

Liebe Leserinnen und Leser,

klein und unscheinbar fingen sie an, unsere TUM-Mitteilungen, als sie – auf vier Seiten mit der Schreibmaschine getippt – unter dem damaligen Rektor Heinz Schmidtke am 10. November 1971 erstmals erschienen. Während uns die schon damals beklagte »starke Überfüllung der Hochschule« erhalten geblieben ist, so haben sich die TUM-Mitteilungen ebenso prächtig entwickelt wie die Hochschule selbst, über deren ereignisreiches Leben sie ständig informiert haben. Die anfängliche »Bleiwüste« wurde über bebilderte Schwarzweiß-Varianten durch einen ansehnlichen Vierfarbendruck ersetzt, das TUM-Logo kam als Markenzeichen hinzu, der Umfang stieg auf 72 Seiten, die Auflage einschließlich der Alumni-Beilage KontaktTUM auf über 30 000. Immer positiver wurde die Resonanz der Leser, die auch im Internet-Zeitalter gerne in den TUM-Mitteilungen blättern.

Weil aber auch in der Hochschulkommunikation unsere Ansprüche wachsen, stellen wir Ihnen heute TUMcampus vor: Der neue Vorname bringt die Zusammengehörigkeit unserer drei großen Standorte München, Garching und Freising-Weihenstephan sowie unserer Dependancen zum Ausdruck. Neu sind auch das moderne Layout und die geänderte Berichtsstruktur, ohne dass wir einen Bruch mit der sympathischen Wahrnehmung und dem visuellen Wiedererkennungswert der alten TUM-Mitteilungen riskieren wollten. Die neue Titelgestaltung sichert die vollformatige Großzügigkeit der Abbildungen, im Innenteil haben wir die konstruktive Form der TUM-Logos als Gestaltungsidee aufgenommen. Grafische Verbindungselemente und flächige Hinterlegungen schaffen

einen spannungsvollen Rhythmus, zusätzlich werden die Seiten strukturiert und bekommen dadurch einen optischen Halt. Die Flächenfarben dienen der besseren Unterscheidbarkeit verschiedener Themen. Die Anzahl und Größe der Bilder, die Flächen und die Typografie wurden so bemessen, dass ein ausreichender Weißanteil erhalten und für den Leser die Rhythmisierung erfahrbar bleibt. Im Ganzen schließt sich das neue Erscheinungsbild unserem über die Jahre entwickelten Corporate Design an.

Wir möchten auch künftig die vielen unterschiedlichen Interessenslagen der Leserschaft treffen. Die Größe unserer Universität und ihre Dynamik haben uns jedoch veranlasst, neben das viermal jährlich erscheinende Hochschulmagazin TUMcampus zusätzlich das Forschungsmagazin »Faszination Forschung« im Halbjahresturnus zu setzen. Es thematisiert ausgewählte Höhepunkte der aktuellen Forschung, für deren Qualität unsere Universität eine ausgezeichnete Reputation hat.

Der Neuauftritt unserer Publikationsorgane fällt mit dem Erfolg in der Exzellenzinitiative zusammen und verstärkt die Medienpräsenz unserer Universität. Gleichzeitig ist das »TUM Corporate Communications Center« auf Expansionskurs, wofür die Exzellenzinitiative die Voraussetzung schuf. Beizeiten wird es seinen Platz im Neubau des Exzellenz-Zentrums auf dem Garching Hightech-Campus finden, im geografischen Zentrum unserer Universität also.

Es ist mir ein Anliegen, den wenigen Mitarbeitern zu danken, die wir uns in



Foto: Faces by Frank

der Vergangenheit für die Redaktion und Gestaltung der alten TUM-Mitteilungen leisten konnten. Es waren im Wesentlichen der langjährige Pressesprecher Dieter Heinrichsen und die beiden Teilzeitkräfte Sibylle Kettembeil und Gabriele Sterflinger. Sie haben über viele Jahre ein immer ansprechenderes Druckerzeugnis produziert, wie es zuletzt im Vergleich zum herkömmlichen Medienbereich vorbildhaft war. Das neue Redaktionsteam, unter Leitung des neuen Pressesprechers Dr. Ulrich Marsch, hat unter professioneller Beratung kräftig angepackt, um TUMcampus die Handschrift einer ehrgeizigen, modernen technischen Universität zu verleihen. Ich wünsche mir, liebe Leserinnen und Leser, dass Sie sich von TUMcampus gerne begleiten lassen, egal, ob Ihr Herz innerhalb oder außerhalb des Tagesgeschäfts für unsere TUM schlägt.

*Ihr
Wolfgang A. Herrmann*

Wolfgang A. Herrmann
Präsident