



## Corporate Communications 2020 – Kontinuierlicher Wandel oder radikaler Bruch?

**Donnerstag, 18. November 2010**

8.30 bis 18.00 Uhr

UBS-Konferenzgebäude Grünenhof

Nüscherstrasse 9, 8001 Zürich

**Der .HarbourClub. feiert sein 10-Jahr-Jubiläum. Seit der Gründung im Sommer 2000 haben seine Mitglieder bereits zwei Rezessionen erlebt: die erste nach dem Platzen der Dotcom-Blase 2002 und die zweite von 2009 als Folge der Finanzkrise.**

Und auch die mediale Umwelt der Unternehmen hat sich stark verändert. Die Social Media beginnen, die Verheissungen des Web 2.0 wahr zu machen. Damit gehen gesellschaftliche Umwälzungen einher, deren Folgen für Unternehmen und deren Kommunikation noch schwer einzuschätzen sind. Und auch die Rolle der traditionellen Online-/Offline-Medien verändert sich rasant.

Wo werden wir 2020 stehen? In seinem elften Symposium beschäftigt sich der .HarbourClub. mit Fragen nach der Zukunft von Corporate Communications.

- Wie werden sich Aufgaben und Organisation von Corporate Communications verändern?
- Wer verantwortet in Zukunft die Unternehmensreputation?
- Wie verändern sich die Medien und das Verhältnis zwischen Journalismus und Public Relations?
- Wohin führt die zunehmende Fragmentierung der Öffentlichkeit?
- Sind für die Meinungsbildung nur noch Emotionen wichtig?
- Wie gehen heute Kommunikationsverantwortliche mit den zukünftigen Herausforderungen um, ganz praktisch?
- Bringt evolutionärer Wandel oder abrupter Change den gewünschten Erfolg?

Spannende Referate, praxisnahe Breakout Sessions mit aktiven Schweizer Chief Communications Officers und genügend Zeit für Networking zeichnen auch 2010 das attraktive Angebot des .HarbourClub.-Symposiums aus.

### Referenten und Moderation

**Der .HarbourClub.** bietet seinen Mitgliedern, Kommunikationschefs bedeutender Schweizer Unternehmen und Organisationen, eine Plattform zum persönlichen Erfahrungsaustausch. Das Ziel des 2000 gegründeten Clubs ist es ausserdem, die Professionalisierung der Funktion «Corporate Communications» voranzutreiben und ihre Bedeutung zu vermitteln.

**Weitere Informationen unter**  
[www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch)  
 HarbourClub, c/o Schweizer Haus der Public Relations, Ankerstr. 53, Postfach, 8026 Zürich, [info@harbourclub.ch](mailto:info@harbourclub.ch)



**Thomas Ackermann** ist Leiter des Bereichs Marketing & Communications von Clariden Leu. Davor war er seit 1996 in verschiedenen Funktionen bei Credit Suisse. Von 1994 bis 1996 war er als Marketing- und Verkaufsleiter in der Musikbranche tätig. Er hat die Fachhochschule Chur absolviert und ein Executive MBA an der Universität St.Gallen erworben.



**Jürg Dinner** ist seit 2004 Leiter von Swiss Unternehmenskommunikation. Davor war er für die Kommunikation von Coca-Cola Schweiz zuständig. Von 1997 bis 2002 verantwortete er bei der BMW Group in München die weltweite Wirtschafts- und Finanzkommunikation. Jürg Dinner hat an der Universität Zürich Betriebswirtschaft studiert.



**Edi Estermann** ist im Luzerner Seetal aufgewachsen. Er ist Agronom, begann seine journalistische Karriere bei den «Luzerner Neusten Nachrichten» LNN und wechselte dann zur «Schweizer Illustrierten» in Zürich. Er war zuerst Chefreporter und von 2004 bis Ende 2008 Nachrichtenchef der SI. Im Dezember 2008 übernahm Estermann die Leitung des Ringier-Projekts «Integrierter Newsroom». Seit 1. Juni ist er Head of Communication Ringier Switzerland and Germany.



**Alexander Fleischer** ist bei PricewaterhouseCoopers Leiter Marketing & Kommunikation für die Schweiz und für «Central Cluster» (Europa, Afrika, Mittlerer Osten, Indien). Er studierte in Guatemala, Worms und Berlin und begann seine Karriere als PR-Berater bei Bütikofer. Seit 2005 ist Alexander Fleischer Präsident des .HarbourClub.



**Katja Gentinetta** ist stellvertretende Direktorin des Think-Tanks Avenir Suisse. Davor war sie Chefin Strategie und Aussenbeziehungen auf der Staatskanzlei Aargau und vertrat den Aargau an der Expo.02. Sie hat Germanistik und Geschichte studiert und in politischer Philosophie promoviert. Sie publizierte mehrere Bücher zu sozialstaatlichen Themen. Ihr jüngstes Werk ist der zusammen mit Prof. Georg Kohler herausgegebene Band «Souveränität im Härte-test: Selbstbestimmung unter neuen Vorzeichen».



**Oswald Grübel** ist seit Februar 2009 CEO von UBS. Davor arbeitete er seit 1970 in Zürich, London, New York und Singapur für Credit Suisse in verschiedenen Funktionen, zuletzt als CEO. Seine Ausbildung zum Bankkaufmann absolvierte er bei der Deutschen Bank in Mannheim.



**Clarissa Haller** ist Leiterin Corporate Communications von ABB Ltd. Zuvor war sie Global Head of Communications der Division Diagnostics bei Roche in Basel. Davor leitete sie die Unternehmenskommunikation der Bahlsen KG in Hannover. Von 1989 bis 1995 war sie in verschiedenen Kommunikationsfunktionen, zuletzt als Leiterin PR bei der Daimler-Benz Aerospace AG (heute EADS) in München tätig. Ihre berufliche Laufbahn begann sie als Journalistin. Studiert hat sie Germanistik, Kunstgeschichte und Amerikanistik an der Universität München.



**Daniel Mollet** ist Leiter Kommunikation der Schweizerischen Post. Von 1997 bis 2000 baute er als Bereichsleiter die Unternehmenskommunikation von Credit Suisse (Retail-Banking) auf. Davor war er ab 1989 Generalsekretär und Sekretär des Verwaltungsrats der Schweizerischen Volksbank und u. a. verantwortlich für die kommunikative Umsetzung des Schulterschlusses zwischen SKA und Volksbank. Daniel Mollet hat Bankwirtschaft studiert und 1985 an der HSG doktoriert, war im Marketing und als Niederlassungsleiter der SKA tätig.



**Christine Maier** studierte fünf Semester Jura, absolvierte eine journalistische Ausbildung und arbeitete ab 1987 als Redaktorin und Moderatorin beim Schweizer Fernsehen. Von 1991 bis 1998 moderierte sie verschiedene Sendungen des ZDF und des Bayerischen Rundfunks. 2001 wurde sie erneut von SF 1 verpflichtet. Seither moderiert sie die Diskussionssendung Club, dessen Leiterin sie seit 2006 ist.



**Manfred Schwaiger** ist Professor für Betriebswirtschaft, Studiendekan der Fakultät für Betriebswirtschaft und Vorstand des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Er ist Mitglied des Aufsichtsrats in mehreren deutschen Kapitalgesellschaften und u.a. Mitglied des Vorstands des European Centre for Reputation Studies (ECRS). Er hat zahlreiche Bücher und über hundert Fachartikel publiziert.



**Hans A. Wüthrich** ist Inhaber des Lehrstuhls für Internationales Management an der Universität der Bundeswehr München und Lehrbeauftragter an der Universität St.Gallen. Er regt Führungskräfte an, das eigene Handeln kritisch zu reflektieren und mutig zu experimentieren. Die Titel seiner Bücher deuten dies an: «Grenzen des ökonomischen Denkens», «Die Rückkehr des Hofnarren» oder «Musterbrecher – Führung neu leben».

# «Corporate Communications 2020 – Kontinuierlicher Wandel oder radikaler Bruch?»

## Programm und Anmeldung

**Anmeldungen** zum Symposium  
«Corporate Communications 2020 –  
Kontinuierlicher Wandel oder radikaler  
Bruch?» ganz einfach: **online unter**  
[www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch)

### Teilnahmegebühr

Preis inkl. Pausenverpflegung und Lunch:  
CHF 950. Nach Eingang der Anmel-  
dung erhalten Sie eine Bestätigung und  
die Rechnung. Bei Stornierung nach  
**Anmeldeschluss (25. Oktober)**  
ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

**Ihr Geschenk:**  
ein Halbjahresabo  
des Wirtschaftsmagazins

**BILANZ**  
Anmeldung unter  
[www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch)

**Donnerstag, 18. November 2010**

**08.30 Kaffee**

**09.00 Begrüssung**

Begrüssung und Einführung durch  
**Alexander Fleischer,**  
Präsident .HarbourClub.

**09.15 Die Zukunft von Corporate  
Communications**

**Prof. Dr. Manfred Schwaiger,**  
Ludwig-Maximilians-Universität München  
«Vertrauensbildung als zentrale Herausfor-  
derung im Spannungsfeld unterschiedlicher  
Stakeholder-Interessen»

**10.15 Die neue Redaktion –  
Integration von Print und Online**

**Edi Estermann, Head of Communication**  
**Ringier Switzerland and Germany**  
Zwischenbilanz nach sechs Monaten  
Newsroom der Blick-Gruppe.

**Pause**

**11.15 Über Instinkt, Ideologien und  
die (Ohn)macht der Fakten**

**Dr. Katja Gentinetta, Avenir Suisse**  
Hat die Öffentlichkeit einen Instinkt für  
brennende Themen? Wie ideologisch  
verbrämt sind die Debatten? Wie viel Nähe  
und Bodenhaftung braucht die Elite,  
um mit ihren Themen durchzudringen?  
Und: Können Fakten etwas ausrichten?

**12.15 Lunch**

**13.30 Breakout Sessions in vier  
Gruppen (erste Durchführung)**

**14.30 Breakout Sessions in vier  
Gruppen (zweite Durchführung)**

**15.30 Pause**

**16.00 Exzellenz durch Musterbruch**

**Prof. Dr. Hans A. Wüthrich, Universität  
der Bundeswehr München**  
Denkangebote für eine utopische  
Organisation und ihre Kommunikation

**17.00 Die zukünftige Rolle der  
Unternehmenskommunikation**

**Oswald Grübel, CEO UBS**  
Unternehmensreputation als Basis  
des wirtschaftlichen Erfolgs

**17.45 Verabschiedung**  
durch **Alexander Fleischer,**  
Präsident .HarbourClub.

**18.00 Apéro**

**Breakout Session 1**

Fokus Kundenkommunikation:  
Gewinn durch Vertrauen

**Thomas Ackermann, Clariden Leu**  
Funktionale und soziale Reputation eines  
Unternehmens beeinflussen das Kundenverhalten  
gleichermaßen. Für eine wertsteigernde  
Kommunikation ist nur ein nachhaltiger und  
integrierter Ansatz erfolgreich.

**Breakout Session 2**

Fokus interne Kommunikation:  
Vertrauen gewinnt man zuerst im  
eigenen Haus

**Jürg Dinner, Swiss**  
Die nationale Airline der Schweiz wurde in den  
Anfangsjahren von mehreren Krisen geschüttelt.  
Das damalige neu eingesetzte Management  
setzte daher auf intensive interne Kommunikation,  
um die Belegschaft für sich und den eingeschla-  
genen Weg zu gewinnen.

**Breakout Session 3**

Fokus Kommunikationsmanagement:  
«Think global, act local», aber wie?

**Clarissa Haller, ABB**  
Diversity, kulturelle Unterschiede, «One-voice  
policy», Geschwindigkeit, Heterogenität der  
Zielgruppen, Produkte und Themen sowie Effizienz  
der Kommunikationsprozesse. Wie lassen sich  
diese Anforderungen in der Steuerung der Kom-  
munikation eines globalen Unternehmens unter  
einen Hut bringen?

**Breakout Session 4**

Fokus Public Affairs: Wie verträgt sich  
Lobbying und Transparenz?

**Daniel Mollet, Die Schweizerische Post**  
Sehen Wirtschaft und Politik die Welt von ver-  
schiedenen Blickwinkeln? Wer profitiert nun von  
wem? Günstige gesetzliche Rahmenbedingungen  
sind von vitaler Bedeutung für jede Organisation.  
Ebenso wichtig sind erfolgreiche Unternehmen  
für die Gesellschaft. Welche Rolle spielen Public  
Affairs, wo sind ihre Grenzen und Möglichkeiten?

Information

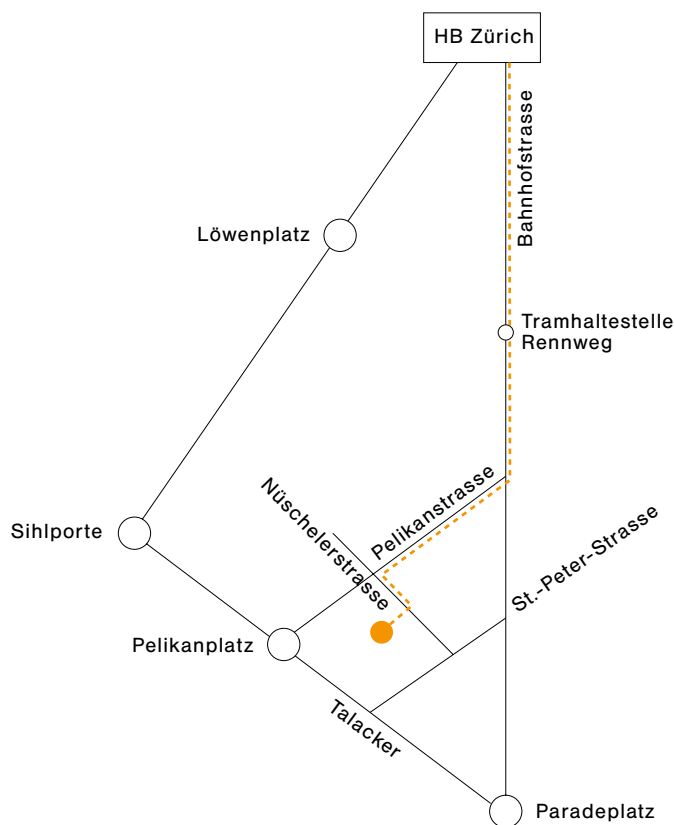
**Ihr Weg zum UBS-Konferenzgebäude Grünenhof, Nüscherstr. 9, 8001 Zürich**

**Anfahrt mit dem öffentlichen Verkehr** Ab Zürich Hauptbahnhof zu Fuss in zehn Minuten oder mit dem Tram 6, 7, 11 oder 13 eine Station fahren bis «Rennweg».

**Anfahrt mit dem Auto** Es empfiehlt sich, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen. Es stehen keine Parkplätze zur Verfügung.

**Symposiumssekretariat**

Madeleine Koller  
 Telefon +41 (0) 44 245 46 23  
 info@harbourclub.ch



Location Sponsor



Sponsoren



Partner



Medienpartner

