

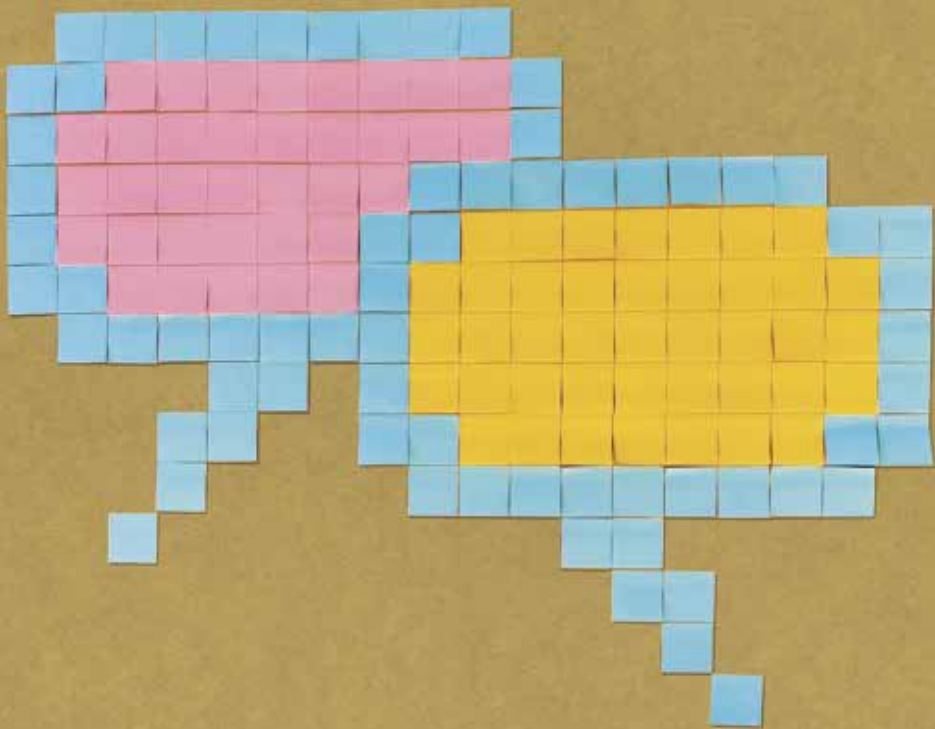
HarbourClub Symposium

COLLABORATIVE INTELLIGENCE

Donnerstag, 23. November 2017

8.30 Uhr bis 18.30 Uhr

Novartis Campus in Basel



.HARBOURCLUB.

Chief Communications Officers



Dominique Morel
Präsident
HarbourClub



HERZLICH WILLKOMMEN

Auf sich selbst gestellt stossen heute Unternehmen und Individuen schnell an ihre Grenzen: Erfolg ist nur noch gemeinsam möglich! Intelligente Formen der Zusammenarbeit sind die wegweisende Antwort auf eine volatile, ungewisse, mehrdeutige und komplexe Welt. Wie sich «Collaborative Intelligence» manifestiert, zeigt das 18. HarbourClub Symposium zu Gast bei Novartis in Basel. Freuen Sie sich auf gute Gespräche und Inspiration!

REFERENTINNEN UND REFERENTEN



Joseph
Jimenez

Joseph Jimenez ist seit 2010 Chief Executive Officer (CEO) von Novartis. Davor amtierte Joseph Jimenez als Leiter der Division Pharmaceuticals von Novartis. Er kam 2007 als Leiter der Division Consumer Health zu Novartis. Vor dieser Zeit fungierte er als Präsident und Chief Executive Officer (CEO) des Nordamerika- und des Europageschäfts der H.J. Heinz Company. Zudem war er Mitglied des Verwaltungsrats der Colgate-Palmolive Co. (2009 bis 2015) sowie der AstraZeneca PLC (2002 bis 2007). Joseph Jimenez ist Mitglied des Verwaltungsrats der General Motors Co. Er erwarb 1982 einen Bachelor-Abschluss der Stanford University und 1984 einen Master of Business Administration der University of California, Berkeley, beide in den USA.



Gerhard
Roth

Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth ist Professor für Verhaltensphysiologie und genießt weltweit grosse Anerkennung für sein Expertenwissen in der Neurobiologie. Nach dem Studium der Philosophie, Musikwissenschaften und Germanistik promoviert er in Philosophie, anschliessend studierte er Biologie und promovierte in Zoologie-Neurobiologie. Später lehrt er als Professor für Verhaltensphysiologie an der Universität Bremen und wurde 1987 Direktor des neu gegründeten Instituts für Hirnforschung. Seit 2009 ist er zudem Geschäftsführer der «Roth GmbH – Applied Neuroscience» in Bremen. 2009 wurde Gerhard Roth von der Zeitschrift «Cicero» zum «derzeit einflussreichsten Naturwissenschaftler im deutschsprachigen Raum» erklärt.



Nadja
Schnetzler

Nadja Schnetzler ist Absolventin der Ringier-Journalistenschule und machte Praktika bei so unterschiedlichen Medien wie «Bild» und «taz». 1997 war sie Mitbegründerin von «Brainstore», der sich der Entwicklung von neuen Ideen verschrieb. Auf dem Höhepunkt beschäftigte Brainstore 80 Mitarbeitende und 3000 Freelancer – und entwickelte Ideen für Unternehmen, NGOs, Privatleute und Regierungen auf sämtlichen Kontinenten. 2012 machte sich Nadja Schnetzler als Kollaborations-Coach mit «Word and Deed» selbständig. Bei Project R ist ihr Mandat die Entwicklung und Zusammenarbeit: Wie macht man etwas besser? Wie einfacher? Und wie kann man etwas neu denken?



Susanne
Sugimoto

Susanne Sugimoto studierte Geografie und Wirtschaftsinformatik. Kurz darauf sass sie im Zürcher Gemeinderat und wurde Zentralsekretärin beim Schweizerischen Kaufmännischen Verband, wo sie unter anderem nach dem Grounding der Swissair das Bodenpersonal vertrat. Dann wurde sie Leiterin der Medienstelle bei Coop. Und fünf Jahre später Leiterin des Kommunikationsteams für Zentraleuropa beim Zementmulti Holcim. Jetzt ist sie Geschäftsführerin bei Project R und ist verantwortlich für Budget, Personal und das Tagesgeschäft.



Sevil
Peach

Sevil Peach, born in Turkey, studied Interior Architecture at Brighton University, England. Sevil formed her London-based studio SevilPeach Architecture + Design with Gary Turnbull RIBA in 1994; having previously worked for several leading architectural practices. Over the past 22 years, they have developed an in-depth interest and expertise in workplace design, working with clients who have wished to recast their work environments to both better support their business goals, organization and employees, and to develop new working patterns and relationships. Their approach to work environments has resulted in their involvement with a great number of internationally recognized projects for clients such as Sony, Mexx HQ, Deloitte, Novartis, Eczacibasi Holdings, Spaces BV, Swiss Re HQ, Kvadrat HQ and Microsoft.



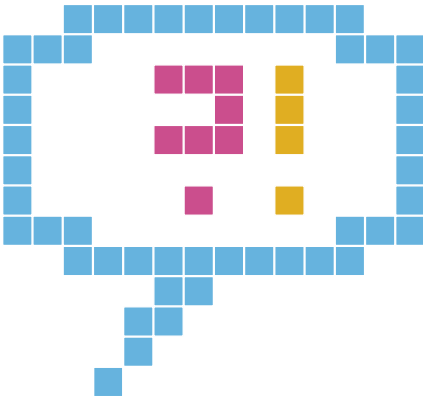
Caroline
Scherb

Caroline Scherb verfügt über mehr als 25 Jahre Führungserfahrung in Blue-Chip-Unternehmen und Kommunikationsagenturen. Sie hat globale, integrierte Kampagnen im B-to-C-Bereich realisiert, viele Jahre in B-to-B gearbeitet und wechselte 2010 in die Finanzbranche – als Chief Communications Officer Swiss Re. Im Laufe ihrer Karriere verantwortete sie sämtliche Aspekte der globalen Kommunikation, Change-Management-Programme, M&A-Aktivitäten sowie die Positionierung von Senior Executives. Caroline Scherb hat ein Executive MSc. in Communications Management, Universität Lugano, und ist Absolventin des Harvard Business School Advanced Management Program.



Salomé
Ramseier

Salomé Ramseier ist seit November 2015 Head of Communications and Public Affairs für die Region Central Europe West bei Holcim (Schweiz). Davor arbeitete sie fünf Jahre als Kommunikationsverantwortliche in der Schweizer Botschaft in Washington, D.C. Von 2008 bis 2010 war sie Managing Partner bei furrerhugi AG. Von 1999 bis 2008 nahm sie verschiedene Funktionen für die BKW in Bern wahr, zuletzt als Leiterin Unternehmenskommunikation. Salomé Ramseier hat das Lehrpatent des Kantons Bern, einen Abschluss als lic.rer.pol. der Universität Bern, ist eidgenössisch diplomierte PR-Beraterin und verfügt über ein Certificate in Social Media Management der Georgetown University in Washington D.C.





Burkhard
Böndel

Burkhard Böndel ist seit 2014 Head Corporate Communications der Bühler Group. Davor leitete er über mehr als acht Jahre die Unternehmenskommunikation inklusive Investor Relations, Marketing und Branding des Industriekonzerns OC Oerlikon. Burkhard Böndel studierte Geschichte und Kommunikationswissenschaft in Münster. Anschliessend war er knapp zehn Jahre als Journalist tätig, unter anderem als Redaktor der «WirtschaftsWoche» in Düsseldorf. Darauf folgten weitere Stationen als geschäftsführender Gesellschafter verschiedener Kommunikationsagenturen.



Jason
Browning

Jason Browning leads the Novartis Digital Communications & Social Media function which contributes to the stated purpose of Novartis Communications: to make the world understand what Novartis does and why it matters. Since joining Novartis 17 years ago, Jason has held a number of leadership roles in communications and public affairs at a global and local level. Prior to Novartis, Jason worked with communications consultancy, Burson-Marsteller. Jason holds a BA honours degree in Politics and International Relations.



Michael
Willi

Michael Willi ist seit 2014 Group Head of Communications. Er ist für die Leitung der weltweiten Kommunikationsfunktion von Novartis über Länder- und Divisionsgrenzen hinweg verantwortlich, einschliesslich Marken- und Reputationsmanagement, Unternehmenskommunikation und Produktkommunikation. Bevor er zu Novartis stiess, war Michael Willi 20 Jahre lang bei der UBS AG tätig. Dort hatte er Positionen mit zunehmender Verantwortung im Bereich Unternehmens- und Markenkommunikation in der Schweiz und den USA inne. Von 2008 bis 2013 war Michael Willi Chief Communications Officer bei UBS. Michael Willi verfügt über einen Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften der Universität Basel, Schweiz.



Hannes
Britschgi

(Moderation). Nach dem Anwaltspatent arbeitete Hannes Britschgi 16 Jahre lang beim Schweizer Fernsehen (Karussell, Max, Kassensturz, Rundschau), dann drei Jahre als Chefredaktor beim Schweizer Nachrichtenmagazin «Facts» und seit 12 Jahren ist er bei Ringier engagiert («RingierTV», «SonntagsBlick»), heute als Ringier-Publizist und Leiter der Ringier Journalistenschule.

Der HarbourClub tritt für ein starkes Kommunikationsmanagement in Unternehmen und Organisationen ein und fördert den Diskurs über Trends, Kernfragen und den Wertbeitrag der integrierten Kommunikation.

Weitere Informationen unter www.harbourclub.ch



PROGRAMM

8.30

Kaffee

9.00

Begrüssung

Begrüssung und Einführung durch Dominique Morel, Präsident HarbourClub.

9.15

Grundlagen der menschlichen Zusammenarbeit

Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth, Experte für Verhaltens- und Hirnforschung Wer das menschliche Verhalten verstehen will, muss um die Funktionsweise des Gehirns wissen. Es sind weniger rationale Gründe, die unseren Umgang miteinander bestimmen, sondern jahrtausendealte Muster, die wir auch im digitalen Zeitalter nicht ablegen können. Was gilt es also zu beachten, damit intelligente Zusammenarbeit gelingt?

10.00

#office

Sevil Peach, architect The nature of work and the workplace has changed significantly and rapidly over the recent years and will continue to do so. The emergence of a work style, life style and health-conscious culture, supported by technological innovation, is driving forward the way our working environments are shaped today. As a result, the role of the workplace and the office building has changed. With this in mind, the relevance of the "office" in today's society will be explored, particularly focusing on how good design can provide for its future success.

10.45

Pause

11.15

Die Crowd begeistern

Nadja Schnetzler und Susanne Sugimoto Mit Slogans wie «Wir schreiben Journalismusgeschichte» vermochte Anfang Jahr das Online-Magazin-Projekt «Republik» Tausende zu begeistern und machte seine Croudfounding-Kampagne zu einem einmaligen Erfolg: 3,4 Millionen Franken kamen zusammen. Zum Rezept der intelligenten digitalen Zusammenarbeit gehören Teamwork, Kreativität und der Mut, gute Ideen auch mal nicht zum Einsatz zu bringen.

12.00

Lunch

13.30

Breakout Sessions in fünf Gruppen
(erste Durchführung)

14.30

Breakout Sessions in fünf Gruppen
(zweite Durchführung)

15.30

Pause

16.00

In collaboration with
digitalswitzerland

Bruno Nicolas Bürer, Managing Director digitalswitzerland
Digitalswitzerland lädt Start-ups ein, dem Publikum des HarbourClub in «Elevator-Pitches» ihre Business-Ideen zu präsentieren.

16.30

Creating a culture
of collaboration
to drive innovation
and growth

Joseph Jimenez, CEO Novartis At Novartis, collaboration is a core value and will shape the culture we need to be successful in the years ahead. Collaboration bridges business units, hierarchies and geographies for the greater good of the company. Collaboration also reaches beyond Novartis where we seek to partner with cutting-edge scientific outlets in both academia and the industry. Collaboration enables us to continuously innovate and grow, living up to our vision is to be a trusted leader in changing the practice of medicine.

17.15

Verabschiedung

Verabschiedung durch Dominique Morel,
Präsident HarbourClub.

17.30

Apéro

BREAKOUT SESSIONS

BREAKOUT SESSION 1

Smarter together – die Marke leben

Caroline Scherb, Head Group Communications, Swiss Re

Swiss Re Next – das neu bezogene Gebäude der renommierten Basler Architekten Diener & Diener ist die Materialisierung des Swiss-Re-Brand-Versprechens «We're smarter together». Kollaboration, Agilität und Teamwork werden hier beispielhaft gelebt und stehen für eine neue Unternehmenskultur der weltweit rund 14 000 Mitarbeitenden an über 80 Standorten.

BREAKOUT SESSION 2

Empowerment und Dialog mit mobilem Intranet

Salomé Ramseier, Head Communications and Public Affairs, Holcim (Central Europe West)

80 Prozent der Holcim-Mitarbeitenden haben keinen PC-Zugang. Mit dem 2015 eingeführten Mitarbeiter-App sind sie nun über ihre Smartphones am internen Online-Dialog beteiligt. Die neue Lösung zwingt zur Reduktion auf das Wesentliche und leistet einen Beitrag zum Kulturwandel Richtung Empowerment, Beweglichkeit und Transparenz. Salomé Ramseier berichtet über die Erfahrung der ersten zwei Jahre.

BREAKOUT SESSION 3

Im Team zur starken Marke

Burkhard Böndel, Head Corporate Communications, Bühler

Storytelling muss eine Kernkompetenz von Unternehmen sein. Doch nur durch intelligente Zusammenarbeit der Unternehmensbereiche und aller Standorte weltweit sowie deren externen Dienstleister erreicht die integrierte Unternehmenskommunikation ihre volle Wirkung. Bühler verfügt über die Strategie dazu und lässt sich zusätzlich vom KTI-Projekt «Methode und Organisation redaktioneller Markenführung» begleiten, um Prozesse und Organisation der Unternehmenskommunikation weiter zu optimieren.

BREAKOUT SESSION 4

How does paying for social media change the future for communications leaders?

Jason Browning, Head of Digital Communications & Social Media, Novartis

Paid social media is the discipline of sponsoring social media content to expand reach and better target audiences. As communications leaders, these practices can blur the lines between our traditional accountability for earned media and the emerging necessity to pay for media too. So what should we delegate to advertising specialists and what should communications professionals keep? In this session, we'll review the rapidly evolving practice of paid social media and discuss its implications for communications leaders in the future.

BREAKOUT SESSION 5

Intelligente Zusammenarbeit schlägt Organigramm – wenn man es richtig macht!

Michael Willi, Group Head of Communications von Novartis

In Unternehmen mit komplexen Matrix-Strukturen ist es unabdingbar, eine Kultur der Kollaboration intelligent zu leben. Leider unterstützen Anreize, welche die Strukturen setzen, diese Kollaboration nur bedingt. Gerade in der Kommunikation, welche von vielen Linienvorgesetzten als «Chefsache» betrachtet wird, ist eine zentrale Steuerung ohne Integration der Linienverantwortlichkeit eine Herausforderung. Demgegenüber steht in solchen Organisationen, welche aus mehreren relativ frei agierenden Einheiten zusammengesetzt sind, aus kommunikativer Sicht ein enormes Potenzial für positive und innovative Geschichten. Wie kann dieses Potenzial intelligent ausgeschöpft werden? Wie arbeitet man in einem solchen Set-up gemeinsam an der Optimierung der Firmenreputation? Wie erreicht man ein gesamtheitliches Denken durch die ganze Kommunikationsorganisation? Welche Ansätze funktionieren, welche Fehler kann man leicht vermeiden?

ANMELDUNG UND VERANSTALTUNGORT

«Collaborative Intelligence»

Anmeldeschluss: 13. November 2017

Teilnahmegebühr: Preis inkl. Pausenverpflegung und Lunch: CHF 950.-. Nach Eingang der Anmeldung (10. November) erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Bei Stornierung nach Anmeldeschluss ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

Anmeldungen zum HarbourClub Symposium 2017 auf www.harbourclub.ch

Ihr Weg zum Novartis Campus

Fabrikstrasse 2, 4002 Basel

Für den Zugang zum Novartis Campus müssen Sie sich mit einem Personalausweis ausweisen können. Ferner gilt auf dem gesamten Gelände ein Rauch- und Fotografie-Verbot.

Vom EuroAirport Basel (15 Minuten Fahrt): Entweder mit dem Taxi zum Novartis Campus oder dem Flughafen-Express-Bus PTT 50 bis zur Haltestelle Kannenfeldplatz. Dort nehmen Sie die Tram 1 (Richtung Dreirosenbrücke) bis zur Haltestelle Novartis Campus. Gegenüber der Haltestelle befindet sich der Haupteingang zum Novartis Campus.

Per Zug vom Bahnhof Basel SBB (15 Minuten Fahrt): Entweder Sie nehmen das Taxi zum Novartis Campus oder die Tram 1 (Richtung Dreirosenbrücke) bis zur Haltestelle Novartis Campus. Gegenüber der Haltestelle befindet sich der Haupteingang zum Novartis Campus.

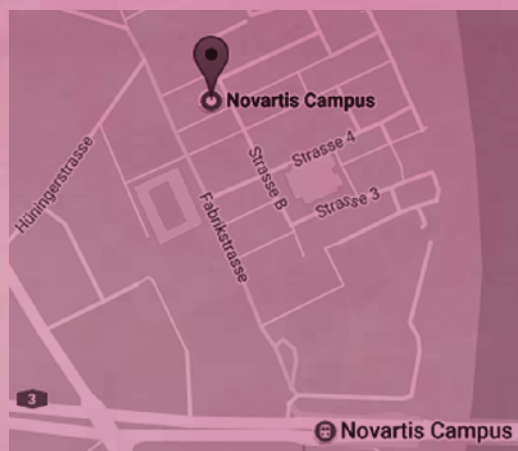
Per Zug von Basel Badischer Bahnhof (10 Minuten Fahrt): Nehmen Sie entweder ein Taxi zum Novartis Campus oder die Tram 6 (Richtung Allschwil) oder die Tram 2 (Richtung Binningen) und fahren bis zur Haltestelle Messeplatz. Dort steigen Sie in die Tram 14* (Richtung Dreirosenbrücke) bis zur Haltestelle Novartis Campus. Morgens und abends verkehrt die Tramlie 21 direkt via Messeplatz zum Novartis Campus und weiter bis zum Bahnhof St. Johann. (*Bei der Haltestelle Dreirosenbrücke wechselt die Tram ihre Nummer von 14 auf 1, die Weiterfahrt bis Novartis Campus ist im selben Fahrzeug möglich).

Mit dem Auto: Für Besucher ist das erste Untergeschoss im Parking reserviert. Die Zufahrt erfordert keine Voranmeldung.

Kontakt

info@harbourclub.ch

Novartis Campus, Basel



UNSERE VERANSTALTUNGSPARTNER

Hauptsponsor



Sponsoren

linkgroup



censhare



ARGUS DATA INSIGHTS
WISSEN ZUM ERFOLG

Futureworks

Medienpartner

BILANZ

persönlich

Knowledge-Partner

digitalswitzerland

