

# Journalistische Visitenkarten für den Berufseinstieg

Studierende in Bayern produzieren mit Herzblut eigene Zeitungen und Zeitschriften

Von Anette Kolb

Studierende lesen heute digital oder gar nicht, so die herrschende Meinung. Doch die Motivation, selbst Blattmacher zu sein, haben sie nicht verloren – im Gegenteil. Ein Blick auf „Unimagazine“ mit hohen Ansprüchen in Sachen journalistische Qualität wie Layout.

Franziska Stolz und Thilo Schröder sind Chefredakteure beim Münchner Studierendenmagazin *Philtrat* ([philtrat-muenchen.de](http://philtrat-muenchen.de)), das seit 2005 einmal pro Semester erscheint. Sie machen die Erfahrung, dass die meisten Autoren zwei bis drei Semester an der Zeitschrift mitwirken. Chefredaktion, Redaktion, Texte, Fotos, Gestaltung, Anzeigenakquise und Marketing: *Philtrat* entsteht, wie viele andere Unimagazine auch, vollständig in Eigenregie der Studierenden und ehrenamtlich.

Rubriken zu Unialltag, studentischem Leben oder dem Studienort haben ihren Platz in Unimagazinen. Prägend sind jedoch oft Themenschwerpunkte, die über den Tellerrand des Hochschulkosmos hinausblicken – sie widmen sich zum Beispiel Helden oder Klischees. Hochschulpolitik spielt meist keine hervorgehobene Rolle. Kristina Kobl, Online-Chefredakteurin der Zeitschrift *Ottfried* ([www.ottfried.de](http://www.ottfried.de)) an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, merkt aber an, es sei der Redaktion „ein Anliegen, Konflikte mit der Universität aufzugreifen und darüber zu informieren, wenn es Probleme gibt. Da wir unabhängig von der Universität sind, nehmen wir auch mal kritische Positionen ein.“

Hochprofessionell geht es bei *Einsteins* ([einsteins.ku.de/2018](http://einsteins.ku.de/2018)) zu, Zeitschrift, Website und TV-Magazin sind ein crossmediales Projekt des Bachelor-Studiengangs Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, das die Studierenden des 4. Semesters jedes Jahr realisieren. Für ihr Projekt gewannen



Redaktionsteams vieler Unimagazine arbeiten professionell. Im Bild einige Beispiele aus Bayern.

Collage: Anette Kolb

sie 2013 den European Newspaper Award. Dozierende wählen das Oberthema aus, „coachen“, wie die Herausgeberin der *Einsteins*, Professorin Friederike Herrmann, sagt, und beraten zum Beispiel zu Fragen des Presserechts. Aber auch hier organisieren die Studierenden sich selbst, besetzen alle redaktionellen Posten, bilden Reporter-Teams und produzieren selbständig.

*Einsteins* ist inhaltlich kein Unimagazin, 2018 stand das Thema Protest im Mittelpunkt. Dafür sprachen die Reporter-Teams mit einem Reichsbürger, Studierenden in Moskau oder beschäftigten sich mit dem „Erbe der 68er“. Für die Journalistik-Studierenden in Eichstätt ist die jährliche *Einsteins*-Ausgabe eine journalistische Visitenkarte: Exemplare werden an rund 500 Medienschaffende, Redaktionen deutscher Verlagshäuser und Studiengänge anderer Universitäten und Hochschulen verschickt.

Studentenzeitungen und -magazine finden ihre Leserschaft vor allem innerhalb der Hochschule. Die Studenten der Medienproduktion und Medientechnik an der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden (OTH) setzen dabei auf originelles Marketing. Am Hauptgebäude der OTH stellen sie für ei-

nige Wochen einen Container zum Lesen und Entspannen auf, vor Weihnachten laden sie zum „Schmitzkindlmarkt“, für den sie auch Video-Trailer produzieren. Um ihr Magazin *Schmitz* ([schmitz.oth-aw.de](http://schmitz.oth-aw.de)) in Amberg bekannt zu machen, öffneten sie im vergangenen Frühjahr für zehn Tage einen Pop-up-Store in der Stadt, wo Besucher auch Lesungen und Poetry-Slams hören konnten. *Schmitz* hat jedes Jahr eine Farbe zum Thema, auf die der Inhalt abgestimmt ist.

Anfangs hätten so manche der eingereichten Exemplare die Aufmachung einer Schülerzeitung gehabt. Was Layout und Textqualität betrifft, seien die Studentemagazine deutlich professioneller geworden, sagt Katharina Skibowski, verantwortlich für den Pro Campus Presse Award ([www.initiative-procampuspresse.com](http://www.initiative-procampuspresse.com)). Der Preis für die beste deutschsprachige Studierendenzeitschrift wird seit 2005 jährlich vergeben. *Ottfried* und *Philtrat* haben ihn schon gewonnen.

## Bruch mit traditionellen Formen

Die Studierenden des 6. Semesters im Ausbildungsgang Modejournalismus / Medienkommunikation, künftig der Bachelor-Studiengang Fashion Journalism and Communication an der AMD Modeakademie in München, haben 2018 in ihrer zehnten Ausgabe *Mo:de* ([www.modezehn.com](http://www.modezehn.com)) mit dem Format Zeitung experimentiert. Im Juli lag es deutschlandweit der *Süddeutschen Zeitung* bei, in einer Auflage von 200 000 Exemplaren. Die zukünftigen Modejournalisten, die sich gleichermaßen für Text, Bild und Gestaltung interessieren und Mode als Kulturgut in den Mittelpunkt rücken möchten, wollten mit ihrem überdimensionierten Format zeigen: Zeitung kann eine Zukunft haben. Vielleicht müsse man dazu mit traditionellen Formen brechen.