

STEIGEND STUDENTENZAHL

Auch diesen Herbst ist die Zahl der Studierenden an Schweizer Hochschulen markant angestiegen. Das Bundesamt für Statistik (BfS) rechnete bereits vor Semesterbeginn mit einem Zuwachs von bis zu 12000 auf beinahe 200000 Studierende.

Zurückgeführt wird das starke Wachstum unter anderem auf die Auswirkungen der Bologna-Reform und die demografische Entwicklung. Ein wichtiger Faktor sei aber auch die grosse Anziehungskraft der Schweizer Hochschulen auf

ausländische Studierende. Für die Bachelorstufe an den universitären Hochschulen verzeichnet das BfS jährlich 6 bis 7 Prozent neu eintretende ausländische Studierende. Aber auch die Masterstufe an den Fachhochschulen ist beliebt: 2008 stammten 30 Prozent der neu eintretenden Studierenden aus dem Ausland. Der starke Zustrom soll bis 2012 anhalten. Dann werde sich der Bevölkerungsrückgang auch auf die Zuwachsraten an den Hochschulen auswirken. *rel.*

ETHIK DER MANAGER-EID

Um dem Reputationsverlust in der Öffentlichkeit zu begegnen, greifen Business-Hochschulen zu ungewöhnlichen Mitteln. An der Harvard Business School schwören Absolventen neuerdings einen Eid auf «äusserste Integrität». An europäischen Kaderschmieden versucht man es derweil eher mit Ethik-Veranstaltungen.

KOLUMNE LAUFBAHN *Das Geheimnis einer guten Präsentation*



VON PETRA WÜST

Es ist Dienstagvormittag, 8 Uhr 50. In 10 Minuten geht es los, da wird sie der Professorin und ihren Mitstudenten die Ergebnisse ihrer Semesterarbeit präsentieren. Sie wünscht sich, alles wäre schon vorbei. Vorbei das Referat und damit auch die Nervosität, die Angst, den Faden zu verlieren. Kommt Ihnen das bekannt vor? Präsentationen finden viele beängstigend. Dabei sind Präsentationen ausgezeichnete Profilierungsmöglichkeiten – wenn man weiss, worauf es ankommt.

Viele Referenten überlegen lange, was ihr Anliegen ist und was sie sagen wollen. Diese Gedanken führen jedoch selten zum Ziel. Denn die Leute hören nur zu, wenn man ihnen etwas erzählt, das für sie von Interesse ist und ihnen einen Nutzen bringt. Um die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen, ist es also notwendig, es und seine Interessen zu kennen und die Rede gezielt auf diese Aspekte hin auszurichten. Begabte Redner setzen zudem auf wohl dosiertes «Infotainment», eine Mischung aus fundierter Information und Entertain-

ment. Rhetorisch gelingt «Infotainment» am besten, wenn wir auf dem betreffenden Gebiet kompetent sind und dennoch einfach und anschaulich formulieren und wenn wir unsere Aussagen mit Beispielen, Anekdoten und einer bildhaften Sprache untermauern.

Ein gelungener Vortrag verkauft sich immer zuerst über die referierende Person und die Emotionen, die sie weckt. An der Hochschule gehen viele davon aus, dass bei einem Referat einzig die Fakten zählen. Untersuchungen belegen jedoch, dass der Inhalt nur zu 7 Prozent bestimmt, ob man dem Referenten zuhört, und zu 30 Prozent, ob das Gehörte auch behalten wird. Ein sympathisches, selbstbewusstes Auftreten sorgt dafür, dass unser Publikum uns zuhört und uns für kompetent hält.

Im Zusammenhang mit öffentlichem Auftreten hat die Stressforschung in den letzten Jahren Interessantes zutage gefördert. So hat man herausge-

funden, dass Männer weniger gestresst sind, wenn sie sich vor dem Referat mit ihrer Partnerin unterhalten. Bei Frauen dagegen wirkt eine Nackenmassage stressreduzierend.

Für viele Versuchspersonen war es zudem angenehm, sich einen Schutzraum vorzustellen; einen solchen kann man sich zum Beispiel als imaginären Kreis um die eigene Person vorstellen. Natürlich helfen auch bewährte Mittel wie Atemübungen, Autosuggestion oder Ablenkung direkt vor dem Auftritt. Da jede Person ihr individuelles Lampenfieberprofil hat, sind auch die Hilfsmittel, um mit der eigenen Nervosität besser umzugehen, individuell. Wichtig ist, dass Sie Ihren ganz persönlichen Kniff finden. Und vergessen Sie dabei nicht: Ihr Lampenfieber wird vom Publikum gar nicht bemerkt.

PETRA WÜST leitet das Beratungsunternehmen Wüst Consulting in Basel und ist als Trainerin, Coach und Buchautorin auf dem Gebiet des Self-Branding tätig.