

Pro Campus-Presse.

Die Initiative zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen

Ein Themenservice von MLP und dem Medienfachverlag Rommerskirchen

Februar 2006

Wahlfreiheit der Hochschulen **Selbst ist die Uni**

Bundesweit startete zum Wintersemester 2005/2006 ein neues Bewerbungsverfahren. Demnach können die Hochschulen jetzt 60 Prozent ihrer Studenten selbst aussuchen, zumindest derjenigen Erstsemester, die Numerus-Clausus-Fächer belegen wollen. Weitere 20 Prozent der zugangsbeschränkten Plätze gehen direkt an die Abiturbesten, das

restliche Fünftel wird nach der Länge der Wartezeit verteilt. Zusätzlich dafür ist nach wie vor die Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen (ZVS).

Auch das freie Auswahlverfahren an den Hochschulen (AdH) ist

eng mit der ZVS verzahnt. Die Bewerber geben maximal sechs Ortswünsche an. Die Dortmunder Behörde leitet die Kandidaten an die jeweiligen Hochschulen weiter, wo sie das Auswahlverfahren durchlaufen. Die so ermittelte Bewerberrangfolge geben die Unis zurück an die ZVS, die wiederum die Ergebnisse koordiniert und die zukünftigen Studenten informiert.

Doch nur allmählich scheinen die Hochschulen ihre neu gewonnene Freiheit auch zu nutzen und die Auswahl ihrer Studenten

selbst in die Hand zu nehmen. So „haben sich die meisten Hochschulen dazu entschieden, die Auswahl doch wieder an die ZVS (zurück) zu delegieren und ebenso wie in der klassischen Abiturbestenquote der ZVS die Durchschnittsnote als Kriterium des AdH zu nehmen“, gab die Behörde nach Auswertung der Auswahlsergebnisse des laufenden Wintersemesters bekannt. Nur die Unis in Baden-Württemberg seien schon geschlossen mit einem eigenen Auswahlverfahren angetreten.

Klarheit in Köln Ob Auswahlgespräch, Eignungstest oder Motivationsschreiben, die Zahl der möglichen Auswahlverfahren und -kriterien ist groß. Eine Fachtagung und Messe zur Wahlfreiheit der Hochschulen am 16. März in Köln soll Klarheit darüber bringen, welches Instrument sich jeweils am besten eignet. „Wir wollen Hochschulvertreter informieren und mit Firmen zusammenbringen, die verschiedene Möglichkeiten von Auswahlverfahren entwickelt haben“, erklärt Georg Krawietz vom Beratungsunternehmen „Einstieg“, das zusammen mit dem Centrum für Hochschulentwicklung die Messe veranstaltet. Infos für Redaktionsmitglieder von Studentenzeitungen, die über die Messe berichten wollen, erteilt Constanze Beer, Tel.: 0221/39809-66.

Links: www.einstieg.com; www.che.de; www.zvs.de; www.sueddeutsche.de/jkl2/jobkarriere/berufstudium/artikel/102/51051 ● rib



Auch beim freien Auswahlverfahren der Unis ist die ZVS involviert: Sie leitet die Bewerbungen weiter und koordiniert die Ergebnisse.

KONGRESS

Krisengespräche

Egal ob Gammelfleischskandal, BND-Affäre oder Werksschließung bei AEG – Krisen und Konflikte treten in allen Bereichen des öffentlichen Lebens auf und nötigen den Betroffenen schnelle Reaktionen ab. Wie verhält man sich als Verantwortlicher in Politik, Wirtschaft oder Gesellschaft, wenn eine Krise hereinbricht? Welche Kommunikationsstrategien bieten sich an? Wo liegen die Chancen und Risiken der Krisenkommunikation?

Um diese Fragen zu erörtern, haben Studierende der Technischen Universität Ilmenau den ersten studentischen Kongress zur Krisenkommunikation ins Leben gerufen. Am 7. und 8. April 2006 haben Studenten aus ganz Deutschland die Möglichkeit, in der thüringischen Hochschule mit Experten aus Politik, Wirtschaft,

Medien, Agenturen und Wissenschaft zu debattieren.

Für die Vorträge und Panels konnte das Studententeam Branchenprofis wie Bernhard Fischer-

Appelt von der PR-Agentur FischerAppelt, Klaus-Peter Johanssen von der Kommunikationsberatung Johanssen + Kretschmer sowie Thomas Mickleit, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Volkswagen, gewinnen. Die Schirmherrschaft hat Hans-Olaf Henkel übernommen.

Das Programm besteht aus Impulsvorträgen, einer Podiumsdiskussion sowie sechs parallel laufenden Themenarenen mit begrenzter Teilnehmerzahl. Wer einen der 150 Plätze einnehmen will, kann sich bis zum 5. März auf www.krisenkommunikationskongress.de anmelden. Dort gibt es auch weitere Informationen. Die Tagungsgebühr beträgt 25 Euro.



UNI-MAGAZIN

Strategien bei der Stellensuche

Mit einem Special über Strategien bei der Stellensuche wartet die aktuelle Ausgabe des *Uni-Magazins* auf. Über eine Strecke von zehn Seiten werden die einzelnen Schritte bis zum ersten Job detailliert besprochen. Lohnt sich ein Praktikum nach dem Studium? Wie recherchiert man interessante Stellenangebote auf dem Arbeitsmarkt? Was bringen Bewerbungsseminare? Antworten auf diese und viele andere Fragen liefern Experten und Erfahrungsberichte. Dazu gibt's jede Menge Tipps mit weiterführenden Internetadressen, beispielsweise zu Assessmentcentern, Onlinebewerbungen oder Small Talk. Das *Uni-Magazin* erscheint bereits im 30. Jahrgang, herausgegeben wird es von der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg. Die Ausgaben, sieben Stück pro Jahr, liegen kostenfrei in Hochschulen und Berufsinformationszentren aus. Weitere Infos gibt es auf www.uni-magazin.de.



CAMPUS MEDIEN

Berliner Funkloch

Mit dem UniRadio in Berlin geht es bergab. Zehn Jahre nach seiner Gründung sendet das Programm nur noch eine Stunde täglich anstatt zwei wie früher. Noch dazu hat die Medienanstalt Berlin-Brandenburg der Station die kalte Schulter gezeigt: Im Herbst 2005 schrieb sie drei UKW-Frequenzen aus, um die das UniRadio sich bewarb. Doch in allen drei Fällen zog die Anstalt andere Bewerber vor. Den Campusfunkern bleibt nichts anderes übrig, als im Offenen Kanal zu senden – „auf der unattraktivsten, weil in weiten Teilen Berlins nicht empfangbaren UKW-Frequenz 97,2 Mhz“, wie Tim Fiege, der leitende Redakteur des Senders in der *Berliner Zeitung* beklagt.

Die mangelnde Wahrnehmung mache sich in ausbleibenden Zuhörerreaktionen und vakanten Praktikumsstellen bemerkbar, so Fiege weiter. Auch finanziell sieht es nicht gut aus, seit der Trägerverein, zu dem sich ursprünglich zwölf Hochschulen zusammengeschlossen hatten, nur noch über drei Mitglieder verfügt. Steht das studentische Programm vor dem Ende? Im Weblog der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Freien Universität Berlin hat man nicht nur Mitleid mit dem UniRadio. Kooperationsangebote anderer nichtkommerzieller Lokalfunkprojekte seien von den Machern des Studentenprogramms bislang immer ausgeschlagen worden, heißt es dort.

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, 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, www.procampuspresse.de

PRESSESCHAU

Wettbewerb der Exzellenten

Ein milliardenschwerer Wettstreit beschäftigt zurzeit die deutschen Universitäten. Die vergangenen Sommer beschlossene „Exzellenzinitiative“ ist angerollt. Danach bekommen die besten Bewerber für die drei Förderlinien „Graduiertenschule“, „Exzellenzcluster“ und „Zukunftskonzepte“ zusätzliche Mittel bewilligt. Insgesamt streuen Bund und Länder bis zum Jahr 2011 rund 1,9 Milliarden Euro unter die förderungswürdigen Institute. Zusätzlich werden die Hochschulen mit den besten Zukunftskonzepten künftig unter der Bezeichnung „Elite-Universität“ firmieren. Die erste Wettbewerbsrunde ist bereits gelaufen. Aus insgesamt 319 Bewerbungen hat eine Kommission 36 Hochschulen herausgefiltert, die nun weiter um die Fördergelder wetteifern. Im Herbst sollen die endgültigen Ergebnisse feststehen. Detaillierte Infos zu Inhalten und Ablauf des Wettbewerbs gibt das Bundesministerium für Bildung und Forschung auf der Website www.bmbf.de/de/1321.php. Dort sind auch der Wissenschaftsrat und die Deutsche Forschungsgemeinschaft verlinkt, die an der Auswahl beteiligt sind.

Wie wird die Exzellenzinitiative in der Öffentlichkeit wahrgenommen? Was fordern Hochschulen, Studierende und Wirtschaftsvertreter? Und wie lässt sich der Wettbewerb mit der geplanten Föderalismusreform in Einklang bringen? Pro Campus-Presse hat eine online zugängliche Presseschau zu dem Thema zusammengestellt.

www.zeit.de/online/2006/04/eliteunis



Einordnender Beitrag von Martin Spiwak in der *Zeit* – kurz nach der Bekanntgabe, welche Hochschulen nach der ersten Runde des Exzellenzwettbewerbs noch im Rennen sind. Darin kommentiert

Spiwak die teilweise überraschenden Entscheidungen der Kommission und prophezeit eine Umwälzung der Hochschullandschaft. Verlinkt ist eine Liste der 36 Universitäten, die es in die zweite Auswahlrunde geschafft haben.

www.merkur.de/10244.0.html?&no_cache=1



Leitartikel in *Rheinischen Merkur* von Birgitta Mogge-Stubbe, erschienen am 26. Januar 2006. Mit Bezug auf Aussagen des verstorbenen SPD-Bildungsexperten Peter Glotz lobt die Autorin die Exzellenzinitiative als

ersten Höhepunkt einer positiven Veränderung des deutschen Hochschulsystems. Verlinkt sind weitere Artikel, darunter Interviews mit dem Rektor der Universität Heidelberg („Wermutstropfen im Freudenbecher“) und dem Präsidenten der Universität Erfurt („Wir werden nachbessern“).

www.berlinonline.de/berliner-zeitung/politik/506723.html



„Arbeitgeber fordern ein ‚deutsches Berkeley‘“, Artikel der *Berliner Zeitung* vom 7. Dezember 2005. Am Rande einer Tagung über Elitebildung an staatlichen Hochschulen wird die Sicht der Arbeitgeber, vertreten durch Verbandschef Dieter Hundt und den Altana-Vorstandsvorsitzenden Nikolaus Schweickart, näher beleuchtet. Tenor der beiden: Die Herausbildung von Elitehochschulen solle durch den Rückzug des Staats vorangetrieben werden.

www.spiegel.de/unispiegel/studium/0,1518,396421,00.html



„Was von der Elite übrigblieb“ – in ironischem Ton äußern sich Hermann Horstkotte und Jochen Leffers am 23. Januar 2006 auf Spiegel Online über das „Elite-Casting“. Dabei widmen sie sich

dem Traum von der einen großen Elite-Uni, den der deutsche Föderalismus zerplatzen ließ.

www.br-online.de/wissen-bildung/thema/elite/



Informationen des Bayerischen Rundfunks (Redaktion Bildung) zum Thema Exzellenzinitiative und Elitehochschulen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Wettbewerbschancen der bayerischen

Universitäten. (Stand der Infos: 18. November 2005.)

www.uebergebuhr.de/de/themen/eliteuniversitaeten/



Eine Reihe kritischer Beiträge zum Thema Elite-Universitäten hat der Verein Uebergebuehr online gestellt. Darin finden sich Artikel aus Informationsdiensten und Unizeitungen, von ASten und Professoren. Uebergebuehr ist im Sommer 2004 aus einer Streikaktion des AStA an der TU Darmstadt hervorgegangen.

www.manager-magazin.de/koepfe/karriere/0,2828,352532,00.html



Brauchen wir ein deutsches Harvard? Das fragt das *Manager Magazin* den Bildungsexperten und Juraprofessor Ingo von Münch (Interview „Eine Insel der Seligen“, erschienen am 28. April 2005).

Außerdem äußert sich von Münch über universitären Wettbewerb, Eigenverantwortung in Hochschulen und die Notwendigkeit einer akademischen Elite.

MLP-THEMENSERVICE

Rhetorisch versiert

Bis ins 18. Jahrhundert wurde sie an den Universitäten als eigenes Fach gelehrt. Heute führt die Rhetorik in den meisten Studiengängen höchstens ein Schattendasein. Dabei werden rhetorische Fähigkeiten überall erwartet: bei Referaten und der Vorstellung von Projektarbeiten, in mündlichen Prüfungen, im Bewerbungsgespräch und natürlich später im Berufsleben.

Unabhängig von Thema und Anlass sollte man sich vor jedem Vortrag vier Fragen stellen: Was möchte ich damit erreichen? Wer sind meine Zuhörer? Was ist der Inhalt? Und wie vermittele ich diesen? Nur wer das Ziel seiner Rede genau im Blick hat, kann Inhalte gliedern und Argumente gewichten.

Sammeln und ordnen Wer sich im Voraus überlegt, wer sein Publikum ist, kann hochrechnen, welche Kritikpunkte entstehen können und welche Zuhörer ihn wohlwollend unterstützen. Der größte Teil der Vorbereitung beschäftigt sich aber mit dem Inhalt. Beim Sammeln und Ordnen der Gedanken sollte man gleich die passenden Bilder, Zitate und Analogien überlegen, die den Vortrag lebendiger machen. Mit der Gliederung klärt sich auch, was in die Einleitung, in den Hauptteil oder an den Schluss gehört.

Sobald das Gerüst steht, geht's an die Dramaturgie. Um den Vortrag abwechslungsreich zu machen, kann man vom Allgemeinen zum Besonderen gehen – oder umgekehrt vom konkreten Beispiel zum Allgemeinen. Andere Schemata stellen Pro und Contra einander gegenüber, schreiten vom Ist-zum Sollzustand oder von der These zur Antithese und schließlich zur Synthese. Generell sollten die Kernaussagen spannungssteigernd aufeinander aufbauen.

Vorgelesene Reden wirken meist langweilig. Deshalb ist es besser, sich eine Gliederung und einzelne Stichwörter zu notieren und dann frei vorzutragen. Wer sich mit einer solchen Kurzform unsicher fühlt, kann das ausgeschriebene Manuskript für alle Fälle in der Tasche haben und Anfang und Ende auswendig lernen. Komplette Notizen zu verzichten, kann indes riskant sein: Ohne Gliederung kann ein Vortrag unübersichtlich oder gar chaotisch wirken. Außerdem ist es angenehmer, beim Reden nicht überlegen zu müssen: wohin mit den Händen?

Um einen unsicheren Eindruck zu vermeiden, ist es wichtig, gleich zu Beginn des Vortrags Blickkontakt zu den Zuhörern herzustellen und Interesse für das Thema zu wecken. Ob

man mit einer Anekdote, einer Frage oder ganz nüchtern mit der Gliederung beginnt, ist abhängig vom eigenen Typ und Thema. Wenn die Ziellinie dann endlich in Sicht ist, sollte man auf keinen Fall mit einer Floskel enden. An den krönenden Schluss gehört eine Zusammenfassung, ein positiver Ausblick, ein Appell an die Hörer. Oder man schlägt den Bogen zum Anfang der Rede.

Die eigene Ausstrahlung lässt sich verbessern, indem man vor dem Spiegel übt oder ein Rhetorikseminar besucht. Dort bekommt man Feedback und erfährt, ob die Stimme klar und verständlich ist, ob das Tempo stimmt, wo Sprechpausen fehlen und ob Gestik und Mimik offen, natürlich wirken. Redaktionen, die sich für das Thema interessieren, können sich beispielsweise an Debattierclubs oder an MLP-Geschäftsstellen wenden, die regelmäßig Rhetorikseminare anbieten.

Komfortabel zum neuen Konto

Studenten, die älter als 27 Jahre sind, werden von ihrer Bank gerne zur Kasse gebeten. Denn bei vielen Banken ist das Girokonto nur bis zu dieser Altersgrenze kostenlos. Danach bleiben zwei Alternativen: zähneknirschend zahlen oder zu einem günstigeren Geldinstitut wechseln – und dabei genau auf die Konditionen achten. Sonst zahlt man leicht drauf.

Nicht so beim MLP KomfortKonto. Es ist für Studierende 24 Monate lang kostenfrei – unabhängig davon, wie viel Geld im Monat darauf fließt. Zu diesem Angebot gehört eine Maestro-Karte, mit der man an insgesamt etwa 3.000 Automaten der Postbank, ING-DiBa und der BBBank Geld abheben kann. Wenn gerade keine entsprechende Filiale in der Nähe ist, kann man sich beispielsweise auch in rund 1.600 Supermärkten gebührenfrei bis zu 100 Euro in bar auszahlen lassen. Dafür muss der Einkaufswert über 20 Euro liegen und mit der Maestro-Karte bezahlt werden.

Das KomfortKonto ist Teil des KontoPlus-Konzepts. Dieses enthält neben der Maestro-Karte eine Kreditkarte, die MLP MasterCard. Sie ist kostenlos ab einem Jahresumsatz von 2.000 Euro. Die MLP Card hat einen großen Verfügungsrahmen von 1.500 Euro zum Preis von 7,50 oder 15 Euro. Die erste Euro-Bargeldauszahlung im Monat, die mit der Karte an Geldautomaten im Inland und in EU-Mitgliedsstaaten getätigt wird, ist für alle MLP-Kreditkarteninhaber kostenfrei.

Darüber hinaus erhalten Inhaber des Kreditkartenkontos Guthabenzinsen bis zu 2,25 Prozent im Jahr (variabel) nominal. Natürlich bleibt das Angebot auch nach dem Examen bestehen: Das MLP KomfortKonto ist als Gehaltskonto für jeden, der eine akademische Ausbildung hat, kostenfrei.



Rhetorische Fähigkeiten zahlen sich auch beim Bewerbungsgespräch aus.

Foto: ddp