

# Intensivkurs

# Interne Kommunikation

## Ihr Weg zum Internen Kommunikationsmanager

**Intensivkurs mit Abschlussprüfung**  
Module auch einzeln buchbar!

**Modul II:**  
Interne Kommunikations-  
instrumente

**Modul I:**  
Interne Kommunikation  
im Überblick: Grundlagen,  
Strategien und  
Konzepte

**Modul III:**  
Schnittstellen und Erfolgs-  
kontrolle der Internen  
Kommunikation

# Intensivkurs Interne Kommunikation: Ihr Weg zum Internen Kommunikationsmanager (m/w)

Mit steigender Komplexität der Organisationsform und sich stetig verändernden Rahmen- und Marktbedingungen nimmt der Bedarf an Kommunikation innerhalb einer Organisation zu. Die oft stiefmütterlich behandelte Interne Kommunikation gewinnt unter diesem Druck zunehmend an Bedeutung. Sie ist maßgeblich am Erfolg einer Organisation beteiligt und trägt Substantielles zum Erreichen der Unternehmensziele bei. Doch wie lässt sich Interne Kommunikation erfolgreich gestalten, steuern und der Erfolg vor allem messen?

Dieser Intensivkurs vermittelt, welchen Stellenwert die Interne Kommunikation innerhalb der Organisation, insbesondere der Unternehmenskommunikation, einnimmt, wie sie als Erfolgs- und Kostenfaktor wirkt, welche Faktoren die Mitarbeiterkommunikation beeinflussen, wie man sie unterstützt und managt. Er liefert ein umfassendes Bild über die operativen und strategischen Handlungsfelder und gibt die notwendigen Instrumente für ein erfolgreiches Handeln.

Der Intensivkurs trägt zur weiteren Professionalisierung der Internen Kommunikation bei und hilft den Teilnehmern, sich den neuen und immer komplexer werdenden beruflichen Herausforderungen erfolgreich zu stellen. Er verknüpft eine kompakte und intensive Wissensvermittlung mit praktischen Fallbeispielen in Einzel- und Gruppenarbeit. Neben theoretischen

Grundlagen geben unsere erfahrenen Trainer Praxistipps. Der Kurs schließt mit einer Abschlussprüfung ab. Diese setzt sich aus einer Hausarbeit und einer 90 min. Klausur zusammen. Die Klausur findet im Rahmen des dritten Moduls statt. Der Prüfungskommission gehören neben Trainern und Referenten des Intensivkurses Experten aus der Internen Kommunikation an. Die Absolventen erhalten ein Abschlusszertifikat zum „Manager Interne Kommunikation (m/w)“ der scm.

Thema/Titel	1. Halbjahr 2012			2. Halbjahr 2012		
	Do.	Fr.	Sa.	Do.	Fr.	Sa.
1. Grundlagen der IK	22.3.			27.9.		
2. Konzepte, Strategien und Planung der IK		23.3.	24.3.		28.9.	29.9.
3. Die Umsetzung – Instrumente der IK   Der Medienmix	19.4.	20.4.		25.10.	26.10.	
4. Instrumente im Fokus		20.4.	21.4.		26.10.	27.10.
5. Schnittstellen der IK	31.5.	1.6.		29.11.	30.11.	
6. Erfolgskontrolle der IK		1.6.	26.		30.11.	1.12.

□ 21.5.11 und 3.12.11 = Abschlussklausur

## Qualifizierungsverlauf



# Interne Kommunikation: Der Intensivkurs auf einen Blick

## Zielgruppe

Vornehmlich Mitarbeiter aus Unternehmen, Agenturen und Verbänden, die sich haupt- oder nebenberuflich mit Interner Kommunikation befassen. Berufs- und Quereinsteiger, Kommunikationsspezialisten anderer Disziplinen, Personalreferenten, Assistent(inn)en der Geschäftsleitung, die eine fundierte Ausbildung im Bereich Interne Kommunikation anstreben und hier ihr Wissen intensivieren wollen.

## Methodik

Der Intensivkurs verknüpft eine kompakte, intensive Wissensvermittlung mit praktischen Fallbeispielen in Einzel- und Gruppenarbeit. Darüber hinaus nehmen unsere Teilnehmer Praxistermine wahr. Neben theoretischen Grundlagen geben unsere erfahrenen Trainer Praxistipps.

## Studienform

- berufsbegleitender Präsenzkurs
- drei einzeln buchbare Module mit sechs Themenblöcken
- 7,5 Kurstage mit abschließender Prüfung
- Umfangreiche Kursmaterialien, Präsentationen, Case-Studies

## Module/Termine

1. Halbjahr 2012:

1. Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien, Konzepte  
→ 22. bis 24. März 2012
2. Interne Kommunikationsinstrumente  
→ 19. bis 21. April 2012
3. Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation  
→ 31. Mai bis 2. Juni 2012

2. Halbjahr 2012:

1. Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte  
→ 27. bis 29. September 2012
2. Interne Kommunikationsinstrumente  
→ 25. bis 27. Oktober 2012
3. Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation  
→ 29. November bis 1. Dezember 2012

## Abschlussprüfung

Der Kurs schließt mit einer Prüfung ab.

Diese besteht aus:

- einer Hausarbeit
- einer 90 min. Abschlussklausur

## Kursstärke

max. 18 Teilnehmer

## Dauer

Der Intensivkurs erstreckt sich über einen Zeitraum von drei Monaten.

## Kursbeginn/Ort

22. März 2012 • Düsseldorf  
27. September 2012 • Frankfurt

## Teilnahmegebühr

Die Kursmodule sind einzeln buchbar. Die Teilnahme an einer zertifizierten Abschlussprüfung ist nur bei Buchung des gesamten Kurses möglich.

- Gesamter Intensivkurs (drei Module): 2.100,00 Euro
- zwei Module: 1.590,00 Euro
- ein Modul: 890,00 Euro

## Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zum Kurs. Alle Module sind auch einzeln buchbar. Wir bieten die Themen des Intensivkurses auch als innerbetriebliche Schulung an.



### Madlen Brückner

Kurskordinatorin

Tel.: +49 (0) 30 479 89 789

E-Mail: madlen.brueckner@scmonline.de

# Modul I:

## Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte

### Ihre Termine

1. Termin: 22. - 24. März 2012 | Düsseldorf • Courtyard by Marriott Seestern

Preis: 890 Euro zzgl. MwSt. | Seminardauer: 2,5 Kurstage

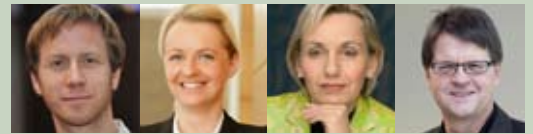
2. Termin: 27. - 29. September 2012 | Frankfurt/ Main – Hotel Savigny Frankfurt City

Preis: 890 Euro zzgl. MwSt. | Seminardauer: 2,5 Kurstage

Dieses Seminar ist Teil des Intensivkurses „Interne Kommunikation“ und einzeln buchbar.

### Ihre Trainer

Lars Dörfel, Janine Krönung, Susanne Marell und Dr. Gerhard Vilsmeier



Die Kenntnisse über Grundlagen, Funktionen und Ziele der Internen Kommunikation sowie die Bedeutung der Internen Kommunikation für die Umsetzung von Unternehmenszielen sind die Voraussetzung für das Handeln jedes internen Kommunikators. Dazu gehört auch, die einzelnen Schritte der internen kommunikativen Maßnahmenplanung zu kennen und erfolgreich umzusetzen.

### Lernziel

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über das Berufsbild und die Aufgaben der Internen Kommunikation insbesondere als interner Dienstleister und Berater unterschiedlicher interner Zielgruppen. Sie lernen, Konzepte für die interne Kommunikationsstrategie ihrer Organisation zu entwickeln und von der Unternehmensstrategie abzuleiten.

### Ablauf

1. Tag: 10.00 - 18.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

2. Tag: 9.00 - 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

3. Tag: 9.00 - 13.00 Uhr, inkl. 1 Pause à 30 Min.

#### 1. Thema: Grundlagen der Internen Kommunikation

- Hoch und Tief. Ein Wetterbericht zu Entwicklung, Zustand und Prognose der Internen Kommunikation: Definition Interne Kommunikation; Konsequenzen und Vorstellung der Inhalte dieses Moduls; Konzeptionalisten, Neurologen, Systemiker

- Berufsfeld, Stellung und Aufgaben des internen Kommunikationsmanagers
- Gesegelt wird oben. Status, Akzeptanz und Wege nach oben. Ein Erfahrungsaustausch.
- Kommunikationsmanagement
- Grundlagen der Organisationstheorie
- Netzwerke innerhalb einer Organisation aufbauen und erweitern (Flurfunk, Antennen)
- Psychologische Aspekte, Verhaltens- und Hirnforschung
- Grundlagen der Unternehmenskultur und interkulturelle Kommunikation
- Sammlung und Priorisierung von Teilnehmer-Fällen
- Gastvortrag Termin Frühjahr 2012: Susanne Marell über „Internationale Interne Kommunikation“
- Gastvortrag Termin Herbst 2012: Janine Krönung über „Interne Kommunikation bei der ING-DiBa“

#### 2. Thema: Konzepte, Strategien und Planung der Internen Kommunikation

- Input und Gruppenarbeiten zu den Konzeptionsschritten Analyse, Planung, Realisierung und Erfolgskontrolle
- Analyse: Stakeholderanalyse, SWOT-Analyse, Priorisierung
- Planung: Maßnahmen/ Mittel, Ziele, Strategien, Etat und Zeitplan
- Realisierung: Steuerung von Zeitplan und Instrumenten
- Kontrolle, Zielerreichung



### Teilnehmerstimme

„Das Seminar war sehr kurzweilig und interessant. Man bekommt viele Anregungen und Vorschläge, die man gut in die Praxis umsetzen kann.“

Christin Rabitz, Carl Zeiss Sports Optics GmbH

# Modul II:

## Interne Kommunikationsinstrumente

### Ihre Termine

1. Termin: 19. - 21. April 2012 | Düsseldorf • Courtyard by Marriott Seestern  
Preis: 890 Euro zzgl. MwSt. | Seminardauer: 2,5 Kurstage

2. Termin: 25. - 27. Oktober 2012 | Frankfurt/ Main – Hotel Savigny Frankfurt  
City

Preis: 890 Euro zzgl. MwSt. | Seminardauer: 2,5 Kurstage

Dieses Seminar ist Teil des Intensivkurses „Interne Kommunikation“ und einzeln buchbar.

### Ihre Trainer

Anne Schwindling, Henriette Viebig, Dr. Gerhard Vilsmeier, Dr. Matthias Wagner und Frank Wolf



Mitarbeiter wollen nicht nur informiert sein, sondern eingebunden werden. Dies schafft kein Medium allein. Durch die Möglichkeiten des Internets stehen der Internen Kommunikation immer mehr Instrumente zur Auswahl. Aber die Quantität der eingesetzten Instrumente bedeutet nicht gleich Qualität der Internen Kommunikation. Jede Situation und Organisationsform erfordert verschiedene Tools. Um hier nichts falsch zu machen, ist es wichtig, die Vorzüge und Nachteile der einzelnen Tools zu kennen, um den optimalen Medien-Mix für die eigene Arbeit zu finden.

### Lernziel

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über die Möglichkeiten, Vor- und Nachteile der einzelnen Instrumente der Internen Kommunikation und können ihren Einsatz sinnvoll planen und umsetzen.

### Ablauf

1. Tag: 10.00 - 18.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

2. Tag: 9.00 - 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

3. Tag: 9.00 - 13.00 Uhr, inkl. 1 Pause à 30 Min.

### 3. Thema: Die Umsetzung – Instrumente der Internen Kommunikation

- Einführung und Bestandsaufnahme: Interne Kommunikation im Kontext von Unternehmensstrategie, Unternehmenskultur und internen Zielgruppen
- Blattkritik von Mitarbeiterzeitungen der Teilnehmer
- Erarbeitung von Kriterien zur Charakterisierung von Medien der Internen Kommunikation
- Erstellung von „Medien-Steckbriefen“ und Arbeiten mit der Multimedia-Matrix
- Instrumente der Internen Kommunikation: Überblick und Einordnung
- Diskussion - Kommunikation über Grenzen: Welche Barrieren gibt es?
- Der erfolgreiche Medien-Mix
- Erfolgsmessung und ideales Set-up

### 4. Thema: Instrumente im Fokus

- Die MAZ: Ausgedientes oder zeitgemäßes Instrument der Internen Kommunikation
- Blattkritik zu MAZ und Intranet
- Gastvortrag Dr. Matthias Wagner (ICOM): „Das Intranet und Enterprise 2.0“
- Gastvortrag Frank Wolf (T-Systems): „Web 2.0 Tools in der Internen Kommunikation“
- Events und Internal Campaigning



### Teilnehmerstimme

„Durch den Kurs bekommt man einen anderen Blickwinkel auf das große Spektrum der Möglichkeiten und die Feinheiten, in denen sich die Instrumente unterscheiden. Der Praxisbezug der Referenten untermauert die Vielschichtigkeit. Sehr komplex, gutes Handwerkszeug.“

Ulrike Münzing, Wealth Management Capital Holding GmbH

# Modul III:

## Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation

### Ihre Termine

**1. Termin:** 31. Mai - 2. Juni 2012 | Düsseldorf · Courtyard by Marriott Seestern

**Preis:** 890 Euro zzgl. MwSt. | **Seminardauer:** 2,5 Kurstage

**2. Termin:** 29. November – 1. Dezember 2012 | Frankfurt/ Main – Hotel Savigny Frankfurt

**City**

**Preis:** 890 Euro zzgl. MwSt. | **Seminardauer:** 2,5 Kurstage

*Dieses Seminar ist Teil des Intensivkurses „Interne Kommunikation“ und einzeln buchbar.*

### Ihre Trainer

Susanne Arndt, Ariana Fischer, Ulrich E. Hinsen



Die Interne Kommunikation begleitet Veränderungsprozesse (Change Communication) und Krisensituationen (Krisenkommunikation), ist Wissensbroker (Knowledge Management) und kommunikativer Berater von Führungskräften (Führungskräftekommunikation). Interne Kommunikation benötigt Evaluation. Nur so wissen die internen Kommunikatoren um die Erwartungen, Befürchtungen und Ängste von Mitarbeitern und Führungskräften und können diese in ihre Arbeit zielgerichtet einbinden und beantworten.

### Lernziel

Dieses Seminar diskutiert besondere Herausforderungen und Spezialgebiete für die Interne Kommunikation und vervollständigt somit den Handlungsrahmen der Teilnehmer. Darüber hinaus bekommen Sie Tools vermittelt, um den Erfolg Ihrer Kommunikationsmaßnahmen zu messen.

### Ablauf

1. Tag: 10.00 - 18.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

2. Tag: 9.00 - 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

3. Tag: 10.00 - 14.00 Uhr, inkl. 1 Pause à 30 Min.

### 5. Thema: Schnittstellen zu anderen Kommunikationsdisziplinen und Fachfunktionen

- Veränderungskommunikation im Überblick
- Change Faktoren, Modellierung, X-Plorer
- Change Communications im Change Management
- Change: Trennung von Mitarbeitern. Eine besondere Herausforderung für die Veränderungskommunikation.
- Durchgespielt: Betriebsbedingter Umzug von zwei Standorten.
- Vortrag und Diskussion zum Thema Führungskräftekommunikation mit Susanne Arndt

### 6. Thema: Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation

- Grundlagen für die Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation
- Evaluations- und Messmethoden für die Interne Kommunikation
- Praxisbeispiele: Vorstellen von Mess- und Steuerungssystemen der Internen Kommunikation im Einsatz bei Unternehmen
- Tipps und Tricks, Dos und Don'ts



### Teilnehmerstimme

„Gut sind die vielen praktischen Aufgaben mit den Fallbeispielen und der Wechsel der Trainer. Es wird nie langweilig. Die Themen waren spannend und wurden von den Trainern gut erklärt.“

Christine Skirlo, Uvex Winter Holding GmbH & Co. KG



# Intensivkurs Interne Kommunikation: Im Gespräch mit dem Teilnehmer Edwin Nanko (Sparkasse Gifhorn-Wolfsburg, Betriebsorganisation)



## **Welche Erwartungen hatten Sie an den Intensivkurs Interne Kommunikation und wurden diese erfüllt?**

Da ich bislang nicht - wie die anderen Kursteilnehmer - mit der internen Unternehmenskommunikation befasst war, wollte ich einen Eindruck über Mächtigkeit und Umfang des Themas gewinnen. Ich war überrascht, wie tief und umfänglich die Thematik "ausgeleuchtet" wurde. Meine Erwartungen wurden voll erfüllt.

## **Mit welchen Herausforderungen sehen Sie sich in der Internen Kommunikation konfrontiert? Hilft Ihnen der Kurs bei ihrer Bewältigung?**

Es kommunizieren Leute, die nicht unbedingt aufgrund ihrer kommunikativen Fähigkeiten an die Position gekommen sind, an der sie sich befinden. Die Herausforderung für mich wird sein, die Inhalte des Seminars so einfach zusammenzufassen und zu "verkaufen", dass man damit direkt umgehen kann. Auch muss ich gewährleisten, dass unsere eingesetzten Medien das können, was die IK ihnen abverlangt. Der Kurs hilft mir insofern, als dass ich verwendbare schlüssige Bilder und Assoziationen erhalten habe, die ich hier intern zu diesem Thema weiter verwenden kann.

Die größte Herausforderung ist für mich, das Thema "IK" neu im Haus zu beleben und "Lust darauf" zu machen. Ich war bei einem Seminar dazu - andere nicht. Das Stiefkind zum Liebling zu machen, scheint schwierig.

## **Welchen Nutzen ziehen Sie auch längerfristig aus dem Kurs?**

Ich habe ein Netzwerk erfahrener "Kommunikatoren" und einen reichen Fundus an Unterlagen, aus denen ich mich immer wieder bedienen und in die "Denkwelt" der dargestellten Themen begeben kann. Die angesprochenen Themen werden nicht im Handstrich, sondern über einen längeren Zeitraum umgesetzt werden müssen - da der Kurs aber so praxisnah war, fällt mir beim Durcharbeiten der Unterlagen stets die Diskussion ein, die wir an den jeweiligen Themen geführt haben. Auch meine persönlichen Aufzeichnungen enthalten "Botschaften" an mich selbst; aber auch Ideen für das Haus, von denen ich in der kommenden Zeit profitieren möchte.



# Referenten



## Susanne Arndt

ist seit 2009 Beraterin und Standortleiterin von Deekeling Arndt Advisors in Frankfurt. Ihr Beratungsschwerpunkt liegt in der Begleitung von Identitäts- und Veränderungsprozessen vor allem mit Blick auf strategische Neuausrichtungen, Restrukturierungen, Leitbild- und Werteprozesse sowie Integrationsprozesse. Arndt hat nach dem Studium der Germanistik, Geschichte und Medienwissenschaften über zehn Jahre bei A&B ONE in der Kommunikationsberatung gearbeitet und dort ein breites Themenspektrum von Corporate Communications, Corporate Responsibility, Change und Crisis Communications abgedeckt.



## Lars Dörfel

ist Geschäftsführer der scm. Als Autor und Herausgeber von Fachbüchern zu den Themenkomplexen Interne Kommunikation und Führungskräftekommunikation hat er sich auch als Trainer und Berater auf diese Themen spezialisiert. Zuvor baute er die Deutsche Presseakademie in Berlin auf, die er bis 2006 leitete.



## Ariana Fischer

ist Leiterin Consulting und Managing Partner bei ICOM GmbH und führt seit 1998 Beratungsprojekte bei verschiedenen Großunternehmen in den Bereichen interne und externe Kommunikation durch. 2003 übernahm sie die Bereichsverantwortung für das Thema Kommunikationscontrolling, das sie für den Einsatz in der internen und externen Kommunikation weiterentwickelt hat. Nach ihrem Studium der Wirtschaftswissenschaften betreute sie von 1995 bis 1998 die Öffentlichkeitsarbeit und Marktforschung einer Tochterfirma des Südwestrundfunks zur Einführung des digitalen Hörfunks.



## Ulrich E. Hinsén

berät seit vielen Jahren in den Bereichen Change-Management, Restrukturierung. Bis August 2010 war er als Bereichsleiter Change Management bei der SKP AG tätig und baute das management-radio.de auf. Derzeit ist der

diplomierte Pädagoge Freier Berater und Lehrbeauftragter am Lehrstuhl Unternehmenskommunikation/ Interne Kommunikation an der Hochschule Neu-Ulm.



## Janine Krönung

arbeitet bei der ING-DiBa im Bereich der Internen Kommunikation. Nach ihrem Studium absolvierte sie ein Volontariat zur Verbraucherjournalistin. Sie arbeitete in Berlin als Fernsehredakteurin für den Rundfunk Berlin Brandenburg sowie als Journalistin und Projektmitarbeiterin für die Stiftung Warentest. 2006 wechselte sie zur ING-DiBa, bei der sie zunächst als Redakteurin tätig war. Seit 2007 ist sie als Chefredakteurin für die Mitarbeiterzeitschrift zuständig. Darüber hinaus betreut sie verschiedene interne Kommunikationsprojekte, begleitet Veränderungsprozesse und beschäftigt sich mit der Krisenkommunikation. Seit 2010 leitet sie den Arbeitskreis Interne Kommunikation der DPRG.



## Susanne Marell

ist seit März 2000 bei Cognis weltweit verantwortlich für den Bereich Corporate Communications. Sie hat Wirtschaftswissenschaften studiert und verfügt über eine langjährige Erfahrung in Marketing und Kommunikation. U.a. war sie für die Unternehmen Schering, AgrEvo und Aventis Crop Science tätig. Zu ihren Schwerpunkten gehören die strategische Begleitung von Veränderungsprozessen, der Aufbau und die Strukturierung von internationalen Kommunikations-Teams sowie die Kommunikationsberatung und das Coaching von Vorständen.



## Anne Schwindling

ist seit 2001 bei der Fraport AG in Frankfurt beschäftigt. Sie begann im Bereich Marketing und Vertriebsunterstützung und leitet seit 2010 die Interne Kommunikation und Marketing in der Unternehmenskommunikation. Die studierte Informationswissenschaftlerin ist neben Ihrer Tätigkeit bei Fraport seit vielen Jahren Managementtrainerin mit einem eigenen Trainingskonzept im lichtlosen Raum.



## Henriette Viebig

ist seit März 2007 Leiterin interne und Online Kommunikation der RWE AG in Essen. Zuvor war sie Hauptreferentin interne Kommunikation des Konzerns RWE. Von 2000 bis 2002 war sie als Managing Supervisor einer internationalen PR Agentur in Frankfurt/ Main und zuvor als PR-Beraterin in Braunschweig tätig.



## Dr. Gerhard Vilsmeier

studierte Kommunikations- und Zeitungswissenschaften. Schon während der Universitätszeit war er bei der ARD als Redakteur für Hörfunk und Fernsehen – vornehmlich für den Bayerischen Rundfunk - tätig. Ab 1987 arbeitete er bei der Siemens AG u.a. als Referent für AV-Medien, dann als Chefredakteur der Mitarbeiterzeitschrift SiemensWelt, später als Leiter der internen Kommunikation und schließlich als Leiter Marketing & Communications bei Siemens Real Estate. Seit Oktober 2009 leitet er sein eigenes Medienbüro für interne und externe Kommunikation – i&e Communications. In der Deutschen Public Relationsgesellschaft (DPRG) ist er im Vorstand für die Finanzen und die interne Kommunikation zuständig. Auf internationaler Ebene gehört er dem Präsidium der Federation of European Business Communicators Association (FEIEA) an.



## Frank Wolf

ist seit 2007 Leiter des Bereiches eBusiness Strategie der T-Systems Multimedia Solutions. Er beschäftigt sich mit sozialer Software und ihren Anwendungsgebieten im Unternehmen wie Wissensmanagement, Projektmanagement, Innovation und Kommunikation. Zuvor war er als Manager bei Accenture im Bereich eBusiness- und Prozessberatung tätig. Frank Wolf studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der Technischen Universität Dresden.

# FAX: 030 479 89 800

## SCM, Weichselstraße 6, 10247 Berlin

Die Teilnahmegebühr für den gesamten Intensivkurs (drei Module) beträgt 2.100 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer. Für Mitglieder der Verbände BdP, FCP, GPRA und DPRG sowie für Frühbucher (Early-Bird), deren Anmeldung bis acht Wochen vor Veranstaltung bei uns eingeht, gewähren wir einen fünf prozentigen Rabatt auf den Vollpreis. Der Preis enthält Pausenverpflegung, Tagungsgetränke und Kursmaterialien.

Die Module sind auch einzeln buchbar. Die Teilnahmegebühr für ein Modul beträgt 890 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer. Bei der Buchung von zwei Modulen beträgt die Gebühr 1.590 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer.

Ich melde mich für den Intensivkurs „Interne Kommunikation“ bzw. das/die Modul/e an und akzeptiere die AGB:

### Modul I: Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte

- 22. - 24. März 2012 | Düsseldorf | 890 Euro
- 27. - 29. September 2012 | Frankfurt/Main | 890 Euro

### Modul II: Interne Kommunikationsinstrumente

- 19. - 21. April 2012 | Düsseldorf | 890 Euro
- 25. - 27. Oktober 2012 | Frankfurt/Main | 890 Euro

### Modul III: Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation

- 31. Mai - 2. Juni 2012 | Düsseldorf | 890 Euro
- 29. November - 1. Dezember 2012 | Frankfurt/Main | 890 Euro

### Gesamter Intensivkurs (Modul I - III)

- Düsseldorf | 2.100 Euro
- Frankfurt/Main | 2.100 Euro

> Preisübersicht Intensivkurs:

3 Module = 2.100 Euro | 2 Module = 1.590 Euro | 1 Modul = 890 Euro

Die AGB finden Sie auf [www.scmonline.de/agb](http://www.scmonline.de/agb).

Bitte senden Sie mir den scm-Newsletter.

Bitte senden Sie mir Infomaterial zu Ihrem Weiterbildungsprogramm.

#### Ihre Daten

\_\_\_\_\_  
Name | Vorname

\_\_\_\_\_  
Titel

\_\_\_\_\_  
Firma | Institution

\_\_\_\_\_  
Funktion | Abteilung

\_\_\_\_\_  
Straße | Postfach

\_\_\_\_\_  
PLZ | Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

#### Abweichende Rechnungsadresse

\_\_\_\_\_  
Name | Vorname

\_\_\_\_\_  
Titel

\_\_\_\_\_  
Firma | Institution

\_\_\_\_\_  
Funktion | Abteilung

\_\_\_\_\_  
Straße | Postfach

\_\_\_\_\_  
PLZ | Ort

\_\_\_\_\_  
Ort | Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

Bitte hier abtrennen!