

In dieser Ausgabe

Campus

TU München will Pole
Position beibehalten 1

jcommunicate!

Countdown läuft 1

Anmeldung gestartet 2

Bereits stattgefunden 2

Aktueller Termin

5. März 2005, Frankfurt a. M. 2

Profil

Prof. Dr. Helmut Krcmar 3

Communication & Leadership

Fachbeitrag 3

Lesenswert 4

Bemerkenswert 4

Wissenswert 4

Impressum 4

jcommunicate!

Countdown läuft

Bewerbungsschluss für Executive MBA am 28. Februar 2005

Bis zum 28. Februar 2005 können sich Interessenten für den Executive MBA in Communication and Leadership bewerben. Informationen zum

Bewerbungsprozess finden Sie unter www.communicate-program.de/emba. Bewerbungsunterlagen können Sie im Münchener jcommunicate!-

Büro anfordern: telefonisch unter 089/289-28474 oder per E-Mail unter info@communicate-program.de

Editorial

Herzlich Willkommen zur ersten Ausgabe des jcommunicate!-Newsletters!

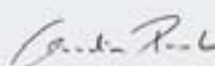
Hier erfahren Sie alles Wissenswerte rund um jcommunicate!. Außerdem erhalten Sie neueste Informationen zu den Themen Communication and Leadership aus Wissenschaft und Praxis. Über Anregungen

freuen wir uns. Kontaktieren Sie uns einfach per E-Mail: info@communicate-program.de

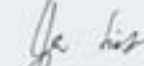
Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen



Prof. Dr. Helmut Krcmar
Academic Director, TU München



Claudia Paul
Executive Director, TU München



Dr. Holger Sievert
Project Director, Bertelsmann Stiftung

Campus

TU München will Pole Position beibehalten

Statement von TUM-Präsident Wolfgang A. Herrmann

2004 war das Jahr der „Eliteuniversitäten“ und Hochschulrankings. Hier konnte die TU München unter Beweis stellen, dass sie zu den deutschen Spitzenuniversitäten zählt: Platz 1 im „Academic Ranking of World Universities“ der Shanghai Jiao Tong University, Platz 1 im Focus-Ranking. Der Spiegel sagt: Die TU München hat die besten Studenten. Diese Pole Position gilt es beizubehalten, trotz schwieriger

Umstände angesichts der aktuellen hochschulpolitischen Lage.

Zur Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit wird die TUM den fachlich-inhaltlichen Erneuerungskurs fortsetzen: **innovaTUM-2008** heißt die Vorwärtsstrategie. Ziel ist, die einzige Technische Universität in Bayern weiter strategisch zu fokussieren, um auch zukünftig in der nationa-

len und internationalen ersten Liga mitzuspielen. Dazu werden wir nicht nur versuchen, die Rendite der Forschungs-Dritt-mittel zu erhöhen und den Lehrbetrieb ständig kreativ zu erneuern, sondern auch den Freistaat Bayern weiter in die Pflicht nehmen mit seiner Aussage „Wir investieren in unsere Hochschulen“. Mit dieser Strategie wollen wir gewährleisten, in Forschung und Lehre an der Spitze zu bleiben.



Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
Wolfgang A. Herrmann

Anmeldung gestartet

Zweites Executive Training im Schloss Bensberg bei Köln vom 2. bis 5. März

Vom 2.-5. März 2005 findet im Schloss Bensberg bei Köln das zweite Executive Training zum Thema **Managing International Communication** statt. Aus dem Inhalt:

- Global oder lokal: Wie lässt sich Unternehmenskommunikation am besten internationalisieren?
- Pressearbeit im internationalen Umfeld: Kontakte,

Kampagnen, Krisenmanagement

- Auf dem Weg zum „Global Player“: Think of your Corporate Identity, your Corporate Culture and your Internal Communication!

Das ausführliche Programm finden Sie unter

www.communicate-program.de/et/international



Vom 27. bis 30. Oktober 2004 fand bereits das erste Executive Training im Schlossgut Oberambach bei München statt

Bereits stattgefunden

jcommunicate!-Infoveranstaltungen

Deutschlandweit haben sich zahlreiche Interessenten auf verschiedenen Veranstaltungen über das Programm jcommunicate! erkundigt. Highlights waren die jcommunicate!-Informationsveranstaltungen, die von November bis Februar an verschiedenen Orten stattfanden. Hier wurden die Teilnehmer nicht nur ausführlich über jcommunicate! informiert, sondern hörten auch interessante Schnuppervorlesungen ausgewählter Dozenten aus dem Executive MBA Curriculum.

So wies der Soziologe und Verantwortliche für Modul 4 Prof. Dr. Rainer Trinczek in seinem Vortrag **"Akzeptanz von Veränderungsprozessen in Unternehmen"** darauf hin, dass in Veränderungsprozessen die Erwartungshaltung an die Beschäftigten hinsichtlich ihrer „Begeisterung“ über das Veränderungsprojekt überbewertet wird. Häufig stellt sich als „normale“ Reaktion gegenüber Veränderungen aufgrund der Unsicherheit über die Aus-

wirkungen auf die eigene Position zunächst einmal „Skepsis“ ein. Rainer Trinczek erläuterte, wie Unternehmen diese Skepsis produktiv aufnehmen können und die eigenen Anstrengungen darauf konzentrieren können, Skepsis in Akzeptanz zu transformieren.

Dozentin PD Dr. Kathrin Möslein, Associate Director am Advanced Institute of Management Research der London Business School, diskutierte unter dem Titel **"Leadership for Innovation – Strategic Challenges"** mit den Teilnehmern die Herausforderungen, die Innovation und strategischer Wandel an die Führungspraxis im Unternehmen stellen. Dazu berichtete sie Ergebnisse aus einer großangelegten Studie über Führungssysteme in multinationalen Unternehmen. Die Referentin zeigte Instrumente und Werkzeuge auf, die innerhalb dieser Führungssysteme in Unternehmen zum Einsatz kommen können. Mit ihrer Schnuppervorlesung führte

Kathrin Möslein die Teilnehmer an die Gestaltung innovativer Führungsstrategien heran.

Dr. Frank Piller, Dozent in Modul 5 und derzeit Research Fellow der Innovation Management Group der Sloan School of Management am MIT, Cambridge (USA), führte die Teilnehmer mit seinem Vortrag **„Innovation and Value Co-Creation“** in die Grundideen der Open Innovation ein. Frank Piller verdeutlichte den Teilnehmern, dass das Wissen der Kunden zu erfolgreichen Neuproduktentwicklungen führt und dank moderner Informations- und Kommunikationsmedien erhoben und systematisch in den Innovationsprozess integriert werden kann. Voraussetzung dafür ist eine neue Dimension der Kommunikation zwischen Kunden und Unternehmen.

Schließlich legte Dr. Bernd Süßmuth, Associate Professor am Lehrstuhl für VWL von Prof. von Weizsäcker, TUM, in seinem Vortrag **"Rational Herding and Strategic Delay"** dar, was Herdenverhalten bedeutet und wie es zustande kommt, insbesondere im Rahmen von Realinvestitionen. Er verdeutlichte, dass das strategische Verzögerungsverhalten von Investitionen in der Regel zu einem Investitions-Breakdown führt. Um diesen Investitions-Breakdown zu ver-

hindern, stellte Bernd Süßmuth verschiedene Kommunikationsstrategien wie Joint Ventures oder Private Votes vor.

Das jcommunicate!-Team war mit seinem Infostand und/oder inhaltlichen Diskussionsbeiträgen beispielsweise auch bei folgenden Events vertreten:

- München, 16.10.04: World MBA Tour
- München, 20.-22.10.04: Medientage München
- Frankfurt a. M., 5.11.04: DPRG/GPRA-Symposium
- Bremen, 22.-24.11.04: „Wissenswerte“
- München, 27.01.05: TUM MBA Veranstaltung
- München, 28.01.05: DPRG Internet-Tag

Aktueller Termin

5. März 2005, Frankfurt a. M.: **World MBA Tour im Hilton Hotel**

Auch in diesem Jahr veranstaltet QS Network wieder die World MBA Tour. Das Münchener jcommunicate!-Team wird am 5. März 2005 in Frankfurt am Main, Hilton Hotel, auf der Messe vertreten sein und Ihre Fragen zum Executive MBA an der TUM gerne beantworten. Wir freuen uns auf Ihr Kommen! Bitte melden Sie sich für Ihre Teilnahme beim Münchener jcommunicate!-Team: contact@communicate.tum.edu



jcommunicate!-Informationsstand beim Münchener DPRG Internet-Tag

Prof. Dr. Helmut Krcmar

Academic Director des Programms *jcommunicate!* und Dozent im Executive MBA

Prof. Dr. Helmut Krcmar, Jahrgang 1954, hat zum 1.10.2002 den Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik an der Fakultät für Informatik der TU München übernommen und ist Mitglied der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften. Davor vertrat er seit 1987 die Wirtschaftsinformatik an der Universität Hohenheim, Stuttgart, und war dort zuletzt Dekan der Fakultät

für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Krcmars Forschungsinteressen umfassen die Bereiche Informations- und Wissensmanagement, Engineering und Management IT-basierter Dienstleistungen, Pilotierung innovativer Informationssysteme in Gesundheitswesen, Umweltmanagement und eGovernment, sowie Computerunterstützung für die Kooperation

in verteilten und mobilen Arbeits- und Lernprozessen. Sein Buch „Informationsmanagement“ ist in 4. Auflage erschienen. Im Executive MBA in Communication and Leadership hält er z. B. Vorlesungen und Übungen zu den Themen „Knowledge Management and Mediated Communication“ und „Information and Communication Technologies and Value“.



Academic Director
Prof. Dr. Helmut Krcmar

Interview mit Prof. Dr. Helmut Krcmar

Wofür steht für Sie die TU München? – Für Qualität und die Gewissheit, dass hier exzellente Forschung und Lehre auf Problemstellungen aus der Praxis treffen.

Warum wollten Sie Professor werden? – Weil es mir so immer möglich ist, interessante Fragen zu stellen und Antworten darauf zu suchen.

Was war Ihr größter Erfolg im Berufsleben? – Die richtigen Fragen gestellt zu haben.

Welches war Ihr größter Fehler? – Nur einer? Ich habe eine Menge gelernt.

Welche Person hat Sie besonders inspiriert? – Mein akademischer Lehrer.

Wie lautet Ihr Lebensmotto? – Aim so high you'll never be bored.

Eine Buchempfehlung? – 'Hörbuch' der SZ-Klassik-Edition "Klavier Kaiser".

Welchen Luxus gönnen Sie sich? – Mir mehr und mehr Zeit für meine Familie zu nehmen.

Was macht Ihnen Angst? – Dass immer mehr Kommunikateure und Entscheider der deutschen Wirtschaft aus Angst und nicht mit Mut und Überzeugung handeln.

Ein Jahr Ferien: Was würden Sie machen? – Im Grunde das, was ich mir für das kommende Jahr vorgenommen habe.

Warum lohnt es sich, am *jcommunicate!*-Programm teilzunehmen? – Weil dieses Programm als einziges im deutschsprachigen Raum die bisher getrennten Felder verbindet, auf denen sich Kommunikateure und Entscheider bewegen. Außerdem wird die Teilnahme an diesem MBA-Programm ein einschneidendes Erlebnis sein.

Communication and Leadership

Fachbeitrag

Kommunikationsmanagement in Veränderungsprojekten



Ein Beitrag von Prof. Dr. Dr. h.c. Ralf Reichwald und Jutta Hensel

Globalisierung, neue technische Möglichkeiten und demographische Veränderungen versetzen mittlerweile fast alle Branchen in einen permanenten Veränderungsprozess. Um diesen Anpassungsprozess auszuhalten, sind Unternehmen dazu gezwungen, konti-

nuierlich ihre internen Abläufe möglichst optimal zu gestalten. Untersuchungen haben gezeigt, dass Veränderungsprojekte häufig scheitern, wenn Ziele und Notwendigkeiten der Projekte von den Mitarbeitern nicht getragen werden. Um in frühen Phasen von Veränderungsprojekten Widerstand und Verneinung vorzubeugen, ist aktives Kommunikationsmanagement und zwar aus der Führung des Unternehmens von essentieller Bedeutung. Die Autoren Reichwald und Hensel greifen dieses Thema in ihrem Artikel

„Kommunikationsmanagement in Veränderungsprojekten“ auf. Sie schildern die Zielsetzung von Kommunikationsmaßnahmen, nennen Beispiele für Ausgestaltung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen und erläutern die Rolle der Führungskraft als Kommunikator. Dabei zeigt der Beitrag sowohl Wege als auch Grenzen der Kommunikationsaktivitäten in Veränderungsprojekten auf.

Prof. Dr. Dr. h.c. Ralf Reichwald ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre –

Information, Organisation und Management sowie Dekan der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der TU München. Er leitet das Modul „Leadership Communication and Strategies“ im Executive MBA Programm. Dipl.-Kffr. Univ. Jutta Hensel ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl von Prof. Reichwald. Kontakt: www.prof-reichwald.de

Der komplette Beitrag ist unter www.communicate-program.de als Download kostenfrei erhältlich.

Lesenswert

Cary L. Cooper (Hrsg.): Leadership and Management in the 21st Century

Die Wirtschaft hat sich in den letzten beiden Dekaden dramatisch gewandelt: Globalisierung, transnationale strategische Allianzen und Mergers, Privatisierungen, Outsourcing, Innovationen in der Informationstechnologie und die zunehmende Kultur von Kurzzeitverträgen haben diesen Wandel beeinflusst. Manager müssen sich diesen Veränderungen anpassen und ihr Verhalten entsprechend ändern. Denn die Organisationen, in denen sie arbeiten, haben sich in

Größe und Struktur gewandelt, ihre Aufgaben werden zunehmend komplexer und das in Zeiten einer sich verstetigenden Jobunsicherheit. Diesen Wandel zu bewältigen wird eine der Grundvoraussetzungen von Managern der Zukunft werden. Cary L. Cooper lässt in „Leadership and Management in the 21st Century“ Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Medien mit ihren Überlegungen zu den Anforderungen des 21. Jahrhunderts an Unternehmen und ihre Füh-

runungskräfte zu Wort kommen. Die Autoren legen dar, welche Trends die globale Wirtschaft in diesem Jahrhundert beeinflussen, wie sich diese auf die Wirtschaft auswirken und welche Anforderungen für das Management und seine Führungskräfte daraus erwachsen. Themen wie Führung, Unternehmenskultur, Kommunikation und Wandel stehen dabei im Mittelpunkt.

Prof. Anne S. Huff, PHD und PD Dr. Kathrin Möslein, Leader-

ship-Experten der TUM Business School und Dozenten im ;communicate!-Programm, beleuchten dabei in ihrem Kapitel die Bedeutung der individuellen Führung in unternehmerischen Führungssystemen und leiten daraus Empfehlungen für die zukünftigen Anforderungen in Forschung und Unternehmensstrukturen ab.

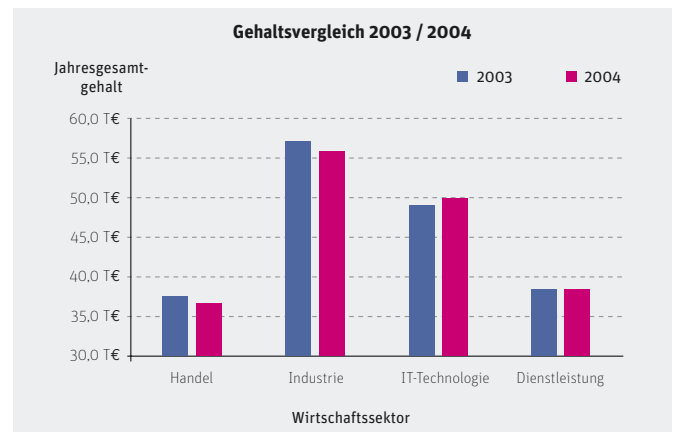
Publisher: Oxford University Press, ISBN: 0199263361, Preis: 38,40 €, zu beziehen über www.amazon.de

Bemerkenswert

Was PR-Experten verdienen

PR-Experten, die in der Industrie arbeiten, haben nach einer aktuellen Analyse der Hamburger Vergütungsberatung PersonalMarkt die besten Verdienstmöglichkeiten. Das jährliche Salär für angestellte PR-Fachleute lag hier im Jahr 2004 bei rund 55.800 Euro. Im Bereich der IT-Technologie lagen die mittleren Jahresbruttogehälter bei rund 49.900 Euro, bei Dienstleistungsunternehmen wurden immerhin noch 38.400 Euro verdient.

Schlusslicht in Sachen Gehalt ist der Handel mit einem mittleren Jahresbruttogehalt in Höhe von 36.600 Euro. Entscheidend für die Höhe des Gehalts sind neben der Branche aber noch zahlreiche weitere Faktoren wie z. B. Standort des Unternehmens, Ausbildung oder Berufserfahrung. Übrigens haben knapp 80 Prozent aller PR-Experten, deren Gehälter untersucht wurden, einen Hochschulabschluss. Und nach Einschätzung der Deutschen



Public Relations Gesellschaft wächst der Bedarf an gut ausgebildeten PR-Fachkräften nach wie vor. Wer seinen eigenen Marktwert genau bestimm-

men lassen möchte, kann unter www.personalmarkt.de eine umfassende und individuelle Gehaltsanalyse erstellen lassen. Quelle: www.personalmarkt.de

Wissenswert

Programm ;communicate!

Das Qualifizierungsprogramm ;communicate! ist eine gemeinsame Initiative der Bertelsmann Stiftung, der Heinz Nixdorf Stiftung und des Daimler-Chrysler-Fonds in Zusammenarbeit mit der Technischen Universität München. Ziel des Programms ist es, Communica-

tion und Leadership in Praxis, Lehre und Forschung miteinander zu verbinden. Um eine möglichst breite Wirkung zu erzielen, gibt es die Weiterbildungsformate Executive MBA, Executive Trainings und Top-Executive Summer School.



Das ;communicate!-Team in München und Gütersloh
 Von links oben: Dr. Holger Sievert, Winfried Ebner, Catrin Dreßler, Petra Niemann – von links unten: Claudia Paul, Prof. Dr. Helmut Krcmar, Barbara Künnemann, Dr. Claudia Langen

Impressum

Der Newsletter von ;communicate! bringt aktuelle Informationen rund um ;communicate!, zu den beteiligten Stiftungen, zu der TU München sowie zu den Themen Communication and Leadership. Wenn Sie den Newsletter abbestellen wollen, senden Sie einfach eine kurze E-Mail an info@communicate-program.de. Auch für Fragen oder Anregungen können Sie gerne eine Nachricht an info@communicate-program.de senden.

TU München, Programm ;communicate!, Arcisstr. 21, D-80333 München

V.i.S.d.P.: Claudia Paul; Redaktion: Barbara Künnemann; Grafik: ci-media OHG, Oliver Möller; Fotos: Thomas Kunsch, eigene Bilder