



# Herzlich Willkommen

im jcommunicate! Alumni der TU München e.V. – oder wie gründen  
General Manager und Kommunikateure eigentlich einen Verein?

Kaum sind wir heimisch  
einem Lebenskreise

Und traulich eingewohnt,  
so droht Erschlaffen,

Nur wer bereit zu Auf-  
bruch ist und Reise,

Mag lähmender Gewöh-  
nung sich entrafen.

Hermann Hesse, Stufen

In „heimischem Lebenskreise“ und an einem heißen Sommertag letzten Jahres haben wir ihn gegründet: den jcommunicate! Alumni der TU München – mit dem hehren Ziel, als Kommunikateure und General Manager nie der „lähmenden Gewöhnung“ unseres Joballtags zu unterliegen, sondern den „communicate“-Spirit, den wir 18 Monate lang erlebt und mitgeprägt haben, auch über unsere MBA-Zeit hinaus weiter in unser berufliches Leben integrieren zu können.

Um es für die jcommunicate!-Nachwelt einmal schriftlich festzuhalten....

...sah das Gründungsprozedere so aus: Man nehme eine Handvoll motivierter Gründungsmitglieder, definiere grob die Ziele unserer geplanten Gemeinnützigkeit, verabschiede eine ordentliche Satzung, lasse diese von Stiftungs- und Vereinsexperten prüfen, reiche das Ganze beim Amtsgericht für Körperschaften ein – und stelle fest, dass § X und § Y in diesem und jenem Detail noch nicht ganz den Modalitäten des deutschen Vereinsrechts entsprechen... Sage und schreibe zwei Anläufe mussten wir schließlich nehmen, um ein Forum als gemeinnützig zu etablieren, über das wir künftig die Bedeutung von Kommunikation und Leadership weiter

diskutieren, weiter entwickeln und öffentlich Stellung beziehen wollen.

Doch wir wären nicht MBA-Absolventen, wenn uns nicht nach 18-monatiger akademisch-praktischer Tortur eine gewisse Hartnäckigkeit und Ausdauer auszeichnen würde. Nach etlichen Satzungsüberarbeitungen, Abstimmungsrunden und einer erneuten Gründungsversammlung war es im Herbst 2006 dann endlich so weit: Der jcommunicate! Alumni der TU München feierte seinen bürokratischen Einstand als e.V. im Vereinsregister des Amtsgerichts München.



Der frisch gewählte Vorstand bei einer der ersten Vorstandssitzungen: Michael Sturm, Julia Meise, Claudia Paul-Helten

Bei der Graduierung der „Class of 2006“ konnten wir somit nicht nur auf das Ende unserer MBA-Zeit, sondern auch auf den Anfang unseres neuen Netzwerks anstoßen, in dem wir uns hoffentlich nicht nur alle regelmäßig wieder treffen, sondern auch gemeinsam Themen entwickeln und auf die öffentliche Agenda setzen werden, die die Bedeutung von Kommunikation und Leadership in der heutigen Managementpraxis stärken.

Gesagt, getan....

Terminlich und konzeptionell haben wir als Vorstand die ersten Weichen gestellt:

• Im **März** werden wir mit dem ersten jcommunicate! **Alumni Stammtisch in München** starten.

• Im **Mai** diskutieren wir die Implikationen von Web 2.0 auf Kommunikation und Leadership in Unternehmen im Rahmen unserer ersten **Fachveranstaltung**.

• Und spätestens im **September** freuen wir uns, einen Großteil der jcommunicate! Alumnis auf unserem ersten **Wiesn-Stammtisch** auf dem Münchner Oktoberfest begrüßen zu dürfen.

The sum is more than its parts....

...heißt, jetzt seid ihr an der Reihe: zahlreich beizutreten, unsere Arbeit mit tollen Ideen, Kontakten und Beiträgen zu bereichern und den Spirit weiterzutragen, mit dem sich Kommunikation und Leadership nicht nur im Rahmen eines 18-monatigen Executive Programms gemeinsam meistern lassen!

Ihr haltet die erste Ausgabe des jcommunicate! Alumni Newsletters in Händen, der künftig nur noch exklusiv unseren Mitgliedern zugeschickt wird – ein Grund mehr, jetzt beizutreten! Schicke uns einfach eine kurze E-Mail an alumni@communicate.tum.edu und wir senden Dir die Beitrittsunterlagen umgehend zu.

Wir freuen uns auf die gemeinsame Alumni-Arbeit mit euch!

Julia Meise, Michael Sturm, Claudia Paul-Helten

# Second Life = Second New Economy?

## Erste Fachveranstaltung zu den Implikationen von Web 2.0 auf die Kommunikation und Führung von Unternehmen



Soziale Netzwerke, virtuelle Welten und virale Videos... die einstigen Buzzwords einer eingeschworenen Netzgemeinde stellen heute Eckpfeiler einer neuen Internet-Ökonomie dar. In den USA läutete der Kauf von MySpace.com durch Rupert Murdochs News Corp und die Akquisition von YouTube durch Google die Massenmarktreife von Web 2.0 ein. In Deutschland markierten die Übernahme von StudiVZ durch die Verlagsgruppe Holtzbrinck, die Investition der ProSiebenSat.1 Gruppe in MyVideo.de, die Publikation des BILD-Ablegers Altastar und der Börsengang von OpenBC alias Xing ein Umdenken der Medien- und Internetunternehmen in Richtung User-generated Content.

Mittlerweile geriert sich Web 2.0 als branchenübergreifender Dreh- und Angelpunkt für neue Marketing- und Vertriebskon-

zepte. Von Automobilherstellern über IT-Konzerne, Textilunternehmen bis hin zu Reiseanbietern dringen Unternehmen mit Marken und Produkten in die virtuellen Welten vor: Adidas und Reebok bieten den Besuchern ihrer Second Life Showrooms die Möglichkeit, eigene Sportschuhe zu designen und Custom-made zu ordern; Mazda hielt kürzlich die erste Pressekonferenz in Second Life ab; und Mitarbeiter von IBM partizipieren bei internen Meetings gern auch über ihre persönlichen Avatare.

Bei all diesen Entwicklungen stellt sich dennoch die grundsätzliche Frage: Kann Web 2.0 mehr sein als eine Ergänzung bestehender Marketing- und Kommunikationskanäle? Kann mit User-generierten Inhalten tatsächlich Geld verdient werden und Web 2.0 die Hürde von einer virtuellen Welt in eine reale Ökonomie mit bekannten Marktgesetzen nehmen? Oder stellt der aktuelle Hype um Web 2.0 nicht eine weitere große Bubble dar, die irgendwann platzt und geschaffene Werte vernichtet?

Welche Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten sich im Web 2.0 durchsetzen können, wird derzeit viel diskutiert. Die erste Fachveranstaltung des ;communicate! Alumni möchte mit den Schwerpunkten Kommunika-

Wir würden uns freuen, Dich am Freitag, den 25. Mai 2007 ab 18 Uhr in den Räumen von ;communicate! an der TU München zu begrüßen.

tion und Leadership jedoch neue Akzente setzen, folgende Fragestellungen aufgreifen und diese mit namhaften Referenten diskutieren:

- **Kann Web 2.0 tatsächlich Massenmärkte erreichen oder stellen Web 2.0-Portale nur ergänzende Marketing- und Kommunikationskanäle für sehr spezielle Zielgruppensegmente dar?**
- **Welche Regeln gilt es sowohl für die Produkt- und Marken- als auch die Unternehmenskommunikation zu beachten und welchen Risiken gilt es im Sinne einer Kannibalisierung der eigenen Marke vorzubeugen?**
- **Wie können Zielgruppen im Web 2.0 richtig adressiert und langfristig in virtuellen Welten gebunden werden?**
- **Können Zielgruppen im demokratischen Web 2.0 überhaupt noch über Marketingkommunikation erreicht werden? Wann übernimmt der Nutzer die Macht über die Marke und das Produkt?**

Alle Mitglieder des Alumni-Vereins erhalten eine persönliche Einladung mit einer detaillierten Agenda.

## Zahlen, Daten, Fakten des ;communicate! Alumni der TU München e.V.

### Gründung:

25. Juni 2006

### Mitglieder:

Ordentliche Mitglieder (Teilnehmer des Executive MBA, der Executive Trainings und anderer ;communicate!-Formate), Fördernde Mitglieder/Ehrenmitglieder, Gastmitglieder (die jeweils aktuellen Teilnehmer des EMBA)

### Vorstand

Julia Meise, Michael Sturm, Claudia Paul-Helten (auf zwei Jahre gewählt)

### Ziele:

#### Knowledge-Sharing

Förderung des Wissenstransfers zum Thema Kommunikation und Leadership zwischen den Absolventen des EMBA, der Executive Trainings, den Mitgliedern der TU München und Vertretern aus Wirtschaft und Gesellschaft

#### Networking

Bereitstellung einer attraktiven Plattform für internes und externes Networking

### Optimierung der ;communicate! Formate

Verbesserung der Studien- und Rahmenbedingungen der ;communicate!-Formate.

### Kontakt:

;communicate! Alumni der TU München e.V.  
Arcisstraße 21  
80333 München  
Tel: 089 / 289 28 474  
Fax: 089 / 289 28 484  
E-Mail: alumni@communicate.tum.edu

### Impressum

Dieser Newsletter des ;communicate! Alumni der TU München e.V. berichtet über die Tätigkeiten und Veranstaltungen des Vereins. Mitglieder des Vereins erhalten ihn automatisch. Wenn Sie den Newsletter abbestellen möchten, senden Sie eine kurze Email an alumni@communicate.tum.edu.

;communicate! Alumni der TU München e.V., Arcisstr. 21, D-80333 München, Telefon: 089 / 289 28 474, Email: alumni@communicate.tum.edu

V.i.S.d.P.: Claudia Paul-Helten; Redaktion: Susanne Beeck, Julia Meise