

Ihr Geschenk bei Anmeldung:
Ein Halbjahresabo des
Wirtschaftsmagazins BILANZ

■ Symposium

«Kommunikationschef – Stratege, Coach oder Papiertiger?»

Donnerstag, 23. November 2006

8.30 Uhr bis 17.30 Uhr

PricewaterhouseCoopers AG, Birchstrasse 160, Zürich-Oerlikon

Was macht eine gute Kommunikationschefin, einen guten Kommunikationschef und ihr Team aus? Hier gehen die Meinungen von PR-Profis, Unternehmensleitern und Medienleuten auseinander. Klar ist nur, das Berufsbild des Chief Communications Officers (CCO) hat sich in den letzten zwanzig Jahren stark verändert.

Doch welche Anforderungen stellen heute Unternehmen, Organisationen und politische Gremien an ihre Kommunikationsabteilungen und deren Leiter? Sind strategische Mitarbeit, wertschöpfende Konzepte, integrierte Kommunikationspläne und Sachverstand gefragt oder entscheiden über ein erfolgreiches Handeln vor allem Auftreten, Krisenfestigkeit und ein erprobtes Netzwerk zu Opinion Leaders und Medien?

Der .HarbourClub. stellt sich mit seinem siebten Symposium der Diskussion über das Berufsbild des CCO. Kommunikationsverantwortliche von Schweizer Unternehmen geben Einblicke in ihre tägliche Berufspraxis; Wirtschaftsführer definieren das Stellenprofil der Kommunikationsverantwortlichen von morgen und Wirtschaftsberater analysieren die Situation in unterschiedlichsten Organisationen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Symposiums erwarten folgende Themen:

- Der Blick von oben: Erwartungen von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung an die Kommunikationsverantwortlichen
- Der Blick von aussen: Unternehmens-, Kommunikationsberater und Headhunter über das ideale Profil von CCOs und den strategischen Wertbeitrag von Kommunikationsabteilungen
- Der Blick von der Seite: Voraussetzungen erfolgreicher CCOs bezüglich Fachwissen, Berufserfahrung und ihrer Persönlichkeitsmerkmale
- Der Blick von innen: Prozess- und Schnittstellenmanagement, Arbeitsschwerpunkte und Selbstverständnis am Beispiel des Alltags erfolgreicher CCOs

Fünf Referate, vier Workshops mit aktiven Schweizer Chief Communications Officers, eine Podiumsdiskussion und genügend Zeit für Networking mit den Entscheidern der Kommunikationsbranche machen das attraktive Angebot des .HarbourClub.-Symposiums 2006 aus.

Referenten und Podiumsteilnehmer

Jan Bielinski



Jan A. Bielinski ist Chief Communications Officer der Julius Bär Gruppe und in dieser Funktion auch für Investor Relations zuständig. Neben seiner beruflichen Tätigkeit vertritt Jan Bielinski eine Gruppe von Banken in der Kommission für Kommunikation und Public Affairs der Schweizerischen Bankiervereinigung.

Rolf Dörig



Rolf Dörig ist seit November 2002 CEO der Swiss Life-Gruppe. Davor war er seit 1986 für verschiedene Geschäftsbereiche der Credit Suisse verantwortlich, zeitweise auch Stabs- und Kommunikationschef. Ab dem Frühjahr 2002 bekleidete er das Amt des Chairman Schweiz der Credit Suisse Group. Die Basis für seine berufliche Laufbahn legte Rolf Dörig mit dem Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Zürich (Dr. iur.) und dem Zürcher Anwaltspatent.

Claudio Feser



Claudio Feser arbeitet seit 1992 bei McKinsey, seit 2005 in der Funktion des Geschäftsführers Schweiz. Davor war er in der Finanzabteilung von Shell tätig. Seine Spezialgebiete liegen in der Beratung von Finanzdienstleistern und Telekom-Unternehmen. Er hat an der Universität Bern Ökonomie studiert und am INSEAD in Fontainebleau mit einem MBA abgeschlossen.

Alexander Fleischer



Alexander Fleischer ist seit 1998 bei der Pricewaterhouse Coopers (PwC), heute als Leiter Marketing & Kommunikation. Er hat ein Diplom in BWL und einen Master in Kommunikationswissenschaft. Von 1995 bis 1998 arbeitete er für eine Schweizer PR-Agentur in Berlin, Zürich und Frankfurt. Er ist Präsident des .HarbourClub.

Martin E. Heuberger



Martin E. Heuberger ist seit 1987 geschäftsführender Partner von Amrop Hever, dem weltweit internationalsten Executive Search Unternehmen. Zuvor war er 15 Jahre Personaldirektor der Citigroup. Er verfügt über einen Abschluss in Betriebswirtschaft und Elektrotechnik.

Aloys Hirzel



Aloys Hirzel ist Partner bei Hirzel. Neef. Schmid. Konsulenten. Bis 1996 war er Verwaltungsratspräsident und geschäftsführender Partner der Trimedia Communications, des grössten international tätigen Kommunikationsberatungsunternehmens der Schweiz. Bis 1976 war er als Informations- und Pressechef der Mövenpick-Unternehmungen, zuvor als Redaktor verschiedener Tageszeitungen tätig.

Stephan Howeg



Stephan Howeg leitet die Corporate Communications von Cablecom. Zuvor war er verantwortlich für die Kommunikation und IR bei Ascom und sunrise. Er studierte Geschichte, Philosophie und Soziologie in Zürich, nachdem er eine Mechanikerlehre abgeschlossen hatte. Er ist Mitglied des Vorstandes des .Harbour-Club.

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 «Bilanz» und bei der Presseagentur «spk». Er hat in Basel und Freiburg im Breisgau Geschichte, Germanistik und Politische Wissenschaften studiert.

Hans-Peter Nehmer



Hans-Peter Nehmer ist Leiter Corporate Communications und Mediensprecher der Hotelplan Gruppe. Vor dem Seitenwechsel in die PR-Branche war er Journalist bei Radio Z und dem Schweizer Fernsehen.

Thierry Lalive d'Epina



Thierry Lalive d'Epina ist geschäftsführender Partner der Unternehmensberatungsfirma HPO AG, Freienbach/SZ und seit 1999 Verwaltungsratspräsident der SBB. Von 1990 bis 1996 war er Mitglied der Konzernleitung von Landis & Gyr. Er ist Diplomingenieur ETH Zürich und Doktor der Technischen Wissenschaften.

Isabelle Welton



Isabelle Welton leitet die Unternehmenskommunikation von IBM Schweiz sowie der Region Schweiz/Österreich/Osteuropa. Von 2001 bis 2003 baute sie bei der EFG Private Bank den Bereich Corporate Communications auf. Davor war sie verantwortlich für die weltweite externe Kommunikation bei der Zurich Financial Services, nachdem sie einige Jahre in Kommunikationsagenturen gearbeitet hatte. Sie hat Jurisprudenz in Zürich studiert und ist Mitglied des Vorstandes des .Harbour-Club.

.HARBOURCLUB.

50 CHIEF COMMUNICATIONS OFFICERS

Der .HarbourClub. bietet seinen Mitgliedern, 50 Chief Communications Officers, eine Plattform zum persönlichen Erfahrungsaustausch. Das Ziel des 2000 gegründeten Clubs ist es, die Professionalisierung der Funktion «Corporate Communications» voranzutreiben und ihre Bedeutung zu vermitteln. Weitere Informationen: www.harbourclub.ch.

- 8.30 Kaffee
- 9.00 Begrüssung
Begrüssung und Einführung durch Gaby Tschofen, Vize-Präsidentin .HarbourClub. und Head of Corporate Communications von Barry Callebaut AG.
- 9.15 Die Kommunikationsfunktion aus Sicht des Strategieberaters
Claudio Feser, CEO McKinsey Schweiz
Zweck und Ausgestaltung der Kommunikationsfunktion aus betriebswirtschaftlicher Sicht.
- 9.50 Was ist der Wert eines CCO?
Martin E. Heuberger, Amrop Hever Global Executive Search, Zumikon
Wie sieht der Personalmarkt für Kommunikationschefs aus? Welche Persönlichkeitsprofile suchen CEOs und Personalverantwortliche?
- 10.25 Die Rolle des Kommunikationschefs – Anspruch und Wirklichkeit
Aloys Hirzel, Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten
Wie erwirbt ein CCO intern und extern die nötige Akzeptanz?
Wie entwickelt sich das Berufsbild?
- 11.00 Pause
- 11.15 Parallel-Workshops in vier Gruppen

Workshop 1

Kommunikationsarbeit bei Akquisitionen

Fallbeispiel: Julius Bär, Jan Bielinski

2005 hat Julius Bär drei Privatbanken sowie den Vermögensverwalter GAM übernommen. Welches waren die Herausforderungen für die Kommunikationsabteilung, welches sind die Erfahrungen nach 12 Monaten?

Workshop 2

Medienarbeit in einer Krise

Fallbeispiel: Hotelplan, Hans-Peter Nehmer

Mit dem Tsunami Ende 2004 waren 2000 Kunden des Reiseveranstalters direkt betroffen. Damit wurde das Reputationsmanagement auf eine harte Probe gestellt.

Workshop 3

Trends in der internationalen Unternehmenskommunikation

Fallbeispiel: IBM, Isabelle Welton

Wie richtet ein Unternehmen mit weltweit 320'000 Mitarbeitenden und sehr unterschiedlichen Märkten seine Kommunikation für die Zukunft aus?

Workshop 4

Kommunikation mit politischen Akteuren

Fallbeispiel: Cablecom, Stephan Howeg

Die Beziehungsarbeit mit politischen Vertretern und Institutionen wird von einigen CCOs vernachlässigt. Nicht so beim grössten Schweizer Kabelnetzbetreiber. Einblick hinter die Kulissen der Wirtschaftspolitik.

12.30 Lunch

13.45 Parallel-Workshops in vier Gruppen (Zweitdurchführung)

15.00 Kurze Pause

15.15 Die Sicht des Verwaltungsrates

Thierry Lalive d'Epinay, Präsident des Verwaltungsrates, SBB

Inwieweit liegt die Unternehmenskommunikation als Teil der Corporate Governance in der Verantwortung des Verwaltungsrates?

15.45 Die Sicht des CEOs

Rolf Dörig, CEO, Swiss Life

Der Kommunikationchef bin ich! Und warum ich trotzdem einen habe.

16.30 Podiumsdiskussion unter der Leitung von René Lüchinger, Chefredaktor Bilanz

17.15 Verabschiedung

Gaby Tschofen, Vize-Präsidentin .HarbourClub.

17.30 Apéro

.HARBOURCLUB. 50 CHIEF COMMUNICATIONS OFFICERS

Antworttalon an die Adresse auf der Rückseite einsenden oder faxen an +41 (0)44 384 49 01.

Anmeldungen online unter www.harbourclub.ch

Bei Stornierung nach Anmeldeschluss (6. November) ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

Anmeldung Symposium «Kommunikationschef – Strategie, Coach oder Papiertiger?» vom 23. November 2006, 8.30 bis 17.30 Uhr bei PricewaterhouseCoopers, Birchstrasse 160, Zürich-Oerlikon

- Ja, ich nehme am Symposium teil.
Preis inkl. Lunch und Pausenerfrischungen: CHF 780.-.
- Ja, ich nehme das Geschenk gerne an: Bitte senden Sie mir die BILANZ während dem nächsten halben Jahr kostenlos zu.

Firma _____

Name _____ Vorname _____

Funktion _____

Strasse _____ PLZ/Ort _____

Telefon _____ Telefax _____

E-Mail _____

Datum, Unterschrift _____

