



Unternehmenskommunikation im Dialog – Umgang mit selbstbewussten Anspruchsgruppen

Mittwoch, 23. November 2011

8.30 bis 18.30 Uhr

Siemens Conference Center

Theilerstrasse 3, 6301 Zug

Die Fragmentierung von Gesellschaft und Medien sowie die Internationalisierung der Kommunikation fordern die Unternehmen und die Corporate-Communications-Verantwortlichen immer mehr. Dazu kommt die Tendenz, dass sich immer mehr Gesellschaftsgruppen mit ihren Ansprüchen deutlich zu Wort melden. Unternehmen stehen damit zunehmend unter Beobachtung und Kritik.

Suchte man bisher die einzelnen Anspruchsgruppen mit eigenen Kanälen und Kommunikationsmitteln zu bedienen, beginnt sich spätestens mit dem Aufkommen der sozialen Medien die beschränkte Tauglichkeit dieses Vorgehens abzuzeichnen. Generalversammlungen, Mitarbeitermotivationsprogramme, Kundenzeitungen, Mediations- und Schlichtungsgespräche, Off-the-record-Informationen für die Medien wird es weiter geben, doch zusätzlich gefragt sind neue Wege, der grenzenlosen Öffentlichkeit in Foren, Blogs, Twitter und Facebook zu begegnen und in der gebotenen Geschwindigkeit zu bewirtschaften.

Doch trotz aller Anstrengungen zum offenen Dialog mit den Anspruchsgruppen bleibt das Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen. Die Kunst für Organisationen wird es sein, Konzepte zu finden, welche das authentische Gespräch ermöglichen, ohne sich und seine eigenen Ziele aufzugeben.

Das 12. Symposium beschäftigt sich mit folgenden Fragen:

- Wie lässt sich die Unternehmens- und Marketingkommunikation noch steuern angesichts der Informationslawine und Explosion der Kommunikationskanäle?
- Wie bezieht das Unternehmen und sein Management Stellung bei Themen von grossem medialem und öffentlichem Interesse?
- Wie führe ich den offenen Dialog, ohne falsche Erwartungshaltungen zu wecken?
- Wie identifizieren Organisationen legitime Anliegen ihrer Stakeholder?
- Welche gesellschaftlichen Trends beeinflussen die gesellschaftliche Akzeptanz eines Unternehmens?
- Welches sind die Möglichkeiten und Grenzen von Mitsprache?

Spannende Referate, praxisnahe Breakout Sessions mit Schweizer Chief Communications Officers und genügend Zeit für Networking zeichnen auch 2011 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

HarbourClub, c/o Schweizer Haus der Public Relations, Ankerstr. 53, Postfach, 8026 Zürich, info@harbourclub.ch



Corina Atzli Corina Atzli ist Präsidentin des .HarbourClubs. und Head Corporate Communications des Technologieunternehmens Bühler. Vorher leitete sie die Unternehmenskommunikation der Forbo-Gruppe und bis 2002 der Oettinger-Davidoff-Gruppe. Sie hat an der Universität Zürich in Anglistik und Romanistik abgeschlossen und absolvierte später ein Executive-MBA-Programm an der Harvard Business School sowie die Ausbildung zur dipl. PR-Beraterin.



Hannes Britschgi Nach dem Anwaltspatent arbeitete Hannes Britschgi 15 Jahre lang beim Schweizer Fernsehen (Karussell, Max, Kassensturz, Rundschau), dann drei Jahre als Chefredaktor beim Schweizer Nachrichtenmagazin FACTS und seit sechs Jahren ist er bei Ringier engagiert (RingierTV, SonntagsBlick), heute als Ringier-Publizist und Leiter der Ringier-Journalistenschule.



Manfred Bruhn ist Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Unternehmensführung am Wirtschaftswissenschaftlichen Zentrum (WWZ) der Universität Basel. Seit 2005 ist er zudem Honorarprofessor an der Technischen Universität München. Manfred Bruhn hat zahlreiche Publikationen zu den Themen Strategische Unternehmensführung, Marketingmanagement, Integrierte Kommunikation, Relationship Marketing und Markenpolitik veröffentlicht.



Peter Brun ist seit 2008 als Head of Corporate Communications für das Reiseunternehmen Kuoni verantwortlich. Er ist Mitglied der erweiterten Konzernleitung sowie der Geschäftsleitung von Kuoni Schweiz. Zuvor war Peter Brun als Journalist in den elektronischen Medien tätig. Zuletzt von 1999 bis 2005 als Chefredaktor/Programmleiter von Radio 24 in Zürich sowie in den 90er Jahren für das Schweizer Fernsehen SF.



Heiner Geissler hat Philosophie und Jura studiert und wurde 1960 an der Universität Tübingen promoviert. 1967–1977 war er Minister für Soziales, Jugend, Gesundheit und Sport des Landes Rheinland-Pfalz; ab 1982 Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit, von 1977 bis 1989 Generalsekretär der CDU, 1991–1998 stellvertretender Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Im Konflikt um das Bahnprojekt Stuttgart 21 moderierte Heiner Geissler Ende 2010 die öffentlichen Schlichtungsgespräche.



Lukas Golder ist Senior-Projektleiter und Mitglied der Geschäftsleitung am Forschungsinstitut gfs.bern. Seine Forschungsschwerpunkte sind u.a. integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen und Organisationskommunikation. Lukas Golder hat an den Universitäten Bern und Genf Politik- und Medienwissenschaften studiert.



Philip Kübler ist Rechtsanwalt und General Counsel von Swisscom, d.h. Leiter des Konzernrechtsdiensts. Zuvor war er als Leiter Strategie der Internetsparte von Swisscom (Bluewin) tätig. Vor seiner 12-jährigen Tätigkeit in der Telekommunikation hat er das TV-Projekt TV3 von Tamedia rechtlich und vertraglich begleitet. Philip Kübler ist Dozent für Medienrecht (Uni Zürich) und Mitglied des Schweizer Presserates.



Giovanni Leonardi ist seit 1991 im Unternehmen tätig und seit 2004 CEO der Alpiq-Gruppe. Davor war er bei der Celio Engineering SA in Ambri und in den Laboratories RCA Ltd. in Zürich tätig. Er hat ein Elektroingenieurstudium an der ETH Zürich absolviert.



Moritz Leuenberger war von 1995 bis 2010 Bundesrat (Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation). In den Jahren 2001 und 2006 war er zudem Bundespräsident. Von 1991 bis 1995 war er Regierungsrat des Kantons Zürich, von 1971 bis 1995 Nationalrat (Sozialdemokratische Partei). Nach seinem Rechtsstudium an der Universität Zürich hatte er bis 1991 ein eigenes Anwaltsbüro in Zürich. Er ist im Verwaltungsrat der Implenia und im Beirat von Greenpeace.



Iso Rechsteiner arbeitete nach seinem Studium (lic. phil. I) in verschiedenen Funktionen bei Radio DRS, als Journalist, als Leiter der Regionalredaktionen und zuletzt als Direktor von Schweizer Radio DRS. Iso Rechsteiner leitet ab dem ersten September 2011 die Unternehmenskommunikation der SRG SSR.



Matthias Schneider ist Leiter Unternehmenskommunikation bei Coca-Cola Schweiz GmbH. Zuvor war er als Stv. Leiter Standortmarketing Euro 08 bei Schweiz Tourismus. Weitere berufliche Etappen waren der internationale Sportvermarkter IMG (Schweiz), Credit Suisse und Feldschlösschen Getränke. Matthias Schneider besitzt ein Post Diploma in Sport- & Event-Marketing (George Brown College, Toronto, CA) und schloss 2005 das Exec. MScM der Universität Lugano erfolgreich ab.



Kaspar Schuler ist Bereichsleiter der Klima- und Energiekampagnen bei Greenpeace Schweiz. Früher arbeitete er für die Schweizer Entwicklungszusammenarbeit in Rumänien, als Autor und freier Journalist, Alphirt und Senn, leitete den Dachverband der Bündner Umweltorganisationen und war ehrenamtlicher Vizepräsident des WWF Schweiz.

Programm zum Symposium «Unternehmenskommunikation im Dialog – Umgang mit selbstbewussten Anspruchsgruppen»

Programm und Anmeldung

Anmeldungen zum Symposium «Unternehmenskommunikation im Dialog – Umgang mit selbstbewussten Anspruchsgruppen» ganz einfach: **online unter** www.harbourclub.ch

Teilnahmegebühr

Preis inkl. Pausenverpflegung und Lunch: CHF 950.–. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Bei Stornierung nach **Anmeldeschluss (11. November)** ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

Mittwoch, 23. November 2011

08.30 Kaffee

09.00 Begrüssung

Begrüssung und Einführung durch
Corina Atzli,
Präsidentin .HarbourClub.

09.15 Corporate Communications im Zeitalter von Social Media

Prof. Dr. Manfred Bruhn, Universität Basel
Lässt sich die Unternehmens- und Marketingkommunikation noch steuern angesichts Informationslawine und Explosion der Kommunikationskanäle?

10.15 Dialog mit der Öffentlichkeit als strategisches Unternehmensziel

Giovanni Leonardi, CEO Alpiq
Wie bezieht das Unternehmen und sein Management Stellung bei Themen von grossem medialem und öffentlichem Interesse?

Pause

11.15 Paneldiskussion: Umgang mit selbstbewussten Anspruchsgruppen

Leitung Hannes Britschgi
Im Panel diskutieren mit: Giovanni Leonardi, CEO Alpiq, Kaspar Schuler, Greenpeace, Lukas Golder, gfs Bern, und Corina Atzli, Bühler.

12.00 Lunch

13.15 Kommunikation heisst Gemeinsamkeit

Moritz Leuenberger, Bundesrat a.D.
Politik, Wirtschaft und kritische Öffentlichkeit

14.00 Breakout Sessions in vier Gruppen (erste Durchführung)

15.15 Pause

15.45 Breakout Sessions in vier Gruppen (zweite Durchführung)

17.00 Demokratie, Bürgerbeteiligung und Zukunftsinvestition

Heiner Geissler, Bundesminister a.D.

17.55 Verabschiedung

durch **Corina Atzli,**
Präsidentin .HarbourClub.

ab 18.00 Apéro

Breakout Session 1

Wenn Mitarbeitende mehr Kommunikation in Unternehmen fordern

Peter Brun, Kuoni

Strukturwandel, Effizienzsteigerung und Kostendruck belasten Mitarbeitende besonders. Gleichzeitig erwartet die Unternehmensleitung die Akzeptanz und persönliches Engagement für die internen Veränderungsprozesse. Die Unternehmenskommunikation setzt dabei auf den echten Dialog mit den Mitarbeitenden. Beispiele, wie Kuoni den Dialog ins Rollen brachte.

Breakout Session 2

Softdrinks als Dickmacher?

Matthias Schneider, Coca-Cola Schweiz

Seit einigen Jahren sieht sich Coca-Cola vermehrt mit einer negativen Diskussion zum Thema «Softdrinks als Dickmacher» konfrontiert. Wer sind die Anspruchsgruppen und ihre Forderungen? Wie geht die Unternehmung damit um und welche Kommunikationsmassnahmen werden ins Auge gefasst? Ein Blick hinter die Kulissen der Softdrinkindustrie.

Breakout Session 3

Management unter Strafverdacht: der Fall Fastweb

Philip Kübler, Swisscom

Im Februar 2010 wurden Manager der Swisscom-Tochter Fastweb durch die Römer Justiz wegen Verdachts auf Steuerbetrug festgenommen. Swisscom stand einer breiten Medienberichterstattung gegenüber und musste rasch reagieren. Doch die Erwartungen der schweizerischen Politik und der italienischen Investoren waren nicht deckungsgleich. Swisscom meisterte die Herausforderungen durch eine enge Zusammenarbeit von Rechts- und Kommunikationsabteilung.

Breakout Session 4

Im Dialog mit der Schweizer Bevölkerung

Iso Rechsteiner, SRG SSR

Die SRG ist mit ihrem Service public allen Bevölkerungskreisen verpflichtet. Als Gebührenempfängerin ist sie zudem besonderer Kritik ausgesetzt. Die Unternehmenskommunikation setzt neben den bewährten nun auch die neuen digitalen Kanäle ein, um den Dialog mit Zuhörern und Zuseherinnen zu führen.

Information

Ihr Weg zum Siemens Conference Center, Theilerstrasse 3, 6301 Zug

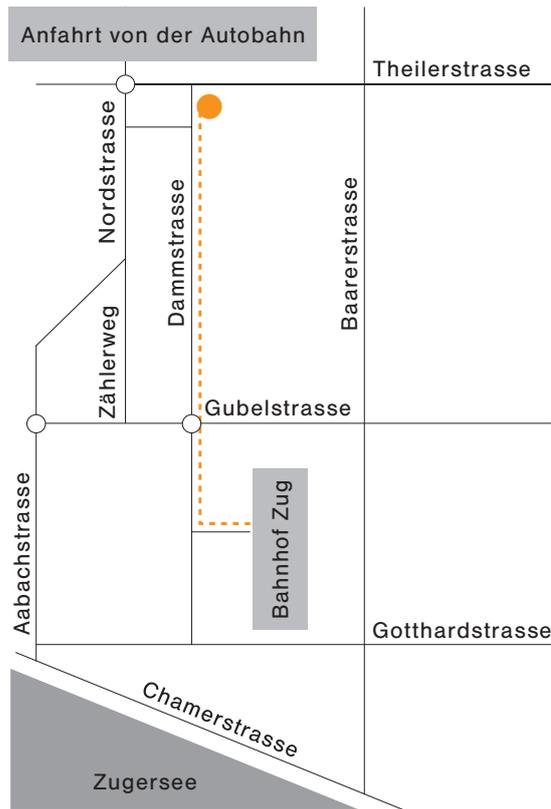
Anfahrt mit dem öffentlichen Verkehr Ab Bahnhof Zug zu Fuss in fünf Minuten. Nehmen Sie die erste Gleisunterführung Richtung Zürich. Beim Kreisel Gubelstrasse biegen Sie nach rechts in die Dammstrasse ein.

Anfahrt mit dem Auto

Es stehen genügend Parkplätze auf dem Parkplatz Nord hinter dem Conference-Center zur Verfügung. Sich bitte an der Schranke als Gast anmelden.

Symposiumssekretariat

Madeleine Koller
Telefon +41 (0) 44 245 46 29
info@harbourclub.ch



Location Sponsor

SIEMENS

Sponsoren

CONVENTO

Online.Namics.

Partner

spri

Medienpartner

BILANZ

[enzaim]

PRIME

moneycab

linkgroup

persönlich