

■ Symposium

«Employer Branding auf dem Prüfstand»

Gemeinsame Herausforderung für Corporate Communications und Human Resources

Donnerstag, 26. Juni 2003

08.30 Uhr bis 17.00 Uhr

Swiss Re Centre for Global Dialogue in Rüslikon

Krisen sind Bewährungsproben. Das gilt auch für die Beziehung zwischen Mitarbeitern und Unternehmen. Was ist vom Versprechen geblieben, dass die Mitarbeiter die wichtigste Ressource für ein Unternehmen sind? Gilt in der Zeit der Restrukturierungen, des Nachfrageeinbruchs und der katastrophalen Jahresergebnisse wieder: Die Mitarbeiter, ein Kostenfaktor? Für das Management sowie die Kommunikations- und Personalfachleute bietet gerade die jetzige Krise eine seltene Chance, das Unternehmen als Arbeitgeber optimal zu positionieren, um bei einem Aufschwung sofort bereit zu sein. Wichtig ist deshalb der «Employer Brand»: die Markenbildung als Arbeitgeber.

Das vierte HarbourClub-Symposium im Swiss Re Centre for Global Dialogue in Rüslikon behandelt folgende Schwerpunktthemen:

- Wie passt die Forderung nach Zuversicht und Identifikation der Mitarbeiter in eine Zeit von Restrukturierung und Stellenabbau?
- Wie bleiben Motivation und Leistungsbereitschaft erhalten? Welche Anreizsysteme greifen im jetzigen wirtschaftlichen Umfeld?
- Wie bringt man kommunizierte Markenwerte und das von den Mitarbeitern gegen aussen vermittelte Image in Einklang? Sind die Mitarbeiter glaubhafte Verkäufer der eigenen Produkte und Dienstleistungen?
- Was heisst Employer Branding, wenn Unternehmen von Spontanbewerbungen qualifizierter Arbeitskräfte überschwemmt werden?
- Wo liegen die Potenziale und Grenzen der Zusammenarbeit der Unternehmensfunktionen Corporate Communications (CC) und Human Resources (HR)?

Überzeugende Antworten auf diese Fragen müssen CC und HR im Interesse ihrer Firma gemeinsam finden. Deshalb richtet sich das HarbourClub-Symposium erstmals an Kommunikations- und Personalverantwortliche gleichermaßen.

Praktiker aus beiden Bereichen geben Einblicke in das Employer Branding ihrer Unternehmen. In Vertiefungssessions am Nachmittag haben die Teilnehmer des Symposiums Gelegenheit, mit den Referenten zusammen die vorgestellten Fallbeispiele zu erörtern, kritische Fragen zu stellen und erfolgsversprechende Lösungsansätze zu diskutieren.

Henner Alms



Henner Alms trat 2001 bei Swiss Re ein und ist heute Head Group Media Relations. Von 1999 bis 2001 war er Head Corporate Communications bei der Sulzer Medica Management AG und von 1996 bis 1999 Senior Communications Consultant bei Kraft Jacobs Suchard Management AG in Zürich, zuvor Communication Consultant bei Kraft Jacobs Suchard GmbH in Bremen. Erste Berufserfahrungen sammelte er als freier Redaktor beim Axel C. Springer Verlag in Hamburg. Er studierte Anglistik und Politikwissenschaften an der Universität Hamburg, die er 1991 mit dem Magister Artium abschloss. Henner Alms ist Mitglied des HarbourClubs.

Prof. Dr. Gudela Grote



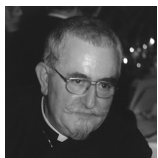
Gudela Grote ist seit 2000 ordentliche Professorin für Arbeits- und Organisationspsychologie an der ETH Zürich. Sie studierte Psychologie an der Universität Marburg und der TU Berlin und promovierte 1987 am Georgia Institute of Technology in Atlanta, USA. Seither lehrt und forscht sie an der ETH Zürich. Derzeitige Forschungsinteressen: Arbeitsflexibilisierung; organisationale Veränderungsprozesse; Führung, Zusammenarbeit und Lehren/Lernen in technisch und organisatorisch vernetzten Systemen, Risiko- und Sicherheitsmanagement.

Esther Häberling



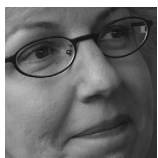
Esther Häberling studierte an der Uni Zürich Wirtschaftswissenschaft (lic. oec. publ.) und war in führenden Positionen bei der ETH Zürich und bei Sulzer Roteq tätig. Seit Anfang 2000 war sie Direktorin und Mitglied der Geschäftsleitung der Holcim Gruppe, wo sie für die Corporate Human Resources verantwortlich zeichnete. Sie ist seit April 2002 bei Swisscom Leiterin der Group Human Resources von Swisscom AG.

Augustinus Heinrich Graf Henckel von Donnersmark



Augustinus Heinrich Graf Henckel von Donnersmark leitete von 1985 bis 2000 das Katholische Büro Nordrhein-Westfalens in Düsseldorf. Seit 1953 gehört er unter dem Namen Augustinus den Prämonstratensern an. Henckel-Donnersmark, der an der Päpstlichen Universität Gregoriana in Rom studierte, hat 1959 die Abtei Hamborn in Duisburg mitgegründet und war dort zunächst als Seelsorger und Gymnasiallehrer tätig. Danach war er geistlicher Rektor und Dozent an der Diözesanakademie des Bistums Essen (1970-75) und leitete von 1976 bis 1986 die Katholische Arbeitsstelle Rhein-Ruhr. Zu Fragen der Wirtschaftsethik berät er Unternehmen, hält Vorträge und leitet Seminare.

Olivia Leydenfrost



Olivia Leydenfrost hat die Yale University mit einem BA in Geschichte und die Helsinki School of Economics mit einem MBA abgeschlossen. Ihre internationale Karriere umfasst Erfahrung in Unternehmenskommunikation und HR. So war sie Leiterin der internen Kommunikation bei der ABB Gruppe. Olivia Leydenfrost ist seit 1999 University Relations Manager bei Swiss Re mit Verantwortung für das Marketing an Universitäten und die Anwerbung von Absolventen. Zudem unterstützt sie Mitarbeitende mit hohem Entwicklungspotenzial bei ihrer Karriereplanung.

Hans Imboden



Hans Imboden ist seit 1997 Leiter Kommunikation der ABB, Schweiz. Davor leitete er die Öffentlichkeitsarbeit und die Werbung von NCR. Von 1992 bis 1996 war er Director Public Relations bei AT&T. 1983 bis 1992 zeichnete er als Leiter Public Relations bei NCR (Schweiz). Erste Berufserfahrungen in der Kommunikationsbranche machte er als wissenschaftlicher Redaktor bei Siemens. Hans Imboden studierte an der Universität Zürich Germanistik, französische Sprache und Philosophiegeschichte.

Renato Merz



Renato Merz ist seit 2000 Personalchef der ABB Schweiz. Davor leitete er die Markteinheit Anlage und Vorsorge im Unternehmensgeschäft der Zürich. Von 1992 bis 1998 war Merz Geschäftsführer der Pensionskasse von ABB Schweiz. Sein Einstieg ins Personalwesen erfolgte bei der Genossenschaft Migros Zürich. Renato Merz studierte Jurisprudenz an der Universität Bern und schloss 1984 als lic. iur. ab.

Stefan Nünlist



Stefan Nünlist ist seit Januar 2001 Leiter Group Communications & Public Affairs der Swisscom AG und Mitglied der Gruppenleitung. Vor seinem Eintritt in die Swisscom war er Leiter Kommunikation und Energiepolitik der Aare Tessin AG für Elektrizität in Olten. Nach Abschluss des Jura-Studiums an der Universität Freiburg und dem Erwerb des Solothurnischen Patents als Fürsprecher und Notar absolvierte er 1991-1993 die Diplomatenausbildung beim Eidg. Departement für auswärtige Angelegenheiten, mit anschliessenden diplomatischen Einsätzen in Pretoria/Südafrika, Genf und Bern. Von 1997 bis Mitte 1998 war er persönlicher Mitarbeiter der Vorsteher des Eidg. Volkswirtschaftsdepartements. Stefan Nünlist ist Mitglied des HarbourClubs.

Burkhard Tewinkel



Burkhard Tewinkel ist stellvertretender Leiter Kommunikation und Leiter Interne Kommunikation der Deutschen Bahn AG. Von 1989 bis 1995 war er Leiter Interne Kommunikation und Wirtschaftsinformation bei der Stadtsparkasse Köln. Von 1987 bis 1989 arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Bonn. Dort studierte er auch von 1980 bis 1987 Verfassungs-, Sozial- und Wirtschaftsgeschichte.

HARBOURCLUB.
50 CORPORATE COMMUNICATIONS OFFICERS

Der HarbourClub bietet seinen Mitgliedern, 50 Corporate Communications Officers, eine Plattform zum persönlichen Erfahrungsaustausch. Das Ziel des 1999 gegründeten Clubs ist es, die Professionalisierung der Funktion Corporate Communications voranzutreiben und ihre Akzeptanz zu erhöhen.

Weitere Informationen unter: www.harbourclub.ch.

- 8.30 Morgendliches Snack-Bufferet
- 9.00 Begrüssung und Einführung
Walter Vaterlaus, Präsident HarbourClub.
- 9.15 Unternehmen als soziale Systeme - Die Rolle von HR und CC in der Förderung eines tragfähigen psychologischen Vertrags
Prof. Dr. Gudela Grote, Institut für Arbeitspsychologie ETH Zürich
Teilweise drastische Veränderungen in Organisationen haben die Labilität des psychologischen Vertrags zwischen Mitarbeitenden und Unternehmen deutlich werden lassen. Explizit oder implizit kommunizierte Erwartungen, Angebote und Verpflichtungen erweisen sich als nicht mehr tragfähig. Desorientierung, Unsicherheit und Demotivation sind die Folge. Um eine neue, bindende und gleichzeitig offene Beziehung zwischen Mitarbeitenden und Unternehmen zu schaffen, ist eine frühzeitige und umfassende Information über Unternehmensentwicklungen und die darin liegenden Chancen und Gefahren für die Mitarbeitenden gefordert.
- 9.50 Impuls-Präsentationen / Fallbeispiele
Employer Branding bei Swiss Re
Henner Alms, Head Group Media Relations, Swiss Re
Olivia Leydenfrost, University Relationship Manager, Swiss Re
Employer Branding bei Swiss Re soll bestehenden, potenziellen oder ehemaligen Mitarbeitenden eine einheitliche Wahrnehmung des Unternehmens vermitteln. Dieser ganzheitliche Ansatz reicht vom University Marketing über den Rekrutierungsprozess (Auswahl geeigneter Talente, deren Integration in das Unternehmen und die Unterstützung der Karriereentwicklung) bis zum Austritt der Mitarbeitenden. Im Referat wird aufgezeigt, welche Herausforderungen sich beim Employer Branding bei Swiss Re stellen und wie die verschiedenen Kommunikations- und HR-Funktionen zusammenarbeiten.
- 10.15 Motivation in schwierigen Zeiten
Hans Imboden, Leiter Kommunikation ABB, Schweiz
Renato Merz, Leiter Personalwesen ABB, Schweiz
Mitarbeitermotivation gründet auf den immer gleichen Pfeilern: Klare Kommunikation der Ziele, Fokus auf die wesentlichen Aufgaben und Vorleben der in Unternehmens- und Kommunikationspolitik festgelegten Grundsätze. Daran schliessen sich konkrete Massnahmen von HR und Corporate Communications zur Förderung der Identifikation der Mitarbeiter an. Auch der Dialog mit den Sozialpartnern spielt eine wichtige Rolle. Mit dieser Philosophie hat die ABB Schweiz auch im schwierigen wirtschaftlichen Umfeld gute Erfahrungen gemacht, wie auch eine jüngst durchgeführte Mitarbeiterumfrage eindrücklich zeigt.
- 10.40 Pause; Einschreiben für die Vertiefungs-Sessions
- 11.10 Mitarbeiter als Botschafter des Unternehmens:
Die Deutsche Bahn in der Offensive
Burkhard Tewinkel, Leiter Interne Kommunikation, Deutsche Bahn AG
Anfang 2001 entwickelte der Kommunikationsbereich der Deutschen Bahn gemeinsam mit den Strategieentwicklern und HR die «Offensive Bahn». Sie bündelt im Dreiklang Sanieren-Leisten-Wachsen alle Projekte, die den zwei Zielen der Bahn dienen: bis Ende 2004 ein kapitalmarktfähiges Unternehmen und zur «besten Bahn» für Kunden und Mitarbeiter zu werden. Im Dienstleistungsunternehmen Bahn sind die Mitarbeiter Botschafter gegenüber den Kunden. Diese kommunikative Aufgabe wird im Zusammenspiel von Strategie, HR und Kommunikation gelöst.
- 11.35 Begeisterungsfähiger Arbeitgeber trotz Regulation
Esther Häberling, Leiterin Group Human Resources, Swisscom
Stefan Nünlist, Leiter Group Communications & Public Affairs der Swisscom
Der Wandel vom Monopolisten zum Marktleader in einem Technologie geprägten Umfeld bedeutet gleichzeitig Kostenreduktion und Änderung der Anforderungsprofile der Mitarbeiter. Dies bringt das Unternehmen ins Dilemma als Arbeitgeber attraktiv zu sein und gleichzeitig Stellen abzubauen. Die Swisscom bewegt sich seit fünf Jahren erfolgreich auf dem Grat zwischen Reputationspflege und Redimensionierung.
- 12.15 Lunch
- 13.30 Vertiefungs-Sessions in einer der vier Themengruppen
- 15.30 Kurze Präsentation der Ergebnisse der Nachmittagssessions
- 16.00 Funktionieren sollen die Mitarbeiter.
Wozu braucht es da noch Ethik?
Augustinus Heinrich Graf Henckel von Donnersmarck
Wer die Mitarbeiter nur auf den Aspekt des Human Capitals reduziert, greift zu kurz. Der Umgang mit Menschen in einem Unternehmen braucht ethische Leitlinien und die Überzeugung für Werte.
- 16.30 Verabschiedung
- 16.45 Apéro
Auf Wunsch: Besichtigung des Swiss Re Centre for Global Dialogue.

.HARBOURCLUB. 50 CORPORATE COMMUNICATIONS OFFICERS

Antworttalon an die Adresse auf der Rückseite einsenden oder faxen an 01 299 40 44.

Anmeldungen online unter www.harbourclub.ch

Anmeldung Symposium «Employer Branding» vom 26. Juni 2003, 8.30 Uhr bis 17.00 Uhr im Swiss Re Centre for Global Dialogue, Rüschiikon

■ Ja, ich nehme am Symposium teil.

Preis inklusive Snack-Bufferet und Lunch: CHF 780.-.

Bei Stornierung nach Anmeldeschluss (10. Juni 2003) wird der volle Teilnahmebetrag erhoben.

Firma _____

Name _____ Vorname _____

Funktion _____

Strasse _____ PLZ/Ort _____

Telefon _____ Telefax _____

E-Mail _____

Datum, Unterschrift _____

■ **Symposiumssekretariat**

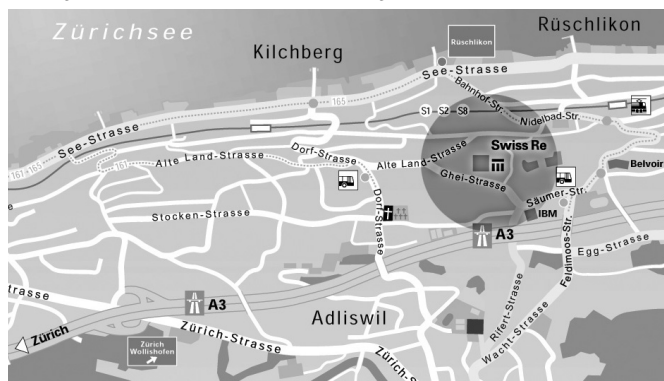
Nadine Hofmann

Telefon 01 299 40 40, Fax 01 299 40 44

hofmann@swisspr.ch

■ **Symposium «Employer Branding»**

Ihr Weg zum Swiss Re Centre for Global Dialogue, Rüslikon



Eine beschränkte Anzahl Parkplätze stehen den Teilnehmern zur Verfügung.

Anfahrt mit dem öffentlichen Verkehr

Aus der Stadt Zürich von «Bürkliplatz» mit dem Bus 165 in rund 17 Minuten nach Rüslikon «Säumerstrasse». Von dort fünf Minuten Fussweg. Oder ab «Bürkliplatz» mit dem Bus 161 in 14 Minuten nach Kilchberg Station «Auf Brunnen». Von dort Fussweg von zehn Minuten zum Centre for Global Dialogue, Gheistrasse 37, 8803 Rüslikon.

Preis inkl. Snack-Buffet, Lunch und Teilnehmersdokumentation: CHF 780.–.

Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung.

Bei Stornierung nach Anmeldeschluss wird der Teilnahmebetrag trotzdem erhoben.

Anmeldeschluss: 10. Juni 2003

Uetlibergstrasse 132

Postfach

8045 Zürich

Telefon 01 457 55 00

Telefax 01 457 56 25

www.corporate-communications.ch

harbourclub@corporate-communications.ch

Sponsor:

Swiss Re



Mit freundlicher Unterstützung von «Marketing & Kommunikation» und «Organisator», Schweizerisches Public Relations Institut SPRI, Wirz Public Relations AG, tv productionscenter zürich ag, Zahner & Partner – AG für Kommunikation, Marketing und Events

Anmeldung Symposium «Employer Branding» vom 26. Juni 2003, 8.30 Uhr bis 17.00 Uhr im Swiss Re Centre for Global Dialogue, Rüslikon

Anmeldeschluss 10. Juni 2003.

.HARBOURCLUB.

50 CORPORATE COMMUNICATIONS OFFICERS

c/o SPRI

Postfach 2144

8026 Zürich