

In dieser Ausgabe

Editorial	1
;communicate!	
Offizieller Start	1/2
Bereits stattgefunden	2/3
MBA-Tagebuch	3/4
Profil	
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Herrmann	6
Communication & Leadership	
Fachbeitrag	5
Lesenswert	5
Wissenswert	6
Impressum	6

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

mit einem Festakt wurde das Programm ;communicate! am 30. Mai offiziell eröffnet. Anlässlich dieser Auftaktveranstaltung halten Sie heute eine Sonderausgabe unseres Newsletters in Händen. Wir wollen Sie aktuell unterrichten über das, was bei ;communicate! passiert und wie es weitergeht. Wir freuen uns über Ihr Interesse an unserem Programm.

Haben Sie Anregungen, Fragen oder Kritikpunkte? Möchten Sie mit uns Kontakt aufnehmen? Dann schreiben Sie an redaktion@communicate-program.de!

Viel Spaß beim Lesen und Schauen wünschen Ihnen

Prof. Dr. Helmut Krcmar
Academic Director, TU München

Claudia Paul-Helten
Executive Director, TU München

Dr. Holger Sievert
Project Director, Bertelsmann Stiftung

;communicate!

Offizieller Start von ;communicate!

Festakt im Künstlerhaus am Lenbachplatz

Das Künstlerhaus am Lenbachplatz diente schon vielen festlichen Anlässen als würdiger Rahmen. Der denkmalgeschützte Bau im Herzen der Stadt und seine Festkultur sind Teil der Münchner Stadtgeschichte. Das Gebäude wurde im Jahr 1900 vom Prinzregenten Luitpold feierlich als „Ort der Begegnung“ eröffnet. Dieser Bestimmung gemäß fand nun in den prachtvollen Räumen der offizielle Start von ;communicate! statt.

Nachdem die Executive Trainings schon einige Monate laufen, ist am 7. Mai 2005 das Hauptelement des Gesamtprogramms, der „Executive MBA in Communication and Leadership“ erfolgreich gestartet. Nach einem Symposium mit Fachpublikum begann der

offizielle Festakt am späteren Nachmittag; über 250 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik wurden mit einer musikalischen Eröffnung durch den Conférencier und Sänger Markus Schimpp empfangen. Schimpp interpretierte Lieder im Stil der 20er Jahre und begeisterte seine Zuhörer durch Individualität, Witz und Charme.

In verschiedenen Redebeiträgen wurde deutlich, dass in der deutschen Wirtschaft die Themen Kommunikation und Führung zunehmend wichtiger werden und dass lebenslanges Lernen an deutschen Hochschulen zum zentralen Qualifikationsprofil deutscher Manager gehören wird. [Fortsetzung auf Seite 2](#)



Feierlicher Rahmen: das Künstlerhaus am Lenbachplatz

Fortsetzung von Seite 1. Mit filmischen Impressionen wurden die Gäste in die communicate!-„Atmosphäre“ eingeführt: Ein Filmteam hatte die Veranstaltungen von communicate! in den letzten

Monaten begleitet und auch Bilder der Teilnehmer des Executive MBA eingefangen, die in ihrer ersten Präsenzzeit eine Woche auf Schloss Hohenkammer in intensiver Lernatmosphäre verbrachten.

In einer Diskussionsrunde mit Vertretern von Unternehmen wie O2 Germany, Karstadt-Quelle, BASF und RWE zur Qualifizierung in Communication and Leadership verfolgten die Gäste die Ausrichtung

der neuen Initiative, bevor der gesellige Teil der Veranstaltung eingeläutet und zu einem kleinen Abendimbiss im Foyer gebeten wurde.

Als Referenten haben unter vielen weiteren zugesagt:



Thomas Goppel, Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst



Heribert Meffert, Bertelsmann Stiftung



Wolfgang A. Herrmann, TU München



Horst Nasko, Heinz Nixdorf Stiftung



Hartmut Schick, Daimler Chrysler AG

Bereits stattgefunden

Startschuss für den ersten Executive MBA in Communication and Leadership

Am 7. Mai sind die Teilnehmer aus ganz Deutschland, den Niederlanden und der Schweiz zur ersten Präsenzzeit im Schloss Hohenkammer nördlich von München zusammengekommen – der erste Jahrgang des Executive MBA ist erfolgreich gestartet. Achtzehn hoch qualifizierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnten sich in einem mehrstufigen Bewerbungsverfahren gegen die große Anzahl an Bewerbern



Die Seminarräume befinden sich in einem Wasserschloss.

durchsetzen – Voraussetzung sind unter anderem mindestens fünf Jahre Berufserfahrung, ausgezeichnete Englischkenntnisse und der Wunsch, sich intensiv mit den Themen Kommunikation und Führung auseinander zu setzen.

Die Gruppe setzt sich aus Persönlichkeiten mit ganz unterschiedlichen Erfahrungshorizonten zusammen. Manager mit betriebswirtschaftlichem oder technischem Hintergrund und Fachleute aus der Unternehmenskommunikation und der PR-Branche bringen in Diskussionen und Gruppenarbeiten ihre unterschiedlichen Sichtweisen und Meinungen ein.

Fünfzehn Monaten lang werden die Teilnehmer in fünf Blöcken, die jeweils sieben bis zwölf Tage dauern, von insgesamt über siebzig Dozenten – Wissenschaftler, prominente Wirtschaftsvertreter, professionelle Trainer – unterrichtet. In der ersten Präsenzzeit wurden Themen wie interkulturelle



„Class of 2006“ – einige Teilnehmer des ersten Jahrgangs des Executive MBA.

Kommunikation, Mikro- und Makroökonomie, Wirtschafts- und Medienrecht und das deutsche Mediensystem behandelt.

Die fünf Module zu den Themen **Management Foundations, Integrated Market and Corporate Communications, Communication Management and Media, Organizational Communication and Change** und **Leadership Communication and Strategies** greifen ineinander und werden in den verschiedenen Präsenzzeiten

immer wieder behandelt. Und es gibt noch weitere Besonderheiten: communicate! ist das erste MBA-Programm, in dem ein „Running Case“ über die gesamte Dauer des Studiengangs beleuchtet wird. Ein ausgesuchtes Unternehmen wird aus den verschiedenen Modulperspektiven betrachtet; es werden zum Beispiel sowohl klassische betriebswirtschaftliche Kennzahlen als auch Fragestellungen zur integrierten Unternehmenskommunikation diskutiert. Dieses neue Kon-

zept wurde von den Teilnehmern sehr positiv aufgenommen, denn Rückschlüsse auf das eigene Unternehmen und die persönliche Arbeitsweise sind immer wieder gegeben.

Als Dozenten waren in der ersten Präsenzzeit u. a. Prof. Helmut Krcmar (Wirtschaftsinformatik, TU München), Prof. Robert von Weizsäcker (Volkswirtschaftslehre, TU München), der Münchner Medienrechtsexperte Dr. Matthias Lausen, Prof. Axel von Werder (BWL, TU Berlin) sowie Prof. Romy Fröhlich (Kommunikationswissenschaft, LMU München) im Einsatz.



Axel von Werder erklärt Zusammenhänge von Corporate Disclosure und Corporate Governance.

Die ländlich-schöne Atmosphäre von Schloss Hohenkammer und dem angrenzenden Tagungshotel schuf die ideale Umgebung für eine intensive Lernwoche. Neben den täglichen Vorlesungen, Seminaren und Gruppenarbeiten wurde den Teilnehmern ein Rahmenprogramm angeboten. Am ersten Tag führten zwei professionelle Trainer ein interaktives Brettspiel durch, das die Teilnehmer in die betriebswirtschaftlichen Grundlagen einführte. Eine erfahrene Schauspielerin zeigte den Teilnehmern Grundlagen der Atemtechnik. Zum geselligen Teil zählten auch eine kleine Wanderung und eine Führung durch eine nahe gelegene Schnapsbrennerei.

Die nächste Präsenzzeit findet im Juli in den Räumen der !communicate!-Geschäftsstelle am Stammgelände der TU München sowie in der Sparkassenakademie in Landshut statt. Schwerpunkte werden dann die Themen **Integrated Market and Corporate Communications, Controlling, Corporate Strategy** und **Financial Accounting** sein.



Rahmenprogramm zur Entspannung: Beim Besuch der Schnapsbrennerei durfte natürlich eine Kostprobe nicht fehlen.



In Gruppenarbeiten vertiefen die Teilnehmer den Lehrstoff.

Tagebuch der MBA-Teilnehmer

In den fünfzehn Monaten ihrer Studienzeit wollen wir einige unserer Teilnehmer auf ihrem Weg zum Executive MBA in Communication and Leadership besonders intensiv begleiten. Auszüge aus den „Tagebüchern“ dieser Teilnehmer veröffentlichen wir in unserem Newsletter.

Michael Sturm



Michael Sturm ist Diplom-Wirtschaftsingenieur und arbeitet seit über zehn Jahren im Bereich Produktmanagement. Derzeit ist er als General Manager für das European Marketing des japanischen Elektronikherstellers Omron Electronic Components zuständig.

Balance zwischen Kommunikation und General Management

„Ich habe einen sehr guten Gesamteindruck von der ersten Präsenzzeit des Executive MBA erhalten. Alle wichtigen Informations- und Organisationsprozesse wurden vom Team von !communicate! bestens „gemanaged“. Auch der Service und das äußere Erscheinungsbild der Schlossanlage sind als sehr

positiv zu bewerten und ergeben trotz der Lernbelastung einen ersten positiven Eindruck und Einstieg in das Programm.

Ich persönlich habe mir gewünscht, mit Teilnehmern zusammenzukommen, die sich mit ähnlichen Problemfeldern beschäftigen, wie die, in denen ich mich selber bewege, z. B. die Internationalität der Management- und Kommunikationsaufgaben in stark auf Wettbewerb ausgerichteten Unternehmen.

Die angebotenen Stoffinhalte (vor allem im Bereich **Management Foundations**) sind bisher qualitativ sehr zufriedenstellend und deuten darauf hin, dass inhaltlich der General Management-Charakter des Studienganges beibehalten wird. Da für die Leitung und Führung von Unternehmenseinheiten diese grundlegenden Managementinhalte sehr wichtig sind, finde ich es wünschenswert, dass die Balance zwischen Kommunikationsthemen und General Management-Themen auch weiterhin eingehalten wird. Weiter so!“

Sandra Bußmann



Sandra Bußmann ist Diplom-Sozialarbeiterin und hat an der University of North London einen Master of Arts mit Schwerpunkten Europarecht, Jugendpolitik und Osterweiterung erworben. Seit 2003 arbeitet sie als Leiterin einer Abteilung mit 25 Mitarbeitern in der Jugendseelsorge des Erzbistums Köln.

Leadership, communication and social services – ein Sprachkurs

„Mit der Bestrebung, meinen sozialen Horizont durch kommunikatorische und wirtschaftliche Perspektiven zu erweitern, habe ich das MBA-Studium aufgenommen.“

Das Programm ¡communicate! vermittelt mir diese neuen Perspektiven in 17 Varianten. Die Anzahl meiner Kommilito-

nen entspricht der Anzahl der neuen Perspektiven, die mir hier begegnen. Angereichert werden sie durch theoretische wie praktische Aspekte von Spieltheorie bis Medienrecht.

Schon nach den ersten Begegnungen mit der Makro- und Mikroökonomie erkenne ich die hohe Bedeutung volkswirtschaftlicher Erkenntnisse für das Agieren von sozialen Trägern und Institutionen am Markt der Wohlfahrt. Die Berücksichtigung dieser Erkenntnisse könnte nach meiner Einschätzung die strategische Ausrichtung von sozialen Einrichtungen verbessern. Mit Corporate Communications und PR können des Weiteren Profile wie Portfolios von sozialen Einrichtungen nachhaltig optimiert werden.

Mir fällt auf, dass es hier nicht nur um Perspektiven und Theorien geht, sondern ich lerne, eine neue Sprache zu sprechen. Eine Sprache, die viel versprechend klingt. Von meinem neuen Wissen erhoffe ich mir, Veränderungen zu erreichen, die zur besseren Verständigung beitragen zwischen Wirtschaft und Sozialem.“

Christiane Klapper



Christiane Klapper hat Politikwissenschaften studiert und mit Prädikatsexamen abgeschlossen. Sie hat ein internationales Traineeprogramm mit den Schwerpunkten Marketing und Kommunikation bei ABB Deutschland durchlaufen und arbeitet heute als Communications Manager im ABB Headquarter in der Schweiz.

Wir sind ¡communicate!: Back to school auf Schloss Hohenkammer

Samstag, 7. Mai 2005, 10h, Schloss Hohenkammer

„Nach einem schnellen Kaffee sitzen wir nun alle brav in U-Form und hören artig den Organisatoren zu. Aber viel mehr interessiert mich die noch ausstehende obligatorische Vorstellungsrunde. Wir erhalten die Aufgabe, unser Gegenüber vorzustellen. Spannend finde ich die Ergebnisse, die dabei hier rauskommen. Das sind nun also die Menschen, mit denen ich die nächsten fünfzehn Monate verbringen werde. Bei einigen stellt sich sofort das Ende der 80er Jahre-BWL-Studenten-Feeling her, Goldknöpfe und Engadiner-Gürtel, old school oder old fashion... Welche Wahrheit steckt dahinter? We'll see... Dank ausgiebiger Mittag- und Abendessen und dem obligatorischen „After-Study“-Bar-abhängen erhöht sich die Pixel-Anzahl von Tag zu Tag.“

Mikro-Schreck

Dienstag morgen, böses Erwachen: einen ganzen Tag Mikro- und Makroökonomie. Jetzt geht's zur Sache, spätestens ab diesem Tag ist uns bewusst, dass der MBA kein Spaziergang werden wird. Die Fragen zu Credit Points und wie die Klausuren aussehen werden, nehmen rapide zu. Trotz VWL-Vorkenntnissen frage ich mich an diesem Tag mehrmals, ob ich nun an Alzheimer leide, eine starke Konzentrationsschwäche zum Vorschein kommt oder gar meine Lernfähigkeit durch den Berufsalltag abhanden gekommen ist. Die Abstraktionskunst von Professor von Weizsäcker scheint diese Erscheinungen wieder aufzufangen, zumindest rede ich mir das ein. Fazit dieses Tages: nichts wie an die Bar und immer locker bleiben!

Ein wenig außergewöhnlich

Was ich persönlich aus dieser ersten Präsenzzeit mitnehme, ist, dass jeder von uns auf seine Art und Weise ein wenig außergewöhnlich ist. Aber was uns alle verbindet, ist der Luxus, den wir uns in den nächsten fünfzehn Monaten gemeinsam gönnen wollen: nämlich zurück auf dem Campus sein zu dürfen, egal was jeder Einzelne damit verbindet. Und diesen Luxus sollten wir in aller Bescheidenheit und Demut genießen. Let's communicate!”

Fachbeitrag

Qualifizierung für kommunikative Wertschöpfung - eine aktuelle Studie



Ein Beitrag von Dr. Holger Sievert und Dr. Arne Westermann

Vor dem Festakt wurde beim wissenschaftlichen Auftakt-symposium die aktuelle *!communicate!*-Studie vorgestellt, die im Auftrag der Bertelsmann Stiftung, der Heinz Nixdorf Stiftung und des DaimlerChrysler-Fonds erstellt wurde. Dieser Artikel fasst in Auszügen die wichtigsten Ergebnisse zum Thema Qualifizierung im Vorabdruck zusammen.

Die Forderung nach einer verstärkt am Wertschöpfungsgedanken orientierten Kommunikationsarbeit erfordert ein neues Qualifikationsprofil. Der vorliegende Beitrag stellt exemplarisch die zukünftig erwünschten entsprechenden

Qualifikationen als Ergebnisse einer Befragung vor, wobei die Einschätzungen dreier Typen von Kommunikationsprofis unterschieden werden. Die Kernthese lautet: Nur wenn Managementkompetenzen in die PR-Ausbildung und gleichzeitig auch umgekehrt Kommunikationsinhalte in die Betriebswirtschaftslehre integriert werden, kann wertorientiertes Kommunikationsmanagement langfristig wirklich gelingen.

Die Einstellungen von Kommunikationsverantwortlichen zum Thema „Aus- und Fortbildung für Kommunikationsberufe“ waren Schwerpunkt einer im Sommer 2004 durchgeführten Studie, an deren Konzeption, Durchführung und Auswertung die Verfasser dieses Beitrages führend beteiligt waren. Insgesamt 500 Teilnehmer partizipierten an der Befragung; 265 von ihnen waren in den PR- bzw. Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und anderen Organisationen oder in Kommunikationsagen-

turen tätig. Bezogen auf diese Gruppe werden im Rahmen des vorliegenden Aufsatzes einige ausgewählte Ergebnisse vorgestellt. Die Befragung zeigt, dass die deutschen PR-Profis den handwerklichen Kenntnissen, also den PR-Arbeitstechniken, den höchsten Stellenwert im Kanon denkbarer Qualifikationselemente beimessen (89 Prozent „wichtig“ oder „sehr wichtig“). Betriebswirtschaftliche (81 Prozent) sowie kommunikationswissenschaftliche (73 Prozent) Elemente werden dagegen etwas weniger gefordert.

Für das hier behandelte Thema besonders relevant sind die arbeitstechnischen versus die betriebswirtschaftlichen Aspekte. Bei den Arbeitstechniken werden vor allem jene Qualifikationen gewünscht, die ein Kommunikationsmanager im Rahmen seiner täglichen Arbeit benötigt: Die Fähigkeiten, Konzeptionen zu erstellen (69 Prozent), diese anschließend zu präsentieren (45 Prozent)

und im Projektmanagement umzusetzen (63 Prozent) rangieren weit vor den klassischen „handwerklichen“ Elementen wie dem Erstellen von Texten (43 Prozent) oder Publikationen (20 Prozent). Ein ähnlich strategie- und managementorientiertes Bild zeigt sich bei den Teilbereichen der Betriebswirtschaftslehre: Neben Marketing (71 Prozent) liegen Führung (52 Prozent) und das für die Wertorientierung besonders wichtige Controlling (41 Prozent) an der Spitze. Rein operative Themen wie Finanzbuchhaltung und Wirtschaftsrecht folgen auf den hinteren Plätzen.

Der vollständige, gemeinsam mit Michael Thomann verfasste Artikel ist auf Anfrage kostenfrei beim *!communicate!*-Team erhältlich und erscheint Ende Juni im Sammelband: **Pfannenberg, Jörg / Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Wertschöpfung durch Kommunikation. Frankfurter Allgemeine Buch.**

Lesenswert

Prof. Dr. Manfred Bruhn: Unternehmens- und Marketingkommunikation – Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement

Der Kommunikationswettbewerb hat sich verschärft und stellt Unternehmen immer wieder vor zahlreiche neue und komplexe Problemstellungen. Unternehmen können nur durch eine konsequente Integration der Instrumente ihres Kommunikationsmix die erforderlichen Wahrnehmung- und Erinnerungswirkungen bei ihren Zielgruppen erreichen.

Ziel von Unternehmen hat es heute in der Öffentlichkeit und den Absatzmärkten zu sein, eine gelungene Kombination von Instrumenten der Unternehmens- und Marketingkom-

munikation einzusetzen und diese im Sinne einer integrierten Kommunikation abzustimmen. Da sich in den nächsten Jahren die Wirkungskraft der Mediawerbung gravierend verändern wird, sind vor allem die klassischen Kommunikationsinstrumente gefordert, sich auf die Veränderungen einzustellen und eine verstärkte Vernetzung im Rahmen der Unternehmens- und Marketingkommunikation anzustreben.

Daher bedarf es eines strategischen Managementprozesses für eine integrierte Kommunikation. Dieser

umfassende Ansatz der integrierten Kommunikation ist darauf ausgerichtet, sämtliche internen und externen Kommunikationsinstrumente in inhaltlicher, formaler und zeitlicher Hinsicht miteinander zu vernetzen, um aus den vielfältigen Kommunikationsquellen einen einheitlichen Unternehmensauftritt zu formen.

Das Handbuch richtet sich an Studierende und Praktiker gleichermaßen. Es dient als Nachschlagewerk, um theorie- und praxisorientiert eine Übersicht zu den vielfältigen Themen der Kommunikation zu geben.

Zahlreiche Studien, Unternehmensbeispiele und Inserts unterstützen dieses Anliegen.

Prof. Dr. Manfred Bruhn ist Dozent im Executive MBA in Communication and Leadership und leitet das Modul 2 zum Thema **Integrated Market and Corporate Communications.**

Vahlen 2005, 1417 Seiten, Gebunden, ISBN 3-8006-3145-8 Preis: 79,00 EUR

In Vorbereitung für Ende Mai

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

Präsident der Technischen Universität München

Beim Festakt sprach Professor Herrmann, Präsident der TU München, ein Grußwort. Unser „Profil“ stellt Ihnen Professor Herrmann vor.

Prof. Herrmann wurde am 18. April 1948 in Kelheim/Donau geboren. Nach dem Abitur studierte er Chemie an der damaligen Technischen Hochschule München, wo Nobel-

preisträger Ernst Otto Fischer zu seinen Lehrern zählte. Nach der Promotion und einem Auslandsaufenthalt in den USA habilitierte sich Herrmann 1977 an der Universität Regensburg, wo er 1979 zum Extraordinarius berufen wurde. 1982 nahm er einen Ruf auf einen Lehrstuhl für Anorganische Chemie an der Universität Frankfurt an, 1985 kehrte er an seine

Alma Mater zurück und wurde Ordinarius für Anorganische Chemie der TU München. Für seine wissenschaftlichen Leistungen erhielt er zahlreiche Auszeichnungen und mehrere Ehrendoktorwürden. Seit 1. Oktober 1995 ist Prof. Herrmann Präsident der Technischen Universität München und wurde gerade einstimmig für eine dritte Amtszeit wiedergewählt.



Wolfgang A. Herrmann

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

Wofür steht für Sie die TU München? - Spitzenleistung in Technik und Medizin, menschliche Atmosphäre trotz harten Wettbewerbs.

Warum wollten Sie Professor werden? - Ich wollte Laborchemiker werden, das andere hat sich von selbst ergeben.

Was war Ihr größter Erfolg im Berufsleben? - Leibnizpreis als Wissenschaftler, zweite Wiederwahl als Präsident der TUM.

Welches war Ihr größter Fehler? - Nicht angemessen

viel Zeit mit der Familie verbracht zu haben.

Welche Person hat Sie besonders inspiriert? - Mein akademischer Lehrer und Lehrstuhlvorgänger Ernst Otto Fischer.

Wie lautet Ihr Lebensmotto? - Suaviter in modo, fortiter in re.

Eine Buchempfehlung? - Thomas Nipperdey: Deutsche Geschichte.

Welchen Luxus gönnen Sie sich? - Mein Ferienhaus an der Alz in Südbayern.

Was macht Ihnen Angst? - Religiös motivierte Konflikte.

Ein Jahr Ferien: Was würden Sie machen? - Ein modernes Lehrbuch der Chemie verfassen.

Warum lohnt es sich, am ;communicate!-Programm teilzunehmen? - Wieder in die Universität einzutauchen und die Allianz zwischen Wirtschaft und Academia zu leben.

Aktueller Termin

17. Juni 2005, Münster: Careers Day PR

Am 17. Juni 2005 findet an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster der zweite **Careers Day PR** statt. Das Team von ;communicate! organisiert dieses Jahr das Haupt-Panel zum Thema **International Perspectives on PR Education** mit Vertretern aus sechs Ländern.

;communicate! wird auch mit einem Informationsstand vor Ort sein. Weiter Informationen finden Sie unter www.careersday-pr.de.

Communication and Leadership

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, Communi-

cation 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.



Die ;communicate!-Teams München und Gütersloh

Von links oben, im Uhrzeigersinn: Dr. Holger Sievert, Winfried Ebner, Catrin Dreßler, Petra Niemann, Dr. Claudia Langen, Barbara Künnemann, Prof. Dr. Helmut Krcmar, Claudia Paul-Helten

Impressum

Der Newsletter von ;communicate! gibt 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, Telefon: 089-28 92 84 74

V.i.S.d.P.: Claudia Paul-Helten; Redaktion: Susanne Beeck, Norman Zellmer; Grafik: ci-media OHG, Oliver Möller