

In dieser Ausgabe

Editorial	1
Campus	
Weiterbildung gefragt	1
¡communicate!	
Highlight erwartet	1
Studium gefördert	2
Bereits stattgefunden	2/3
Anmeldung gestartet	4
Aktuelle Termine	
27. April 2005, München	3
4. bis 7. Mai 2005, Garching	3
7. Mai 2005, Hohenkammer	3
17. Juni 2005, Münster	3
Profil	
Prof. Dr. Manfred Bruhn	5
Communication & Leadership	
Bemerkenswert	4
Fachbeitrag	5
Lesenswert	6
Wissenswert	6
Impressum	6

¡communicate!

Highlight erwartet

Festakt zum Auftakt des Qualifizierungsprogramms ¡communicate!

¡communicate! feiert seinen Auftakt mit einem Festakt im Künstlerhaus am Lenbachplatz am 30. Mai 2005 ab 16.30 Uhr. Dazu wird der Bayerische Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber die Festrede halten. Auf der Rednerliste stehen zudem Prof. Heribert Meffert,

Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann Stiftung, Prof. Wolfgang A. Herrmann, Präsident der TU München, Dr. Horst Nasko, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Heinz Nixdorf Stiftung, Hartmut Schick, Leiter Kommunikation der DaimlerChrysler AG, Prof.

Ralf Reichwald, Dekan der TUM Business School u. v. m. Zu dem Festakt werden 250 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik erwartet. Interessenten können sich ab 30. April 2005 unter www.communicate-program.de/festakt für die Veranstaltung anmelden.

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

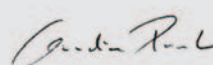
herzlichen Dank für das äußerst positive Feedback zu unserem ersten Newsletter. Wir haben uns sehr darüber gefreut, dass Ihnen unsere Rubriken und Themen zugesagt haben. Um auch zukünftig Ihre Erwartungen an den ¡communicate!-News-

letter zu erfüllen, freuen wir uns weiterhin über Ihre Kritik, Ideen und Anregungen an redaktion@communicate.tum.edu.

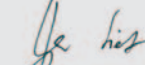
Viel Spaß beim Lesen der zweiten Ausgabe wünschen Ihnen



Prof. Dr. Helmut Krcmar
Academic Director, TU München



Claudia Paul
Executive Director, TU München



Dr. Holger Sievert
Project Director, Bertelsmann Stiftung

Campus

Weiterbildung gefragt

Bulmahn fordert Hochschulen auf, Potenziale zu nutzen

Nach ihrem Examen bilden sich 90 Prozent der Hochschulabsolventen weiter – allerdings nutzen sie bisher vergleichsweise noch wenig das Angebot von Universitäten und Fachhochschulen. Dieses geht aus einer Studie der HIS (Hochschul-Informationssystem GmbH) zur Weiterbildungsnachfrage im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung

und Forschung hervor. Befragt wurden dazu rund 13.000 Examinee der Abschlussjahrgänge 1993 und 1997.

Dass nur jeder Vierte Weiterbildungsangebote an einer Hochschule besucht, liegt laut Studie vor allem häufig noch an fehlenden berufsbezogenen Angeboten. Bundesbildungsministerin Edelgard Bulmahn

fordert daher die Hochschulen auf, ihre Potenziale besser zu nutzen und Weiterbildung gemäß dem Hochschulrahmengesetz von 1998 als zentrale Aufgabe wahrzunehmen.

Insbesondere mit dem Weiterbildungsprogramm ¡communicate! hat die TU München einmal mehr eine Vorreiterrolle beim Lebenslangen Lernen

in der Hochschullandschaft eingenommen. Die Qualifizierungsinitiative bietet bereits heute hochkarätige Weiterbildungsangebote, die Akademiker für ihre Aufgaben von morgen qualifizieren.

Die Studie ist unter www.bmbf.de/pub/his_projektbericht_11_04.pdf erhältlich.

Studium gefördert

Stiftungen vergeben Stipendien für Executive MBA

Für Mitarbeiter aus Non-Profit-Organisationen (NPO), kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sowie Agenturen haben Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung und DaimlerChrysler-Fonds spezielle Stipendien ausgeschrieben. Als weiterer Partner konnte die Gesellschaft Public Relations

Agenturen (GPRA) gewonnen werden. Denn während sich zahlreiche Mitarbeiter vor allem aus Großunternehmen für den Executive MBA in Communication and Leadership beworben haben, sind aus Non-Profit-Organisationen, kleinen und mittleren Unternehmen und Agenturen

deutlich weniger Bewerbungen eingegangen. Um aber im ersten Jahrgang die Vielschichtigkeit der Perspektiven und ein reales Abbild der deutschen Kommunikationslandschaft wider zu spiegeln, sollten möglichst viele Zielgruppen eingebunden werden. Bis zum 15. April 2005 konnten sich

Interessenten aus NPO, KMU und Agenturen für die drei ausgelobten Stipendien, die bis zu 75 Prozent der Kursgebühr decken, bewerben. Derzeit werden aus der Vielzahl der eingegangenen Bewerbungen die Stipendiaten ermittelt.

Bereits stattgefunden

Reise durch die Welt der MBAs – Business Schools gaben in Frankfurt am 5. März 2005 Einblick in ihr Angebot

Die Messetüte in der Hand von Stefan reißt fast auseinander. Der 35-jährige Maschinenbauer aus Stuttgart hat gerade einen Rundgang über die Messe **World MBA Tour** beendet, die am 5. März im Frankfurter Hilton Hotel stattfand. Die mit Broschüren und Informationsheften gefüllten Tüten renommierter Business Schools wie Insead, Warwick Business School, IESE aus Spanien und der Technischen Universität München (TUM) zeigen den Vorteil der Tour: „Um einen Überblick zu bekommen, ist die halbtägige Messe sehr gut geeignet“, sagt Stefan. Inzwischen ist die World MBA Tour zu einer festen Größe für Informationen rund um den Master of Business Administration (MBA) geworden. 45.000 Besucher haben im Jahr 2004 in über 50 Städten in fast 40 Ländern die MBA-Messe besucht.

Auch in Frankfurt herrscht dichtes Gedränge – trotz Voranmeldung. Fast 1.000 Gäste sind auf der Suche nach dem für sie idealen Master of Business Administration. Seit einiger Zeit erfreut sich das international bekannte Weiterbildungsstudium auch in Deutschland wachsender Beliebtheit. Denn die Absolventen versprechen sich von einer Teilnahme an einem MBA-Programm die Übernahme von

Führungsaufgaben im Management. Die Messebesucher sind Berufstätige wie Stefan, aber auch frischgebackene Absolventen und Studierende im Hauptstudium, die sich – ganz businesslike im Anzug mit Krawatte oder im Kostüm – über den MBA informieren wollen.

Weltweit gibt es über 5.000 MBA-Programme. Das Angebot ist kaum noch überschaubar. Die World MBA Tour des britischen Messeveranstalters QS Network soll bei der Entscheidung für das richtige MBA-Programm helfen. Die Gäste können hier rund 70 Business Schools aus aller Welt, darunter das communicate!-Team, im persönlichen Gespräch am Stand kennen lernen und sich über Aufnahmeverfahren, Studienförderung und Karriereaussichten informieren. Hier werden aber auch weitere Fragen geklärt, beispielsweise wie am besten eine Wohnung am Studienort zu finden ist oder wie chancenreich eine Bewerbung für das aktuelle Studienjahr ist.

Viele Besucher sind, wie auch Stefan, vor allem gekommen, um in kurzer Zeit eine kleine Tour durch die große Welt der MBAs zu unternehmen. Dazu bietet die World MBA Tour reichlich Gelegenheit. Schließlich der Executive-MBA



Zahlreiche Interessenten informierten sich bei der World MBA Tour



communicate!-Informationsstand bei der World MBA Tour

einer australischen Schule hier nur wenige Schritte von einem Vollzeit-MBA einer Business School aus Großbritannien

und einem Parttime-MBA einer deutschen Universität entfernt.

Bereits stattgefunden

Zweites Executive Training im Schloss Bensberg bei Köln vom 2. bis 5. März 2005

Was bedeutet Internationalisierung aus unternehmensstrategischer Perspektive und wie lässt sich Unternehmenskommunikation global organisieren? Wie können internationale Projektteams erfolgreich zusammenarbeiten und welche besonderen kulturellen und politischen Herausforderungen gibt es in Ländern wie China oder Russland? Diese und viele andere Fragen diskutierten und bearbeiteten die Teilnehmer des zweiten Executive Trainings von ;communicate! mit erfahrenen Referenten aus Wirtschaft

und Wissenschaft. **Managing International Communication**, so der Titel des zweiten Seminars, das vom 2. bis 5. März in der Nähe von Köln stattfand.

Auch beim zweiten Training kamen die Dozenten aus unterschiedlichen Bereichen und trugen so zu einer Vielfalt der Perspektiven bei. Zu den Referenten zählten neben den Professoren aus der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der TUM unter anderem die Leiter der Unternehmenskommunikation von BASF, Bertelsmann, DaimlerChrysler

und Deutsche Post World Net sowie ein mittelständischer

Unternehmer mit Produktion und Vertrieb in China.



Tatjana Kourganova (E.ON Ruhrgas), Referentin zum Thema **Kommunikative Chancen und Risiken in Russland**

TOP Career Forum "Women in Leadership" am 27. April 2005 in München

In der medialen und gesellschaftlichen Diskussion ist es ein Dauerthema: Frauen in Führungspositionen. Wie Frauen in Führungspositionen kommen und was sie dafür brauchen, erfuhren die

Teilnehmerinnen im Rahmen des ersten TOP Career Forums **Women in Leadership** im City Hilton München am 27. April 2005 von 12.00 bis 18.00 Uhr. Darüber hinaus präsentierten sich namhaf-

te Unternehmen aus dem deutschen und europäischen Raum auf der von dem internationalen Messeveranstalter QS Network ausgerichteten Veranstaltung und boten die Möglichkeit Kontakte zu knüpf-

fen und sich auszutauschen. Das ;communicate!-Team war ebenfalls beim TOP Career Forum vertreten und stellte seine Weiterbildungsformate vor.

Aktuelle Termine

4. bis 7. Mai 2005, Garching bei München: ;communicate! präsentiert sich bei der European Academy of Management (EURAM)

EURAM comes to Munich – erstmals findet der bedeutendste wirtschaftswissenschaftliche Kongress Europas in Deutschland statt. Am TUM-Standort Garching treffen

sich vom 4. bis 7. Mai 2005 Wirtschaftswissenschaftler aus Europa. Im Rahmen der EURAM wird ;communicate! das Panel **Assessing the Value of Transparent Communication**

and Responsible Leadership (5. Mai 2005, 16.00 bis 17.30 Uhr) durchführen und mit einem Informationsstand vertreten sein. Die Gebühr für die Teilnahme an der EURAM

beträgt 495 €. Interessenten können sich unter www.euram2005.de anmelden. Unter dieser Internetadresse ist auch das komplette Programm als Download verfügbar.

7. Mai 2005, Hohenkammer bei München: Start des Executive MBA in Communication and Leadership

Die Vorbereitungen für den Start des ersten Jahrgangs im Executive MBA in Communication and Leadership sind abgeschlossen. Ab 7. Mai 2005

erfahren die Teilnehmer innerhalb der darauf folgenden 15 Monate die neuesten Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis zu den

Themenspektren Kommunikation und Führung. Mehr zum Start des Executive MBA in der nächsten Ausgabe des ;communicate!-Newsletters.

Weitere Informationen zum Programm: www.communicate-program.de/emba

17. Juni 2005, Münster: Careers Day PR

An der Westfälischen Wilhelms-Universität treffen sich am 17. Juni 2005 von 9.00 bis 18.30 Uhr Studierende, Absolventen und Young Professionals zum zweiten bundeswei-

ten **Careers Day PR** im Schloss Münster. Als Kombination von PR-Kongress und Fachmesse bietet er den Teilnehmern die Möglichkeit, sich über die Tätigkeitsfelder der Öffentlich-

keitsarbeit und den Einstieg in die PR-Branche zu informieren. Das ;communicate!-Team wird in diesem Jahr die Podiumsdiskussion **International Perspectives on PR**

Education organisieren und mit einem Informationsstand vertreten sein. Das komplette Programm ist unter www.careersday-pr.de zu finden.

Anmeldung gestartet

Drittes Executive Training im Kronenschlösschen bei Frankfurt

Vom 15. bis 18. Juni 2005 findet im Kronenschlösschen bei Frankfurt das dritte Executive Training zum Thema **Issues Leadership** statt. Aus dem Inhalt:

- Alles im Griff: Vom Informationsmanagement über das

Beziehungsmanagement bis zum Reputationsmanagement

- Kommunikation in der Krise: Strategien, Instrumente und erfolgreiche Fälle
- Berlin und Brüssel: Wie lassen sich politische Entscheidungen beeinflussen?

Es moderieren Prof. Dr. Manfred Bruhn (Uni Basel) und Prof. Dr. Joachim Klewes (komm.passion). Als Referenten sind dabei u.a. Siegmund Mosdorf (CNC), Andreas Severin (Crossrelations) und Elke Neujahr (comm.up) sowie Vertreter aus den

Unternehmen Bertelsmann, DaimlerChrysler, Fraport, Hochtief und KarstadtQuelle.

Das ausführliche Programm finden Sie unter www.communicate-program.de/et/issues.

Communication and Leadership

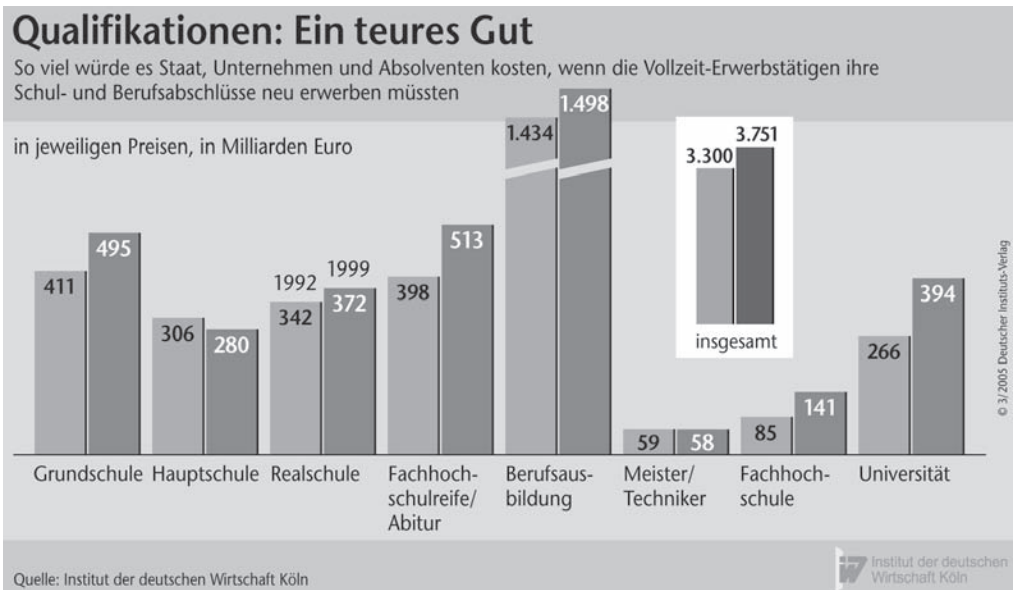
Bemerkenswert

Humankapital – Milliarden in den Köpfen

3.750 Milliarden Euro: Auf diesen Wert beziffert das Institut der deutschen Wirtschaft Köln in einer aktuellen Studie (Januar 2005) das Humankapital in Deutschland Ende der neunziger Jahre.

Dem Institut ist damit erstmals gelungen, den Ausbildungsstand der Bevölkerung sowie das Know-how monetär zu bewerten. Gleichzeitig können die Forscher mit Hilfe dieser Berechnung Aussagen über die Entwicklung des Humankapitals treffen. So ermittelten die Verfasser der Studie, dass 1999 das Humankapital 450 Milliarden Euro mehr betrug als 1992.

Damit hat sich die Humankapitalausstattung der voll erwerbstätigen Bevölkerung in der deutschen Volkswirt-



schaft eher mager entwickelt. Hier wurde ein nominales Plus von durchschnittlich 1,8 Prozent im Jahr erreicht.

Noch deutlicher wird die schwache Humankapitalperformance im Vergleich zur Entwicklung der Sachkapitalausstattung. So stieg zwischen 1992 und 1999 der Wert des Sachvermögens in Deutschland preisbereinigt um ein Fünftel – das „Humanvermögen“ stagnierte derweil.

Allerdings hat der Produktionsprozess im vergangenen Jahrzehnt einen Effizienz- und Pro-

duktivitätsschub gemacht – für den gleichen Output mussten weniger Beschäftigte eingesetzt werden.

Darüber hinaus kam es zu Verschiebungen in der Struktur des realen Humankapitals. Insbesondere die Anzahl an Fachhochschul- und Universitätsabschlüssen hat zugenommen. Ihr Anteil am Humankapital stieg zwischen 1992 und 1999 um fast drei Prozentpunkte auf 13,5 Prozent.

Die monetäre Betrachtungsweise bestätigt, dass höher qualifizierte im Beschäftigungssystem wichtiger, wenn nicht vielfach sogar zu einem Engpassfaktor werden. Eine hoch spezialisierte Volkswirtschaft, in der Maschinen und Anlagen

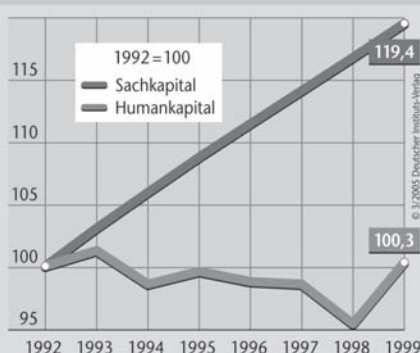
mit hoher Effizienz arbeiten, benötigt Menschen mit Wissen.

Die Verfasser der Studie ermittelten zur Berechnung des Humankapitals die Kosten, die entstünden, wenn alle in der Bevölkerung vorhandenen Schul- und Berufsabschlüsse heute wieder erworben werden müssten. Berücksichtigt wurden die direkten sowie indirekten Ausbildungskosten. Dabei zählen Aufwendungen für Lehrgebäude, Lehrer, Lernmittel, Lehrwerkstätten und das betriebliche Ausbildungspersonal zu den direkten Ausbildungskosten. Der fiktive „Verdienstausschlag“ aufgrund fehlender Höherqualifizierung wurde den indirekten Kosten zugrunde gelegt.

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Qualifikationen: Ein vernachlässigtes Gut

Entwicklung des realen Human- und Sachkapitalstocks



Humankapitalstock: Wert aller Schul- und Berufsabschlüsse der Vollzeit-Erwerbstätigen, wenn diese wieder erworben werden müssten
 Quellen: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Prof. Dr. Manfred Bruhn

Dozent im Executive MBA

Prof. Dr. Manfred Bruhn, Jahrgang 1949, war von 1983 bis 1995 Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der European Business School (ebs), Private Wissenschaftliche Hochschule (Oestrich-Winkel). Seit 1995 ist er Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Unternehmens-

führung, am Wirtschaftswissenschaftlichen Zentrum (WWZ) der Universität Basel und seit 2005 zusätzlich Honorarprofessor an der Technischen Universität München. Seine Forschungsschwerpunkte bilden Strategische Unternehmensführung, Dienstleistungsmanagement, Relationship Marketing, Kommunikations-

politik und Integrierte Kommunikation, Markenpolitik, Nonprofit-Marketing, Qualitätsmanagement sowie Internes Marketing. Im Executive MBA in Communication and Leadership ist Manfred Bruhn Verantwortlicher des Moduls 2 **Integrated Market and Corporate Communications**.



Prof. Dr. Manfred Bruhn

Interview mit Prof. Dr. Manfred Bruhn

Was war ihr größter Erfolg im Berufsleben?

– Als Norddeutscher ist man immer bescheiden.

Welches war ihr größter Fehler? – Schon wieder vergessen.

Wie lautet Ihr Lebensmotto? – Leben und leben lassen.

Welchen Luxus gönnen Sie sich? – Eine Stunde in einer fremden Stadt spazieren zu gehen.

Was macht Ihnen Angst?

– Richtig Angst zum Glück noch nichts.

Ein Jahr Ferien: Was würden Sie machen? – Australien, Südamerika und China kennenlernen.

Warum lohnt es sich, am **communicate!**-Programm teilzunehmen? – Ein Jahr eintauchen und mit vielen neuen Gedanken wieder auftauchen.

Communication and Leadership

Fachbeitrag

Organisation = „geronnene“ Kommunikation

Organisationen werden in der einschlägigen Literatur regelmäßig beschrieben als soziale Einheiten, die einem klar definierten Organisationszweck folgen, sich intern durch zielgerichtete Aufbau- und Ablaufstruktur auszeichnen und sich gegenüber ihrer Umwelt eindeutig positionieren. Subjekte tauchen in diesem Organisationsverständnis im Grunde nur in reduzierter Form, als willfährige Vollzugsorgane eines vorgängigen Organisationsprozesses, auf. Kommunikation findet höchstens an der hierarchischen Spitze statt und erfolgt nach Bedarf mittels einer Top-Down-Durchsetzung.

Prof. Dr. Rainer Trinczek und Dr. Hans-Joachim Gergs beschreiben in ihrem Artikel **Kommunikation als Schlüsselfaktor des Change-Management**

– eine soziologisch inspirierte Analyse, dass spätestens in Veränderungsprozessen Organisationen nicht im oben beschriebenen Sinne verstanden werden dürften, sondern vielmehr als komplexe soziale Konstellationen, „in denen das Leben tobt“ betrachtet werden müssen. Als „geronnene“ Kommunikation bezeichnen Rainer Trinczek und Hanjo Gergs daher Organisationen. Vor diesem Hintergrund müssen nach Auffassung der Autoren spätestens in betrieblichen Veränderungsprozessen die betrieblichen Organisationsstrukturen kommunikativ neu ausgehandelt werden.

Dazu formulieren sie fünf Thesen, die als Leitlinien geglückter Kommunikation in betrieblichen Umbruchsituationen verstanden werden können.

Prof. Dr. Rainer Trinczek ist Inhaber des Lehrstuhls für Soziologie an der TU München. Er leitet das Modul 4 **Organizational Communication and Change** im Executive MBA-Programm. Dr. Hans-Joachim Gergs promovierte zum Thema „Manager und Märkte“ und hat zahlreiche Unternehmen in Veränderungsprozessen beraten. Im Executive MBA in Communication and Leadership wird er vor allem zum Thema „Change Communication“ mit den Teilnehmern arbeiten. Beide Dozenten sorgen durch ihre Vorlesungen und Seminare für einen spannenden und wichtigen Perspektivenwechsel im **communicate!** MBA-Programm.

Der komplette Beitrag ist in der Märzangabe des **pr-magazin** erschienen. Auf Anfrage

ist der Artikel kostenfrei beim **communicate!**-Team erhältlich: contact@communicate.tum.edu



Prof. Dr. Rainer Trinczek



Dr. Hans-Joachim Gergs

Lesenswert

Julian Birkinshaw, Gita Piramal: Sumantra Ghoshal on Management: A Force for Good

Sumantra Ghoshal gilt als einer der einflussreichsten Wirtschaftsdenker des letzten Vierteljahrhunderts (www.thinkers50.co.uk). Ghoshal, der am MIT und in Harvard promovierte und lange Jahre Professor für Strategisches und Internationales Management an der London Business School war, erwarb sich schnell den Ruf eines „Management-Gurus“. Das Geheimnis seiner bemerkenswerten Ideen lag in seinem interdisziplinären

Denkansatz. Ghoshal verknüpfte Fragen zu Strategie, Organisation und Management mit den Disziplinen Volkswirtschaftslehre, Soziologie, Philosophie und Psychologie.

Herzstück von Ghoshals Arbeiten war die Frage, wie eine bessere Managementtheorie für eine bessere Managementpraxis sorgen kann. Ghoshal bewegte aber auch die Frage, welchen Einfluss Unternehmen auf die

Gesellschaft haben können.

Ein Jahr nach Sumantra Ghoshals Tod haben Julian Birkinshaw und Gita Piramal die wichtigsten und einflussreichsten Aufsätze Ghoshals in einem Sammelband herausgebracht. Gleichzeitig ist der Sammelband eine Hommage an Sumantra Ghoshal. „This book celebrates a great mind, a great spirit, and a dear friend“, so Henry Mintzberg, Professor für Management

Studies an der McGill University, Montreal und langjähriger Weggefährte Sumantra Ghoshals.

Der Sammelband ist ab 12. Mai 2005 erhältlich, kann aber bereits jetzt bei www.amazon.de bestellt werden.

Publisher: FT Prentice Hall
ISBN: 0273701835
Preis: 40,90 € zu beziehen über www.amazon.de

zfo Schwerpunktheft „Führung und Kommunikation“

Führung und Kommunikation sind die Schwerpunktthemen in der dritten Ausgabe 2005 der Zeitschrift für Führung und Organisation (zfo). Prof. Dr. Manfred Bruhn und Prof. Dr. Dr. h.c. Ralf Reichwald werden in diesem Sonderheft den Beitrag **Führung, Kommunikation und Organisation – Bestandsaufnahme der Schnittstellen,**

Problemstellungen und Lösungsansätze publizieren.

Weitere Autoren, die rund um die Themen Führung und Kommunikation Beiträge verfasst haben, sind u. a. Prof. Dr. Ulrike Röttger zu Strategischem Issues Management und Prof. Dr. Günther Bentele zu Ethischen Herausforderungen

an die Unternehmensführung. Aus der Praxis berichten Hans Dieter Dahlhoff (ehemals Deutsche Bank AG), Felix Gress (BASF Gruppe) und Eberhard Posner (Siemens AG).

ral Managern und PR-Verantwortlichen zur Unternehmensführung durch Kommunikation.

Das zfo Schwerpunktheft ist ab 1. Juni 2005 in Bahnhofs- und Flughafenbuchhandlungen erhältlich.

Außerdem präsentiert die zfo erstmals exklusiv eine empirische Studie von **¡communicate! Aktuelle Einstellung von Gene-**

Wissenswert

Programm ¡communicate!

Das Qualifizierungsprogramm ¡communicate! ist eine gemeinsame Initiative der Bertelsmann Stiftung, der Heinz Nixdorf Stiftung und des DaimlerChrysler-Fonds in Zusammenarbeit mit der Technischen Universität München.

Ziel des Programms ist es, Communication and 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.

Die ¡communicate!-Teams 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 möchten, senden Sie einfach eine kurze E-Mail an contact@communicate.tum.edu. Über Fragen oder Anregungen freut sich die Redaktion: redaktion@communicate.tum.edu

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

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