

Baggern und pritschen beim Campus M21-BeachCup

3. Semester organisiert Beachvolleyballturnier für Münchner Schüler

Raus aus den Winterstiefeln und rein ins Strandvergnügen! Im Rahmen des Moduls „Veranstaltung“ organisieren die PR- und Kommunikationsmanagement- sowie Sport-, Event- und Medienmanagementstudenten des 3. Semesters ein Indoor-Beachvolleyballturnier für die 11., 12. und 13. Klassen der Münchner Gymnasien und Fachoberschulen.

Unterstützt werden sie dabei von Dozentin Corinna Picker, die selbstständig eine Eventagentur betreibt. Der Campus M21-BeachCup findet erstmals am 6. Februar 2010 in der beach38° Arena am Münchner Ostbahnhof statt.

Für die Organisation haben sich die Studenten in vier Gruppen zusammengeschlossen. Eine Gruppe kümmert sich ausschließlich um die Sponsorenakquise.

Fortsetzung auf Seite 2...



Tolle Preise zu gewinnen!

Campus **M21**
Studieren am Olympiapark
BeachCup

Fun
Sport
Karriere
Information

06.02.2010
Beach 38°
ab 10 Uhr

<http://www.CampusM21.de/BeachCup>

Sportliches Vergnügen, Information und jede Menge Spaß erwartet die Teilnehmer des Campus M21-BeachCups am 6. Februar 2010.

„Bleiben Sie authentisch!“

Workshop „Assessment-Center“ mit Expertinnen der adidas-group



Angehende Sport-, Event- und Medienmanager bei der Selbstpräsentation.

Um die besten Mitarbeiter auszuwählen, nutzt die adidas-group das Instrument „Assessment-Center“.

Im Rahmen eines Workshops am Campus M21 in München berichteten Sarah Koch (zuständig für die Assessment-Center) und Laura Ruprecht (zuständig für die Praktikanten) von der Firma adidas, was bei einem Assessment-Center auf jeden Fall zu beachten ist.

Zur Übung absolvierten die Studenten eine Gruppendiskussion und eine Selbstpräsentation. Dabei mussten sie adidas-Slogans und Bilder auswählen, die ihre Persönlichkeit am besten widerspiegeln und diese präsentieren.

Koch: „Es ist wichtig gut vorbereitet zu sein, man sollte es aber auch nicht übertreiben. Wichtig ist, dass die Authentizität erhalten bleibt.“

Fortsetzung von Seite 1...

Sie werben Sponsoren an und betreuen diese auf dem Event. Eine weitere Gruppe organisiert den Spielablauf des Turniers und ist für die Teilnehmergewinnung zuständig. Die Gruppe Technik und Location kümmert sich um Lichttechnik, Musik und Dekoration. Damit der Campus M21-BeachCup auch über München hinaus bekannt wird, beschäftigt sich die Gruppe „Kommunikation“ mit der Inszenierung des Events. Die Veröffentlichung des Werbevideos aber auch das Thema „Social Communities“ wie facebook oder studivz fällt in das Aufgabengebiet dieser Gruppe. Durch das Praxisprojekt sam-

meln die Studenten Erfahrungen und Wissen, die ihnen später im Berufsleben hilfreich sein können. Ziel ist es, den BeachCup fest im Münchner Veranstaltungskalender zu integrieren. Für angehende Abiturienten ist der Event die ideale Gelegenheit, sich in lockerer Atmosphäre über das Studienangebot am Campus M21 zu informieren. Nach dem Beachvolleyballturnier findet die Siegerehrung der besten Teams mit hochwertigen Preisen statt. Auf der anschließenden „Playersparty“ können Teilnehmer und Zuschauer den Abend mit bunten Cocktails an der Bar ausklingen lassen.

Wer teilnehmen möchte, kann sich unter www.CampusM21.de/BeachCup anmelden.

Infotag am 27. Februar

Am 27. Februar veranstaltet das Team vom Campus M21 wieder einen Infotag.

(Angehende) Abiturienten haben nach einer Einführung in das Studienprofil die Möglichkeit, am Eignungstest und einem Auswahlgespräch teilzunehmen. So können sie bereits an diesem Tag alle Zulassungsvoraussetzungen für ihr Studium erfüllen. Begleitpersonen sind herzlich willkommen.

[Jetzt anmelden!](#)

Studenten erarbeiteten PR-Kampagne für Audi

Jürgen De Graeve und Anne Lennartz stellten Umweltstiftung vor

36.000 neue Eichen im Köschinger Forst, das ist das erste Ergebnis der Audi-Umweltstiftung, die erst vor einigen Wochen gegründet wurde. Anne Lennartz, Pressesprecherin Produktion und Umwelt, und Jürgen De Graeve, Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Audi AG, stellten die neue Stiftung im Rahmen des Moduls „Social Campaigning“ vor.

Wissenschaftler der TU München untersuchen die Eichen im Köschinger Forst seit Oktober 2009. Sie wollen herausfinden wie Bäume sinnvoll angepflanzt werden müssen, um dem Klimawandel entgegenzuwirken.

Lennartz und De Graeve bänden die Studenten aktiv in die Planung der Umweltstiftung mit

ein. Gemeinsam entwickelten sie Konzepte für eine PR-Kampagne.



Jürgen De Graeve und Anne Lennartz (Mitte) im Modul „Social Campaigning“.

V.i.S.d.P.: Stefan Wiedemann, Betriebswirt B.A.; Redaktion: Annika Hausner, Dipl.-Journalistin (Univ.); Campus M21-Studieren am Olympiapark, Dachauer Straße 124, 80637 München, Tel: 089 - 54 04 12 20, info@CampusM21.de