMENTIPP

Leinen los, hieß es am 7. Juni in Bonn für die MS Wissenschaft. Nach drei Tagen am rheinischen Erzbirgerufer schippert das Ausstellungsschiff der Initiative „Wissenschaft im Dialog“ nun quer durch Deutschland und macht in insgesamt 34 Städten Halt.

Nach den Themenschwerpunkten der vergangenen Jahre wie Mathematik, Sprache oder Sport und Informatik, geht es auf dem Frachter dieses Jahr um den Alltag der Zukunft. Ausstellungstücke aus den verschiedensten Bereichen erlauben einen Blick in die mögliche Lebensweise einer Familie im Jahr 2030. Anhand dieser verdeutlichen unter anderem Wissenschaftler von Instituten der Fraunhofer-Gesellschaft, der Max-Planck-Gesellschaft oder von Hochschulinstituten aus Bremen, Bochum und München ihre Zukunftsvisionen. Dazu gehören etwa moderne Autos, die miteinander kommunizieren oder die Hausapotheke, die mittels intelligenter Technik über die Verfallsdaten der verschiedenen Medikamente Bescheid weiß.

Der Eintritt ist frei. Mehr Informationen und den kompletten Tourplan gibt es unter www.ms-wissenschaft.de.

Pressekontakt: Caroline Wichmann, Mobil: 0 173/2152044, E-Mail: caroline.wichmann@w-i-d.de.



Vom 4. Juni bis 1. Oktober fährt das Zukunftsschiff MS Wissenschaft über Deutschlands Wasserstraßen.

Topaktuelle Nachrichten

RECHERCHETIPPS

Um im täglichen Geschehen immer auf dem Laufenden zu bleiben, bekommen Redaktionen und unterbrochenen Meldungen von Nachrichtenagenturen wie DPA, DDP oder AFP. Deren Abos sind für freie Journalisten oder Campusredaktionen jedoch meist unbezahlbar, weshalb ihnen oft nichts anderes übrig bleibt, als regelmäßig die wichtigsten Nachrichtenportale abzusurfen. Wer nicht erst zehn Seiten aufrufen will, sondern gleich einen Überblick über die jeweiligen Topmeldungen haben möchte, sollte sich die Seite www.dnnd.de merken. Die Reihenfolge der Portale von Spiegel Online und faz.net über internationale Zeitungsseiten wie *Le Monde* und *New York Times* bis zu sport1.de lässt sich nach eigenem Belieben sortieren, mit einem Klick auf die Meldung gelangt man direkt auf die entsprechende Website.

Allen, die sich viel grundsätzlicher fragen, wo sich welche Informationen recherchieren lassen, bietet www.recherchetipps.de eine praktische Hilfe. Die Seite, als kommentierte Linksammlung für Journalisten konzipiert, gibt einen Überblick über Informationsseiten in acht Kategorien, unter anderem Zeitungsarchive, Internetkataloge und Suchmaschinen.

Stilvoll schwänzen

WETTBEWERBE

Sommer, Sonne, Sonnenschein – unter diesen Bedingungen fallen jedem Studierenden bestimmt viele Gründe ein, nicht in die Vorlesung zu gehen.

Aber sind auch welche dabei, die sich so gut anhören, dass man sie zu Papier bringen könnte? *Zeit Campus* will es wissen und hat den Literaturwettbewerb „Ein Grund, nicht in die Vorlesung zu gehen“ ausgeschrieben. „Gesucht ist *Campusliteratur*, die den Alltag sprengt“, beschreiben die Veranstalter ihre Idee. Teilnehmen können alle Studierenden zwischen 18 und 30 Jahren mit einer – bisher noch nicht veröffentlichten – Kurzgeschichte, die rund 10.000 Zeichen lang sein sollte. Der Erstplatzierte bekommt ein Preisgeld von 2.000 Euro, das ihm am 4. der Frankfurter Buchmesse im Oktober überreicht wird.

Wer mitmachen möchte, schickt den Text als PDF bis zum 30. Juni an: campus-literatur@zeit.de. Das Dokument in Schriftgröße 12 (Arial) soll mit „text_vornameachname“ benannt werden, auf dem Dokument selbst darf der Name nicht stehen. Außerdem müssen eine Kurzbiografie („vita_vornameachname“), Anschrift und Telefonnummer mitgeschickt werden.

Die Teilnahmebedingungen im Detail und alle weiteren Infos gibt es auch hier: www.zeit.de/campus/2009/02/campus-literaturwettbewerb.



Zeit Campus sucht schöne Kurzgeschichten.



Geld für die beste Moderation gibt es von der Landesanstalt für Medien NRW.

Wer lieber spricht als Texte schreibt und aus Nordrhein-Westfalen kommt, kann sich beim Campus-Radio-Preis der Landesanstalt für Medien (LfM) bewerben. Die besten Beiträge in den Kategorien Moderation, Hochschule, Wissenschaft und Spezialsendung werden gesucht. Einsendeschluss für Beiträge mit maximal zehn Minuten Länge ist der 7. August.

Als Preis winken eine Skulptur, eine Urkunde und 1.250 Euro. Alle Teilnahmebedingungen sind unter folgendem Link zu finden: www.lfm-nrw.de/downloads/campus_ausschreibung_2009.pdf

Richtig redigieren

Wer journalistisch arbeitet, muss nicht nur selbst schreiben können, sondern auch die Texte anderer in eine verständliche, gut lesbare Form bringen. Dafür braucht man sprachliche und stilistische Sicherheit, Misstrauen gegenüber Formulierungen, die nur gut klingen, sowie Fingerspitzengefühl im Umgang mit den Autoren.

Genauso wie Schreiben ist Redigieren ein Handwerk, das man lernen kann. Grundsätzlich gilt: So viel wie nötig, aber so wenig wie möglich am Originaltext des Autors ändern, da mit dessen Stil nicht verloren geht – es sei denn, im Blatt ist ein einheitlicher Stil erwünscht.

In der Regel sollte man doppelte Vereinigungen („eine nicht unerhebliche Menge“) und Passivkonstruktionen („Die Vereinbarung wurde beschlossen.“) vermeiden, ebenso lange Schachtelsätze und unverständliche Fremdwörter. Der Satz: „Bei der Betriebsversammlung wurde über die rechtliche Zulässigkeit einer zwingenden Einschränkung privater Telefonate am Arbeitsplatz diskutiert“, klingt zwar wichtig, liest sich anders formuliert aber deutlich einfacher: „Dürfen private Telefonate am Arbeitsplatz verboten werden? Da über die diskutierten die Teilnehmer der Betriebsversammlung.“

Verständliche Sprache und treffende Formulierungen sind nur zwei Kriterien, die einen guten Text ausmachen. Ein paar Leitfragen helfen, aus einem schlecht strukturierten, holprigen Manuskript einen lesbaren Artikel zu machen:

Die wichtigsten Korrekturzeichen

Andere Schrift oder Schriftgröße wird verlangt, indem man die betreffende Stelle unterstreicht und auf dem Rand die gewünschte **Schrift, Schriftart** (fett, kursiv usw.) oder die gewünschte **Schriftgröße** (8p, 9p usw.) oder beides (8p fett, 9p kursiv usw.) vermerkt. Gewünschte **Kursivschrift** wird oft nur durch eine Wellenlinie unter dem Wort und auf dem Rand bezeichnet. Versehentlich falsch Hervorgehobenes wird ebenfalls **UNTERSTRICHEN**; die Anweisung auf dem Rand lautet dann: »Grund-schrift« oder »gewöhnlich«.

— halbfett
— kursiv
— gewöhnlich
Times
9p

Fälschlich aus anderen Schriften gesetzte Buchstaben (Zwiebelfische) werden durchgestrichen und auf dem Rand **zweifal** unterstrichen.

R fm

Falsche Buchstaben oder **Wörter** werden durchgestrichen und auf dem Rand durch die richtigen ersetzt.

la

Falsche Trennungen werden am Ende der Zeile und am folgenden Zeilenanfang angezeichnet.

len sp

Wird nach **Streichung eines Bindestrichs** oder **Buchstabens** die Schreibung der verbleibenden Teile zweifelhaft, dann wird außer dem Tilgungszeichen die **Zusammenschreibung** durch einen Doppelbogen, die **Getrennschreibung** durch das Zeichen **]** angezeichnet, z.B. blendweiß.

ly o] sp o
] sp]

Fehlende Buchstaben werden angezeichnet, indem der vorangehende oder folgende Buchstabe durchgestrichen und zusammen mit dem fehlenden wiederholt wird. Es kann auch das ganze **Wort** oder die Silbe durchgestrichen und auf dem Rand berichtigt werden.

he
Hwort] Bu
] stri

Fehlende Wörter (Leichen) werden in der Lücke durch Winkelzeichen **└** gemacht und auf dem Rand angegeben.

└ hemmlich

Bei größeren Auslassungen wird auf die Manuskriptseite verwiesen. Die Stelle ist auf der Manuskriptseite zu kennzeichnen.

Diese Presse bestand aus **└** befestigt war.

└ s. Ms. S. 85

Zu tilgende Buchstaben oder **Wörter** werden durchgestrichen und auf dem Rand durch **sp** (für: deletatur, d. h. »es werde getilgt«) angezeichnet.

sp] sp

Fehlende oder **zu tilgende Satzzeichen** werden wie fehlende oder zu tilgende Buchstaben angezeichnet **└**

sp
└.

Grundsätzliche Fragen an den Text

Form

Erfüllt der Text seine Aufgabe? Ist das Genre durchgehalten? Sind Nachricht und Kommentar getrennt? Ist der Text mit PR oder Werbung durchmischt?

Inhalt

Erscheint alles plausibel? Stimmen die Fakten? Sind die Namen vollständig und richtig geschrieben?

Sprache

Passt sie zur Funktion des Texts und zur Zielgruppe? Was lässt sich einfacher und eingängiger sagen? Können Missverständnisse entstehen? Stimmen Aufbau, Stil, Grammatik, Rechtschreibung und Länge?