

Univ.-Prof. Dr. Stefan Karner, Leiter des Medienlehrgangs an der Uni Graz,
über die Bedeutung und Inhalte der vielfältigen Ausbildung



Foto: BIK/Schwarzl

Seine Leidenschaft für die Medienarbeit mit den Studierenden zu teilen ist Stefan Karner ein besonderes Anliegen.

Herr Prof. Karner, der viersemestrige Medienlehrgang der Karl-Franzens-Universität Graz erfährt bereits seine 17. Auflage. Sie leiten ihn seit 2004. Was ist für Sie das Besondere an diesem Kurs?

Ich habe den Lehrgang von Hermann Baltl und Gerald Schöpfer übernommen. Das Besondere sind seine TeilnehmerInnen: Studierende und AbsolventInnen, die eine Zusatzqualifikation wollen, im Beruf stehende junge JournalistInnen, PressereferentInnen und ÖffentlichkeitsarbeiterInnen. Eine bunte, spannende Mischung aus neuen Hungrigen und Erfahreneren. Das ist einzigartig in Österreich. In den letzten 35 Jahren sind daraus viele Netzwerke entstanden.

Welche gesellschaftspolitische Relevanz schreiben Sie dem Lehrgang als universitäre Fortbildungsmöglichkeit zu?

Eine sehr große. Viele AbsolventInnen haben tolle Karrieren hingelegt, sind österreichweit bekannt geworden. Als JournalistInnen, BüroleiterInnen oder PressereferentInnen. Zuletzt etwa Claudia Reiterer.

Das Erststudium, zum Beispiel Jus, BWL oder Geschichte, oder gar keines, ist oft gar nicht mehr so wichtig. Bei uns lehren Spitzenleute der Medienbranche wie Ingrid Thurnher, Rudolf Bretschneider, Christoph Biró, Günther Kogler, Johanna Rachinger, Dieter Bornemann, Hans Putzer, Peter Fritz, Günther Encic oder im Fach Medienrecht Martin Piaty. Wir bilden MeinungsbildnerInnen von heute und morgen auf universitärer Basis aus, verbinden Uni mit Öffentlichkeit und Öffentlichkeit mit Universität. In dieser Art sind wir singulär in Österreich. Wir haben alle zwei Jahre eine Aufnahmeprüfung – die nächste wird im Frühjahr 2011 sein – und verlangen geringe Studiengebühren.

Welche Schlüsselqualifikationen werden im Lehrgang vermittelt?

Allgemeinbildung in Politik und Zeitgeschichte, das journalistische Handwerk, Hintergrundwissen zum Medienwesen, speziell in Österreich, sehr viel Praxis in Film, Funk und TV. Neuerdings natürlich auch im Internet. Medienrecht, Wirtschaft, Werbung, Sprachen – Spezial-Englisch, Russisch. Alle TeilnehmerInnen verfassen am Ende des Lehrgangs eine Diplomarbeit, sei es schriftlich, als Radio-Beitrag oder als TV-Sendung.

Was motiviert Sie persönlich zur Leitung des Lehrgangs?

Erstens habe ich mit Herta Moser eine exzellente, erfahrene Referentin zur Seite. Zweitens mache ich es gerne, weil ich zu den Medien einen beruflichen und einen emotionalen, persönlichen Bezug habe. In meiner Jugend versuchte ich mich selbst – neben dem Studium – als Print-Journalist und Reporter in Kärnten und der Steiermark. Viele Freundschaften sind mir aus dieser Zeit geblieben und die Neugierde nach interessanten Stoffen, nach Themen. Das versuche ich gerne weiterzugeben. Es ist eine Freude, mit den TeilnehmerInnen zu arbeiten. Weil sie sich intensiv weiterbilden wollen, weil sie hungrig sind und weil sie wissen, dass es sich später lohnt.

Interview:

Yvonne Bernhard und Katharina Pferzinger

EDITORIAL	3
VON DER UNIVERSITÄT ZU RAIFFEISEN	
Absolvent Markus Simmerstatter	3
FÜR DAS LEBEN LERNEN WIR!	
Wolfgang Erlitz über Schule und Medien	4
MACHEN MEDIEN MEINUNG?	
GrazerInnen geben Antwort	4
ZWISCHEN SCHAUMBAD UND INFORMATION	
Christoph Biró und Alexandra Förderl-Schmid zur Verantwortung der Medien	5
VON DER GEBURT EINER TAGESZEITUNG	
Exkursion ins Mediaprint-Druckzentrum	6
LASST EUCH NICHTS VORMACHEN!	
Wolf Schneider ist 85	7
MEDIENHORROR	
oder der Weg zum Erfolg	8

IMPRESSUM

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:
Karl-Franzens-Universität Graz
Universitätsplatz 3, A-8010 Graz
Telefon: ++43 (0)316/380-1019
Fax: ++43 (0)316/380-9039
E-Mail: communication@uni-graz.at
www.uni-graz.at/unizeit
www.uni-graz.at/lmkwww

SCHREIBzeug wurde als Beilage der UNIZEIT von Studierenden des Medienlehrgangs der Karl-Franzens-Universität Graz im Rahmen des Wahlfachs „Magazinproduktion“ unter der Leitung von Mag. Gudrun Pichler gestaltet.

Redaktion:
Lisa Aeberli, Yvonne Bernhard, Elena Fruhmann, Valerie Gasparics, Norbert K. Gussmack, Emanuel Kaspar, Irene Meinitzer, Katharina Pferzinger, Martina Preiner, Katharina Prügger, Michael Radspieler, Carmen Reiterer, Thomas Resch, Katrin Ruckenstein, Silke Valtan

Alle Fotos, wenn nicht anders angegeben:
Medienlehrgang
Cover-Montage: Oana Stoica – Fotolia.com / Roman Klug

Design, Grafik & Layout: Roman Klug,
Karl-Franzens-Universität Graz

Erscheinungstermin: Juni 2010

Rechtliche Hinweise:

Nachdruck unter Quellenangabe erlaubt.
Namentlich gezeichnete Artikel geben immer die Meinung der Autorin oder des Autors wieder und müssen mit der Auffassung der Redaktion nicht identisch sein.

EDITORIAL

Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen, befand der griechische Denker Aristoteles. Wohl wahr. Etliche unter den TeilnehmerInnen an diesem 17. Medienlehrgang träumen von der großen JournalistInnenkarriere. Dass der Weg dorthin mit Mühe gepflastert ist, ist ihnen durchaus bewusst. Nur – wie oder wo einsteigen? Genau dafür wurde der Lehrgang geschaffen. Er soll nicht nur Wissen und Fertigkeiten vermitteln oder Türen öffnen, sondern auch dazu beitragen, abzuklären, ob die Medien überhaupt das sind, wo man hin möchte. Auch das kann nämlich wiederum ein Anfang – von etwas Neuem – sein.

So ist diese UNIZEIT-Beilage als Anfang zu sehen. Junge Menschen können sich, zu meist zum ersten Mal, darin beweisen, zu recherchieren, zu interviewen, zu schreiben. Und wer weiß – für einige war es vielleicht tatsächlich das, wozu man oft erst Mut braucht, sich überwinden muss: der Beginn einer ganzen Laufbahn.

*Irene Meinitzer
im Namen der gesamten Redaktion*

Nachdem die Vorlesung „Magazinproduktion“ im Wintersemester 2009/10 allen Studierenden des Medienlehrgangs einen Einblick in die Herstellung einer Zeitschrift gegeben hatte, bot das gleichnamige Wahlfach nun 15 Leuten Gelegenheit, ihr Wissen in die Praxis umzusetzen. In gemeinsamer Arbeit entstand dabei „SCHREIBZEUG“, gewissermaßen als Übung für den „Ernstfall“ und als Rüstzeug, das den Start in die Welt der Printmedien erleichtern soll.

Von der inhaltlichen Planung und Erstellung eines Seitenspiegels über selbstständige Recherchen, Interviews und das Verfassen der Beiträge bis hin zur Arbeit im Layout war das Redaktionsteam in den Entstehungsprozess eingebunden. Tatkräftig unterstützt wurden wir dabei von Roman Klug, Leiter des Bereichs Grafik & Layout an der Uni Graz, der nicht nur für die Gestaltung des „SCHREIBZEUG“ verantwortlich zeichnet, sondern uns auch im Rahmen der Lehrveranstaltung mit seinem Know-how und seinen Ideen zur Seite stand.

*Gudrun Pichler
Leitung der Übung „Magazinproduktion“*

VON DER UNIVERSITÄT ZU RAIFFEISEN

Für Markus Simmerstatter war der Medienlehrgang der Uni Graz das Sprungbrett zu einer erfolgreichen Karriere. Heute ist der Absolvent der Geschichte und Kunstgeschichte Pressesprecher der Raiffeisen Landesbank Steiermark.

Eigentlich zog es den gebürtigen Kärntner Mag. Markus Simmerstatter nur mit einem Ziel von Klagenfurt nach Graz: Er wollte in der steirischen Landeshauptstadt Jus studieren. Doch die Rechtswissenschaften entwickelten sich nie zu seiner Passion und somit wechselte er zu den Fächern Kunstgeschichte und Geschichte, welche er auch im Jahre 1996 erfolgreich abschloss.

SPRUNG IN DIE MEDIENLANDSCHAFT

Zu dieser Zeit hatte Simmerstatter aber schon eine für sein weiteres Leben grundlegende Ausbildung an der Karl-Franzens-Universität Graz begonnen: den „Medienkundlichen Lehrgang“, wie er damals hieß. Dieser Kurs, den er 1997 abschloss, öffnete ihm die Türen in die weite österreichische Medienlandschaft und zu Praktika beim ORF Steiermark und Kärnten sowie bei der Antenne Steiermark. Nachdem Simmerstatter drei Monate bei der Kleinen Zeitung beschäftigt war, fand er schließlich im Oktober 2000 seine jetzige Arbeitgeberin: die Raiffeisen Landesbank Steiermark.

KONTAKTFREUDIG UND OFFEN

Bei seiner vielfältigen Tätigkeit kommen Markus Simmerstatter heute sowohl seine im Medienlehrgang erlernten Fähigkeiten sehr zugute als auch sein Wissen aus dem Kunstgeschichte-Studium. Denn die Aufgaben eines Pressesprechers bewegen sich nicht nur auf geschäftlicher Ebene, sondern auch auf persönlicher. Kontaktfreudig, offen und gesprächig zu sein, das ist gefordert, will man in dieser Berufssparte erfolgreich sein. „Es gibt keinen stillen Pressesprecher“, so Simmerstatter.

WITZ UND HUMOR

„Auch ein hohes Maß an Organisationstalent ist von Vorteil“, wie der Absolvent des Medienlehrgangs, der sich um Pressekonferenzen, Firmenfeiern und Besprechungen zu kümmern hat, weiß.



Foto: RLB/Frank

Markus Simmerstatter, Absolvent des Medienlehrgangs der Uni Graz

Außerdem habe sich herausgestellt, dass Humor und Witz in seinem Beruf eine wichtige Rolle spielen. Bei aller Seriosität löst Simmerstatter seine Aufgaben mit Humor und schafft es auf diese Weise mit Leichtigkeit, Reden, Pressemitteilungen oder Statements zu schreiben.

LEHRGANG ALS TÜRÖFFNER

Der Medienlehrgang kann engagierten AbsolventInnen Türen in die große, weite Welt öffnen – und das nicht zu kurz. Wer flexibel und offen für Neues ist, wird auch bestimmt die richtige Sparte für sich entdecken. Im Falle Markus Simmerstatter war die Ausbildung Türöffner zu einem für ihn ganz neuen Bereich. Nach dem Lehrgang hat er eine positive berufliche Entwicklung durchlaufen und seit dem Jahre 2006 ist er selbst auch Lehrbeauftragter des Medienlehrgangs im Fach „Presse- und Unternehmenskommunikation“.

von Martina Preiner

FÜR DAS LEBEN LERNEN WIR!

Daten aus dem Jahr 2008 belegen: 40,8 Prozent der österreichischen Bevölkerung haben einen Lehrabschluss, 17,4 Prozent nur die Pflichtschule absolviert. Das zeigt, welche Bedeutung den Pflicht- und Berufsschulen zukommt. Medien spielen in der Vermittlung von Wissen und Zusammenhängen eine wichtige Rolle.



Foto: Landesschulrat Steiermark/Jungwirth

Mag. Wolfgang Erlitz: Die Information soll wieder wichtiger werden als die Unterhaltung.

Herr Erlitz, wie werden Medien in den Unterricht eingebunden?

PädagogInnen verwenden oft aktuelle Berichte, dabei wird auch das richtige Konsumverhalten trainiert. Viele Schulen haben Kooperationen mit Medien aus allen Bereichen. Gerade die regionalen TV-Sender, Radios und Zeitungen sind oft hervorragende Partner für die Schulen. Schließlich ist es Aufgabe der Schule, auf das Berufsleben vorzubereiten, dazu gehört auch beizubringen, wo SchülerInnen welche Informationen herbekommen – und wie diese zu bewerten sind.

Was ist Ihrer Meinung nach die Grundaufgabe der Medien?

Den BürgerInnen Information liefern, die sie sonst nicht erhalten würden, die ihnen auf dem Lebensweg weiterhilft und den (Wissens-)horizont erweitert – das alles durchaus kritisch und analytisch. Informationen und viel Wissen über Vorgänge würden die Bevölkerung nie erreichen, gäbe es die Medien nicht. Daran sieht man, wie wichtig unabhängige, seriöse Medien sind! Ich habe nur manchmal das Gefühl, dass die MedienmacherInnen die Latte hier oft viel zu tief legen.

Und zur vielzitierten Objektivität: Die ist ja subjektiv.

Hat es in letzter Zeit einen Wandel in der Medienlandschaft gegeben?

Gerade in den letzten Jahren ist festzustellen, dass die Medien ihre ursprüngliche Aufgabe in den Hintergrund stellen und mehr auf Unterhaltung setzen. Galt es für JournalistInnen noch vor sechs, sieben Jahren, Information unterhaltsam aufzubereiten, so dreht sich das immer mehr um. Der Unterhaltung wird die Priorität eingeräumt, und die darf halt, wenn es leicht geht, nebenbei auch informativ sein.

Was sind Ihre „Wünsche“, um Pressefreiheit, objektiven Journalismus und die Bedürfnisse wissbegieriger MedienkonsumentInnen zu befriedigen?

Ich weiß sehr wohl, dass Medien Wirtschaftsunternehmen sind, die nicht in Schönheit sterben wollen, sondern auch ums Überleben kämpfen. Der Unterhaltungstrend bringt ja, wie die Quoten und Leserzahlen zeigen, wirtschaftlichen Erfolg. Aber dennoch soll Information wieder wichtiger werden als die Unterhaltung.

Interview: Carmen Reiterer

MACHEN MEDIEN MEINUNG?

Elena Fruhmann und Katrin Ruckstuhl fragten nach.



**MANUEL W.,
KFZ-TECHNIKER**

Medien haben einen starken Einfluss auf die Meinungsbildung. Das sieht man besonders in der Politik, wo zum Beispiel Wahlen durch Beeinflussung über Medien entschieden werden können. Ihre Macht sollte nicht unterschätzt werden.



**ERIKA W.,
VERKÄUFERIN**

Man sollte nicht alles für bare Münze nehmen, sondern immer selbst über ein Thema nachdenken und sich seine eigene Meinung bilden. Mir ist wichtig, möglichst viele verschiedene Tageszeitungen zu lesen, denn jede hat einen anderen Wahrheitsgehalt.



**RALF S.,
ANGESTELLTER**

Für mich sind Zeitungen nicht so wichtig bei der Meinungsbildung. Gerne sehe ich mir aber Diskussionen im Fernsehen an, denn dort geben Menschen des öffentlichen Lebens zu bestimmten Themen ihre persönliche Stellungnahme ab.



**EVA S.,
ÄRZTIN**

Ich glaube, dass vor allem Zeitungen Menschen sehr stark beeinflussen können. Für mich ist es wichtig, verschiedene Standpunkte eines Themas zu betrachten und sich dann eine Meinung zu bilden.



**VIOLA M.,
SCHÜLERIN**

Ich möchte mir immer einen Gesamteindruck verschaffen. Daher versuche ich mich über viele verschiedene Medien zu informieren und bilde mir erst dann eine Meinung. Um Näheres über ein bestimmtes Thema, das mich interessiert, zu erfahren, recherchiere ich im Internet.

ZWISCHEN SCHAUMBAD UND INFORMATION

Viele Menschen vertrauen nicht mehr darauf, von den Medien unvoreingenommen informiert zu werden. Das zeigt unter anderem die Umfrage auf Seite 4. Daher wollten wir von „Standard“-Chefredakteurin Dr. Alexandra Förderl-Schmid und Christoph Biró, Chefredakteur der „Steirerkrone“ wissen, ob die österreichischen Printmedien die Verantwortung gegenüber ihren LeserInnen wahren.

Eine Zeitung muss auch unterhalten, sagt Christoph Biró. Dazu stellt er einen anschaulichen Vergleich an: „Eine Zeitung ist wie ein Schaumbad, man taucht darin ein, fühlt sich wohl, schaudert ein bisschen. Es soll einfach ein angenehmes Gefühl sein.“ Hierin sieht Biró auch die Stärken der Kronen Zeitung. Die Krone habe es anscheinend geschafft, ein optimales Gesamtpaket von Information und Unterhaltung zu finden. Alexandra Förderl-Schmid hingegen hält es für wichtiger, sachlich von aktuellen Ereignissen zu berichten und gleichzeitig Hintergründe, Einschätzungen und



Foto: Kronen Zeitung/Jauschowitz

**Christoph Biró ist überzeugt:
Eine Zeitung muss auch unterhalten.**

Einordnungen zu bieten. „Unabhängigkeit, Unbeugsamkeit und Seriosität“ seien die Stärken des Standard.

RICHTIGE INFORMATIONEN

Bei der Verantwortung von Zeitungen gegenüber ihren LeserInnen sind sich beide einig. Die Richtigkeit von Informationen müsse gewährleistet sein. Biró sieht das Problem, dass der Trend immer mehr dahin

geht, LeserInnen mit falschen Informationen zu ködern. „Leider beschweren sich die Leute auch nicht darüber. Denn was gestern in der Zeitung gelesen wurde, ist heute bereits vergessen.“ Dabei hätten Menschen, die sich durch eine Berichterstattung verletzt fühlen oder diese für unangemessen oder gar hetzerisch halten, die Möglichkeit, sich an einen Presserat zu wenden. Bedauerlicherweise werde davon viel zu wenig Gebrauch gemacht.

ANSICHTSSACHE MEINUNGSMACHE

Auf die Frage, was von gezielter Meinungsmache durch Printmedien zu halten sei, antworteten die beiden Chefredakteu-

*Biró:
Eine unabhängige
Tageszeitung kann es
sich leisten, eine
Meinung zu vertreten.*

*Förderl-Schmid:
Es ist nicht Aufgabe einer
Tageszeitung,
Kampagnen zu führen.*

rInnen sehr unterschiedlich. Förderl-Schmid distanziert sich ausdrücklich davon: „Es ist nicht Aufgabe einer Tageszeitung, Kampagnen zu führen. Eine Qualitätszeitung wie der Standard berichtet und kommentiert, sauber getrennt.“ Christoph Biró hält hingegen sehr viel davon. „Eine unabhängige Tageszeitung kann es sich leisten, eine Meinung zu vertreten.“ Und er bekrittelt, dass auch bei den Qualitätszeitungen die Trennlinie zwischen sachlicher Berichterstattung und Meinung immer mehr verschwimme.

SCHUTZ DER PRIVATSPHÄRE

Die Achtung der Privatsphäre und der Schutz von Betroffenen im Rahmen der

Berichterstattung ist beiden MedienvertreterInnen ein Anliegen. Dementsprechend werden, wenn nötig, Personen auf Bildern unkenntlich gemacht und Namen nur abgekürzt veröffentlicht. Auf eine Top-Story überhaupt zu verzichten, das halten jedoch beide für unangebracht. „Eine Zeitung ist schließlich dazu da, Menschen zu informieren“, meint Biró.

ZUKUNFTSAUSSICHTEN

In der Frage, wie es mit den Printmedien generell weitergehen wird, da scheiden



Foto: Pichler

**Alexandra Förderl-Schmid fordert von den Printmedien
Sachlichkeit.**

sich die Geister. Während Förderl-Schmid die Zukunft der Qualitätszeitungen als „rosig“ bezeichnet, sieht Biró die Lage düsterer. Er verweist darauf, dass der Printmedienanteil international pro Jahr um ein Prozent sinkt und räumt nur Gratiszeitungen und elektronischen Zeitungen in Form von iPads gute Chancen ein.

von Emanuel Kaspar,
Michael Radspieler und Thomas Resch

VON DER GEBURT EINER TAGESZEITUNG

Im Rahmen der Lehrveranstaltung von Steirerkrone-Chefredakteur Christoph Biró besuchten die TeilnehmerInnen des Medienlehrgangs am 23. April 2010 das Mediaprint-Druckzentrum in St. Andrä/Kärnten.

Jede Tageszeitung ist ein Wunschkind. Die anspruchsvollen Eltern, genannt TexterIn und GrafikerIn, überlassen nichts dem Zufall, wenn es um ihren Sprössling geht: Aussehen und Geburtstermin werden im Voraus festgelegt – und, ungeachtet anders lautender Beteuerungen, meist auch die politische Orientierung.

Einziges Problem: Unfähig, auf sich allein gestellt Nachwuchs hervorzubringen, sind die Eltern auf die Dienste Fremder angewiesen: jene der Druckereien. Diese sind aus dem Herstellungsprozess einer Zeitung nicht wegzudenken. Daher haben wir einen der Orte besucht, an dem Zeitungen das Licht der Welt erblicken: das Mediaprint-Druckzentrum in St. Andrä/Kärnten. Es ist gewissermaßen „Leihmutter“ hunderttausender Exemplare von „Steirerkrone“, „Neuer Kärntner Tageszeitung“ und ver-

schiedenen Magazinen. Adam Lettner, der Leiter der Druckerei, führte persönlich durch die Anlage und erklärte die technischen Einzelheiten des Produktionsablaufs. Täglich treffen auf elektronischem Weg virtuelle Zeitungsexemplare in den Computern der Druckerei ein. Lettner soll sie mithilfe seiner Maschinen zum Leben erwecken. Gemästet werden die unfertigen Kleinformatigen dann mit all den Beilagen, die wir kennen und lieben. Zu Paketen verschnürt werden sie wenig später auf LKWs verladen und abtransportiert. Ihrer Funktion nach ist die Lebenszeit einer Tageszeitung zwar knapp bemessen, doch immerhin darf sie auf eine Wiedergeburt hoffen: „80 Prozent



Foto: Roland Scharf

Zeitungsdruck aus nächster Nähe beobachtet

des Papiers werden wiederverwertet“, wie Lettner bereits im vergangenen Semester bei einem Besuch des Medienlehrgangs an der Universität Graz stolz bekannt gab.

von Norbert K. Gussmack und Silke Valtan

DER GRAZER UNIVERSITÄTSVERLAG

GRAZER UNIVERSITÄTSVERLAG Der Grazer Universitätsverlag ist ein renommierter Wissenschaftsverlag und die ideale Plattform für die Veröffentlichung von **Habilitationsschriften, Dissertationen** und besonders ausgezeichneten **Diplomarbeiten**.

Unser Anliegen ist es, wissenschaftliche Publikationen einer breiten interessierten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Wir bieten **jungen AutorInnen** eine kostengünstige Möglichkeit zur Veröffentlichung ihrer wissenschaftlichen Arbeiten.

Kontakt:

Leykam Buchverlag
Dr. Wolfgang Hölzl
Ankerstraße 4, 8054 Graz
Tel.: ++43/(0)5 0109/6530
E-Mail: wolfgang.hoelzl@leykam.com

Karl-Franzens-Universität Graz
Dr. Andrea Penz
Universitätsplatz 3/1, 8010 Graz
Tel.: ++43/(0)316/380-2203
E-Mail: universitaetsverlag@uni-graz.at

www.leykamverlag.at www.uni-graz.at/universitaetsverlag

„PLAGT EUCH DAFÜR – UND LASST EUCH NICHTS VORMACHEN!“

Ein Leben für mehr Ehrlichkeit in den Medien und die Schönheit der deutschen Sprache – der bekannte deutsche Journalist Wolf Schneider ist 85.



Foto: Stefan Pflaum

Gilt mit Buchtiteln wie „Unsere tägliche Desinformation“ als Levitenleser Deutschlands: Wolf Schneider.

„WORT-INFLATION“

Er kann sich wahrlich etwas einbilden auf seine Leistungen, zumindest ein bisschen eitel könnte er sein. Doch davon keine Spur. Im Gegenteil, trotz vieler Interviewfragen, die in den letzten Wochen aufgrund seines Geburtstags im Mai bestimmt auf ihn einprasselten, nahm sich Wolf Schneider Zeit für einen Gedankenaustausch via E-Mail für SCHREIBzeug. Dabei ist gerade für einen engagierten Menschen wie ihn Zeit kostbar. Wolf Schneider wollte immer und will etwas bewegen auf dieser Welt und hat sich stets für einen unaufgeregteren, redlichen Journalismus und für die Pflege der deutschen Sprache eingesetzt. In seinen mehr als zwei Dutzend Büchern plädiert der Deutsche anschaulich und nicht ohne Humor für einen überlegten Gebrauch von Worten und oft zu schnell festgelegten Zahlen und Fakten.

Werke wie „Deutsch für Profis“ sind bereits Klassiker für angehende Medienleute. Welche er auch in unserem Interview, nach 31 Jahren Ausbildungserfahrung, dazu aufruft, ihre Hausaufgaben zu machen, denn: „In dieser Zeit hat sich der Umgang mit Grammatik, Zeichensetzung, Rechtschreibung deutlich verschlechtert – die Allgemeinbildung übrigens auch.“ Und, so Schneider weiter: „Die Wort-Inflation in Mails und Blogs ist kein Beitrag zu gepflegtem, saftigem Deutsch.“ Genau dieser Negativ-Entwicklung möchte Schneider entgegenwirken und hat dazu 2005 mit anderen MitstreiterInnen die Aktion „Lebendiges Deutsch“ begründet. Die sich mittlerweile des Ansturms deutscher MuttersprachlerInnen aus aller Welt, die hier Gelegenheit haben, eigene Ausdrücke, etwa für Anglizismen, vorzuschlagen, kaum mehr erwehren kann.

BUCHTIPP



Wolf Schneider: Deutsch für junge Profis. Wie man gut und lebendig schreibt. Rowohlt, Berlin 2010. Hardcover, 192 S., 16,95 Euro, ISBN 978-3-87134-672-9

Ein weiteres Hauptaugenmerk von Wolf Schneider gilt nach wie vor einem besseren, ehrlicheren Journalismus. So ortet er nur allzu häufig unnötige Aufregung, geschürt durch die Medien: „Dutzende von Abendnachrichten begannen mit der Schweinegrippe – auch, als längst klar war, wie harmlos sie bei uns verlief“, so Schneider im SCHREIBzeug-Interview, „in trauriger Routine haben JournalistInnen diese Nebensache zu einer Hauptsache aufgeblasen und damit Millionen Menschen Angst eingejagt.“ Dementsprechend kritisch sollten RedakteurInnen sein, fordert der 85-Jährige: „Ihr habt einen der schönsten und wichtigsten Berufe auf Erden. Plagt euch dafür – und lasst euch nichts vormachen!“

VIELBEGABT

Wolf Schneider wurde am 7. Mai 1925 in Erfurt geboren. Abitur in Berlin. Im Laufe der folgenden Jahrzehnte war er Korrespondent der Süddeutschen Zeitung in Washington, Verlagsleiter des Stern und Chefredakteur der Welt. Zudem begründete er den guten Ruf der Hamburger Journalistenschule. Schneider reüssierte auch als langjähriger Moderator der „NDR-Talkshow“. Auf der Website sueddeutsche.de kann man den „Stilpapst“ heute in eigenen Video-Kolumnen erleben.

Ist der vielbeschäftigte Sprachkritiker, der mit seiner Frau Lilo in Starnberg lebt, stolz auf das Erreichte? „Stolz, nun ja. Die paar Talente, die ich besitze, habe ich ausgereizt und mehr kann man nicht verlangen.“ Und was hat er sich gewünscht, als er zuletzt die Geburtstagskerzen ausblies? „Noch ein paar gute Jahre zum Arbeiten.“ Genau das nehme ich mir auch vor, inspiriert durch so viel Esprit. Und habe mich, gemäß seinem Motto „Pflügt die Muttersprache“ beim Verabschieden von ihm am Telefon gleich selbst korrigiert: „Cool, danke schön! Äh ... ich meinte natürlich: Wunderbar!“

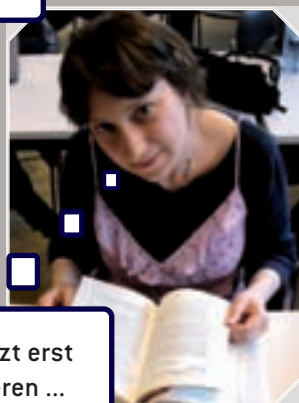
von Irene Meinitzer

MEDIENHORROR

ODER DER WEG ZUM ERFOLG



Wir machen eine
Beilage für die
UNIZEIT



Da muss ich jetzt erst
mal recherchieren ...

Hmmm ... wie funktioniert
das noch schnell?

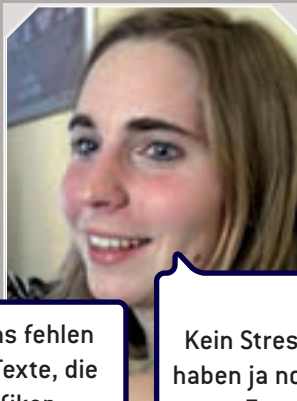
Wir müssen noch
die Interviews
verschicken ...



Wir haben unser
Interview schon!

Warte, geh vorher
noch schnell auf
YouTube. Ich kenn
da ein Video ...

Ich bin schon
ganz fertig von
der vielen Arbeit.

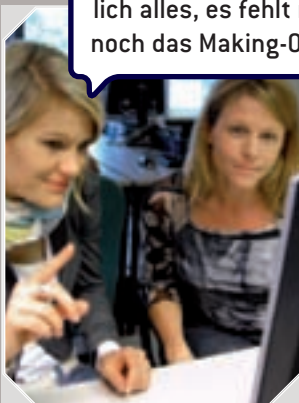


Haha, das denkst
auch nur du.

Wir haben jetzt eigent-
lich alles, es fehlt nur
noch das Making-Of ...

Uahh!!! Aber uns fehlen
doch noch die Texte, die
Fotos, die Grafiken ...

Kein Stress, wir
haben ja noch ein
paar Tage Zeit.



TO BE CONTINUED ...