

PRO CAMPUS PRESSE

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

Besser geht immer

Blattmachen: Tipps von den Profis

Ideen und Anregungen, wie man ein Blatt besser machen kann, kann es nicht genug geben. Allerdings sollte man natürlich auch, wie immer eigentlich, darauf achten, wer einem Tipps gibt. In dieser Ausgabe des Newsletters könnt Ihr auf die Hinweise bedenkenlos vertrauen, schließlich stammen sie (fast) ausschließlich von den Jury-Mitgliedern des Pro Campus-Press Awards und des Elements Sonderpreises. Wir haben einen Ratgeber außerhalb der Jury bemüht, lassen seine Hinweise allerdings nicht unkommentiert.

Du fühlst es, wenn der Text gut ist – oder es eben nicht ist. Vertraue diesem Gefühl.
Im Zweifel, schmeiß den Text weg, schlaf drüber, gib das Thema einer/m Kolleg:in, schreib über etwas anderes.
Kompromisse bei der Qualität? Muss man manchmal machen. Aber so selten wie möglich.



Pedro Muñoz

Konzernkommunikation,
Nachhaltigkeit & Marke,
Deutsche Post DHL Group



» Beim Blattmachen muss die Mischung der Themen stimmen: Im besten Fall hat das Magazin verschiedene Temperaturen und ist mal warm und emotional und mal kühl und sachlich. Außerdem: Achtet auf die Optik – auf Fotos, Schriftarten und so weiter. «



Martina Kix

Chefredakteurin ZEIT Campus

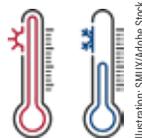


Illustration: SMUX/Adobe Stock

In Daten steckt viel Schönheit.

Versucht nicht die Welt zu retten,
der Garten um die Ecke ist Aufgabe genug.

Poesie ist für Poeten.

Humor hilft immer. In jeder Redaktion
sollten Menschen sein, die lustig sind.

**Recherche, Recherche, Recherche, auch
wenn es ermüdet.**

Immer an die Leser denken
ist die älteste Journalisten-
weisheit seit Sokrates.
Und stimmt trotzdem, gerade,
wenn man sehr viel über sich
selbst nachdenkt.



Illustration: Morpheus/Adobe Stock



Sabine Cole

Professorin Advertising Design
HAWK Hildesheim,
freie Journalistin, Autorin

Das Allerallerwichtigste: Traut euch, Sachen anders zu machen. Denn, so leid es mir tut: Ihr seid keine Lokalzeitung, kein Dummy Magazin und nicht die *Zeit*. Ihr habt andere Stärken, eure Freiheit nämlich, Dinge anders zu machen, neu zu denken. Macht das. Sei es Humor, Ich-Journalismus, Selbstversuche oder dumme Provokation. Ihr seid jung und dürft das. Deshalb imitiert nicht, dafür fehlen euch schlicht die Ressourcen und, sorry, auch noch das Know-How.

Mischt, mischt, mischt. Ein Magazin, eine Zeitung, ein Radioprogramm sind langweilig, wenn darin nur Kommentare stehen, nur Glossen, Reportagen oder seriöse Investigativ-Stücke. Bringt Abwechslung rein, in Ton, Darstellungsform und Themen.

Ich habe es schon gesagt, aber: Humor. Nicht um jeden Preis, klar. Aber wenn ihr jemanden habt, der oder die lustig schreiben kann, seid dankbar und gebt der Person die Chance, das anzuwenden. Bereichert jedes Magazin, jede Zeitung, einfach unser aller Leben.

Wenn ihr niemanden habt, der wirklich Design beherrscht, ist weniger mehr. Denn InDesign kann, wenn man kein Gespür dafür hat, auch aussehen wie Wordart.

Fotos sehen nur geil aus, wenn man sie nicht als Stock erkennt. Leider wirken kostenlose Bilder oft billig, deshalb versucht damit zu spielen. Verfremdet, collagiert, illustriert.

Bildunterschriften sind toll. Niemand macht das besser als die *taz*, auch oft online. Lasst euch doch davon inspirieren.

Klingt vielleicht bissi obvious, aber: Sprecht mit Menschen. Selbst wenn ihr mal meint, dass es überflüssig ist. Ihr kriegt neue Ideen, Zitate lockern euren Text auf und man merkt, dass ihr euch Mühe gegeben habt.

Weil ich es leider immer wieder sehe: Seid in euren Redaktionssitzungen ehrlich. Eine Chefredaktion hat auch und vor allem die Aufgabe, Dinge abzulehnen. Interessiert euch wirklich, was euer Kumpel da vorgeschlagen hat, oder traut ihr euch nur nicht, „nein“ zu sagen? Eure Ausgabe wird nicht besser, nur weil darin mehr Content steht. Wenn es nur mäßig relevant für eure Zielgruppe ist, schlecht recherchiert oder aufgeschrieben, dann bitte, bitte, schmeißt die Scheiße raus. Denn schon ein schlechter Text kann den Gesamteindruck eines ordentlichen Produkts kaputt machen.

Und: Fragt Leute, die das schon mal gemacht haben, nach ihren Tipps, Feedback, Kritik. Wenn man tage- und nächtelang in der Schlussproduktion einer Ausgabe steckt, fehlt einem:r schlicht der Blick von außen. Durch regelmäßiges Feedback werdet ihr immer besser. Und als Studi-Publikation habt ihr im besten Fall Alumnis, die den Job heute für Geld machen, wissen, wie es geht und es lieben werden, ihr Baby mit euch weiterzuentwickeln. Wenn nicht, fragt Katharina oder mich.



Robert Hofmann

Robert ist Chefredakteur von *Stread*, dem ersten digitalen und bundesweiten Straßemagazin in Deutschland. Darin geht es um Themen, die mittel- und unmittelbar mit Obdachlosigkeit zu tun haben: Mental Health, soziale Gerechtigkeit, Stadtplanung und Verkehrspolitik, Arbeit – aber auch Popkultur und Lifestyle. Die Zielgruppe sind Menschen unter 30. Schlagt gerne mal einen Text vor. Das Magazin sucht immer nach neuen, jungen Perspektiven auf das Leben und die Gesellschaft: Robert@Streadmag.de



Impressum

Herausgeber
Medienhaus Rommerskirchen

Redaktion
Katharina Skibowski (Vi.S.d.P.)
Mainzer Straße 16-18, 53424 Remagen-Rolandseck

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

www.procampuspresse.com
facebook.com: Pro Campus-Presse

- * **Keine Chance für Gelaber!** Pointiert ist immer besser als ausschweifend, die Leserinnen und Leser sind dankbar.
- * **Diversity ist immer gut!** Das gilt auch für journalistische Formate. Abwechslung bei Tonlage, Umfang etc. hält das Publikum munter.
- * **Unterschätzt die Leserinnen und Leser nicht!** Wer das Publikum für voll nimmt, nicht mit dem gelehrten Ton von der Kanzel kommt, erhöht die Chancen, ernst genommen zu werden.



Georg Meck

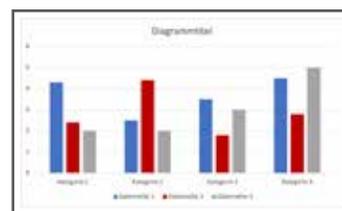
Chefredakteur *Focus*



Illustration: TA design/Adobe Stock

1. Denkt an die zweite Info-Ebene!

Grafiken, Schaubilder, Tabellen, auch Illustrationen und Fotos gehören zur „zweiten Informationsebene“ eines Beitrags. Sie können den Leser*innen wichtige zusätzliche Informationen und Denkanstöße vermitteln. Und doch gibt es hier nach meiner Erfahrung oft viel Luft nach oben. Meistens werden die Grafiken schnell noch zusammengeschnürt, wenn der Text fertig ist und auch das Layout größtenteils steht. Dabei ist es sehr wichtig, genau zu überlegen, welche Aussagen man hier optisch belegen will, und woher man die Daten bekommen möchte. Dafür Zeit einzuplanen, lohnt sich auf jeden Fall – Grafiken und Schaubilder werden von den Leser*innen erfahrungsgemäß oft noch vor der Lektüre des eigentlichen Textes wahrgenommen (sie müssen also selbsterklärend sein!) und bilden einen wichtigen Bestandteil des gesamten Beitrags.



2. Zeigt Eure Autor*innen!

Ein Autor*innenfoto mit einem kurzen Statement, zum Beispiel zum Learning aus der Recherche, macht Eure Beiträge persönlicher und ist eine schöne Möglichkeit, den Leser*innen das Redaktionsteam vorzustellen. Die Fotos können zum Beispiel ans Textende gestellt werden (mein Favorit) oder auch an den Anfang des Textes – dort stehen allerdings auch Überschrift und Vorspann, so dass sich die vielen Informationen auf knappem Raum vielleicht etwas zu sehr bedrängen.

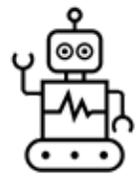
3. Investiert Zeit in Eure Zeilen!

Die Überschriften und vor allem die Titelzeile sind die Visitenkarte Eurer Zeitung oder Eures Magazins – investiert ruhig etwas Zeit, um originelle, aussagekräftige Zeilen zu finden. Wenn Euch als Autor*innen des Textes nichts Kreatives einfällt, fragt die Kolleg*innen. Ein Brainstorming bringt hier oft erstaunlich gute Ergebnisse. Achtung: Ironie, zum Beispiel doppeldeutige Zeilen, funktioniert nicht immer gut, weil sie nicht von jeder/jedem Leser*in verstanden werden. Außerdem solltet Ihr die Titelzeile immer als Einheit mit dem Vorspann sehen, weil die Leser*innen in der Regel beides sofort gemeinsam wahrnehmen.



Ulric Papendick

Geschäftsführender Direktor Kölner Journalistenschule



Und dann haben wir einer zufällig ausgewählten KI folgende Frage gestellt:



„Welche Tipps gibt es, um Studierendenzeitschriften gut zu machen?“



Als AI-Assistent kann ich Ihnen einige Tipps geben, um Studierendenzeitschriften erfolgreich zu gestalten:

1 Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe: Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Leserschaft genau kennen und verstehen. Welche Themen interessieren sie? Welche Art von Inhalten suchen sie?

K.S.: *Das sollte eigentlich immer gegeben sein, eine Zeitschrift von Studierenden für Studierende müsste ihre Zielgruppe kennen. Aber es ist durchaus nicht verkehrt, sich auch etwas intensiver mit den Bedürfnissen und Erwartungen der Leserschaft zu beschäftigen. Hilfreich dabei kann sein, sich die Leserin, den Leser als eine bestimmte Person mit bestimmten Eigenschaften, Gewohnheiten und Interessen ganz explizit vorzustellen.*

2 Qualitätsinhalte liefern: Bieten Sie hochwertige und relevante Inhalte an, die Ihre Leser ansprechen. Achten Sie auf eine gute Recherche, klare Schreibweise und interessante Perspektiven.

K.S.: *Ok, auch eher banal, aber gerade in einer Zeit, in der jede und jeder so ziemlich alles irgendwie publizieren kann, ist ein akkurater Faktencheck unumgänglich.*

3 Vielfalt der Themen: Decken Sie eine breite Palette von Themen ab, um die Interessen Ihrer Leser zu befriedigen. Berücksichtigen Sie sowohl akademische als auch nicht-akademische Bereiche, um eine ausgewogene Mischung zu bieten.

K.S.: *Da zeigt sich doch eine gewisse Redundanz zu den Punkten 1 und 2. Und was genau soll ein „akademischer Bereich“ sein.*

4 Kreatives Design: Gestalten Sie Ihre Zeitschrift ansprechend und benutzerfreundlich. Verwenden Sie ein attraktives Layout, ansprechende Bilder und eine klare Struktur, um das Lesevergnügen zu steigern.

K.S.: *Auch klar, kann man nicht oft genug wiederholen. Vor allem sollte die Gestaltung die Leserinnen und Leser nicht vom Lesen abhalten, sondern sie in die jeweiligen Texte reinziehen.*

5 Förderung der Partizipation: Ermutigen Sie Studierende dazu, eigene Beiträge einzureichen. Dies fördert die Beteiligung und ermöglicht es Ihnen, verschiedene Perspektiven einzubeziehen.

K.S.: *Gut, davon leben die Studierendenzeitschriften in der Regel, ist also auch so selbstverständlich wie auch häufig mühsam.*

6 Aktive Verbreitung: Nutzen Sie verschiedene Kanäle, um Ihre Zeitschrift zu bewerben. Veröffentlichen Sie online, nutzen Sie soziale Medien und informieren Sie die Studierendenschaft über Veranstaltungen oder Veröffentlichungen.

K.S.: *Ja, klar.*

7 Feedback einholen: Bitten Sie Ihre Leser regelmäßig um Feedback, um zu erfahren, was ihnen gefällt und was verbessert werden kann. Nehmen Sie konstruktive Kritik ernst und setzen Sie Verbesserungsvorschläge um.

K.S.: *Dazu gehören auch externe Blattkritiken und Leseranalysen.*

8 Zusammenarbeit mit anderen: Suchen Sie nach Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Studierendenzeitschriften oder Organisationen, um Ihr Netzwerk zu erweitern und neue Leser zu gewinnen.

K.S.: *Pro Campus-Presse ist da eine ideale Plattform für, nutzt sie. Und gebt uns gerne Tipps, wie wir sie für Euch attraktiver machen können.*



Ich hoffe, diese Tipps helfen Ihnen dabei, Ihre Studierendenzeitschrift erfolgreich zu machen. Viel Erfolg!



Irgendwie ist der KI Roboter doch sogar auch noch nett und motivierend.

Aber ganz ehrlich: Die Tipps unserer Jurymitglieder sind viel interessanter, lebendiger, individueller und weniger abgedroschen. Eigentlich doch ganz erfreulich.



Katharina Skibowski, Chefredaktion Medienhaus Rommerskirchen

Initiative Pro Campus-Presse
Nadine Schmitz
Medienhaus Rommerskirchen GmbH
Mainzer Str. 16-18
53424 Remagen-Rolandseck

• Anmeldung zum Pro Campus-Presse Award 2023 •

Hiermit meldet sich die Pro Campus-Presse Mitgliedsredaktion _____
zum Wettbewerb Pro Campus-Presse Award 2023 an.

- Anbei legen wir vorerst zwei Ausgaben unserer Wunschpublikation und senden parallel dazu das PDF.
- Unsere Wunschausgabe erschien nicht in gedruckter Form, wir senden also das PDF und legen zwei Ausdrücke diesem Schreiben bei.

Sollte die Publikation in die Vorauswahl kommen, werden wir weitere 14 Exemplare beziehungsweise Ausdrücke zur Beurteilung durch die Jury senden.

Ebenfalls anbei senden wir eine aktuelle Immatrikulationsbescheinigung der/des redaktionell verantwortlichen Studierenden.

Name der Publikation: _____

Auflage: _____

Ausgabennummer / Erscheinungsjahr: _____

Hochschule: _____

Redaktionell verantwortliche/r Studierende/r: _____

Kontaktadresse der Redaktion: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Ort, Datum

Unterschrift

Solltet Ihr aus produktionstechnischen Gründen Eure Bewerbungsexemplare nur wenige Tage nach dem Einsendeschluss schicken können, wendet Euch bitte an procampuspresse@rommerskirchen.com.



VOGELS KLIMACHECK:

WER HAT DEN UMWELTFREUNDLICHSTEN FUHRPARK DER BRANCHE?

„Post und DHL – mit Abstand. Mit über 40.000 Elektrotransportern, E-Trikes und E-Bikes ist über die Hälfte der deutschen Zustellflotte emissionsfrei. Außerdem versenden die mit GoGreen schon seit 12 Jahren unsere privaten Pakete und seit letztem Jahr auch alle Briefe in Deutschland durch Klimaschutzinvestitionen komplett CO₂-neutral. **Läuft.**“

GELB IST GRÜN.

Selber checken auf: [VogelCheckt.de](https://www.vogelcheckt.de)

Deutsche Post 

