

Jugendszene

financial  
t('a)ime

## Wieder Landespreis für die „Financial t('a)ime“



Vorgeblättert: Gründliche Überzeugungsarbeit bei der Elternversammlung.  
Repro: PLATTFORM

Redaktion, die Zahl der Neuen macht also ungefähr 50 Prozent der Redaktion aus.

So kommt jedes Schuljahr fast einem Neustart gleich, mit allen Problemen und Fehlern, aber auch mit allen Chancen und Ideen. Die einzige Kontinuität stellt der beratende Lehrer dar. Er ist verantwortlich, ständig die Strukturen zu verändern und sie dann so straff zu gestalten, dass die Neuen innerhalb kürzester Zeit ohne die typischen Reibungsverluste voll integriert werden.

Für eine berufliche Schule auf dem Land wurde die „virtuelle Redaktion“ konzipiert, bei der die meisten Informationen per E-Mail verschickt werden und alle Redaktionsmitglieder untereinander vernetzt sind, um so die Zahl der Freitagssitzungen auf ein

Minimum zu reduzieren. An der nächsten Stufe arbeitet Klaus Schenck zusammen mit Roland Bauer vom Referat „Weiterbildung“ am Kultusministerium: Geplant ist für nächstes Jahr eine Redaktionsitzung als Internet-Schaltkonferenz, bei der alle Redaktionsmitglieder mit Headset (Kopfhörer und Mikrofon), jeder „online“ an seinem Computer zu Hause, miteinander die Tagesordnung abarbeiten und Themen diskutieren. Dabei wird der Server des Kultusministeriums benutzt.

Ziel ist es, neben der Unabhängigkeit von Zug- und Busfahrplänen die Redaktionsmitglieder mit den modernsten Kommunikationsmedien vertraut zu machen, um auch an diesem Punkt ein Stück Zukunftsfähigkeit zu



Ausgezeichnet: Über den Preis freuen sich (von links) Klaus Schenck (beratender Lehrer), Sophia Bauch (Chefredakteurin) und Tim Reuschlein (Chefredakteur).  
Repro: PLATTFORM

trainieren, wozu auch die jährlichen Redaktions-Seminare mit Spitzenkräften verschiedener Firmen gehören.

Nachdem Verantwortungslosigkeit, Gleichgültigkeit und „Schlampaden“ die Zeitung mehrfach extrem gefährdete, ist nun das Anforderungsprofil an die Neuen klar definiert: tägliches Abrufen der E-Mails, verpflichtender Besuch der Redaktionsitzungen, Akquirierung von Anzeigenkunden und Verlässlichkeit in Blick auf Kunden und Abgabe der Artikel. Das öffentliche „Controlling“ geschieht auf Listen am schwarzen Schülerzeitungs-Brett, die zeigen, wer welchen Termin für seine Artikelabgabe nannte, wer welchen Werbekunden hat und welche Anzeigengröße abgeschlossen wurde. Verbindlichkeit wird großgeschrieben, Durchhaltevermögen benötigt, alles Einstellungen, die bei Jugendlichen oft schmerzlich vermisst werden.

Was Neulinge reizt, sich diesen Verpflichtungen in der Redaktion zu stellen, ist die Chance, Teil eines ehrgeizigen und ideenreichen Teams zu werden, das nur nach den Stärken des Einzelnen fragt, nicht, wie in der Schule oft, nach den Schwächen. Die Stärke eines jeden, gebündelt in einer Redaktion, widergespiegelt in einer Schülerzeitungs-Ausgabe, dieser Blick auf die Stärke eines jeden gibt besonders einseitig begabten, schulisch oft schwächeren Schülern Erfolgserlebnisse und Freude, schließlich die Stärkung, um mit schulischen Niederlagen souveräner umzugehen. Zweitens können diese Stärken, dokumentiert in einer Schülerzeitung, für zukünftige Bewerbungen ausschlaggebend werden. Drittens macht es einfach Spaß, in einer freiwillig gewählten Herausforderung zu „powern“, sich „voll reinzuhängen“ und mit anderen zusammen etwas Bleibendes zu schaffen. Der Landeserfolg der zweiten Ausgabe hat viele Väter und Mütter. Aber entscheidend sind die wenigen, welche die Hauptlast trugen: Johannes Zenkert als Layout-Spezialist der ersten und zweiten Ausgabe investierte Hunderte von Stunden in die Computerarbeit und Layoutgestaltung, unterstützt durch Ideen von Sonja Appel. Miriam Ditter erstellte die Listen der Anzeigenkunden mit Adressen, koordi-

nierte die Redaktionsmitglieder und war die zentrale Anlaufstelle für die Druckvorlagen.

Dank einer überzeugenden Werbeoffensive der Redaktionsmitglieder aus WG 12.1 besteht die Redaktion zur Hälfte aus Neuen, die mit viel Engagement Anzeigenkunden akquirieren. Das Führungs-Trio ist komplett weiblich: Anastasija Specht (Chefredakteurin und Werbekoordinatorin) und Ramona Grotz (stellvertretende Chefredakteurin), unterstützt durch Caroline Kaufmann. David Heim ist gemeinsam mit Ramona für die Computerarbeit zuständig, beraten von Johannes Zenkert, der als Webmaster die Homepage-Gestaltung der Schülerzeitung ([www.schuelerzeitung-tbb.de](http://www.schuelerzeitung-tbb.de)) übernahm und als „Profi“ wieder das Deckblatt gestalten wird. Die dritte Ausgabe der „Financial t('a)ime“ kreist um das Leitthema „Forschung und Ethik“, Erscheinungsdatum: Frühjahr 2007.

In der von Johannes Zenkert gestalteten Homepage der Schülerzeitung findet sich ein guter Überblick über Ideen, Preise und Projekte der Zeitung, zusätzlich die Druckversion der wichtigsten Artikel der ersten Ausgabe.

financial  
t('a)ime

Anastasija Specht



Klaus Schenck

In diesem Monat rückt die „Financial t('a)ime“, die Schülerzeitung der Kaufmännischen Schule Tauberbischofsheim, auf ihrer Jugendseite sich selbst ins Zentrum. Nach der ersten Ausgabe hat nun auch die zweite einen Landespreis beim Schülerzeitungswettbewerb des Kultusministeriums gewonnen. An dieser durch Staatssekretär Georg Wacker ausgezeichneten Ausgabe haben rund 70 Schüler mitgearbeitet. Verantwortlich für die Artikelauswahl sind wie immer Anastasija Specht (Chefredakteurin) und Klaus Schenck (beratender Lehrer).  
Internet: [www.schuelerzeitung-tbb.de](http://www.schuelerzeitung-tbb.de)

Plattform  
Das Magazin für die Region