

# Pro Campus-Presse.

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

Ein Themenservice von MLP und dem Medienfachverlag Rommerskirchen

Mai 2006

## Fußball-WM

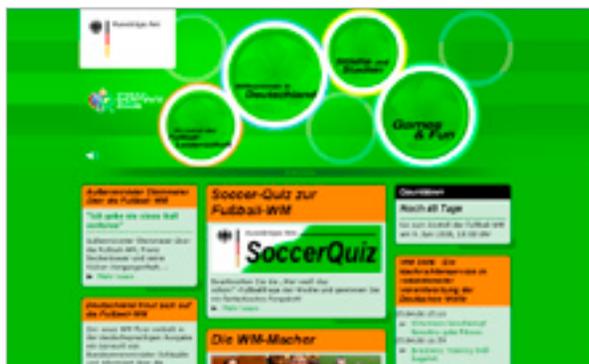
# Einig Kickerland

Ein Spiel dauert 90 Minuten, eine Weltmeisterschaft vier Wochen. Und der Medienhype drum herum? Der hat Deutschland schon seit Monaten erfasst: Kaum eine Werbung kommt ohne Nationalspieler aus, das Fernsehen sendet abendfüllende WM-Shows, und am Kiosk versuchen neue Fußballhefte wie *Rund* und *Player*, sich neben den etablierten Titeln *Sport Bild*, *Kicker* und *11 Freunde* zu behaupten. Auch studentische Medien sollten sich das Event des Jahres nicht entgehen lassen. Eines der

einfachsten, aber effektivsten Mittel der Berichterstattung ist es beispielsweise, eine Tabelle zu veröffentlichen, in die die Leser Ergebnisse und Punktestände eintragen können. Falls die Hochschule sich in einer der Austragungsstädte oder in der Nähe eines Mannschaftsquartiers befindet, bieten sich auch Berichte (beispielsweise vom öffentlichen Training), Interviews und Umfragen an.

**Beliebte Anfeuerung** Eine Fundgrube für WM-Hintergrundinfos ist das Internet. Auf der offiziellen Seite <http://fifaworld-cup.yahoo.com> gibt es Wissenswertes über Stadien und Spielorte, Organisation und Geschichte des Worldcups. Weniger harte Fakten, dafür viel Deutschlandwerbung, Links zu den WM-Städten und Skurrilitäten wie den Fußball-Sprachkurs für Anfänger („Steht auf, wir wollen Euch kämpfen sehen: Beliebte Anfeuerung der deutschen Fans an ihr Team“, mit Audiodatei!) findet man auf <http://wm2006.deutschland.de>, einer Webseite der Bundesregierung. Das Auswärtige Amt steuert Meldungen, Grußworte und Rankings unter der Adresse [www.socceringermany.info](http://www.socceringermany.info) bei. Einen Besuch lohnen auch Websites wie [www.sport1.de](http://www.sport1.de), <http://wm2006.sportbild.de> und das WM-Special auf [www.kicker.de](http://www.kicker.de).

**Themenvielfalt** Eigens zur Weltmeisterschaft ins Leben gerufen wurde die Standortinitiative „Land der Ideen“. Dahinter stecken die Bundesregierung und Vertreter der deutschen Wirtschaft. Unter <http://medienservice.land-der-ideen.de> erhalten akkreditierte Journalisten Zugriff auf rund 1.000 Beiträge inklusive Bildmaterial. Dort stößt man auch auf Themen, die nichts mit Fußball zu tun haben. In der Kategorie „Ort des Tages“ wird beispielsweise das Organisationsforum Wirtschaftskongress vorgestellt. Eine seiner Tochtergesellschaften, die Oscar GmbH, ist heute Europas umsatzstärkste studentische Unternehmensberatung. ● avg



**www.socceringermany.info:** Auch das Auswärtige Amt steuert ein Onlineangebot zur bevorstehenden WM bei.

effektivsten Mittel der Berichterstattung ist es beispielsweise, eine Tabelle zu veröffentlichen, in die die Leser Ergebnisse und Punktestände eintragen können. Falls die Hochschule sich in einer der Austragungsstädte oder in der Nähe eines Mannschaftsquartiers befindet, bieten sich auch Berichte (beispielsweise vom öffentlichen Training), Interviews und Umfragen an.

**Beliebte Anfeuerung** Eine Fundgrube für WM-Hintergrundinfos ist das Internet. Auf der offiziellen Seite <http://fifaworld-cup.yahoo.com>

## FACT-CHECKING

### Drum prüfe, wer veröffentlicht

Fehler schleichen sich auch in den besten Texten ein – je stressiger die Schreibphase, desto größer ist die Anfälligkeit für kleine und größere Schlapereien. Und ehe man sich's versieht, steht ein dicker Klops im Artikel. Wie vermeidet man solche Schnitzer? Nicht jede Redaktion ist in der glücklichen Lage wie *Spiegel*, *Focus*, *Stern* und ein paar wenige andere Medien, sich eigene Kontrollabteilungen leisten zu können.

Doch auch mit weniger Manpower lassen sich Fehler und Ungenauigkeiten aufspüren. Zuerst ist es wichtig, einen Duden oder ein Rechtschreibprogramm zu nutzen, um direkt beim Schreiben die Orthografie überprüfen zu können. Zudem sollte der Verfasser die Schreibweise aller im Text aufgeführten Namen noch mal checken. Bei der Vermittlung von Fakten ist es wichtig, immer wieder zu hinterfragen: Ist diese



Information stimmig? Aus welcher Quelle stammt sie? Für wie glaubwürdig erachte ich die Quelle? Im Zweifelsfall gilt: Lieber zum Telefonhörer greifen und direkt nachfragen, zumindest aber eine zweite, von der ersten unabhängige Quelle suchen, die die Information bestätigt. Vor der Veröffentlichung sollte schließlich noch das Vier-Augen-Prinzip greifen. Es besagt, dass mindestens ein anderes Redaktionsmitglied das Manuskript des Autors kritisch gegenliest.

Weitere Infos gibt es auf der Internetseite der Journalistenvereinigung Wissenschaftspressekonferenz [www.wpk.org](http://www.wpk.org). Dort beschäftigt sich Ausgabe 1/06 des vierteljährlich erscheinenden Magazins *Quarterly* ausführlich mit dem Thema Fact-Checking (herunterladbar als PDF).

## UNI-MAGAZIN

### Ein Heft mit Krone

Nur an Frauen richtet sich *Uniqueen*, das neue Magazin des Unicum-Verlags. Zweimal im Jahr soll es bundesweit die weibliche Studentenschaft mit eigens auf sie zugeschnittenem Lektürestoff versorgen. Die erste Ausgabe wird dieser Tage unter die potenziellen Leserinnen gebracht – als Teil der mit Produktproben gefüllten „Unicum Wundertüten“.



Wie eine Wundertüte liest sich auch das Redaktionskonzept: Mode, Kosmetik und Lifestyle spielen ebenso eine Rolle wie Politik und Karriere. Dazu kommen Reportagen aus dem Alltags- und Liebesleben der Studentinnen. Das mindestens 32 Seiten starke Heft soll sich über Anzeigen finanzieren und wird kostenlos an den Hochschulen verteilt. Die Auflage liegt bei 125.000 Exemplaren.



## DATENBANK

### 23.000 honorarfreie Fotos

Fotos sind das Salz in der Suppe der Berichterstattung. Doch gute Pressebilder sind rar, wenn das Budget knapp ist. Und das ist bei den allermeisten Hochschulredaktionen der Fall. Umso willkommener dürfte die Bilddatenbank des Originalbildservices sein, den die dpa-Tochter news aktuell auf der Internetplattform [www.presseportal.de/obs](http://www.presseportal.de/obs) anbietet. Nach einem Ausbau der Datenbank



finden sich dort zurzeit rund 23.000 Bilder – von Pressestellen und PR-Agenturen honorarfrei zur Verfügung gestellt.

Ob das Labor einer Chemiefirma, Filmstar Nicole Kidman oder Landschaftsaufnahmen – die Palette der Bilder ist breit. Gefunden werden können sie mittels Volltext-, Branchen- oder Firmensuche. Außerdem hat obs neue Funktionen wie eine Slideshow, Lupe und Info-Rollover in sein Angebot integriert.

### Impressum

Herausgeber:  
MLP und Medienfachverlag Rommerskirchen

Redaktion:  
Katharina Skibowski (V.i.S.d.P.), Thomas Breiding, Michaela Paus,  
Anna von Garmissen, Marc Ribbrock, Matthias Daniel  
Tel.: 02228/931-150, Fax: 02228/931-137,  
[insight@rommerskirchen.com](mailto:insight@rommerskirchen.com), [www.rommerskirchen.com](http://www.rommerskirchen.com)

Medienfachverlag Rommerskirchen, Mainzer Straße 16-18,  
53424 Remagen-Rolandseck

MLP Finanzdienstleistungen AG, Thomas Breiding,  
Forum 7, 69126 Heidelberg,  
Tel.: 06221/308-2193, Fax: 06221/308-1131,  
[kontakt@procampuspresse.de](mailto:kontakt@procampuspresse.de), [www.procampuspresse.de](http://www.procampuspresse.de)

## MLP CAMPUS-PRESSE AWARD 2006

### Trier gewinnt

Der Wettbewerb um den MLP Campus-Presse Award 2006 ist entschieden: Das Rennen um die Auszeichnung für die beste deutschsprachige Studentenzeitung hat in diesem Jahr die *Neue Universal* von der Universität Trier gemacht. Die Jury lobte die Redaktion vor allem für die Vielfalt journalistischer Darstellungsformen, die klare redaktionelle Struktur, den hohen Nutzwert und die durchdachte Leserführung. Den zweiten Platz belegt *ruprecht* von der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg vor *Polykum* von der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich.

In die Top Ten schafften es außerdem *eigenart* von der Berliner Universität der Künste, der Vorjahreszweite *InDopendent* von Journalistikstudenten der Universität Dortmund, *der mannheimer* aus der Universität Mannheim, *Ottfried* aus Bamberg, *prisma* von der Universität St. Gallen, *student* aus Leipzig und *Work Out* aus Berlin. Einen Sonderpreis erhält das Magazin *gelb* von der Universität der Künste in Berlin. Insgesamt beteiligten sich 33 studentische Redaktionen am diesjährigen Wettbewerb.

Beeindruckt zeigten sich die Juroren von der Qualitätsdichte an der Spitze des Feldes. „Es ist der Jury nicht leicht gefallen, die ersten drei unter den besten Zehn auszu-

wählen“, so Michael Pfister, Leiter der MLP-Kommunikation. Bewertet wurden die Kriterien Textqualität, journalistische Darstellungsformen, Struktur, Layout und Nutzwert.

Eingebettet in das zweite Kommunikationsforum für Hochschuljournalisten werden die Preise voraussichtlich Ende des laufenden Sommersemesters in Berlin verliehen. Die Siegerredaktion der *Neuen Universale* erhält einen voll ausgestatteten Computer sowie einen Juryplatz für den MLP Campus-Presse Award 2007. *ruprecht* und *Polykum* gewinnen je eine Hospitanz bei einer überregionalen Zeitung.

Ausgelobt wird der MLP Campus-Presse Award von der Initiative Pro Campus-Presse, der inzwischen 82 Redaktionen angehören. Initiatoren sind der Finanzdienstleister MLP und der Medienfachverlag Rommerskirchen.

Die Jury besteht in diesem Jahr aus Gabriele Fischer, Chefredakteurin von *brand eins*, Per Hinrichs vom *Spiegel*, *Welt-am-Sonntag*-Chefredakteur Christoph Keese, Iris Kläßen von der Arbeitsgemeinschaft der Hochschulpressesprecher, MLP-Kommunikationsleiter Michael Pfister, dem stellvertretenden Chefredakteur der *Financial Times Deutschland* Ulf Schlüter, Katharina Skibowski, Chefredakteurin des Medienmagazins *Insight*, Emanuel Viebahn vom Vorjahressieger *UnAufgefordert* und Journalistik-Professor Siegfried Weischenberg von der Universität Hamburg.

## ORTHOGRAFIE

### Ausgelassen

„Wetten, dass ..?“ ist die wohl beliebteste Samstagabendsendung im deutschen Fernsehen. Doch streng genommen müsste der Titel der Show anders geschrieben werden. Wetten, dass ... ? Will man einen Teil eines Worts oder gleich mehrere Wörter auslassen, gebraucht man drei Auslassungspunkte. Daran ändert auch das Fragezeichen am Ende des Satzes nichts. Das bleibt ebenso wie ein Ausrufezeichen erhalten: „Das ist ja eine schöne ...!“ Anders verhält es sich mit Punkt und Komma, die werden nach den Auslassungspunkten nicht mehr gesetzt: „Und wenn sie nicht gestorben sind ...“

In punkto Orthographie macht es übrigens auch einen Unterschied, ob man nur einen Teil eines Satzes oder eines Wortes weglässt. Ersetzen die Punkte nur einen Wortteil, werden sie direkt an den Rumpf des Wortes gesetzt (Verd...!). Stehen die Punkte hingegen für ein oder mehrere Wörter, bleibt der normale Wortzwischenraum erhalten.

## UNIRADIO

### Aachener Akzente

Die Hochschulradiolandschaft in Nordrhein-Westfalen ist um ein Campusradio reicher. Aachen ist inzwischen der zehnte Unistandort, an dem Studenten ihre eigenen Sendungen über den Äther schicken. Seit dem 3. Mai senden die Radiomacher von FH, RWH und der katholischen Fachhochschule täglich drei bis acht Stunden live. In der restlichen Zeit ist Musik auf der Frequenz 99,1 MHz zu hören. Erst Anfang des Sommersemesters 2006 hatte die Landesanstalt für Medien NRW die Lizenz erteilt – nach viereinhalb Jahren Vorbereitungszeit.

Auflagen gibt es einige: „Wir müssen studentisches Programm liefern, objektiv berichten und dürfen keine Werbung schalten“, sagt Benjamin Lüttgen, Pressesprecher des Hochschulfunks. Dennoch soll Platz sein, auch musikalische Akzente zu setzen, wie die Campusfunker auf ihrer Homepage schreiben. Die Aachener Studenten finanzieren das Radio selbst. „50 Cent jedes Semesterbeitrags fließen an uns“, so Lüttgen. Die technischen Geräte gehören dem AStA. Der Studentenausschuss hat 50.000 Euro zu deren Anschaffung angelegt.

[www.hochschulradio-aachen.de](http://www.hochschulradio-aachen.de)

## MLP-THEMENSERVICE

### Hingucker für Zuhörer

Schier unerträgliche und ermüdende Vorlesungen gibt es zuhauf. Manchmal sind es die Professoren selbst, die Beispiele dafür liefern: Per Powerpoint-Präsentation oder – noch ganz „klassisch“ per Overhead-Projektor – werfen sie den Inhalt eng beschriebener Din-A-4-Seiten an die Wand. Die Buchstaben sind so klein, dass sie ab der dritten Reihe nur noch mit Mühe entziffert werden können. Optische Gliederung? Fehlzanzeige! Das fällt aber ohnehin kaum auf, weil der Schnellsprecher am Vortragspult die Folien genauso rasant wechselt, wie er durch sein Manuskript jagt. Da verliert selbst der interessierteste Zuhörer den Faden – und denkt sich: „Bei meinem Referat mach ich's besser.“

**Keep it short and simple** Tatsächlich haben viele Präsentationen – sowohl an der Hochschule als auch im Berufsleben – den Fehler, dass sie überladen wirken und oft auch sind. Ein Grund dafür ist, dass die Referenten möglichst viele Informationen vermitteln möchten. Zudem verwechseln sie die Folien mit einem Manuskript und lesen dann ihren Vortrag quasi wörtlich von der Wand ab, während die Zuhörer im Stillen mitlesen und wahrscheinlich schon bald anfangen, sich zu langweilen. Denn eigentlich sollen Folien oder Charts den Vortrag ergänzen und visualisieren, aber nicht ersetzen.

Besser ist es deshalb, dem Motto „Keep it short and simple“ zu folgen und zu jedem Sinnabschnitt des Vortrags eine Folie mit den wichtigsten Stichpunkten oder Kernaussagen anzufertigen. Für die Zuhörer ist es leichter, der – möglichst freien – Rede zu folgen, wenn am Anfang eine Gliederung den Ablauf und die Themen des Referats transparent macht. Die Charts sollten nummeriert und jeweils mit einer Überschrift versehen sein (zum Beispiel: Ausgangsthese, Versuchsanordnung, Ergebnisse, etc.). Abkürzungen, Fachchinesisch und allzu viele Fremdwörter sind tabu. Auf den Charts müssen Blöcke, also Sinn- und Sacheinheiten erkennbar sein. Soweit es möglich ist, sollten Grafiken oder Diagramme das Gesagte veranschaulichen. Denn Bilder verstärken als „Hingucker“ die Aufmerksamkeit der Zuhörer und machen komplizierte Vorgänge leichter nachvollziehbar. Wer Schwierigkeiten hat, mit dem Präsentationsprogramm Bilder in die Textdateien zu bauen, schaltet ganzseitige Dar-



**Präsentationen mit Overhead-Projektor wirken oft überladen – viele Studenten können ein Lied davon singen.**

stellungen zwischen die einzelnen Textfolien und macht den Vortrag dadurch lebendiger.

Allerdings kann man es mit der Abwechslung auch übertreiben. Ein unruhiges, uneinheitliches Layout verwirrt. Auch bei der Schrift sollte man sich für eine einzige Art entscheiden: Arial und Times New Roman sind für Präsentationen am besten geeignet. Die optimale Schriftgröße liegt bei 20 Punkt, ist natürlich aber auch von der Größe des Vortragsraums abhängig. Punkte und bunte Hervorhebungen dienen zusätzlich der optischen Gliederung. Eine Besonderheit für Referenten, die mit farbigen Bildbeispielen arbeiten: Ein getönter Folienhintergrund unterstreicht die Wirkung der Farben.

Die beste Präsentation verfehlt ihr Publikum, wenn sie zu schnell abgespult wird und die Charts im Minutentakt wechseln. Deshalb gilt auch hier: aufs Wesentliche reduzieren. Und natürlich sollte auch der Vortrag selbst nicht abgehetzt und fahrig wirken. Wer langsam und verständlich spricht, gezielt Pausen setzt und Lautstärke und Betonungen variiert, wirkt souveräner und kompetenter. Empfehlungen, wie das Präsentieren gelingt, gibt es in Form einschlägiger Literatur. Das praktische Training dazu wird in Geschäftsstellen von MLP Studierenden kostenlos angeboten.

### Förderung für Mediziner

35 Hochschulstandorte mit Medizinfakultäten gibt es in Deutschland. 35 ist auch die Anzahl der Stipendien, die der Finanzdienstleister MLP von nun an jedes Semester verlost.

Für die Förderung, die jeweils 1.000 Euro beträgt, können sich Medizinstudenten bewerben, die eine internationale Famulatur oder ein Praktisches Jahr im Ausland absolvieren. Denn MLP will mit dieser „Finanzspritze“ angehende Mediziner dazu ermutigen, internationale Erfahrungen zu sammeln.

Das Programm mit dem Titel „MLP Medi-Chance“ hat mit dem neuen Sommersemester begonnen. Teilnehmen können alle Studierenden der Human- oder Zahnmedizin, die an einer Hochschule in Deutschland eingeschrieben sind und in einem klinischen Semester studieren. Sie müssen ihr Physikum also schon absolviert haben.

Alle notwendigen Unterlagen für die Verlosung sind im Internet zu finden – auf den Seiten [www.mlp-medi-chance.de](http://www.mlp-medi-chance.de) beziehungsweise [www.mlp.de](http://www.mlp.de). Interessenten können sich aber auch an die auf Mediziner spezialisierten MLP-Geschäftsstellen an ihren jeweiligen Hochschulstandorten wenden. Teilnahmechluss für die Ausschreibung im laufenden Sommersemester ist der 31. Mai. Die Gewinner werden am Ende der Vorlesungszeit am jeweiligen Hochschulstandort ausgelost und persönlich benachrichtigt.