

# PRO CAMPUS PRESSE

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

## Umfrage: Blattmachen zu Corona-Zeiten

# So schnell wie möglich wieder Print!

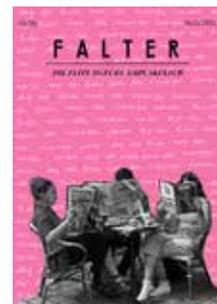
Auch die Redaktion unserer Pro Campus-Presse lässt sich nicht vom Virus lähmen und so haben wir für diesen Newsletter mal rumgefragt, wie unsere Initiative-Mitglieder durch die letzten Monate gekommen sind und wie für sie die Zukunft aussieht.

Wir haben noch nie so schnell so viele Reaktionen auf eine Umfrage bekommen wie in der Corona-Zeit. Allen Campusmedien, die mitgemacht haben, nochmal ein großes Dankeschön dafür. Das Interesse ist zudem groß zu sehen, wie „die Anderen“ durch den Shutdown und seine Folgen gekommen sind.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es ein wenig wie überall war: es sind einige Print-Ausgaben ausgefallen, was aber nur bedeutet, dass nicht gedruckt und vor allem nicht verteilt wurde. Aber es wurde produziert, online, als E-Paper und der Web-Auftritt wurde optimiert. Gerade in der ersten Zeit drehten sich natürlich die Themen hauptsächlich ums Leben und Lernen mit der Pandemie, aber die meisten Redaktionen haben Wert darauf gelegt, auch noch andere Themen zu Wort kommen zu lassen.

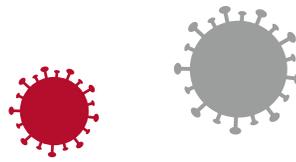
Die finanzielle Situation sah ganz unterschiedlich aus: es gibt Semesterprojekte, die haben gar keine Probleme, andere bekommen anteilig Semesterbeiträge, auch hier war die Lage gesichert. Diejenigen hingegen, die sich ausschließlich aus Anzeigenerlösen finanziert haben, waren deutlich schlechter dran. Gerade die Gastronomie und die Kulturszene gehört ja zu den typischen Inserenten und für was hätten die in den letzten Monaten Werbung machen können? Also hieß es eben für viele Zeitschriften: bye-bye Print, hello Online. Aber der Wille, sobald es möglich ist, wieder zum Print zurückzukehren, ist überall da, der Nachwuchs in den Redaktionen wird auch weiterhin rekrutiert, sodass wir doch alle sehr hoffen, dass wir im November wieder ganz viele tolle Einsendungen für unseren Wettbewerb auf dem Tisch liegen haben werden.

*Falter*, die Zeitung für Campuskultur in Bayreuth erscheint alle vier Wochen und hat auch trotz Corona diesen Rhythmus beibehalten, allerdings digital als PDF und auf der Website. Finanziell



gibt es noch ein kleines Polster, sodass die derzeit relativ geringen Kosten noch bestritten werden können. Im nächsten Semester sind aber wieder Printausgaben geplant sowie der Neustart der Akquisebemühungen. Die *Falter*-Redaktion bedauert, dass sie zu wenig Wert auf die strukturierte Erfassung und Steigerung der digitalen Reichweite gelegt haben. Aber letztendlich arrangiere man sich halt irgendwie und dies raten sie auch den anderen Campusmedien.



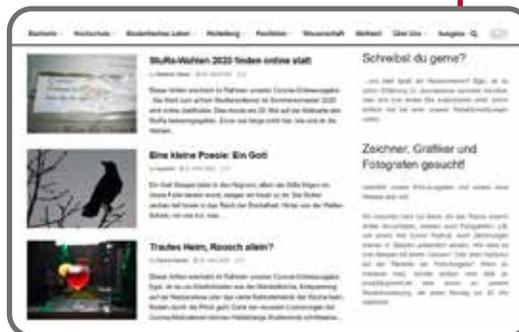


Ehre, wem Ehre gebührt und so lassen wir den Gewinner des Pro Campus-Presse-Awards von 2019, die Heidelberger Studierendenzzeitung **ruprecht** im Originalton zu Wort kommen:

„Wir freuen uns sehr, dass wir im Juli endlich wieder eine Print-Ausgabe produzieren können, die vergangenen zwei Ausgaben haben wir nur online herausgebracht. Wir beschlossen nach langen Diskussionen, für die jeweils nächste Ausgabe keine analoge Zeitung zu erstellen, da wir uns nicht zu regulären Redaktionsitzungen oder zu unseren Layoutwochenenden treffen konnten und auch das persönliche Verteilen der Zeitungen unmöglich wurde. Es war uns dennoch wichtig, unsere Leser\*innen auch in diesen Zeiten mit Artikeln zu versorgen. Dabei haben wir allerdings nicht das übliche Zeitungslayout erstellt und dann einfach nicht gedruckt, sondern die Artikel nur auf unserer Website über Wordpress hochgeladen.“

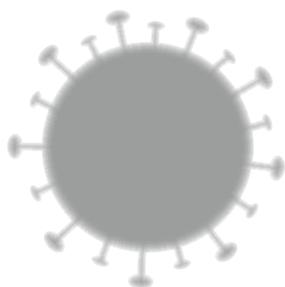
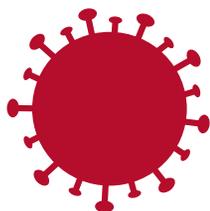
Die Organisation fand dann über ein Videotool des Heidelberger StuRas statt und über Slack. Zu Beginn war es sehr schwierig, die Artikel von Autor\*innen belegt zu bekommen und genug Ideen zu sammeln. Das lag daran, dass sich tendenziell weniger Autor\*innen in der Live-Sitzung einfanden und keine neuen Autor\*innen dazukamen. Das verbesserte sich allerdings schnell, nachdem wir als Leitung vermehrt dazu aufgerufen haben, an den Sitzungen teilzunehmen und wir auf unseren Social-Media-Kanälen Anwerbeaktionen gestartet haben. Außerdem meldeten sich einige Schreiblinge bei uns, weil sie aus der Corona-Langeweile entkommen wollten.

Wir haben natürlich viele Corona-Themen behandelt, zu Beginn vor allem aus wissenschaftlicher Perspektive. Dabei diskutierten wir auch häufig darüber, wie viel zu viel ist, und ob wir nicht weniger darüber berichten sollten. Wir haben uns dann auf Artikel beschränkt, die konkreten Bezug zu unseren Ressorts haben und für Studierende interessant sein könnten – wir wollten ja auch nicht wiederholen, was andere Medien bereits gesagt haben. Bei der zweiten Online-Ausgabe waren es schon weniger und bei der kommenden Print-Ausgabe wird es nur ein paar Artikel über finanzielle Auswirkungen des Lockdowns in Heidelberg geben, vor allem in der Kulturbranche. Das liegt aber auch daran, dass wir uns nun schwerpunktmäßig mit Rassismus beschäftigen werden, um an die aktuelle Debatte anzuknüpfen.



Die Finanzierung stellte sich schnell vollkommen ein, weil alle Anzeigenkunden abgesprungen sind. Das war allerdings kein Problem, weil wir das Geld sonst nur für das Drucken der Zeitung ausgaben – so waren unsere Kosten auf Null. Für die kommende Ausgabe läuft alles wieder an, wir konnten genug neue Unternehmen finden, um die Ausgabe zu stemmen.

Wir haben in der Zeit definitiv unseren Online-Auftritt ausgebaut und dort unsere Präsenz erhöht. So schätzen wir, dass wir zwar nicht dieselbe Menge an Leser\*innen, aber doch nicht allzu wenig erreicht haben dürften. Wichtig war für uns, am Ball zu bleiben und nicht alles auslaufen zu lassen. Von Beginn an war uns klar, dass wir nicht nichts machen werden. So haben wir einen guten Kompromiss gefunden und sind auch als Redaktion gewachsen. Dennoch freuen wir uns sehr, uns bald womöglich wieder persönlich sehen zu können!“



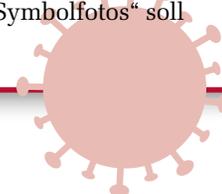
Unser Initiative-Neuzugang *hasi* aus Buxtehude erscheint zweimal im Jahr, jeweils in der Mitte des Semesters. Die Mai-Ausgabe erschien in Auflage und Umfang deutlich reduziert, da weder Studierende noch Professoren gut erreichbar waren und mit der Umstellung zum digitalen Semester, nach Ansicht der Redaktion, genügend zu tun hatten. Auch in dieser Ausgabe war Corona ein Thema, es gab ein Schreibtisch-Bilderrätsel für das Studierende und Professoren Fotos ihrer Home-Arbeitsplätze zur Verfügung gestellt haben. Der Schwerpunkt der Ausgabe lag allerdings bei den Themen, die im vergangenen Semester relevant waren. Verteilt wurde die Maiausgabe am Empfang der Hochschule, in die Postfächer der Professoren und Mitarbeiter und in die Briefkästen der Studentenwohnheime. Damit auch diejenigen, die nicht vor Ort waren, das Heft lesen konnten, wurde die Ausgabe als PDF als E-Mail an den Gesamtverteiler der Hochschule geschickt. Über die Finanzierung mussten sich die Buxtehuder keine Sorgen machen, da die Hochschule die Druckkosten trägt.



**Aktuell**, die Zeitschrift des AStA der Universität Duisburg/Essen wird aus den Geldern der Studierendenschaft der Uni finanziert und hatte somit keinerlei finanzielle Einschränkungen aufgrund der Pandemie. Sie haben weiterhin monatlich ein Heft produziert, aber das physische Verteilen des gedruckten Blattes auf dem Campus war nicht zielführend, da sich zu dieser Zeit niemand auf dem Campus aufgehalten hat. Die Augustausgabe soll allerdings auch wieder in gedruckter Form erscheinen (allerdings nur mit 1.500 statt der üblichen 6.000 Exemplare), in Cafeterien und Bibliotheken ausliegen und in den Briefkästen der Studentenwohnheime landen. Der Redaktion ist es sehr wichtig, dass das Blatt kontaktlos verteilt werden kann. Auch wenn



die Redaktion von *akduell* sich in der Krise gut gewappnet gefühlt hat, so haben sie doch gemerkt, dass Corona besonders in den ersten Wochen den Redakteurinnen und Redakteuren privat sehr zu schaffen gemacht hat. Damit das Thema nicht die gesamte wöchentliche Redaktions-sitzung sprengt, gab es zu Beginn immer eine „Wie geht's mir“-Runde, sodass jeder wusste, wer gerade nicht so viel leisten konnte und Unterstützung brauchte. Das soll sehr gut funktioniert haben und so wurde in den Sitzungen trotz der Gesamtsituation sachlich und fokussiert gearbeitet. Die meisten Themen konnten trotz Einschränkungen bei der Recherche wie geplant umgesetzt werden. Lediglich die „Dichte an Symbolfotos“ soll gestiegen sein.

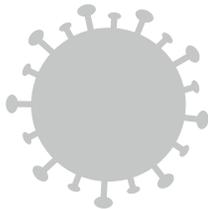
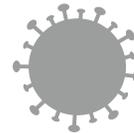
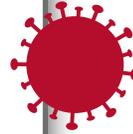


**Kupferblau** aus Tübingen hat sich entschieden, in diesem Semester keine gedruckte Variante ihres Magazins zu veröffentlichen. Sie verzichten auch darauf, ein E-Paper herauszugeben. Die Redaktion hat die Zeit genutzt, um die



scheut Euch nicht davor, bei anderen Campusmedien nachzufragen, wie diese das Semester meistern.“

Online-Präsenz auszubauen und neue Angebote auf Social Media zu etablieren. Zudem haben sie als „Ersatz“-Format zum Dossier-Thema des gedruckten Magazins Themenwochen ausgerufen, bei denen ein Oberthema vielseitig beleuchtet wurde. Derzeit wird die Website von *Kupferblau* grundlegend überarbeitet. Seinen Mitstreitern rät Herausgeber Marvin Feuerbach: „Stay positive und



Die hallesche Studierendenzeitschrift ***hastuzeit*** wurde bei der Produktion ihrer 88. Ausgabe von den Kontaktbeschränkungen erwischt. Diese erschien Ende Juni in halbierter Auflage (2.000 statt 4.000 Stück). Geplant ist, weiterhin vermehrt online zu arbeiten, aber auch schon mal mit der Produktion der Oktoberausgabe zu beginnen. Die 88. Ausgabe wurde an die Wohnheime geliefert, die

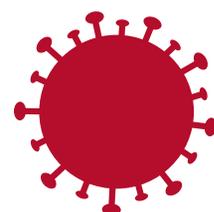
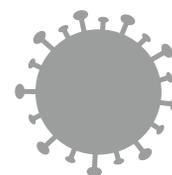
Aufsteller, die normalerweise zur Verfügung stehen, konnten, da meist in geschlossenen Gebäuden wie Mensen, nicht bestückt werden. Eine Per-Hand-Verteilung hält die Redaktion für nicht vertretbar, allerdings gibt es das Angebot, die Zeitschrift zu den Lesern nach Hause zu schicken. Die Finanzierung ist über Studierendengelder gesichert. Als Redaktionsmitglied von *hastuzeit* können Studierende eine „Allgemeine Schlüsselqualifikation“ absolvieren und erhalten fünf Leistungspunkte. Das führt dazu, dass es bei *hastuzeit* keine Nachwuchsprobleme gibt, aber dass andererseits der Nachwuchs auch entsprechend angeleitet und betreut werden muss. Dies war und ist zeitaufwändig, wird aber durch regelmäßige Redaktionskonferenzen gesichert. Zeitweise gab es noch die Überlegung, für dieses Semester keine ASQ anzubieten, aber die Redaktion ist froh, dass sie weiter gemacht haben, denn viele Redaktionsmitglieder werden gerade mit dem Studium fertig und scheiden aus. Und ohne ausgebildeten Nachwuchs hätte die Existenz von *hastuzeit* auf der Kippe gestanden. Deshalb der Tipp der Redaktion an alle: „Dran bleiben!“



**Furios**, das Campusmagazin der FU Berlin wird in diesem Semester kein Heft herausbringen, schließlich sei niemand

an der Uni und es wäre somit nicht möglich, das Heft zu verteilen und zu finanzieren. So wird jetzt der Online-Auftritt intensiv gepflegt. Und die Redaktion freut sich, dass sie trotz fehlender wöchentlicher Konferenzen neue Redakteurinnen und Redakteure gewinnen konnte. „Vorher alle Institute anzuschreiben, etwas über alle Mailverteiler zu jagen, hat sich definitiv gelohnt und auch nach Wochen merken wir, dass sich Interessierte melden. Die viele Freizeit stärkt anscheinend

den Willen, mal beim Campusmagazin reinzuschauen.“ Die digitalen Redaktionskonferenzen sieht die *Furios*-Redaktion als Herausforderung, ihr fehlt bei der „Wand an Gesichtern“ schlicht der Elan, den es sonst bei Diskussionen in der Uni gibt. Und nach der fünften wöchentlichen Videokonferenz fehle die Lust auf die sechste am Mittwochabend. Mittlerweile gibt es aber auch wieder Treffen in Berlin, und dann wird im Park auch schon mal was getrunken. Mit Abstand. Bestimmt.



**Philtrat** aus München hat entschieden, in diesem Semester keine Printausgabe erscheinen zu lassen, sondern die Online-Präsenz auszubauen. Da die Zeitschrift sich über Anzeigen finanziert, die hauptsächlich aus dem Kulturbetrieb generiert wurden, wären gedruckte Exemplare nicht finanzierbar. Aber online kommt durch deutlich günstigere Anzeigenpreise auch ein wenig Geld in die Kasse, das dann schon mal den Grundstock für den nächsten Druck legen soll. Gerade in Bayern waren ja die Kontaktbeschränkungen besonders streng, sodass von vornherein vor allem die diversen Online-Tools optimiert und ausgebaut wurden.

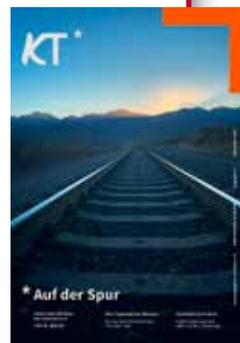


Dazu gehört zum Beispiel ein Discord-Channel, in dem sich auf verschiedenen themenbezogenen Kanälen ausgetauscht wird. Es herrscht auch ein wenig Wehmut in der Redaktion, denn die Redakteurinnen und Redakteure vermissen einen der für sie schönsten Aspekte an der Arbeit an einem Produkt, nämlich die Geselligkeit und das Miteinander. Auch fehlt der direkte Kontakt zum Leser und die Gespräche, die sich beim Verkauf der gedruckten Exemplare ergeben haben.

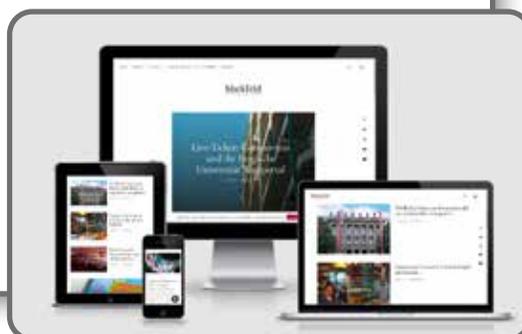
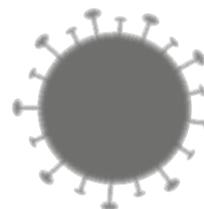


Die letzte Ausgabe des **Karlsruher Transfer** ist im Januar erschienen, die nächste Ausgabe soll wie geplant im September gedruckt werden. Diese Erscheinungstermine sind natürlich im Hinblick auf den Lockdown ziemlich genial. So hofft die Redaktion, die Septemбераusgabe wie gewohnt produzieren zu können, auch wenn die Redaktion geschrumpft ist, weil „neue Leute fehlen“. Da die Themen schon seit Januar geplant worden sind, spielt Corona auch im Septemberheft keine Rolle und die Redaktion geht davon aus, „dass die Leute erstmal genug von Corona haben“. Die Finanzierung der kommenden Ausgabe scheint auch gesichert zu sein. Der Schwerpunkt lag beim *Karlsruher Transfer* schon immer

auf den Recruiting-Anzeigen der Unternehmen. Zwar fielen auch da ein paar Kunden weg, intensive Akquise konnte dies aber kompensieren. Ein wichtiger Faktor war, dass die Unternehmen, die Personal suchen, auf andere Kanäle ausweichen müssen, weil pandemiebedingt in diesem Jahr auch Recruiting-Messen ausfallen. So schaut die Redaktion recht optimistisch nach vorne und rät ihren Kollegen, sich nicht verunsichern zu lassen, da sich immer ein Weg finden wird.



**Blickfeld Wuppertal** erscheint seit 2011 als reines Onlinemagazin, hat dies fortgesetzt und konnte sogar deutlich gestiegene Leserzahlen verzeichnen. Der Finanzierungsbedarf ist somit nicht sehr hoch, perspektivisch setzt die Redaktion auf einen Mix aus Anzeigen und Community-Finanzierung. Sobald Einnahmen generiert sind, planen sie diese in Bildungsangebote und erstmalig auch in Honorare für die bislang rein ehrenamtlich tätigen Redakteurinnen und Redakteure zu investieren. Vorgenommen hat sich *Blickfeld Wuppertal* mehr zu machen und auszuprobieren und weniger alles bis ins kleinste Detail zu durchdenken und zu hinterfragen.



## Impressum

### Herausgeber

Medienhaus Rommerskirchen

### Redaktion

Katharina Skibowski (V.i.S.d.P.)

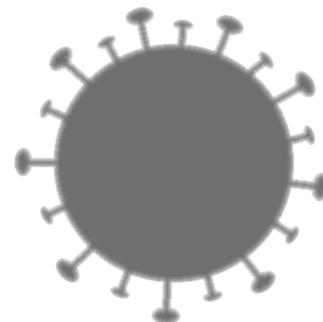
Mainzer Straße 16-18  
53424 Remagen-Rolandseck

Tel.: 02228/931-150  
procampuspresse@rommerskirchen.com

[www.procampuspresse.com](http://www.procampuspresse.com)  
[facebook.com: Pro Campus-Presse](https://www.facebook.com/ProCampus-Presse)

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier  
mit der Zertifizierung „Blauer Engel“!

**Luhze** aus Leipzig musste die Aprilausgabe ausfallen lassen und den Mai als E-Paper produzieren. Aber der Druck für die Juliausgabe ist finanziert, obwohl die meisten Anzeigenkunden eigentlich aus der Kulturbranche akquiriert werden. *Luhze* überlegt, im Juli vermehrt Mitnehmexemplare in den Leipziger Cafés auszulegen und einen Auslieferservice aufzubauen, sodass die Zeitungen direkt in den jeweiligen Briefkästen landen. Sie sorgen sich aber um die deutlich gesunkene Reichweite und hoffen sehr, diese wieder steigern zu können, um im studentischen Diskurs in Leipzig weiterhin relevant zu bleiben. Mit digitalen Redaktionssitzungen über „Jitsi“ hat die Redaktion gute Erfahrungen gemacht und es ist ihnen sogar gelungen, neue Autorinnen und Autoren zu gewinnen, wobei sie diese natürlich gerne auch „in echt“ gesehen hätten.



**Akrützel** aus Jena hat trotz aller Widrigkeiten den zweiwöchigen Erscheinungsrhythmus beibehalten, allerdings die Auflage von 4.000 auf 1.500 Exemplare gekürzt. Die virtuellen Redaktionssitzungen fanden zunächst via Gotomeeting statt, jetzt aber mit BigBlueBottom. Die meiste Kommunikation gab es via slack und die Textbearbeitung hat dank GoogleDrive wohl sehr gut funktioniert. Allerdings wurde schnell klar, dass Videokonferenzen ohne Kameras doch nicht so zielführend sind, da man letztendlich eben nur gegen eine Wand redet. Fast alle Redaktionsmitglieder haben sich deshalb dann doch dazu durchgerungen, sich bei den Konferenzen filmen zu lassen. Wenn auch die direkte Kommunikation ein wenig gelitten hat, so war doch der Vorteil des Homeoffices, dass Mails deutlich schneller beantwortet wurden. Und finanziell gab es zum Glück auch keine Probleme, da die Finanzierung über die Studierendnräte gesichert ist.

Die Chefredakteurin Annika Nagel gibt ihren Kolleginnen und Kollegen folgendes mit auf den Weg:

**„Ihr dürft nicht vergessen, was Eure Bedeutung ist:**

**Ihr füllt eine Informationsnische.**

**Keiner kann so unmittelbar über Hochschulrelevantes berichten wie wir.**

**Von Studierenden für Studierende vor Ort, das kann keine Regionalzeitung oder ZeitCampus.**

**Lasst Euch also nicht entmutigen und findet Eure Stärke in Eurem kleinen Eckchen der Hochschullandschaft“.**

