

Harbour Club

Weltmeisterlicher Harbour Club

Traditionsgemäss wurde der Willkommensapéro des Harbour Club wiederum an einer interessanten Location durchgeführt. Letztes Jahr fand er im Neubau des Landesmuseums statt, 2016 nun im Fifa World Football Museum, das Ende Februar am Tessinerplatz in Zürich eröffnet wurde.


Bilder: **Martin Guggisberg**



Die selbst gebastelten Fussbälle aus allen Teilen der Welt symbolisieren die internationale Verbreitung des weltweit beliebtesten Mannschaftsspiels. Die Fifa hat mehr Mitglieder (211), als es Länder gibt.

Am Mittwoch, 18. Mai, begrüsst Matthias Schneider, Harbour-Club-Vorstandsmitglied und Leiter Unternehmenskommunikation & Public Affairs bei Coca-Cola Schweiz, dreissig Kolleginnen und Kollegen. In zwei Gruppen wurden sie anschliessend während fünfzig Mi-

nuten durch das Museum geführt. Dabei wurde auch den weniger Fussballbegeisterten schnell klar: Um sich nur die Hälfte aller ausgestellten Exponate, Infostationen und interaktiven Spiele anzusehen, hätte es mindestens zwei Stunden gebraucht. Alle Teilnehmer be-

kamen deswegen eine weitere Eintrittskarte, um in nächster Zeit wiederzukommen. Während des anschliessenden Apéros erhielt dann jedes Neumitglied die Möglichkeit, sich vorzustellen und mit den neuen Kolleginnen und Kollegen anzustossen. 

Meine bisher grösste Herausforderung im Job war ...

Markus Berger
Head Communication
Andermatt Swiss Alps AG

Meine grösste Herausforderung als CCO war es, in einem Unternehmen mit ausgeprägtem Start-up-Groove eine breit abgestützte und akzeptierte Kommunikationsstruktur mit nachhaltiger Wirkung aufzubauen – und wirksam zu halten.



Gian-Andri Casutt
Leiter Kommunikation
Universität Freiburg

Für die Universität einheitliche Botschaften zu entwickeln und diese auch von allen dezentralen Akteuren verbreiten zu lassen, damit es einen kohärenten Auftritt gibt.



Jagna Jera
Head of Corporate Communications
Hilti Corporation

Eine der grossen Herausforderungen war kultureller Natur: Ein Kommunikationsverantwortlicher kann noch so sehr Experte sein. Wenn er nicht bereit ist, sich der Kultur eines Landes anzupassen, wird er nicht gehört. Mein zweijähriger Aufenthalt in der Türkei gehört deshalb zu einer der prägendsten Erfahrungen meiner sechzehnährigen Kommunikationslaufbahn.



Karin Freyenmuth
Head of Corporate Communication
Huber+Suhner AG

Meine grösste Herausforderung waren die Redimensionierung Ende 2011 und das intensive Change-Management bei SR Technics – das fordert nicht nur fachlich, sondern auch menschlich. Da hilft nur eines: gute und ehrliche Kommunikation!



Philip Bircher
Head of Communications Group
Implenia AG

Über 4000 Baustellen, die Übernahme der deutschen Bilfinger Construction oder der Streit ums Letzigrund-Stadion: Themen wie diese stellen mein Team und mich als CCO stets aufs Neue vor grosse Herausforderungen, gehören aber auch zu den spannendsten Aufgaben, die man sich vorstellen kann.



Thomas Hügli
Chief Communication & Corporate Responsibility
Officer Axa Winterthur

Die Wichtigkeit von unternehmerischer Verantwortung für den langfristigen Erfolg des Unternehmens aufzuzeigen und zu kommunizieren. Die Wirtschaft braucht den intensiven Dialog mit der Gesellschaft und die Zustimmung der Menschen.



Hilmar Gernet
Direktor Kommunikation & Politik
Raiffeisen Schweiz

Von der Patron-Kommunikation mit Pierin Vincenz zur e-Kommunikation mit Patrik Gisel. Communication Room: Ängste zerstreuen, die eine «Zensur-Behörde» befürchten. Tatsächlich muss es ein Ort des Kooperierens, Kreierens und Koordinierens sein.



Vorstandsmitglieder Peter Brun, ganz links, Clarissa Haller und Matthias Schneider, ganz rechts, zusammen mit den neu aufgenommenen Mitgliedern im Harbour Club.