

## In dieser Ausgabe

<b>Editorial</b>	1
<b>jcommunicate!</b>	
Bereits stattgefunden	1/2
MBA-Tagebuch	2/3
Termine	3
<b>Communication &amp; Leadership</b>	
Fachbeitrag	4
Lesenswert	4
Bemerkenswert	5
Profil	6
Wissenswert	6
<b>Impressum</b>	6

## Editorial

### Liebe Leserinnen und Leser,

sind Sie gut erholt aus dem Urlaub zurück? Wir wünschen Ihnen, dass die schönen Erinnerungen daran – ob an Berge, Meer oder gemütliche Stunden in der eigenen Stadt – möglichst lange anhalten werden.

Bei jcommunicate! hat sich in den letzten Wochen einiges getan: die Geschäftsstelle ist innerhalb des TU-Gebäudes umgezogen, die Teilnehmer des EMBA haben Präsenz-

zeiten in München verbracht und die Anmeldung für die nächsten Executive Trainings (aktuelle Termine und Themen in diesem Newsletter) und den nächsten Jahrgang des EMBA sind ab sofort möglich. Lesen Sie mehr dazu in dieser Ausgabe. Wie immer freuen wir uns über Ihre Anregungen unter [redaktion@communicate.tum.edu](mailto:redaktion@communicate.tum.edu)!

Viel Spaß dabei wünschen Ihnen



Prof. Dr. Helmut Krömer  
Academic Director, TU München



Claudia Paul-Helten  
Executive Director, TU München



Dr. Claudia Langen  
Project Manager, Bertelsmann Stiftung

**Zusätzlich zum gewohnten Umfang des Newsletters bieten wir Ihnen in dieser Ausgabe auf einem „bunten“ Einlegeblatt einen Rückblick auf die festliche Auftaktveranstaltung von jcommunicate!.**

## jcommunicate!

### Bereits stattgefunden

#### 2. Präsenzzeit in München und Landshut

Im Juli kamen die Teilnehmer des Executive MBA in Communication and Leadership für ihre zweite, auch diesmal wieder zweiwöchige Präsenzzeit zusammen. Die erste Woche fand an der TU in München statt, in den Räumen der Geschäftsstelle von jcommunicate!. Die zweite Woche verbrachten die Teilnehmer und Dozenten in der Sparkassen-

akademie in Landshut. Schwerpunkte bildeten u. a. die Themenfelder Integrated Market and Corporate Communications sowie Corporate Strategy, Financial Accounting und Controlling. Die Teilnehmer lernten zum Beispiel, wie man eine Balanced Scorecard entwickelt, welche Investitionsrechenverfahren es gibt und welche unterschiedlichen

Funktionen der Controller in einem Unternehmen haben kann. Zur Auflockerung der Unterrichtsphasen leitete ein Erlebnispädagoge die Gruppe zu Fragen der Selbsteinschätzung und zum Teambuilding an. Die Teilnehmer bewältigten Parcours und Stationen, unterstützten sich dabei gegenseitig und bauten eine Brücke in Teamarbeit.



Gruppenarbeiten waren an der Tagesordnung.



Zurück an der Uni – die Teilnehmer tagten im Seminarräum von jcommunicate!.



An einem heißen Nachmittag wurde die Diskussionsrunde in den Garten der Sparkassenakademie verlegt.



Beim Besuch einer Münchener Studentenkneipe nahe der TU wurden Riesen-Schnitzel serviert.



Nur in Teamarbeit schaffte es die Gruppe, eine Brücke zu bauen.

## Bereits stattgefunden

### Drittes Executive Training zum Thema „Issues Leadership“

Vom 15. bis zum 18. Juni 2005 fand das dritte Executive Training zum Thema „Issues Leadership“ im Rheingauer Kronenschlösschen statt. Prof. Manfred Bruhn (Uni Basel) und Prof. Joachim Klewes (komm. passion) führten die Teilnehmer durch das mehrtägige Programm. Dabei ging es vor allem darum, wie Themen von Führungskräften strategisch gesetzt und aktiv gestaltet

werden können und wie man Issues Management und Krisenkommunikation erfolgreich betreibt.

Wie schon bei den zwei vorangegangenen Executive Trainings zählten zu den Referenten sowohl renommierte Universitätsprofessoren als auch erfahrene Praktiker aus der Wirtschaft, u. a. von den Unternehmen Fraport, Daim-

lerChrysler und Bertelsmann sowie den Agenturen CNC, Crossrelations und comm:up. In Fallstudien und Diskussionen konnten die Teilnehmer ihre eigenen Erfahrungen und Perspektiven einbringen und mit den Experten ins Gespräch kommen.

**Prof. Manfred Bruhn beim dritten Executive Training im Kronenschlösschen.**



### Careers Day PR: 16. / 17. Juni 2005 in Münster

Studenten, Absolventen, Young Professionals und langjährige PR-Profis – eine große Anzahl von ihnen ist am 16. und 17. Juni im Schloss Münster erschienen. Das Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität hatte unter der Leitung von PR-Professorin Ulrike Röttger zum zweiten bundesweiten **Careers Day Public Relations** eingeladen.

Das Besondere an dieser Karriereveranstaltung ist, dass eine Fachmesse mit einem PR-Kongress verbunden wird. So konnten die Teilnehmer

im Foyer des Schlosses an verschiedenen Messeständen Kontakte knüpfen und Informationen von PR-Agenturen, Unternehmen und Weiterbildungsanbietern erhalten. In den Hörsälen fanden parallel

dazu insgesamt zehn Themen-Panels statt. ¡communicate! organisierte das international besetzte Haupt-Panel zum Thema „International Perspectives on PR Education“, an dem hochkarätige Referenten

aus sechs Ländern von drei Kontinenten teilnahmen. So referierten u. a. Prof. Rebecca Weintraub von der Annenberg School of Communication, Prof. Krishnamurthy Sriramesh von der Nanyang Technological University in Singapur und Prof. Francesco Lurati von der University of Lugano.



**Das ¡communicate!-Panel war mit hochkarätigen Referenten aus sechs Ländern besetzt.**

Prof. Rebecca Weintraub wird die Teilnehmer des Executive MBA in Communication and Leadership im November an der Annenberg School of Communication in Los Angeles empfangen.

## Tagebuch der MBA-Teilnehmer

Die Teilnehmer des Executive MBA in Communication and Leadership sind mittendrin im Studium. Wie sie sich fühlen und was sie über den bisherigen Verlauf des Programms denken, lesen Sie in unseren „MBA-Tagebüchern“.

### Michael Sturm, Teilnehmer der „Class of 2006“



Michael Sturm hat Wirtschaftsingenieurwesen studiert, ist 39 Jahre alt und arbeitet als Leiter des Marketings Europa und Mitglied des Europäischen Management Teams beim japanischen Elektronikhersteller OMRON Electronic Components (Hauptsitz Amsterdam/NL).

Corporate Strategy, Financial Accounting, Controlling und Marketing-Kommunikation geben dem Studiengang „Qualität“. Dozenten wie zum Beispiel die Professoren Martin Wallmeier, Stephan Lengsfeld und Manfred Bruhn haben die Inhalte sehr gut vermittelt, auch wenn die Zeit knapp war. Ich nehme wahr, dass bei der Konzeption der Studieninhalte sehr stark über die Vernetzung und das Ineinandergreifen der Teildisziplinen nachgedacht wurde. Themenkreise erschließen sich aus verschiedenen fachlichen Perspektiven. Lerneffekte treten ein. Allmählich scheint das Ganze mehr zu werden als die Summe der Einzelelemente...!

Die Teilnehmer der Gruppe werden untereinander vertrauter, die Zusammenarbeit in den einzelnen Gruppen wird generell entspannter und effizienter, da sich die Leute mittlerweile besser kennen.“

#### Inhaltliche Vernetzung und Synergiewirkung

„Ich fand es sehr gut, dass die zweite Präsenzzeit wieder stark von General Management-Inhalten geprägt war. Themen wie

*Christiane Klapper, Teilnehmerin der „Class of 2006“*



Christiane Klapper hat Politikwissenschaft studiert. Die 30-Jährige arbeitet als Communications Manager im ABB Headquarter in Zürich.

**Jetzt wird's ernst!  
Präsenzzeit, die Zweite.**

„So können also heiße Sommertage an der Münchner TU

aussehen. Handouts über Handouts, Ordner, die aus allen Nähten platzen, und zwei entscheidende Fragen: Wo soll ich

all diese Unterlagen noch in meinem Regal unterbringen und wie soll dieser ganze Lernstoff in meinen Kopf reingehen?! Die innere Hitze steigt bei diesen Aussichten, denn nun gilt es, in kürzester Zeit Einzelarbeiten, Gruppenarbeiten und Präsentationen vorzubereiten. Die Verwirrung wird allmählich auch größer: Mit wem bin ich jetzt in der Arbeitsgruppe Business Ethics und mit wem mache ich die Corporate Strategy-Präsentation? Ach, und da wären ja noch die Klausuren zu Themen wie Mikro- und Makroökonomie aus der ersten Präsenzzeit...

Aber am Ende der dritten Präsenzzeit im September haben wir schon den halben Berg erklommen, pünktlich zum Wiesn-Anstich. Wenn das kein Ansporn ist!“

*Jörg Allgäuer, Teilnehmer der „Class of 2006“*



Jörg Allgäuer ist seit 2003 Direktor der Unternehmenskommunikation bei Fidelity Investments in Frankfurt. Er hat Politikwissenschaft und BWL studiert und arbeitet neben dem Beruf und dem MBA-Programm auch an seiner Promotion.

**Meine zehn goldenen Regeln des ¡communicate!-MBA**

1. Mein Erststudium habe ich im vergangenen Jahrhundert absolviert. Von Beruf war ich damals „Student“.
2. Die anderen Kursteilnehmer können mehr, lernen mehr und kapieren mehr als ich. Das gleiche denken sie von mir.
3. 8 Uhr ist früh, um mit dem Lernen anzufangen. 21 Uhr

- ist spät, um damit aufzuhören. Ich werde mich nicht daran gewöhnen.
4. Mikroökonomie ist schwerer, als ich es in Erinnerung hatte. Die anderen Fächer gab es damals noch gar nicht.
5. Ich dachte, dass es mit den Präsenzzeiten im Wesentlichen getan ist. Ich habe mich geirrt.
6. Ich habe bemerkt, dass ich meinen normalen Beruf nicht zusätzlich nebenher in den Pausen erledigen kann. Die Kollegen in meinem Büro nicht.
7. Meine Umgebung vergisst, was ich da mache, wenn ich nicht in der Arbeit bin: Man wünscht mir andauernd einen schönen Urlaub und gute Erholung.
8. Ich genieße es, einen Studentenausweis zu haben. Und zu benutzen.
9. Ich hatte schon vollkommen vergessen, was Prüfungsangst ist. Lustiges Gefühl.
10. Mir war gar nicht mehr bewusst, wie viel ich noch lernen kann. Und anwenden. Wissen ist eben doch Macht.

**Aktuelle Termine**

Bis zum **31. Januar 2006**: Bewerbungsphase für den zweiten Jahrgang des Executive MBA in Communication and Leadership läuft

Voraussetzung für die Teilnahme an dem 15-monatigen Programm sind unter anderem mindestens fünf Jahre Berufserfahrung, das erfolgreiche Absolvieren von GMAT und TOEFL, das Verfassen eines Aufsatzes sowie ein persönliches Auswahl-Interview. Die maximale Teilnehmerzahl liegt bei 20. Der nächste Jahrgang startet im Mai 2006.

Weitere Informationen und Anforderung der Bewerbungsunterlagen unter: [www.communicate-program.de/emba](http://www.communicate-program.de/emba)

**8. Oktober 2005, Frankfurt am Main, CongressZentrum Messe und 11. Oktober 2005, München, Holiday Inn: World MBA Tour**

Das ¡communicate!-Team wird dieses Jahr sowohl in Frankfurt als auch in München bei den bedeutenden MBA-Messen, die von QS Networks veranstaltet werden, für Sie vor Ort sein und Sie gerne beraten.

**25. Oktober 2005, München, Technische Universität: ¡communicate!-Informationsveranstaltung**

Auf unserer Informationsveranstaltung stellen wir Ihnen das Programm ¡communicate! detailliert vor, und einer unserer Dozenten präsentiert Ihnen eine „Schnuppervorlesung“ zu einem ausgewählten Thema aus unserem EMBA-Curriculum. Im Anschluss können Sie Fragen stellen und selbstverständlich stehen wir Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Weitere Messen und Infover-

anstaltungen, bei denen das Team von ¡communicate! vor Ort ist, entnehmen Sie bitte unserem Veranstaltungskalender unter [www.communicate-program.de/veranstaltungs-kalender2005-06](http://www.communicate-program.de/veranstaltungs-kalender2005-06)



## Fachbeitrag

### Corporate Governance braucht Corporate Communications



Dr. Markus Will

Corporate Governance bedeutet transparente Darstellung des gesamten unternehmerischen Handelns gegenüber den verschiedensten Anspruchsgruppen des Unternehmens und gehört seit Juli 2002 zur Pflichtpublizität. Der Deutsche Corporate Governance Kodex wurde mit diesem Datum gesetzlich verankert. Unternehmen müssen seitdem einmal im Jahr in ihrem Geschäftsbericht erklären, welche der nunmehr über 80 Soll-Empfehlungen aus dem Regelwerk des Kodex sie befolgen oder eben nicht.

Die Akzeptanz der Kodexempfehlungen wird jährlich durch eine Studie des Berlin Center of Corporate Governance festgestellt. Im Spätsommer 2004 haben die Kommunikationschefs der 13 DAX-Unternehmen den an sie versendeten Fragebogen beantwortet und die Kommunikationsanforderungen aus den bis zu diesem Zeitpunkt 72 verschiedenen Kodexziffern beurteilt. Wie hoch ist die Wichtigkeit von Corporate Governance für die Empfänger der Information? Was bedeutet Corporate Governance für die Positionierung (Corporate Reputation) und Rechnungslegung (Corporate Reporting) von Unternehmen? Welche Instrumente können zur transparenten Darstellung der Corporate Governance eingesetzt werden?

Diese sind nur ein paar der (Studien-)Fragen, auf die Dr. Markus Will in seinem Fachbeitrag eingeht, um das Verhältnis von Corporate Com-

munications zur Corporate Governance darzustellen und die Schlussfolgerung zu ziehen, dass eine gute Unternehmenskommunikation wesentlich für eine gute Unternehmensführung und- kontrolle ist.

Dr. Markus Will ist Gründer und Partner von goodwill communications und Lehrbeauftragter für Kommunikationsmanagement an der Universität St. Gallen. Im *¡communicate!*-Programm unterrichtet er im Executive MBA zum Thema Financial Communication und wird das nächste Executive Training zu „Creating and Communicating Value“ moderieren.

Der vollständige Artikel ist in der Juni-Ausgabe des Magazins „kommunikationsmanager“ erschienen. Auf Anfrage ist er auch kostenfrei beim *¡communicate!*-Team erhältlich.

### Executive Trainings

**30. November bis 3. Dezember 2005** „Creating and Communicating Value“: „La Villa“ am Starnberger See bei München

**8. bis 11. März 2006** „Leading and Communicating Change“: Schloss Auel bei Köln

**21. bis 24. Juni 2006** „Managing and Communicating Innovation“: Schloss Liebenstein in Neckarwestheim bei Stuttgart

Als Moderatoren und Referenten erwarten Sie Nikolai Juchem, Hering Schuppener Consulting; Kerstin Karuschkat, 3K; Prof. Helmut Krcmar, TU München; Dr. Christian Lawrence, Allianz; Elke Neujahr, comm:up; Dr. Hans Pongratz, Trainer und Changeberater; Christoph Sieder, Lanxess; Prof. Rainer Trinczek, TU München; Dr. Markus Will, goodwill communications; u.v.m.

Weitere Informationen und Hinweise zur Anmeldung erhalten Sie beim *¡communicate!*-Team unter der Telefonnummer 089-28 92 84 74.

## Lesenswert

### Pfannenberg, Jörg / Zerfaß, Ansgar (Hg.) – Wertschöpfung durch Kommunikation. Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren

Kommunikationsverantwortliche stehen unter Rechtfertigungsdruck: Zwar ist heutzutage unbestritten, dass Kommunikation wesentlich zum Erfolg eines Unternehmens beiträgt sowie die Reputation und das Vertrauen stärkt. Aber angesichts immer knapper werdender Budgets wollen Geschäftsleitung und Auftraggeber wissen, ob sich ihre Investitionen auch wirklich lohnen. Daher ist es notwendig, ein umfassendes Kommunikations-Controlling einzurichten und es in vorhandene Managementsysteme einzubinden. Eine besondere Herausforderung: denn „harte“ betriebswirtschaftliche Zahlen und Definitionen sind

nur selten vorhanden, die Wirkungszusammenhänge von Kommunikation müssen erst erarbeitet werden. Die Herausgeber und Autoren stellen in „Wertschöpfung durch Kommunikation“ verschiedene praxiserprobte Methoden vor, um die Kommunikation konsequent an der Wertsteigerung des Unternehmens auszurichten, ihren Erfolg zu evaluieren und mit Kennzahlen zu bewerten. Das Spektrum reicht von Scorecard-Ansätzen und Value Based Management bis zur integrierten Markenbewertung und Reputationsanalyse. Aktuelle Umfrageergebnisse – u. a. aus einer Studie von *¡communicate!* – und Fallbeispiele von Daim-

lerChrysler, Volkswagen und Allianz zeigen, dass Kommunikations-Controlling zu einer wichtigen Aufgabe für die Unternehmensführung wird.

Zu den Herausgebern: Jörg Pfannenberg ist Geschäftsführer der JP:PR-Beratung, Agentur für Veränderungskommunikation, Düsseldorf/Frankfurt und Vorsitzender des DPRG-Arbeitskreises „Kommunikation als Wertschöpfung“. Zuvor war Pfannenberg in leitenden Positionen bei den Agenturen Kohtes & Klewes, MS&L Public Relations und Koob & Partner tätig.

Dr. Ansgar Zerfaß ist Mitglied der Geschäftsleitung der Me-

dien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH. Der Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaftler war lange als Unternehmensberater und Publizist tätig. Er ist Autor zahlreicher Bücher und Fachbeiträge und wurde u. a. mit dem Ludwig-Schunk-Preis für Wirtschaftswissenschaften, dem Albert-Oeckl-Preis sowie dem Deutschen PR-Preis ausgezeichnet. In diesem Monat wurde er zum „PR-Kopf des Jahres 2005“ gekürt.

Frankfurter Allgemeine Buch, Juni 2005, ca. 224 Seiten, ISBN 3-8998-1053-8  
Preis: 39,90 €

## Bemerkenswert

### MBA zahlt sich aus Abschluss bringt verbesserte Karriereaussichten

Der Graduate Management Admission Council (GMAC) hat eine Studie zu den Karriereentscheidungen von MBA-Absolventen durchgeführt. Befragt wurden insgesamt 5.829 MBA-Absolventen, die bereits während ihres Studiums an der Befragung zum „Global MBA Graduate Survey“ teilgenommen hatten. Untersucht wurde unter anderem, welchen Wert die Absolventen ihrem MBA beimessen und wie die Beschäftigungsaussichten für MBA-Absolventen sind.

Obwohl sich die Wirtschaft in einer schwierigen Lage befindet, schreiben MBA-Graduierte

dem MBA einen sehr hohen Wert zu. Etwa zwei Drittel (65 %) der Absolventen bewerten ihr MBA-Programm als exzellent oder gar als hervorragend. Die Vorteile eines MBA-Abschlusses sehen sie in der Entwicklung ihres Managementwissens und der technischen Skills (59 %), in der Erhöhung des eigenen Arbeitsmarktwertes (45 %) sowie in der beruflichen Spezialisierung (43 %).

Die verbesserten Karriereaussichten durch den MBA drücken sich auch im Gehalt aus: Der typische MBA-Graduierte erhält ein jährliches Anfangsgehalt von 84.500 US-Dollar.

Gegenüber dem Durchschnittsgehalt vor einem MBA (59.500 Dollar) bedeutet dies ein Gehaltssprung von 20.000 Dollar oder 42 %. Mit einer Berufserfahrung von mehr als sechs Jahren können die Absolventen gemäß dem Global MBA Graduate Survey 2005 ihr Salär durchschnittlich sogar auf über 97.500 Dollar steigern. Trotz Studiengebühren und möglichem Einnahmefall während des Studiums liegt ein weiterer Vorteil im „Return on Investment“ (ROI): So hat ein MBA-Absolvent in wenigen Jahren nach seinem Abschluss insgesamt mehr verdient als er verdient hätte, wenn er

sein vor dem MBA bezogenes Gehalt weiter bezogen hätte.

Die vollständige Studie kann unter [www.gmac.com](http://www.gmac.com) abgerufen werden.

Quelle: Graduate Management Admission Council, Executive Summary of Key findings: 2005 – Global MBA Graduate Survey

#### Ways an MBA Increases Career Options, by Survey Year

Response	Survey year 2003 (n = 3.188)	Survey year 2004 (n = 4.757)	Survey year 2005 (n = 4.586)
Increase your long-term potential through the development of management knowledge/technical skills*	62%	63%	59%
Allow you to remain marketable (competitive)	46%	46%	45%
Allow you to make a career transition – use the MBA to change from your current occupational area to a specific new one	44%	42%	43%
Allow you to switch industries/diversify the types of organizations with which you can seek employment*	40%	37%	41%
Allow you to expand the number of organizations with which you can seek employment	32%	31%	32%
Preparation to pursue the goal of starting your own business	24%	25%	25%
Allow you to make a transfusion from a non-business undergraduate degree	20%	18%	19%
Prepare you to seek international employment	17%	16%	16%
Increase the chances of promotion where you currently work *	13%	15%	15%

\*p ≤ 0, 05

Quelle: Graduate Management Admission Council, Executive Summary of Key findings: 2005 – Global MBA Graduate Survey, Seite 13.

## Elisabeth Schick

### Leiterin Corporate Communications Europe der BASF Aktiengesellschaft

Elisabeth Schick leitet die Einheit „Corporate Communications Europe“ der BASF Aktiengesellschaft in Ludwigshafen seit Oktober 2002. Im Programm *¡communicate!* wirkt sie als Dozentin mit.

Bei der *¡communicate!*-Aufaktveranstaltung im Lenbachhaus nahm sie am Symposium und an der Diskussionsrunde im Rahmen des Festaktes teil.

Elisabeth Schick wurde 1966 in Freiburg i. Breisgau geboren. Nach dem Abitur studierte sie Japanologie und Geschichte in Freiburg, Tokyo und Marburg. Sie ist seit Juli 1993 bei der BASF. Nach ihrem Volontariat in der Zentralabteilung Unternehmenskommunikation arbeitete sie 1995 zunächst in der Regionalpresse als Pressesprecherin und wechselte 1997 in den Funktionsbereich

Personal. 1998 reorganisierte sie die Kommunikationseinheit der BASF Japan. Dabei konnte sie ihre Sprachkenntnisse aus ihrem Japanologiestudium bestens einbringen. Von Juni 2001 bis Oktober 2002 leitete sie die Öffentlichkeitsarbeit der europäischen IT-Services-Tochter der BASF.



Elisabeth Schick

### Interview mit Elisabeth Schick

**Wofür steht für Sie die TU München?**

Eine gute Adresse für hochwertige Bildung, die auch bereit ist, innovative Wege zu gehen.

**Was war Ihr größter Erfolg im Berufsleben?**

Kann ich gar nicht sagen – es sind die vielen kleinen Erfolge im Alltag, die viel wichtiger sind.

**Welche Person hat Sie besonders inspiriert?**

Jede Frau, die Familie und Beruf unter einen Hut bekommt.

**Wie lautet Ihr Lebensmotto?**

Das japanische „Isogebe maware“ – was so viel bedeutet wie „Eile mit Weile“.

**Eine Buchempfehlung?**

Weil es die Phantasie anregt, die in unserem Beruf überlebensnotwendig ist:

alle Harry Potter-Bände von Joanne K. Rowling.

**Welchen Luxus gönnen Sie sich?**

Mich mit schönen Dingen umgeben.

**Was macht Ihnen Angst?**

Schwere Krankheit. Und Dummheit – weil es kein Gegenmittel gibt.

**Ein Jahr Ferien: Was würden Sie machen?**

Meine weltweit verstreut lebenden Freunde und Familie besuchen.

**Was bedeutet Kommunikation für Sie?**

Ohne sie geht gar nichts.

**Warum lohnt es sich, am ¡communicate!-Programm teilzunehmen?**

Weil es eine Lücke schließt und hilft, Theorie und Praxis noch stärker zusammen zu bringen.

### Communication and Leadership

## 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 Training und Top Executive Summer School.

Eine Reihe personeller Veränderungen stehen in diesem Monat bei *¡communicate!* an: Dr. Holger Sievert, bisher Leiter des Gütersloher Projektteams, absolviert bis August 2006 ein akademisches Sabbatjahr an den Universitäten Cambridge (Großbritannien)



**Das ¡communicate!-Team München (v.l.):** Susanne Beeck, Prof. Helmut Krcmar, Claudia Paul-Helten, Winfried Ebner. Seit Mitte September verstärkt Kristina Kaiser-Gerhardt das Team (nicht im Bild).

und Lugano (Schweiz). Während dieser Zeit vertritt ihn Dr. Claudia Langen, die auf Seiten der Bertelsmann Stiftung insbesondere für die Executive Trainings zuständig war.



Dr. Claudia Langen und Dr. Holger Sievert

### 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](mailto:contact@communicate.tum.edu). Über Fragen oder Anregungen freut sich die Redaktion: [redaktion@communicate.tum.edu](mailto: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, Camelia Chirtes, Norman Zellmer; Grafik: ci-media OHG, Oliver Möller

## Feierliche Auftaktveranstaltung im Münchner Künstlerhaus am Lenbachplatz

Bilder und Zitate – auf dieser „bunten“ Sonderseite finden Sie Impressionen vom offiziellen Festakt am 30. Mai in den prachtvollen Räumen des Münchner Künstlerhauses. Die Veranstaltung wurde vormittags mit einem Fachsymposium eingeleitet. Nachmittags erlebten die 250 Besucher den offiziellen Festakt mit Reden,

Musik und einer Podiumsdiskussion mit Gästen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

Beim **Fachsymposium** mit hochkarätiger Besetzung wurden die Ergebnisse einer aktuellen ¡communicate!-Studie zu den Themen Qualifizierung und Change Management vorgestellt und diskutiert.



Über 250 Besucher kamen ins Münchner Künstlerhaus.



Prof. Joachim Klewes von der komm.passion group und Dr. Claudia Langen, Project Manager von ¡communicate!, stellten die Ergebnisse der Studie zum Thema „Change“ vor.



Prof. Rainer Trinczek von der TU München trug einen der akademischen Kommentare zur Studie vor.



Claudia Paul-Helten, Executive Director von ¡communicate!, moderierte einen Teil der Diskussion, an der sich Prof. Manfred Bruhn von der Universität Basel rege beteiligte.



Dr. Robert Scharpf, Leiter Personalentwicklung und Werner Klingberg, Leiter externe Kommunikation, beide von der Deutschen Bahn, bestätigten, dass es auch in ihrem Unternehmen von grosser Bedeutung sei, dass Führungskräfte als Kommunikateure auftreten.



Rainer Westermann, Leiter Unternehmenskommunikation bei Infineon, hob hervor, dass Unternehmen aus Change-Prozessen gestärkt hervorgehen können.



Dr. Markus Sulzberger, Präsident der Schweizer SGO Stiftung, betonte, wie wichtig es sei, die Mitarbeiter in Change-Prozesse miteinzubeziehen.

Zum offiziellen **Festakt** am Nachmittag fanden sich die zahlreichen Gäste im großen, festlich geschmückten Saal des Künstlerhauses ein. In den Redebeiträgen wurde die große Bedeutung der Fähigkeit zu kommunizieren aus den verschiedenen Blickwinkeln unterstrichen.

Auszug aus der Rede von Prof. Heribert Meffert, Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann Stiftung:

„Verantwortliche Unternehmensführung und professionelle Kommunikation, gute Corporate Governance und transparente Corporate Communication gehören zusammen. Beide Bereiche bilden heutzutage feste Bestandteile der Organisationskultur von Unternehmen und Non-Profit-Institutionen.

Die Bertelsmann Stiftung folgt in ihrer Projektarbeit der Überzeugung ihres Stifters Reinhard Mohn, dass die Prinzipien unternehmerischen Handelns zu einer menschlichen und

zukunftsfähigen Gesellschaft führen. Wir konzentrieren uns in unserer Arbeit auf die Bereiche, in denen wir durch unsere Projekterfahrung besonders hohe Kompetenz erworben haben: bessere Bildung, eine gerechtere und effizientere Wirtschaftsordnung, ein vorsorgendes Gesundheitswesen, eine lebendige Bürgergesellschaft und wachsende internationale Verständigung. Bildung, Wirtschaftsordnung und Bürgergesellschaft bilden dabei das Dreieck, in dem sich die Projektarbeit rund um das Qualifizierungsprogramm ¡communicate! bewegt.“



Der Conférencier Markus Schimpp erfreute die Gäste mit musikalischen Zwischenspielen.



Dr. Thomas Goppel,  
Bayerische Staatsregierung



Prof. Wolfgang Herrmann,  
TU München



Prof. Heribert Meffert,  
Bertelsmann Stiftung



Dr. Horst Nasko,  
Heinz Nixdorf Stiftung



Prof. Ralf Reichwald,  
TU München



Hartmut Schick,  
DaimlerChrysler AG

Auszug aus der Rede von Dr. Thomas Goppel, Bayerischer Staatsminister für Wissenschaft, Forschung und Kunst:

„In der Wirtschaft hat man die Zeichen der Zeit längst erkannt und fordert schon seit langem die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen in der Ausbildung. Schön, dass es dabei nicht nur beim Wort geblieben, sondern [...] zur Tat gekommen ist. Mit der Bertelsmann Stiftung, der Heinz Nixdorf Stiftung und dem DaimlerChrysler-Fonds haben sich drei namhafte Stiftungen deutscher Topunternehmen zusammengetan. Gemeinsam haben sie das Qualifizierungs-

programm ;communicate! aus der Taufe gehoben. Man hat erkannt: Unternehmen und Organisationen nehmen eine wichtige Rolle in der Gesellschaft ein. Entscheidungen werden in immer komplexeren Kontexten getroffen. Neben der allgemeinen Qualifikation braucht man dazu auch eine ausgeprägte strategische Kommunikationskompetenz. Das heißt: Je größer die Führungsverantwortung einer Person, desto wichtiger ist ihre Kommunikationsfähigkeit.“



An der Diskussionsrunde nahmen teil (v.l.): Prof. Helmut Krcmar von der TU München, Rudolf Gröger von O<sub>2</sub> Germany, Elisabeth Schick von der BASF, Peter Dietmaier von RWE, Prof. Joachim Klewes von der komm.passion group. Moderation: Dr. Holger Sievert, Project Director von ;communicate!.



Prof. Heribert Meffert und Prof. Wolfgang Herrmann beim anschließenden Empfang...



... bei dem sich die Gäste angeregt unterhielten.