

DAS MAKING OF

1

> Neugierig machen wir uns auf den Weg zum Zeitungshaus. Wir sind gespannt, was uns erwartet. Wir schauen uns die riesige Druckerei an, und der Chefredakteur, Sven Gösmann, besucht uns und erzählt, wie Journalisten arbeiten. Wir erfahren: 1,1 Millionen Menschen lesen das Magazin, das wir schreiben. Boah!

In Gruppen machen wir uns Gedanken über die Zukunft. Globalisierung, Umwelt – dazu gestalten wir Plakate. Das Foto (oben links) dazu zeigt Katharina Boscher und Sabrina Kerl. Unsere Chefredakteure für das Jugendmagazin heißen: Rabea Fricke, Ehsan Golmoradi und Janette Ramadan (Foto rechts).

5

> Das Jugendmagazin ist fertig! Es ist bunt, ganz anders gestaltet als eine normale Zeitung, und die Reporter berichten über Themen, die uns interessieren: Jugendangebote in Düsseldorf, Mode, Bands, Mangas, Fast Food. Es hat Spaß gemacht und wir sind stolz auf das, was wir geschafft haben. So könnte die Zeitung immer aussehen!

2

> Heute haben wir Besuch: Volker Thiel vom Vertrieb & Lesermarkt ist da, er erzählt uns, welche Aktionen die Zeitung macht. Wir wussten gar nicht, dass es hier auch Vorträge zum Beispiel über Hunde gibt. In 16 Minuten waren alle Karten verkauft, das hat uns überrascht. Rainer Kurlmann, den Chef von RP Online, haben wir ganz viel gefragt, zum Beispiel: Wie kriegen die Online-Reporter ihre Informationen?

Alina Kantarevic und Jacqueline Haarmann schreiben das „Making Of“. Mit Kameras, Block und Stift sind sie unterwegs. Auf Zetteln haben wir aufgeschrieben, was uns an der Zeitung nicht so gut gefällt – und was wir in unserem Magazin ändern wollen.

4

> Unsere Gruppe ist aufgeteilt wie eine richtige Redaktion: Phannathorn Daengurai, Madeleine Pötschke und einige andere können gut zeichnen. Sie gehören zum Layout-Team. Sabrina Kerl, Katharina Boscher und die Jungs haben ihre Artikel zum Korrekturlesen abgegeben und machen eine Pause am Kickertisch.

3

> Wir machen heute ganz viel selbst: Interviews am Telefon und in der Fußgängerzone, Recherche im Internet, Fotografieren, Schreiben... Hakan Deniz schreibt einen Rap, Maik Riemerscheidt und Nils Hüttemann informieren über Musik, Yvonne Weinert und Claudia Sudau berichten über eine Theatergruppe. Das macht Spaß!

Das Projekt

Organisation Das Planspiel „Jugend denkt Zukunft“ führt das Beratungsunternehmen „Ifok“ durch.

Teilnehmer Bisher haben 580 Unternehmen in Deutschland Schüler zu sich eingeladen, um Zukunftsthemen zu erarbeiten. Bei unserer Zeitung haben Neuntklässler des Nelly-Sachs-Gymnasiums Neuss, der Joseph-Beuys-Gesamtschule Düsseldorf und der Realschule Luisenstraße, Düsseldorf, mitgemacht.

Unterstützung Die Bundesagentur für Arbeit fördert das Projekt.

Kontakt Joachim Langer, 06251 8416900
www.jugend-denkt-zukunft.de

Zeitungslesen macht klug

Eine **Studie** bestätigt, dass Jugendliche durch tägliches Lesen einer Zeitung klüger werden. Dadurch schneiden sie in Eignungstests besser ab und haben größere Chancen auf einen **Ausbildungsplatz**. Zudem verstehen sie politische Diskussionen besser und informieren sich öfter.

VON LUDWIG JOVANOVIC

Sie ist ausgeruht und hat zumindest für einen Tag Bestand. Sie hat Tiefgang und bildet mehr als nur die reine Nachricht ab: Sie analysiert, bewertet und sucht nach Relevanz aus. Und sie steckt voller Wissen: die Zeitung, die jeden Morgen im Briefkasten oder am Kiosk liegt. Für Jugendliche kann sie sogar noch mehr sein: Die Zeitung verbessert die Chancen auf einen Arbeitsplatz – und macht täglich ein wenig klüger. Das klingt nach einem hohen Anspruch. Eine Untersuchung der Universität Koblenz-Landau zusammen mit allen rheinland-pfälzischen Zeitungsverlagen und der „Saarbrücker Zeitung“ zeigt nun, dass die Zeitung diesem Anspruch tatsächlich gerecht wird.

Für die Studie erhielten 1023 Auszubildende ein Jahr lang kostenlos eine Tageszeitung. Sowohl vor der Untersuchung als auch während und vor allem nachher führten die Forscher unangekündigte Tests zum Allgemeinwissen durch. Dabei wurden Fragen zu Politik, Geografie, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Sport gestellt. Allesamt Themen also, die in der Tageszeitung während der Studienphase im Rahmen der Berichterstattung zu lesen waren.

Im Schnitt konnten die jungen Zeitungsleser nach dem Projekt elf Prozent mehr Fragen beantworten als vorher. Deutlich zugenommen hatte dabei ihr Kulturwissen: Der Anteil richtig beantworteter Fragen stieg um 18 Prozentpunkte von 34 auf 52 Prozent. Auch bei Politik und Wirtschaft hatten sie um 15 und



Beim Projekt „Schüler lesen Zeitung“ beschäftigen sich Kinder und Jugendliche mit der Zeitung und bekommen bei vielen Themen den **Durchblick**. FOTO: BUSCH

zwölf Prozentpunkte überdurchschnittlich stark zugelegt.

Um das tatsächlich auf die tägliche Lektüre der Zeitung zurückführen zu können, gab es für die Studie auch eine gleichaltrige Kontrollgruppe – der keine Zeitung zur Verfügung gestellt worden waren. Deren Mitglieder gehörten zu den typischen Jugendlichen im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren, die nach einer Befragung des medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest nur zu 40 Prozent nach ei-

ner Zeitung greifen – zu 90 Prozent aber regelmäßig Fernsehen schauen und im Internet surfen. Im Vergleich mit den „Zeitungslesern“ zeigte sich im Test vor und nach der Studie kaum ein Wissenszuwachs. Die Zahl der richtigen Antworten stieg bei den „Nichtlesern“ der Kontrollgruppe nur um vier Prozent. Im Gegensatz zu den elf Prozent der Zeitungsleser, für die sich im Lauf der Studie auch der Umgang mit Medien im Allgemeinen verändert hat.

Die Jugendlichen gaben an, dass ihr täglicher Nachrichtenkonsum generell gestiegen sei. Sie informierten sich immer öfter und immer gezielter übers Fernsehen oder im Internet. Zum einen, weil das Zeitunglesen Lust auf mehr gemacht und das Interesse geweckt hatte. Zum anderen, weil sie die vielen schnellen Online-Informationen nun besser einordnen und in einem größeren Kontext stellen konnten. Die Azubis gaben an, dass sie nun ein weitaus größeres Interesse am Zeitgeschehen hätten und die politischen Diskussionen sehr viel besser verstehen würden.

Die Idee zu dieser Untersuchung stammt dabei von einem Landauer Unternehmen. In Einstellungstest stellte man dort über die Jahre immer größere Wissenslücken fest. Und das ist keine exklusive Feststellung nur einer Personalabteilung: Auch laut einer Umfrage des Deutschen Industrie und Handelskammertages sind bei jedem fünften Bewerber Sprach- und Wissensmängel vorhanden. Teilweise so große, dass man die Bewerbung für einen Ausbildungsplatz ablehnen musste – weil Begabung und Befähigung alleine bisweilen eben nicht ausreichen. Wer in Wissenstest zu wenig Punkte erzielt oder im Bewerbungsgespräch zu aktuellen Meldungen keine Meinung hat

oder nicht Stellung beziehen kann, fällt durch. Schließlich muss man auch im Kundengespräch bestehen können. Und wer durch Nichtwissen peinliche Situationen heraufbeschwört, sorgt für ein negatives Image des gesamten Betriebes oder der Firma. Denn wenn man bei so etwas Simples nicht mitreden kann, wie soll der Kunde dann der Firma Kompetenz in anderen Bereichen zutrauen?

Die Azubis, die an der Studie teilnahmen, konnten dagegen nach dem Jahr in Kundengesprächen sehr viel besser mitreden. Etwas, das in Bewerbungsgesprächen auch Geschäftsführer, Chefs und Leiter einer Personalabteilung beeindruckt. In Einstellungstest verbessert so also seine Chancen – auf einen Ausbildungsplatz und eine berufliche Zukunft.

Und eben das könnte Jugendliche motivieren, zur Zeitung zu greifen. Denn auch das war ein Ergebnis der Studie: Jugendliche würden nur selten etwas tun, nur weil Eltern oder Lehrer es von ihnen erwarten würden. Dann wird es nur zu noch einer gängelnden Pflicht der „Alten“, die man nicht unbedingt ernst nehmen muss. Wenn sie davon aber einen konkreten Nutzen hätten, einen realen Vorteil, dann seien wären sie auf einmal sehr motiviert – auch dazu, Zeitung zu lesen.