



Sonderauswertung der Befragungen auf dem 15. und 16. Karrieretag Familienunternehmen

Schwerpunkt „Internationalität“

Seit 2008 werden die akkreditierten Kandidatinnen und Kandidaten auf den Karrieretagen Familienunternehmen befragt: Was ist den hochqualifizierten Fach- und Führungskräften in ihrem Job wichtig, welche Karriereperspektiven verfolgen sie und wie schätzen sie Familienunternehmen im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen als Arbeitgeber ein¹? Ein zusätzlicher Fragenkomplex beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten der internationalen Karriere. Wie hoch ist die Bereitschaft der Befragten den Wohnort zu wechseln, welche Maßnahmen des Arbeitgebers sind ihnen dabei wichtig und wie schätzen sie Familienunternehmen im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen in Bezug auf die internationale Ausrichtung ein?

Insgesamt nahmen 400 Studierende, Absolventen sowie Young Professionals und Professionals an dieser spezifischen Befragung teil. Unter den befragten Teilnehmern lag der Anteil der Frauen am 15. und 16. Karrieretag Familienunternehmen bei 44%. Während sich 60% aller Teilnehmer als Studierende oder Absolventen einordneten, waren rund 25% Professionals unter den Teilnehmern. Das Durchschnittsalter lag bei 30 Jahren. Wirtschaftswissenschaften war die dominierende Studienrichtung, gefolgt von Ingenieurwesen und Wirtschaftsingenieurwesen. Außerdem gaben 50% aller Teilnehmer den Masterabschluss als höchsten Bildungsabschluss an.

¹ Die Analyse der Ergebnisse dieser Langzeiterhebung, an der bisher 2.392 Personen teilgenommen haben, fasst die TU München alle zwei Jahre im Auftrag der Stiftung Familienunternehmen in der Studie „Familienunternehmen als Arbeitgeber“ zusammen.

Würden Sie für eine Arbeitsstelle *dauerhaft* Ihren Wohnort wechseln?

In Bezug auf die Bereitschaft dauerhaft den Wohnort für die Arbeitsstelle zu wechseln, weichen Frauen und Männer in ihrem Antwortverhalten voneinander ab. Frauen zeigen mit 43% der Befragten eine höhere Bereitschaft ihren Wohnort innerhalb Deutschlands zu wechseln als Männer (36%). Im Vergleich dazu sind 31% der Männer eher bereit, ihren Wohnort dauerhaft weltweit zu wechseln (Anteil der Frauen: 23%). Als klare Präferenz zeichnet sich hier jedoch insgesamt der dauerhafte Wohnortwechsel innerhalb Deutschlands ab. Insgesamt sind nur 7% aller Befragten nicht bereit für Ihre Arbeitsstelle den Wohnort zu wechseln. Unter Berücksichtigung der Karrierestufen der verschiedenen Teilnehmer fällt auf, dass anteilig mehr Professionals (ca. 30%) als Studenten/Absolventen (ca. 27%) und Young Professionals (ca. 25%) weltweit ihren Wohnort wechseln würden. Allerdings zeigt vor allem die Berufsgruppe der Young Professionals Bereitschaft, innerhalb Deutschlands (43%) und innerhalb Europas (15%) den Wohnort dauerhaft zu wechseln. Im Gegensatz dazu, sind 60% aller Studierenden eher bereit ihren Wohnort innerhalb Deutschlands bzw. ihres Bundeslandes zu wechseln.

	Insgesamt	Männer N = 223		Frauen N = 175		Studenten/ Absolventen N = 229	Young Professionals N = 75	Professionals N = 94
		n	Anteil	n	Anteil			
Ja, weltweit	109	69	31%	40	23%	62	19	28
Ja, innerhalb Europas	40	25	11%	15	9%	17	11	12
Ja, innerhalb Deutschlands	156	80	36%	76	43%	90	32	34
Ja, innerhalb meines Bundeslandes	57	26	12%	31	18%	47	4	6
Ja, innerhalb meines Landkreises	25	11	5%	14	8%	11	9	5
Nein	30	18	8%	12	7%	11	7	12

Tabelle 1: *Dauerhafter* Wohnortwechsel (Karrieretag 15 & 16; N = 398)²

² Aufgrund der Möglichkeit von Mehrfachnennungen können sich Abweichungen zur Gesamtzahl der Teilnehmer ergeben.

Würden Sie für eine Arbeitsstelle *vorübergehend* Ihren Wohnort wechseln (1-3 Jahre)?

Betrachtet man im Vergleich zum dauerhaften Wohnortwechsel die Bereitschaft der Teilnehmer, vorübergehend ihren Wohnort zu wechseln, stellt man fest, dass diese wesentlich höher ist. Knapp 65% aller Befragten würden weltweit vorübergehend ihren Wohnort wechseln. Bei Unterscheidung nach den verschiedenen Karrierestufen zeigt sich hierbei, dass vor allem Studenten/Absolventen sowie Young Professionals im Allgemeinen eine sehr hohe Bereitschaft zeigen, für ein bis drei Jahre weltweit den Wohnort zu wechseln.

	Insgesamt	Männer N = 224		Frauen N = 176		Studenten/ Absolventen N = 231	Young Professionals N = 75	Professionals N = 94
		n	Anteil	n	Anteil			
Ja, weltweit	256	152	68%	104	59%	153	50	53
Ja, innerhalb Europas	47	19	8%	28	16%	22	14	11
Ja, innerhalb Deutschlands	90	43	19%	47	27%	56	14	20
Nein	21	11	5%	10	6%	8	3	10

Tabelle 2: Vorübergehender Wohnortwechsel (Karrieretag 15 & 16; N = 400)³

Wie wichtig sind für Sie folgende Maßnahmen des Arbeitgebers, wenn Sie einen Auslandsaufenthalt in Betracht ziehen?

Auf die Frage, welche Maßnahmen des Arbeitgebers am wichtigsten sind⁴, wenn man einen Auslandsaufenthalt in Betracht zieht, wurde sowohl am 15. als auch am 16. Karrieretag Familienunternehmen an erster Stelle von Frauen und Männern die kulturelle und sprachliche Vorbereitung genannt. An zweiter Stelle steht bei beiden Geschlechtern der Ausgleich für steigende Lebenshaltungskosten, gefolgt von dem Wunsch nach einem persönlichen Ansprechpartner oder Mentor im Ausland. Ein weiterer sehr relevanter Bereich ist die Wiedereingliederung von Ex-Patriates bei ihrer Rückkehr ins Heimatland. Hier sehen 33 % der Befragten die Unterstützung durch den Arbeitgeber als sehr wichtiges Kriterium an. Jeweils 42 % (Priorität: „wichtig“) der Befragten wünschen sich Unterstützung bei der Arbeitssuche des Partners

³ Aufgrund der Möglichkeit von Mehrfachnennungen können sich Abweichungen zur Gesamtzahl der Teilnehmer ergeben.

⁴ Bewertungen erfolgten auf einer Skala von 1 = sehr wichtig bis 5 = gar nicht wichtig.

und bezahlte Besuchsflüge. Für immerhin 38 % der Studienteilnehmer ist eine finanzielle Unterstützung bei der Kinderbetreuung bzw. der Ausbildung der Kinder ein wichtiges Kriterium, um sich für einen Auslandsaufenthalt zu entscheiden. Insgesamt zeigt sich, dass sich die weiblichen Teilnehmer im Vergleich zu den männlichen Teilnehmern eine stärkere Unterstützung des Arbeitgebers im Rahmen eines Auslandsaufenthaltes erhoffen. Die nachfolgende Abbildung zeigt das Ranking der einzelnen Arbeitgebermaßnahmen aus Sicht der Teilnehmer in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit nach Zusammenfassung der Antwortmöglichkeiten „sehr wichtig“ und „wichtig“.

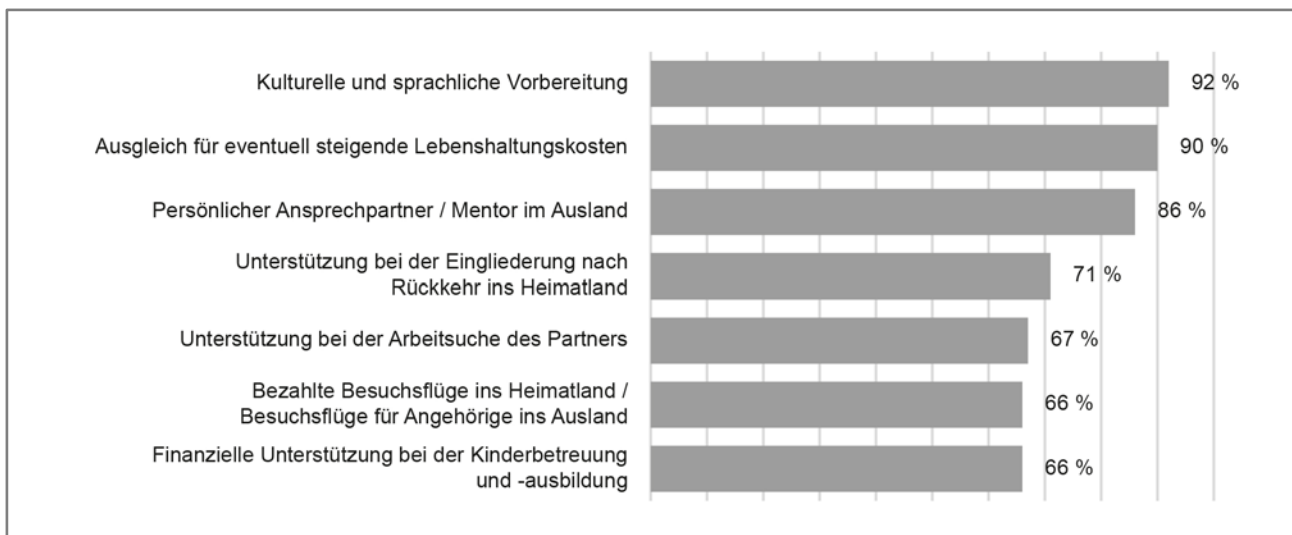


Abbildung 1: Ranking der Maßnahmen (Antwortmöglichkeit „sehr wichtig“ und „wichtig“) – KT 15 & 16

Wie wichtig ist für Sie eine internationale Orientierung des Arbeitgebers?

Auf die Frage, wie wichtig die internationale Orientierung des Arbeitgebers ist, antworteten 37% (38%) aller Teilnehmer „sehr wichtig“ („wichtig“). Folglich ist die internationale Orientierung ein sehr relevanter Faktor bei der Wahl der Einstiegsmöglichkeiten. Dennoch ist beim 16. Karrieretag im Vergleich zum 15. Karrieretag ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Während zuvor 79% der Männer und Frauen die internationale Orientierung als „sehr wichtig“ und „wichtig“ einstufen, waren es beim letzten Karrieretag nur noch 69%. Eine mögliche Erklärung für diesen Rückgang liegt darin, dass die Teilnehmergruppen der beiden Karrieretage unterschiedliche Charakteristika



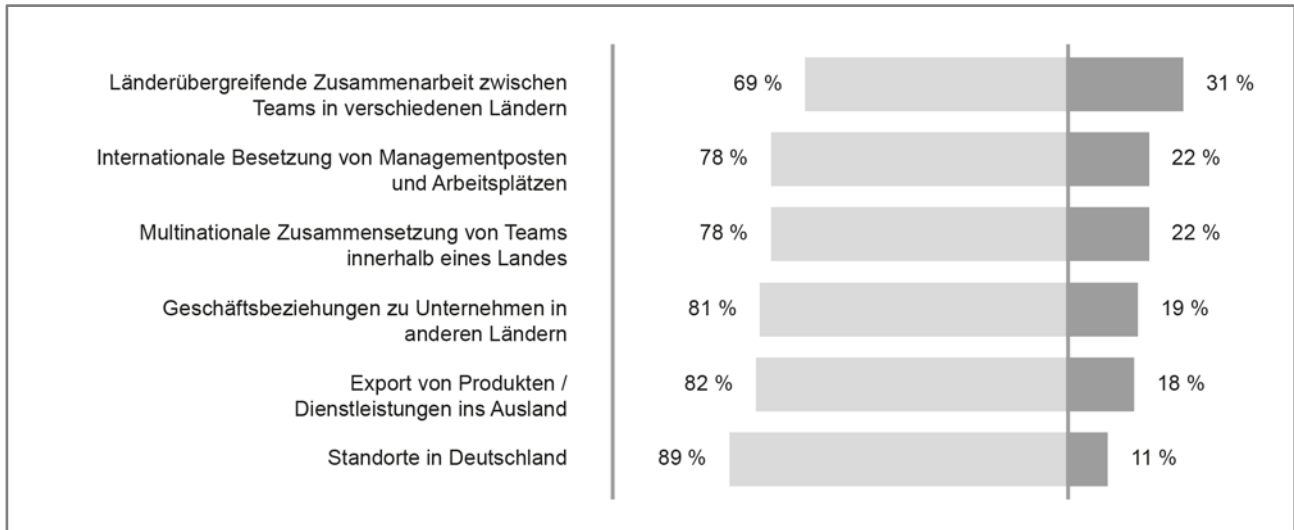
aufweisen. Während beispielsweise 62% der Kandidaten des 15. Karrieretages ein Auslandsstudium absolviert haben, waren es beim 16. Karrieretag Familienunternehmen nur 50%.

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	146	37 %	37 %	36 %
Wichtig	153	38 %	39 %	38 %
Weder noch	56	14 %	13 %	15 %
Nicht wichtig	22	6 %	6 %	5 %
Überhaupt nicht wichtig	14	3 %	4 %	3 %
Habe mir noch keine Gedanken gemacht	9	2 %	1 %	3 %
Gesamt	400	100 %	100 %	100 %

Tabelle 3: Wichtigkeit der internationalen Orientierung des Arbeitgebers (Karrieretag 15 & 16)

Bitte schätzen Sie für die folgenden Eigenschaften internationaler Orientierung ein, wie stark diese bei großen Familienunternehmen im Vergleich zu großen Nicht-Familienunternehmen ausgeprägt sind.

Insbesondere die Wahrnehmung der internationalen Orientierung des Arbeitgebers ist ein wichtiger Faktor, anhand dessen potentielle Bewerber ihre internationalen Einsatzmöglichkeiten im Beruf einschätzen. Insgesamt fällt auf, dass Familienunternehmen im Vergleich zu großen Nicht-Familienunternehmen in den unten genannten Eigenschaften als weniger international eingeschätzt werden. Hierbei ist hervorzuheben, dass die länderübergreifende Zusammenarbeit zwischen Teams in verschiedenen Ländern in Familienunternehmen im Vergleich noch am stärksten wahrgenommen wird. Dennoch werden von den Kandidaten der Karrieretage Standorte im Ausland kaum wahrgenommen.



Vergleich **Nicht-Familienunternehmen** vs. **Familienunternehmen**

Abbildung 2: Einschätzung der internationalen Orientierung im Vergleich (Karrieretag 15 & 16)

Bitte schätzen Sie für die folgenden Faktoren ein, inwiefern große Familienunternehmen im Vergleich zu großen Nicht-Familienunternehmen in der Lage sind, Ihnen diese zu bieten.

Im Vergleich zu bisherigen Karrieretagen zeigt sich beim 15. sowie beim 16. Karrieretag Familienunternehmen eine weiterhin positive Tendenz in der Einschätzung aller abgefragten Faktoren bei großen Familienunternehmen im Vergleich zu großen Nicht-Familienunternehmen. Vor allem die „Work-Life-Balance“, die für Berufseinsteiger eine zunehmend wichtigere Rolle spielt, wird von 64% (29%) der befragten Teilnehmer des Karrieretages Familienunternehmen als „besser“ („gleich“) im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen bewertet. Eine signifikante Verbesserung ist auch bei den Faktoren „Corporate Social Responsibility / Unternehmensethik“, „Gute Karriereperspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten“ sowie „Reputation“ zu erkennen. Hingegen bilden die Faktoren „Internationalität“ und „Standort“ nahezu unverändert die Schlusslichter des Rankings, wobei insbesondere die Internationalität von 62% der Teilnehmer als „gleich“ zwischen großen Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen eingestuft wird.

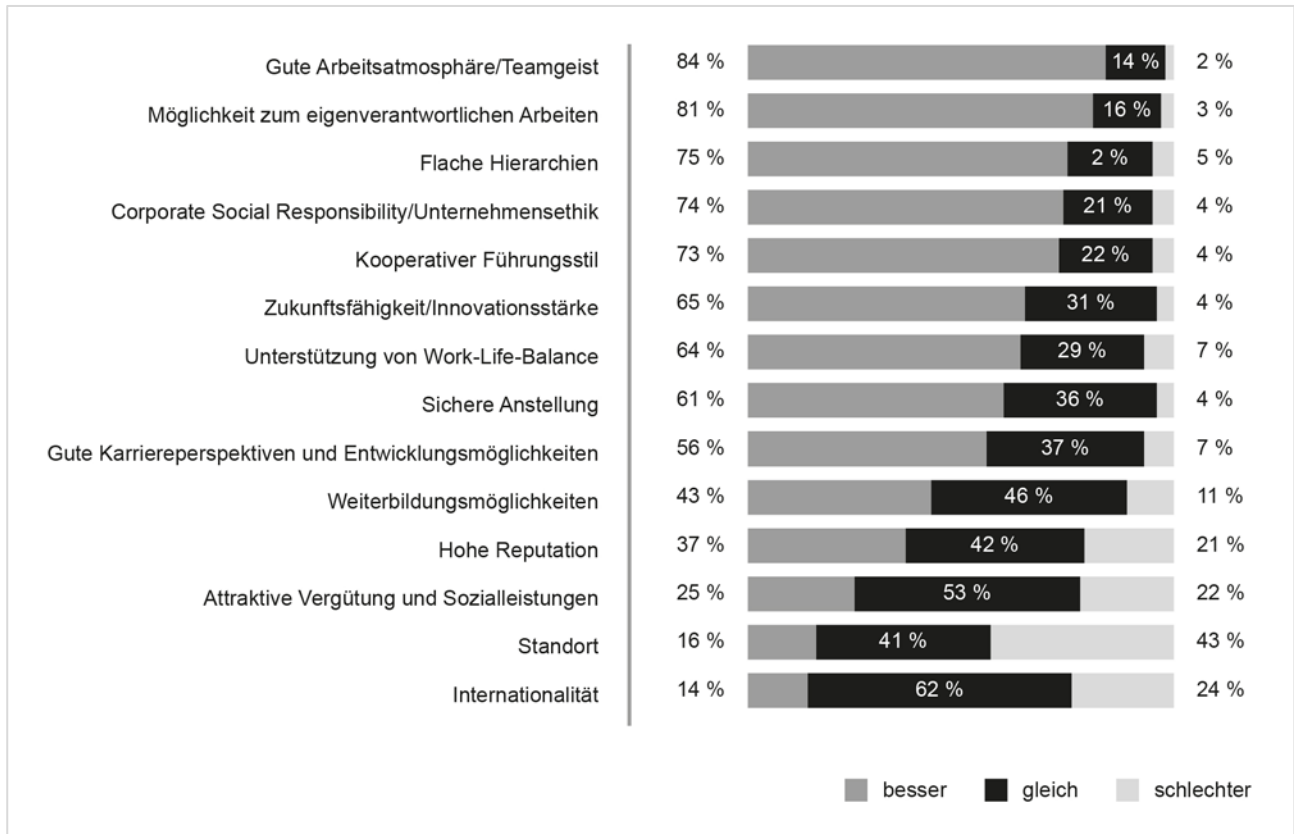


Abbildung 3: Einschätzung der Faktoren im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen (Karrieretag 15 & 16)

Anhang

Ergebnisübersicht der Befragungen auf dem 15. und 16. Karrieretag Familienunternehmen Themenkomplex „Internationalität“

1. Würden Sie für Ihre Arbeitsstelle dauerhaft Ihren Wohnort wechseln? (Frage 6)

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil
Nein	30	7%
Ja, innerhalb meines Landkreises	25	6%
Ja, innerhalb meines Bundeslandes	57	14%
Ja, innerhalb Deutschlands	156	37%
Ja, innerhalb Europas	40	10%
Ja, weltweit	109	26%

Tabelle 1: Dauerhafter Wohnortwechsel (Karrieretag 15 & 16; N = 398)

	Männer N = 223		Frauen N = 175	
	n	Anteil	n	Anteil
Nein	18	8 %	12	7 %
Ja, innerhalb meines Landkreises	11	5 %	14	8 %
Ja, innerhalb meines Bundeslandes	26	12 %	31	18 %
Ja, innerhalb Deutschlands	80	36 %	76	43 %
Ja, innerhalb Europas	25	11 %	15	9 %
Ja, weltweit	69	31 %	40	23 %
GESAMT	223	100 %	175	100 %

Tabelle 2: Dauerhafter Wohnortwechsel Männer/Frauen (Karrieretag 15 & 16; N = 398)

	Studenten/Absolventen N = 229		Young Professionals N = 75		Professionals N = 94	
	n	Anteil	n	Anteil	n	Anteil
Nein	11	5%	7	9%	12	13%
Ja, innerhalb meines Landkreises	11	5%	9	12%	5	5%
Ja, innerhalb meines Bundeslandes	47	21%	4	5%	6	6%
Ja, innerhalb Deutschlands	90	39%	32	43%	34	36%
Ja, innerhalb Europas	17	7%	11	15%	12	13%
Ja, weltweit	62	27%	19	25%	28	30%

Tabelle 3: Dauerhafter Wohnortwechsel nach Karrierestufen (Karrieretag 15 & 16; N = 398)

2. Würden Sie für Ihre Arbeitsstelle vorübergehend Ihren Wohnort wechseln (1-3 Jahre)? (Frage 7)

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil
Nein	21	5%
Ja, innerhalb Deutschlands	90	23%
Ja, innerhalb Europas	47	12%
Ja, weltweit	256	64%

Tabelle 4: Vorübergehender Wohnortwechsel (Karrieretag 15 & 16; N = 400)

	Männer N = 224		Frauen N = 176	
	n	Anteil	n	Anteil
Nein	11	5%	10	6%
Ja, innerhalb Deutschlands	43	19%	47	27%
Ja, innerhalb Europas	19	8%	28	16%
Ja, weltweit	152	68%	104	59%
GESAMT	224	100%	176	100%

Tabelle 5: Vorübergehender Wohnortwechsel Männer/Frauen (Karrieretag 15 & 16; N = 400)

	Studenten/Absolventen N = 231		Young Professionals N = 75		Professionals N = 94	
	n	Anteil	n	Anteil	n	Anteil
Nein	8	4%	3	4%	10	11%
Ja, innerhalb Deutschlands	56	24%	14	19%	20	21%
Ja, innerhalb Europas	22	10%	14	19%	11	12%
Ja, weltweit	153	66%	50	67%	53	56%

Tabelle 6: Vorübergehender Wohnortwechsel nach Karrierestufen (Karrieretag 15 & 16; N = 400)

3. Wie wichtig sind für Sie folgende Maßnahmen des Arbeitgebers, wenn Sie einen Auslandsaufenthalt in Betracht ziehen? (Frage 9)

Kulturelle und sprachliche Vorbereitung

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	183	47%	43 %	52 %
Wichtig	176	45%	46 %	44 %
Weder noch	20	5%	7 %	2 %
Nicht wichtig	8	2%	3 %	1 %
Gar nicht wichtig	3	1%	1 %	1 %
Gesamt	390	100 %	100 %	100 %

Tabelle 7: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Kulturelle und sprachliche Vorbereitung KT15 & 16

Persönlicher Ansprechpartner/Mentor im Ausland

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	147	38 %	36 %	41 %
Wichtig	187	48 %	49 %	46 %
Weder noch	42	11 %	12 %	9 %
Nicht wichtig	9	2 %	2 %	2 %
Gar nicht wichtig	4	1 %	1 %	1 %
Gesamt	389	100 %	100 %	100 %

Tabelle 8: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Persönlicher Ansprechpartner/Mentor im Ausland KT 15 & 16

Ausgleich für eventuell steigende Lebenshaltungskosten

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	133	34 %	34 %	35 %
Wichtig	217	56 %	55 %	56 %
Weder noch	32	8 %	9 %	6 %
Nicht wichtig	7	2 %	2 %	2 %
Gar nicht wichtig	1	-	-	1 %
Gesamt	390	100 %	100 %	100 %

Tabelle 9: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Ausgleich für eventuell steigende Lebenshaltungskosten KT 15 & 16

Finanzielle Unterstützung bei der Kinderbetreuung und -ausbildung

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	107	28 %	27 %	29 %
Wichtig	148	38 %	35 %	42 %
Weder noch	90	23 %	25 %	20 %
Nicht wichtig	24	6 %	8 %	4 %
Gar nicht wichtig	19	5 %	5 %	5 %
Gesamt	388	100 %	100 %	100 %

Tabelle 10: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Fin. Unterstützung bei Kinderbetreuung und –ausbildung KT 15 & 16

Unterstützung bei der Arbeitssuche des Partners

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	98	25 %	28 %	21 %
Wichtig	162	42 %	34 %	51 %
Weder noch	88	23 %	24 %	21 %
Nicht wichtig	28	7 %	10 %	4 %
Gar nicht wichtig	13	3 %	4 %	3 %
Gesamt	389	100 %	100 %	100 %

Tabelle 11: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Unterstützung bei der Arbeitssuche des Partners KT 15 & 16

Bezahlte Besuchsflüge ins Heimatland/Besuchsflüge für Angehörige ins Ausland

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	92	24 %	33 %	32 %
Wichtig	164	42 %	35 %	43 %
Weder noch	99	25 %	18 %	15 %
Nicht wichtig	27	7 %	10 %	5 %
Gar nicht wichtig	6	2 %	4 %	1 %
Gesamt	388	100 %	100 %	100 %

Tabelle 12: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Bezahlte Flüge ins Heimatland/Besuchsflüge für Angehörige KT 15 & 16

Unterstützung bei der Eingliederung nach Rückkehr ins Heimatland

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	127	32 %	33 %	32 %
Wichtig	150	38 %	35 %	43 %
Weder noch	65	17 %	18 %	15 %
Nicht wichtig	39	10 %	10 %	9 %
Gar nicht wichtig	10	3 %	4 %	1 %
Gesamt	391	100 %	100 %	100 %

Tabelle 13: Maßnahmen Auslandsaufenthalt – Unterstützung bei Eingliederung nach Rückkehr KT15 & 16

4. Wie wichtig ist für Sie eine internationale Orientierung des Arbeitgebers? (Frage 11)

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil	Männer (in %)	Frauen (in %)
Sehr wichtig	146	37 %	37 %	36 %
Wichtig	153	38 %	39 %	38 %
Weder noch	56	14 %	13 %	15 %
Nicht wichtig	22	6 %	6 %	5 %
Überhaupt nicht wichtig	14	3 %	4 %	3 %
Habe mir noch keine Gedanken gemacht	9	2 %	1 %	3 %
Gesamt	400	100 %	100 %	100 %

Tabelle 14: Wichtigkeit internationaler Orientierung des Arbeitgebers KT15&16

5. Bitte schätzen Sie für die folgenden Eigenschaften internationaler Orientierung ein, wie stark diese bei großen Familienunternehmen im Vergleich zu großen Nicht-Familienunternehmen ausgeprägt sind. (Frage 13)

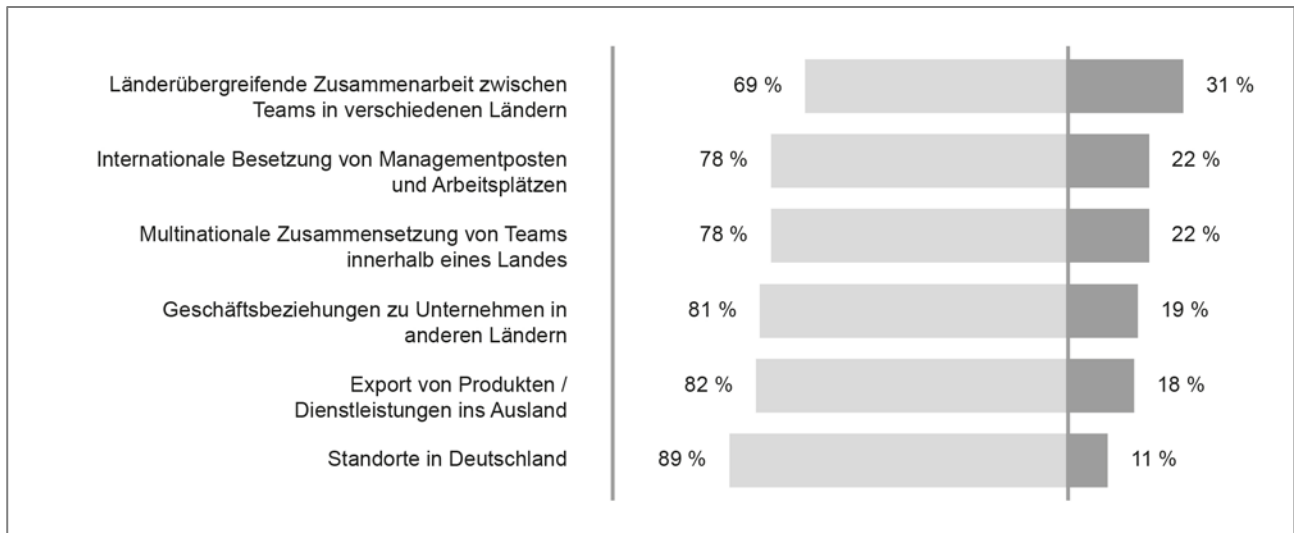


Abbildung 1: Internationale Orientierung - Vergleich Familienunternehmen vs. Nicht-Familienunternehmen KT 15 & 16

Nicht-Familienunternehmen | Familienunternehmen

6. Bitte schätzen Sie für die folgenden Faktoren ein, inwiefern große Familienunternehmen im Vergleich zu großen Nicht-Familienunternehmen in der Lage sind, Ihnen diese zu bieten. (Frage 12)

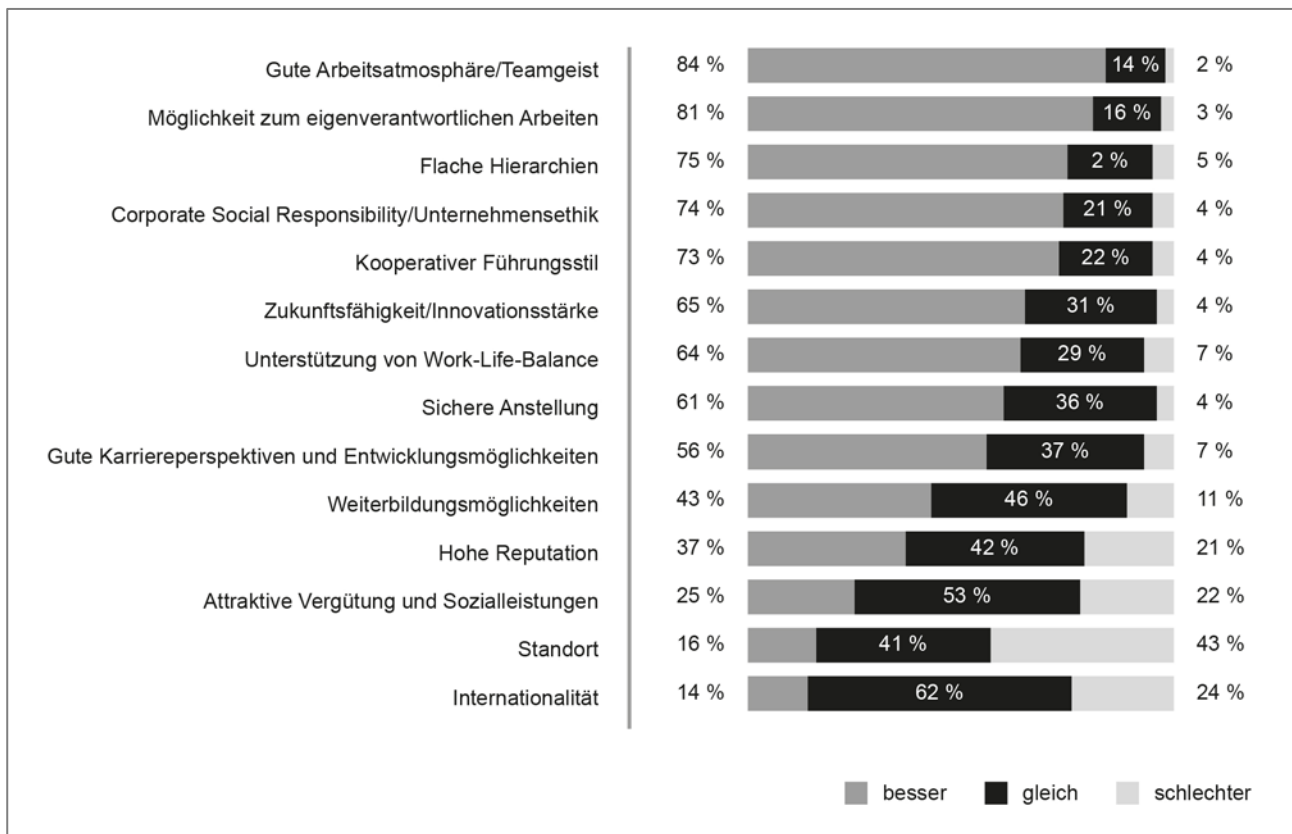


Abbildung 2: Vergleich Familienunternehmen vs. Nicht-Familienunternehmen, KT 15 & 16

Demografische Charakteristika

Anteil Männer/Frauen KT 15 & 16

Teilnehmergruppe	Anzahl	Anteil
Männer	224	56,0 %
Frauen	176	44,0 %
GESAMT	400	100 %

Tabelle 15: Anteil Männer/Frauen, KT 15 & 16

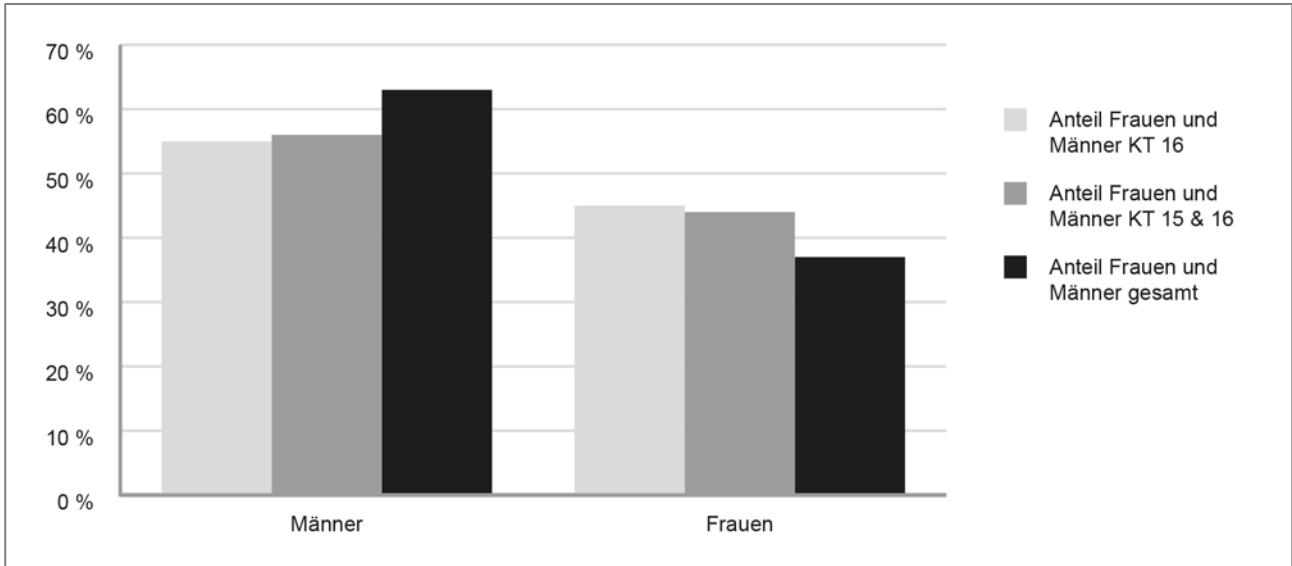


Abbildung 3: Anteil Männer/Frauen KT 15, KT 15 & 16 vs. alle Karrieretage

Altersverteilung (Durchschnittsalter: 30 Jahre)

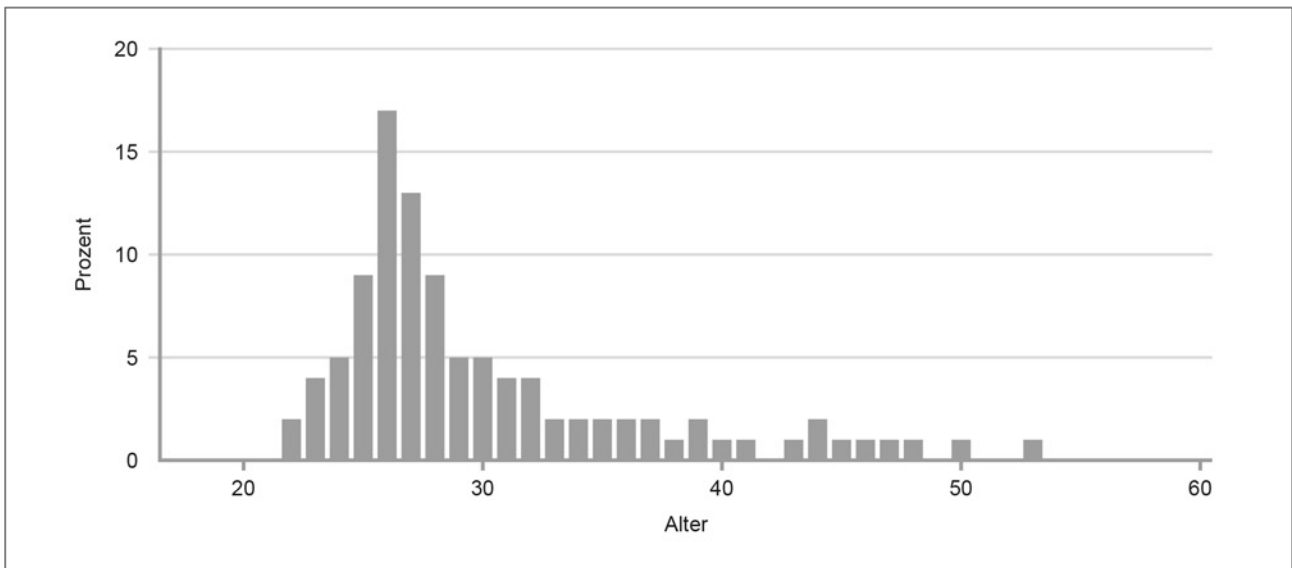


Abbildung 4: Altersverteilung KT 15 & 16



Studienrichtungen der Teilnehmer

Studiengang	Anzahl Nennungen	Anteil
Wirtschaftswissenschaften	160	42%
Ingenieurwesen	80	21%
Wirtschaftsingenieurwesen	50	13%
Sonstige	3	1%
Naturwissenschaften	4	1%
Geisteswissenschaften	39	10%
Rechtswissenschaften	18	5%
Informatik	33	9%
GESAMT	387	100 %

Tabelle 16: Studienrichtungen KT 15 & 16

Höchster Studienabschluss der Teilnehmer

Charakteristika	Anzahl Nennungen	Anteil
Bachelor	87	23%
Master	187	50%
Diplom	68	18%
Promotion	35	9%
GESAMT	377	100%

Tabelle 17: Höchster Studienabschluss, KT15 & 16

Teilnehmergruppe

Teilnehmergruppe	Anzahl Nennungen	Anteil
Studierende/Absolventen	231	58%
Young Professional	75	19%
Professional	94	24%
GESAMT	400	100%

Tabelle 18: Karrierestufen Teilnehmer, KT15 & 16



Weitere Teilnehmercharakteristika

	N	Mittelwert/Anteil
Abiturnote (1=sehr gut bis 4=ausreichend)	390	2,04
Abschlussnote Studium (1=sehr gut bis 4=ausreichend)	393	1,79
Bereits studienbezogene Praktika absolviert (1=ja)	396	91 %
Auslandsstudium / Auslandssemester (1=ja)	394	56 %
High Potential Charakteristika ¹ erfüllt (1=ja)	395	54 %
High Potential Charakteristika ² erfüllt (1=ja)	387	8 %

Tabelle 19: Weitere Teilnehmercharakteristika, KT 15 & 16

¹ Um als High Potential zu gelten, müssen mindestens 3 der folgenden 4 Kriterien erfüllt sein: gute oder sehr gute Abiturnote, studienbezogene Praktika, Auslandsstudium, Ausbildung vor dem Studium

² Um als High Potential zu gelten, müssen alle folgenden 4 Kriterien erfüllt sein: gute oder sehr gute Abiturnote, studienbezogene Praktika, Auslandsstudium, Ausbildung vor dem Studium

Bearbeitet von:



Prof. Dr. Alwine Mohnen

Virginia Düring, B.Sc.

Martina Wayand, M.A., MBA

Technische Universität München
Lehrstuhl für Unternehmensführung
Arcisstraße 21
80333 München

Tel.: +49 (0) 89 / 289 24072

Fax: +49 (0) 89 / 289 24075

E-Mail: officemohnen.wi@tum.de

www.cm.wi.tum.de