

Pro Campus-Presse.

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

STÄDTEPORTRÄT: MÜNCHEN

Zwischen Welle und Wies'n

Mit 1,35 Millionen Einwohnern ist München die drittgrößte Stadt Deutschlands. Die ersten Siedler der Gegend spiegeln sich noch heute im Stadtnamen wider: Apud Munichen – bei den Mönchen.

Tradition wird in München wie im gesamten Freistaat Bayern groß geschrieben. Sei es Schloss Nymphenburg oder die Frauenkirche, das Hofbräuhaus oder die Residenz – wer offenen Auges durch die Straßen läuft, kann viel Historie entdecken.

Doch die Landeshauptstadt besteht nicht nur aus altherwürdigen Gemäuern. Zeitgemäßen architektonischen Augenschmaus bieten zum Beispiel die netzartige Dachkonstruktion des Olympiastadions und die an einen Wirbelsturm erinnernde BMW-Welt. Viele Museen, Theater und Konzerthallen locken mit ihrem Programm jedes Jahr Menschen unterschiedlichster Nationalitäten an.

Den größten Besucheransturm hat die selbst ernannte Welthauptstadt des Bieres freilich in ihrer fünften Jahreszeit zu verzeichnen: Während des Oktoberfests von Mitte September bis Anfang Oktober auf der Theresienwiese verfällt München in eine Art Ausnahmezustand. An den zahlreichen, in Tracht gekleideten Besuchern ist dann am besten zu erkennen, wie sich Tradition und Moderne harmonisch verknüpfen lassen.

Doch auch abseits von Kunst, Kultur und Wies'n, wie die Einheimischen ihr Fest fast liebevoll nennen, bietet München jede Menge Freizeitmöglichkeiten. So ist der Englische Garten einer der größten Stadtparks der Welt und übertrifft in



Foto: DDP/Thomas Lohnes



Foto: DDP/Oliver Lang

Studieren, feiern, draußen sein: Die Unikat-Redaktion (o.) ist der Meinung, das lässt sich in München gut kombinieren.

eigentlich nur auf Zeit Zugezogenen hier schließlich heimisch werden – und bleiben. ● MAXIMILIAN GERL

seinen Dimensionen sogar den Central Park in New York. Studierende der nahen Ludwig-Maximilians-Universität schätzen die grüne Oase als Platz zum Entspannen zwischen und während den Vorlesungen, Wellenreiter bevorzugen den ihn durchlaufenden Eisbach als Surfsport. Abends locken Schwabing und die Biergärten. Waschechte Münchner wie auch Touristen und Studierende freuen sich auf das gute Münchner Helle oder besuchen den Isarstrand zu einer gemütlichen Grillrunde.

Bei alledem ist München keine anonyme Metropole geworden. Ist man in der Stadt unterwegs, so trifft man mindestens drei gute Bekannte oder kommt mit wildfremden Menschen ins Gespräch. Das Millionendorf München behauptet von sich, eine Stadt mit Herz zu sein. Und so ist es nicht verwunderlich, dass viele der



Maximilian Gerl ist Mitglied von Unikat, Münchens größtem Studierendenmagazin. In der unabhängigen Redaktion arbeiten Studierende aller Fachrichtungen und Münchner Hochschulen mit. Unikat erscheint ein- bis zweimal pro Semester mit einer Auflage von rund 10.000 Heften. Herausgeber ist der gemeinnützige

Verein Unikat Medien. www.unikatmag.de

Einstieg in den Journalismus

UMFRAGE

Wer zum Vorstellungsgespräch eingeladen wird, kann sich vor gut gemeinten Tipps oft nicht retten. *Pro Campus-Presse* zeigt, worauf es Entscheidern aus der Branche ankommt:



Claudia Spiewak, Chefredakteurin NDR-Hörfunk, setzt auf Motivation: „Bewerberinnen und Bewerber für ein Volontariat oder freie Mitarbeit sollten überzeugend schildern können, was sie in diesen Beruf treibt und was zum NDR. Wichtig ist die innere Haltung der künftigen Journalisten. Denn ohne ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein, soziale Kompetenz und Unbestechlichkeit wird selbst aus einem begnadeten Schreiber kein guter Journalist.“

Foto: Jörg Buschmann



Detlef Esslinger, Volontariatsbeauftragter *Süddeutsche Zeitung*, achtet auf Erfahrung: „Ohne Arbeitsproben hat eine Bewerbung keine Chance. Die Texte sollen zeigen, ob ein(e) Bewerber(in) kreativ ist: in der Wahl der Themen und in der Art, wie er/sie schreibt. Im Anschreiben unbedingt angeben, warum Sie ausgerechnet zu uns wollen. Bitte keine Bewerbungsfotos mit Zigarette im Mund. Und auch nicht an den ‚sehr geehrten

Herrn Hultschiner‘ schreiben, wenn das bloß der Name der Straße ist, in der die Zeitung sitzt. Alles schon vorgekommen!“



Für **Ulrich Brenner**, Leiter Deutsche Journalistenschule, ist Vielfalt entscheidend: „Von jungen Journalisten wird heute erwartet, dass sie in der Lage sind, die Grenzen eines Mediums zu überschreiten. Deshalb bilden wir crossmedial aus. Dazu gehört, offen für technische Entwicklungen zu sein. Die Grundtugenden – neugierig zu sein, hartnäckig zu recherchieren und Kompliziertes verständlich ausdrücken zu können – gelten weiterhin.“



Für **Isabell Funk**, Chefredakteurin *Trierischer Volksfreund*, zählen persönliche Eigenschaften: „Die Fähigkeit, sich auf neue Situationen einzustellen, Unvoreingenommenheit, Hartnäckigkeit, schnelle Auffassungsgabe, Kontaktfreude und breites Allgemeinwissen sind wesentliche Voraussetzungen, die Bewerber mitbringen sollten; gepaart mit der Leidenschaft, Leser und User mit sauberer Recherche und flüssiger Schreibe für ein Thema zu interessieren – so werden aus Volontären gute Redakteure.“

Rückwärtsgang?

THEMENTIPP

In Sachen Studiengebühren bahnt sich ein Richtungswechsel an. Aktuell kostet ein Semester in Bayern, Baden-Württemberg und NRW maximal 500 Euro, in Niedersachsen sogar bis zu 800 Euro. In Hamburg werden jetzt nachgelagerte Studiengebühren von 375 Euro pro Semester erst dann fällig, wenn der Berufseinstieg erfolgreich geschafft ist, in Hessen und im Saarland werden die Gebühren wieder abgeschafft. In Rheinland-Pfalz und Bremen ist das Studium quasi gebührenfrei: Dort erhalten Studierende Semesterwochenstunden auf ihrem Studienkonto gutgeschrieben und können so lange ohne zusätzliche Kosten studieren, bis dieses Kontingent aufgebraucht ist. Auch in NRW könnte zum Wintersemester 2011/12 das Studieren gebührenfrei werden, wenn ein entsprechender Gesetzesentwurf den Landtag passiert.



Foto: Flickr/Oliver Senholdt

Zukunft ungewiss: Studiengebühren könnten bald der Vergangenheit angehören.

LEXIKON

a

Abbinder: Gleichbleibendes Textelement, das als Schlusspassage ein Textende markiert. Häufig finden sich Abbinder in Pressemitteilungen, um über den Absender zu informieren.

b

Blitzkante: Weiße Kanten oder Ränder am Seitenrand, die entstehen, wenn Bilder nicht passgenau nebeneinander angeordnet werden oder beim Formatzuschnitt zu wenig Beschnittzugabe zum Rand hin haben.

c

Corporate Publishing: Journalistische Veröffentlichung eines Unternehmens, die nicht nur intern, sondern auch nach außen für eine Image- und Markenbildung sorgen sollen.

Impressum

Herausgeber

LANXESS und Verlag Rommerskirchen

Redaktion

Seiten 1-3: Katharina Skibowski (V.i.S.d.P.), Lena Höflich, Stefanie Huland, Adrienne-Janine Marske, Kathi Preppner
Seite 4: Frank Grodzki

Homepage

www.procampuspresse.de

Verlag Rommerskirchen

GmbH & Co. KG

Mainzer Straße 16-18

53424 Remagen-Rolandseck

Tel.: 02228/931-150

Fax: 02228/931-137

LANXESS Deutschland GmbH

Kaiser-Wilhelm-Allee 40

51369 Leverkusen

Tel.: 0214/30-40043

Fax: 0214/30-50691

Blattkritik: Und – wie war ich?

Inneneinrichterin Tine Wittler stört sich am Format der Zeitung, Poptitan Dieter Bohlen würde gern weniger Text und dafür mehr Bilder sehen, und der Publizist Henryk M. Broder findet, dass es so manchem Thema an Relevanz fehlt.

Chefredakteur Kai Diekmann und seine *Bild*-Redaktion mussten ganz schön einstecken, als sie im vergangenen Jahr zur öffentlichen Blattkritik riefen. Wechselnde Gäste schimpften im Netz auf die Zeitung mit den vier Buchstaben, verteilten aber auch Lob und gaben den ein oder anderen nützlichen Verbesserungsvorschlag.

Auch wenn sich über Geschmack ja bekanntlich nicht streiten lässt, gibt es ein paar grundlegende Kriterien, nach denen die Qualität einer Publikation beurteilt werden kann: Sie sollte faktisch richtig, vielfältig, relevant, aktuell und verständlich sein.

Obwohl niemand gerne kritisiert wird, ist eine konstruktive Blattkritik ein gutes Mittel, um Betriebsblindheit vorzubeugen und die Qualität des eigenen Blatts zu überprüfen.

INHALT:

- ✓ Sind die Themen interessant? Aktuell? Relevant? Zielgruppeneignet?
- ✓ Ist die Themenmischung gelungen?
- ✓ Werden Hintergründe und Zusammenhänge ausreichend beleuchtet?
- ✓ Sind alle nötigen Informationen vorhanden? Ist der Artikel verständlich?

SPRACHE:

- ✓ Funktionieren die Überschriften? Sind sie verständlich und spannend formuliert?
- ✓ Lädt der Anlauf zum Weiterlesen ein?
- ✓ Lassen sich verwendete Phrasen, Schachtelsätze, Fremdwörter und/oder Anglizismen vermeiden?

OPTIK:

- ✓ Findet man sich auf den Seiten gut zurecht?
- ✓ Sind Textestieg und -ende deutlich?
- ✓ Funktioniert das Zusammenspiel von Text- und Bildelementen?
- ✓ Passen Bilder und Layout zum Inhalt? Wird die gleiche Botschaft transportiert?

KOMMENTAR

Nur Mut und keine Angst vor großen Tieren

Merksatz 1: Das beste Heft ist das, was erscheint. Deshalb: Beweisen Sie Mut zur Blattkritik.

Ganz unkompliziert: mit der gesamten Redaktion, gerne auch den freien Mitarbeitern, direkt nach Erscheinen der aktuellen Ausgabe. Unnötig? Weil ja jeder alles schon 1.000-mal gelesen und gesehen hat? Stimmt nicht. Ausdrücke, selbst in brillanter Farbqualität, vermitteln nie denselben Eindruck wie das noch nach Druckerei riechende, gebundene Heft. Und nehmen Sie kein Blatt vor den Mund, denken Sie aber immer an den 1. Merksatz.

Außerdem: Im Prozess zu optimieren, ist immer schwieriger als mit Abstand im Nachhinein. Auch bei „Wer wird Millionär?“ ist Jeder auf dem heimischen Sofa klüger als der Kandidat im Studio.

Etwas komplizierter, aber noch effizienter: Suchen Sie sich einen Experten von draußen. Warum nicht den Chefredakteur Ihrer Lokalzeitung, den örtlichen Korrespondenten eines überregionalen Mediums, den Oberkreativen der größten Werbeagentur vor Ort. Das hat zwei Vorteile: Sie erhalten neue Impulse für Ihre redaktionelle und gestalterische Arbeit und haben zudem für die Zukunft neue Verbündete, die Sie auch mal auf dem kleinen Dienstweg kontaktieren können. Keine Angst vor großen Tieren: Die Herrschaften waren oft auch Studenten und haben – genau wie ich – Spaß an der Blattkritik.

Deshalb biete ich für den kommenden Pro Campus-Presse Award wieder an, dass ich zu den drei Siegerredaktionen reise und mit Lob und Kritik nicht sparen werde. Damit das Lob überwiegt, hier noch drei weitere Merksätze:

Merksatz 2: Absätze sind kostenlos, sie müssen nicht sparsam verwendet werden.

Merksatz 3: Jedes Bild braucht eine Bildunterschrift.

Merksatz 4: Zeigen Sie Ihrem Leser, wann der Artikel zu Ende ist, dann weiß er von vornherein, worauf er sich einlässt.

● KATHARINA SKIBOWSKI

Eine Chance für jeden

Viele Jugendliche in Deutschland können von einem Studium nur träumen. Jeder Fünfte verlässt die Schule, ohne ausreichend lesen, schreiben oder rechnen zu können. Rund 60.000 junge Frauen und Männer haben keinen Schulabschluss.

Die gemeinnützige Bildungsinitiative Teach First Deutschland fördert seit Herbst 2009 Schüler mit schlechten Startbedingungen, indem sie persönlich geeignete sowie fachlich

schaft zurückzugeben und sich für benachteiligte Jugendliche einzusetzen", sagt Heid.

In anderen Ländern, in denen vergleichbare Organisationen schon seit Längerem aktiv sind, erweist sich der Einsatz als Lehrkraft auf Zeit für viele Hochschulabsolventen als prägende und positive Erfahrung für die eigene berufliche Laufbahn: Wer zwei Jahre in sozialen Brennpunkten unterrichtet, zeigt Engagement, Offenheit und Durchsetzungsvermögen. Das kommt bei künftigen Arbeitgebern gut an.

Auch bei LANXESS: „Soziale Kompetenz und Kreativität sind ebenso wertvoll für zukünftige gesellschaftliche Leistungsträger wie die fundierte berufliche Ausbildung“, sagt Rainier van Roessel, Vorstandsmitglied der LANXESS AG. Der Leverkusener Spezialchemie-Konzern ist seit September 2010 ein Hauptförderer von Teach First Deutschland und unterstützt die Non-Profit-Initiative zunächst bis Mitte 2013 mit insgesamt 600.000 Euro.

Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den mathematisch-naturwissenschaftlich ausgerichteten Fellows, die an Schulen in NRW eingesetzt sind. In diesem Bundesland betreibt LANXESS fünf seiner insgesamt acht deutschen Produktionsstandorte. Neben finanzieller Unterstützung geht es den Leverkusenern vor allem um kreative Ideen und persönliches Engagement. Nicht zuletzt deshalb hat sich Zhengrong Liu, der Personalchef von LANXESS, bereits persönlich dem Mentorenprogramm von Teach First Deutschland angeschlossen.

hochqualifizierte Hochschulabsolventen aller Studienrichtungen für zwei Jahre an Schulen in sozialen Brennpunkten einsetzt. Diese Fellows verstärken als Lehrkräfte auf Zeit die Kapazitäten von Schulen, die unter schwierigen Bedingungen außerordentliche Arbeit leisten. Sie werden sowohl im Unterricht als auch außerhalb der Unterrichtsstunden eingesetzt und unterstützen die Lehrer bei der individuellen Förderung von Schülern.

Bei Teach First lernen beide Seiten: Antonia von Lippha (2. von rechts) gibt als Fellow ihr Wissen an Wuppertaler Schüler weiter, sie selbst stärkt ihre soziale Kompetenz.

„In keinem anderen Industrieland bestimmt die soziale Herkunft den Bildungserfolg eines Kindes so stark wie in Deutschland“, sagt Elisabeth Heid, Mitglied der Geschäftsführung von Teach First Deutschland. „Darum unterstützen wir Bundesländer und Schulen bei der Bewältigung dieser gesellschaftlichen Herausforderung.“

Teach First Deutschland ist derzeit mit rund 100 Fellows an 87 Schulen in fünf Bundesländern aktiv – Tendenz steigend. „Für die Bewerber gibt es zahlreiche Gründe, bei uns mitzumachen. Insbesondere die Motivation, etwas an die Gesell-

schafft zurückzugeben und sich für benachteiligte Jugendliche einzusetzen“, sagt Heid.

Das Vorbild für Teach First Deutschland stammt übrigens aus Nordamerika: 1989 schlug die Studentin Wendy Kopp in einer Hausarbeit vor, herausragende Studenten nach ihrem Abschluss zwei Jahre lang an sozial benachteiligten Schulen unterrichten zu lassen. Ein Jahr später wurde das Gedankenexperiment Wirklichkeit. 1990 brachte das Team um Wendy Kopp 500 Fellows an Schulen in den USA unter. Heute bewerben sich in den Vereinigten Staaten jährlich 46.000 Absolventen auf knapp 4.500 Stellen.

Informationen zur Initiative Teach First gibt es unter:

www.teachfirst.de

Für Presseanfragen steht Kirsten Altenhoff zur Verfügung:

kirsten.altenhoff@teachfirst.de

Ansprechpartnerin bei LANXESS ist Silke Jansen:

silke.jansen@LANXESS.com

