

■ Symposium

«Corporate Reputation - Vertrauen gewinnen»

Dienstag, 16. November 2004

8.30 Uhr bis 17.00 Uhr

Roche Neues Pharma-Forschungsgebäude Bau 92, an der Grenzacherstrasse in Basel

Der Wert einer intakten Unternehmensreputation ist unbestritten: Sie ist Grundlage des kommerziellen Erfolgs, festigt die Kundenbindung, verstärkt die Loyalität der Mitarbeitenden und erhöht die Attraktivität für Investoren. Doch über den tatsächlichen Wert des eigenen Rufs werden sich viele Unternehmen erst bewusst, wenn er in Gefahr ist. Dann zeigt sich: Das Vertrauen der Öffentlichkeit will verdient sein.

Vertrauen kann systematisch durch ein professionelles Corporate Reputation Management gefördert werden. Die Verantwortung dafür liegt insbesondere beim Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung. Beim Aufbau dieses Vertrauens spielt die Unternehmenskommunikation eine wesentliche Rolle. Sie etabliert Corporate Image und Identity, organisiert ein effizientes Themenmanagement, erarbeitet Kommunikationsinstrumente und überprüft Eigen- und Fremdbild der Organisation. Denn für einen guten Ruf müssen Sein und Schein stets im Gleichgewicht sein.

Das fünfte HarbourClub-Symposium zeigt, wie Corporate Reputation umschrieben und gemessen wird, wie Unternehmensleitung und Kommunikatoren optimal zusammenarbeiten und wie erfolgreiche Schweizer Unternehmen das Reputationsmanagement in der Praxis angehen. Schwerpunkte des Symposiums sind:

- Modelle zur Messbarkeit der Unternehmensreputation
- Die Rolle von Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Unternehmenskommunikation
- Lehren aus dem jüngsten Wirtschaftsgeschehen
- Best Practice in Schweizer Unternehmen

Renommierte Referenten präsentieren Unternehmensleitern, Führungsverantwortlichen und Kommunikationsfachleuten neueste Erkenntnisse zum Management der Unternehmensreputation. Am Nachmittag haben die Teilnehmenden in vier parallel geführten Workshops Gelegenheit zur intensiven Auseinandersetzung mit dem Thema ihrer Wahl unter der Leitung namhafter Experten.

Rodolfo Ciucci



Rodolfo Ciucci, Mitglied des Harbour Clubs, ist Leiter Group Communications der Ciba Spezialitätenchemie. Zuvor war er Leiter Corporate Communications von Swiss Re, Leiter Presse und Information des Hilti-Konzerns in Schaan, Leiter PR & Information der Patria Versicherungen und Leiter Kommunikation beim Transportunternehmen Intercontainer. Davor war er freiberuflicher Journalist.

Prof. Charles J. Fombrun



Charles J. Fombrun is Founder and Executive Director of the Reputation Institute and Professor Emeritus of Management at the Stern School of Business of New York University. He holds a Ph.D. from Columbia University and a B.S. in Physics from Queens University (Canada).

He is a featured speaker at numerous corporate and academic gatherings, and in various executive programs, including Erasmus University Rotterdam, Dartmouth College, and University of Lugano. He is the author of the best-seller «Reputation: Realizing Value from the Corporate Image» (1996). His most recent book is «Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations».

Prof. Dr. Kurt Imhof



Kurt Imhof ist seit 1997 Leiter des «fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft» am Soziologischen Institut der Universität Zürich. Seit 2000 ist er ordentlicher Professor für Publizistikwissenschaft und Soziologie. Er studierte Geschichte, Soziologie und Philosophie an

der Universität Zürich.

René Lüchinger



René Lüchinger ist seit 2003 Chefredaktor des Wirtschaftsmagazins Bilanz. Von 1998 bis 2000 war er Chefredaktor von Facts. Zuvor war er Wirtschaftsredaktor bei der Bilanz und der Presseagentur «spk». Er hat in Basel und Freiburg im Breisgau Geschichte, Germanistik und Politische

Wissenschaften studiert.

Dr. Bernd Schanzenbächer



Bernd Schanzenbächer ist Leiter der Fachstelle Sustainability Affairs bei der Credit Suisse Group. Bis 1998 war er in verschiedenen Funktionen bei den Vereinten Nationen in Nairobi/Kenia und in Genf tätig. Arbeitsschwerpunkte waren dabei die Themen Umwelt und Handel, Globalisierung und die ökonomischen Auswirkungen des globalen Klimawandels. Von

1990-1993 war er Assistent am Institut für Agrar- und Umweltökonomie der Universität Hohenheim (D).

Rolf Schläpfer



Rolf Schläpfer, Mitglied des Harbour Clubs, ist seit 1997 Leiter Global Corporate Communications der Roche Gruppe. Davor war er CEO und Mitinhaber der Corporate-Identity- und Branding-Agentur Wirz Identity. Rolf Schläpfer hat während des Betriebswirtschaftsstudiums bei der «Neuen Zürcher Zeitung» erste Berufserfahrungen in der Kommunikation gesammelt. Nach dem Lizentiat war er während vier Jahren als Product Manager bei Colgate Palmolive tätig.

Andreas Schmid



Andreas Schmid, lic. iur., ist Verwaltungsratspräsident der Barry Callebaut AG, die er bis Mitte 2002 auch als CEO geführt hat. Von 1993 bis 1997 war er bei Mövenpick als Mitglied der Konzernleitung verantwortlich für die Division Konsumgüter. Von 1989 bis 1992 war er CEO der Kopp Plastics (Pty) Ltd. in Südafrika. Andreas Schmid ist ebenso Verwaltungsratspräsident der Kuoni Reisen Holding AG und der Unique (Flughafen Zürich AG).

Olaf Toepfer



Olaf Toepfer, lic. rer. pol., ist Mitglied des Managements bei Roland Berger Schweiz mit einem Schwerpunkt auf der Finanzdienstleistungsindustrie. Er ist verantwortlich für Beratungsmandate in den Bereichen strategische Analyse (Gruppen- und/ oder Geschäftsstrategie), Geschäftsmodellierung, strategisches Marketing & Kommunikation, Management von Geschäftsoportunitäten und strategische Initiativen. Er studierte an der Universität Freiburg (Schweiz) Betriebs- und Volkswirtschaft.

Prof. Dr. Walter von Wartburg



Walter von Wartburg ist Gründer und Mitinhaber der Corporate Reputation Management AG in Basel. Bis 1999 war er Head Corporate Communications der Novartis. Er ist Professor für Gesundheitspolitik an der Universität St.Gallen. Er studierte Recht, legte 1964 sein Anwalts-examen in Basel ab und absolvierte an der Universität Princeton und an der Harvard Law School weiterführende Rechts- und Wirtschaftsstudien. Er ist in den Verwaltungsräten von mehreren Schweizer und US-Unternehmen.

.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.harbouclub.ch. HarbourClub, c/o Allreal Generalunternehmung AG, Eggbühlstrasse 15, 8050 Zürich, Telefon +41 1 319 12 74.

- 8.30 Kaffee
- 9.00 Begrüssung
Begrüssung und Einführung durch Walter Vaterlaus, Präsident HarbourClub und Chief Communications Officer des Clariant Konzerns.
- 9.15 Corporate Reputation Management – Grundlage für den Unternehmenserfolg
Prof. Walter von Wartburg, Gründer der Corporate Reputation Management AG
Erfolgreiche Unternehmen müssen nicht nur im Markt der Produkte, sondern auch im Markt der Meinungen Erfolg haben. Doch wie erhöhen Unternehmen ihre Marktchancen und wie schützen sie ihren Ruf?
- 9.50 Corporate Reputation can and must be measured
Prof. Charles J. Fombrun, Executive Director of the Reputation Institute
A presentation that discusses the results of various international studies of corporate reputation conducted since 1999 by Dr. Fombrun with the market research firm Harris Interactive. The research program has involved thousands of ongoing interviews with the general public in ten countries. His work ties corporate reputation to above average success with customers, employees and investors, offering companies a systematic and comprehensive approach for measuring, valuing, and managing their reputational capital.
- 10.40 Pause
- 11.10 Corporate Reputation Management im Umfeld einer wirtschaftskritischen Öffentlichkeit
Prof. Kurt Imhof, FÖG, Zürich
Die letzten drei Jahre haben gezeigt, wie schnell die Unternehmensreputation zerstört werden kann. Welche Gesetzmässigkeiten lassen sich dabei beobachten? Und welche Rolle spielt das Kurzzeitgedächtnis der Medien bei der Wiederherstellung des guten Rufs?
- 11.35 Authentizität und Leadership als Basis der Unternehmens-Reputation
Andreas Schmid, Verwaltungsratspräsident Barry Callebaut, Unique (Flughafen Zürich AG) und Kuoni Reisen Holding
Welche Voraussetzungen schaffen und wahren den guten Ruf eines Unternehmens? Welche Instrumente bewähren sich für ein erfolgreiches Reputation Management? Die Sicht und die Erfahrungen eines Schweizer Wirtschaftsführers.
- 12.15 Lunch

- 13.30 Parallel-Workshops in vier Gruppen
Workshop 1
Corporate Reputation - Wertschöpfung und finanzielle Bewertung. Olaf Toepfer, Berater Roland Berger
Anhand von Grundlagen und Praxisbeispielen wird diskutiert, wie Corporate Reputation in die Unternehmensstrategie integriert, wie Reputation gemessen und bewertet werden kann, wie sie sich auf die Rechnungslegung auswirkt und welcher Zusammenhang zu den Finanzmärkten besteht.

- Workshop 2
Der Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Corporate Reputation. Dr. Bernd Schanzenbächer, Head Sustainability Affairs, Credit Suisse Group
Wie Unternehmen zu Fragen der Nachhaltigkeit stehen, beeinflusst ihren Ruf und hat einen Einfluss auf die Mitarbeiterzufriedenheit. Credit Suisse pflegt hier einen systematischen Ansatz. Inwiefern können andere Unternehmen von diesen Erfahrungen profitieren?

- Workshop 3
Reputations-Pflege durch Corporate Publishing. Rolf Schläpfer, CCO, Roche
Die Werthaltungen eines Unternehmens widerspiegeln sich auch in seinen Kommunikationsmitteln. Welche Rolle spielt ein systematisches Themenmanagement bei der Publikation von Geschäftsbericht, Kunden- und Mitarbeitermagazinen oder im Web?

- Workshop 4
Kommunikationsmanagement und Corporate Reputation. Rodolfo Ciucci, Leiter Group Communications, Ciba Spezialitätenchemie
Während das Topmanagement den Ruf eines Unternehmens verantwortet und prägt, geht die Rolle der Kommunikation über die reine Unterstützungsfunktion hinaus. Monitoring, Themen bewusst setzen und Feedback sind mehr als Schlagworte. Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikationsverantwortlichen im Corporate Reputation Management.

- 15.45 Kurze Pause
- 16.00 Podiumsdiskussion unter der Leitung von René Lüchinger, Chefredaktor Bilanz
- 16.45 Verabschiedung, anschliessend Apéro

.HARBOURCLUB. 50 CORPORATE COMMUNICATIONS OFFICERS

Antworttalon an die Adresse auf der Rückseite einsenden oder faxen an 01 384 49 01.
Anmeldungen online unter www.harbourclub.ch

Anmeldung Symposium «Corporate Reputation» vom
16. November 2004, 8.30 Uhr bis 17.00 Uhr bei Roche,
Neues Pharma-Forschungsgebäude Bau 92, Basel

- Ja, ich nehme am Symposium teil.
Preis inkl. Lunch und Pausenerfrischungen: CHF 780.-.
Bei Stornierung nach Anmeldeschluss (29. Oktober) wird der volle Teilnahmebetrag erhoben.

Firma _____

Name _____ Vorname _____

Funktion _____

Strasse _____ PLZ/Ort _____

Telefon _____ Telefax _____

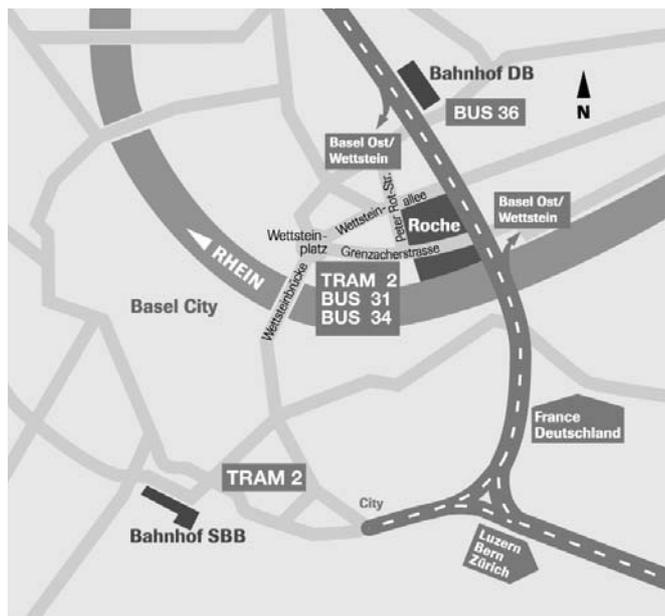
E-Mail _____

Datum, Unterschrift _____

■ Symposium «Corporate Reputation – Vertrauen gewinnen»

Anmeldeschluss: 29. Oktober 2004

Ihr Weg zu Roche: Neues Pharma-Forschungsgebäude Bau 92, an der Grenzacherstrasse in Basel



Anfahrt mit dem öffentlichen Verkehr:

Bitte nehmen Sie am Bahnhof SBB Tram Nr. 2 Richtung Eglisee. Aussteigen an der Haltestelle Wettsteinplatz, von dort Bus Nr. 31 Richtung Hörnli bis zur Haltestelle Hoffmann-La Roche oder vom Wettsteinplatz zu Fuss 5 Minuten der Grenzacherstrasse entlang.

Anfahrt mit dem Auto:

Autobahnausfahrt Grenzach/Wyhlen, Richtung Wettsteinplatz. Bitte benutzen Sie die naheliegenden Parkhäuser bei der Messe oder am Badischen Bahnhof.

Preis inkl. Pausenverpflegung und Lunch: CHF 780.-.

Anmeldungen werden in Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Bei Stornierung nach Anmeldeschluss wird der volle Teilnahmebetrag erhoben.

■ Symposiumssekretariat

Marianne Kaufmann

Telefon 01 384 49 00, Fax 01 384 49 01

marianne.kaufmann@mediapolis.ch

■ Sponsoren und Partner

Hauptsponsor:



Mit freundlicher Unterstützung von economiesuisse, Roland Berger Strategy Consultants sowie des Schweizerischen Public Relations Instituts SPRI.

Medienpartner: Bilanz. Das Schweizer Wirtschafts-Magazin und persönlich, die Zeitschrift für Unternehmensführung, Marketing und Kommunikation.

Anmeldung Symposium "Corporate Reputation" vom 16. November 2004, 8.30 bis 17.00 bei Roche Neues Pharma-Forschungsgebäude Bau 92, Basel.

Anmeldeschluss 29. Oktober 2004

.HARBOURCLUB.

50 CORPORATE COMMUNICATIONS OFFICERS

c/o Mediapolis

Kirchenweg 4

Postfach 1418

8032 Zürich