

Ihr Geschenk bei Anmeldung:
Ein Halbjahresabo des
Wirtschaftsmagazins BILANZ

■ Symposium

.Moral als Wettbewerbsvorteil – Kommunikation im Zeitalter des Wertpluralismus.

Donnerstag, 22. November 2007

8.30 Uhr bis 17.30 Uhr

Studio 1, Schweizer Fernsehen, Fernsehstrasse 1-4, 8052 Zürich

Pünktlich Steuern zahlen, Gesetze nach dem Buchstaben einhalten und Arbeitsplätze schaffen genügt für einen guten unternehmerischen Ruf nicht mehr.

Organisationen werden vermehrt nach ethischen Normen beurteilt: Mitarbeitende bewerben sich am liebsten bei Arbeitgebern mit einem sozialen Image, Investoren berücksichtigen bei ihrer Kapitalanlage die moralischen Massstäbe des Managements, Kunden belohnen umweltschonende und sozialverträgliche Produktionsbedingungen, die Öffentlichkeit und die Medien setzen den Einsatz für die Allgemeinheit schon fast als Standard voraus.

Es gibt zahlreiche Beispiele von Firmen, die einen wirkungsvollen Wettbewerbsvorteil erzielt haben, indem sie Anstrengungen im Umwelt- und Sozialbereich, im Sponsoring oder als Corporate Citizen ihrem Handeln zugrunde legen und diese überzeugend kommunizieren.

An seinem achten Symposium thematisiert der .HarbourClub. den Umgang mit dem zunehmenden Wertpluralismus im unternehmerischen Alltag unter folgenden Aspekten:

- Welche kommunikativen Aufgaben ergeben sich aus den unterschiedlichen moralischen Ansprüchen verschiedener Gruppen und Kulturen?
- Welche Werte vertreten Unternehmen, und wie hilft Kommunikation wirksam dabei?
- Wie viel ist den Kunden ihr gutes Gewissen wert, und wie wird dieser Mehrwert kommunikativ erschlossen?
- Wie können Kommunikationsverantwortliche den moralischen Grundsätzen gerecht werden, die Medien heute einfordern?
- Wo zahlt sich wertorientiertes Handeln am deutlichsten aus?

Spannende Referate, praxisnahe Workshops mit aktiven Schweizer Chief Communications Officers, eine Podiumsdiskussion und genügend Zeit für Networking zeichnen auch 2007 das attraktive Angebot des .HarbourClub.-Symposiums aus.

Ingrid Deltenre



Ingrid Deltenre ist seit 2004 Direktorin des Schweizer Fernsehens. Davor war sie Geschäftsführerin der Publi-suisse. Seit 1991 arbeitete sie bei Ringier, u.a. als Verlags-leiterin von «Cash». Sie studierte an der Universität Zürich Pädagogik, Publizistik und biologische Anthropologie.

Pater Lukas Niederberger



Lukas Niederberger ist seit 2001 Direktor im Bildungs-zentrum Lassalle-Haus Bad Schönbrunn (Edlibach/ZG). Er leitet Seminare in den Bereichen Ethik, Führung und Entscheidungsfindung. Er veröffentlichte 2004 das Buch «Am liebsten beides. Entscheidungen sinnvoll treffen».

Ulrich Gygi



Ulrich Gygi ist seit Sommer 2000 Konzernleiter der Schweizerischen Post. Er hat an der Uni Bern in Wirt-schaftswissenschaften doktriert. Nach einer Assistenz am Betriebswirtschaftlichen Institut wechselte er 1979 in die Eidgenössische Finanzverwaltung und wurde 1989 Direktor.

Reto Ringger



Reto Ringger ist Gründer, CEO und Delegierter des Verwaltungsrates der SAM Group, dem weltweit führenden Anbieter für Sustainability Investments. Zuvor arbeitete er bei den Banken Vontobel, Leu und Sarasin sowie Swiss Re. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Uni Zürich.

Ueli Haldimann



Ueli Haldimann arbeitet mit zwei Unterbrüchen – zuerst als Chefredaktor der «Sonntagszeitung» und dann der Pendlerzeitung «Metropol» – seit 1985 beim Schweizer Fernsehen und ist heute sein Chefredaktor. Er studierte Geschichte und Publizistik in Zürich.

Sybille Sachs



Sybille Sachs ist Leiterin des Centers for Strategic Management: Stakeholder View an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) und Titularprofessorin an der Universität Zürich. Sie leitet unter anderem das Forschungsprojekt «Good Practices of Stakeholder View».

Valentin Landmann



Valentin Landmann ist Anwalt in Zürich. Nach seinem Rechtsstudium war er Lehrbeauftragter und Bezirksanwalt in Zürich. 1984 eröffnete er seine eigene Kanzlei. Sein letztes Buch erschien 2006 unter dem Titel «Verbrechen als Markt – Zur Ökonomie der Halbwelt und der Unterwelt».

Rolf Schläpfer



Rolf Schläpfer ist Leiter Global Corporate Communications der Roche Gruppe. Davor war er CEO und Mitinhaber der Corporate Identity- und Branding-Agentur Wirz Identity. Er studierte in Zürich Betriebswirtschaft.

René Lüchinger



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

Kaspar Schuler



Kaspar Schuler ist Geschäftsleiter von Greenpeace in der Schweiz. Früher arbeitete er für die Schweizer Entwick-lungszusammenarbeit in Rumänien, als Autor und freier Journalist, Alphirt und Senn, leitete den Dachverband der Bündner Umweltorganisationen und war ehrenamtlicher Vizepräsident des WWF Schweiz.

Hans Ulrich Märki



Hans Ulrich Märki ist Chairman of the Board, IBM Europe, Middle East, Africa. Er begann seine Karriere bei IBM 1974 als Werkstudent. Er ist Verwaltungsrat bei ABB, Mettler-Toledo und Swiss Re. Er studierte in Basel Wirtschaftswissenschaften.

Felix Wehrle



Felix Wehrle ist Leiter Kommunikation/Qualitätssicherung bei Coop, wo er seit 1984 in unterschiedlichen Funktionen tätig ist. Er studierte in Basel Wirtschaftswissenschaften.

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 Im Dialog mit den Stakeholdern

Prof. Sybille Sachs, Uni Zürich und HWZ
Was ist Corporate Stakeholder Responsibility oder weshalb ist das
Thema Werte für Unternehmen wichtiger geworden?

9.50 Die NGOs als Meister des Campaigning

Kaspar Schuler, Greenpeace
Wie Greenpeace Menschen und Unternehmen bewegt.

10.25 Die Post, ein Unternehmen im Wandel

Ulrich Gygi, Die Schweizerische Post
Welche Werte leiten die Post auf dem Weg ins Unternehmertum?

11.00 Kurze Pause

11.15 Parallel-Workshops in vier Gruppen

12.30 Lunch

13.45 Parallel-Workshops (Zweitdurchführung)

> Workshop 1

Die divergierenden Ansprüche der Konsumenten
Felix Wehrle, Coop
Mit Naturaplan-Produkten verdient Coop inzwischen gutes Geld.
Doch wie viel ist dem Konsumenten Umwelt- und Tiergerechtigkeit
wert? Wie bringt man die divergierenden Konsumenteninteressen
unter einen Hut?

> Workshop 2

Wertorientierte Führung
Hans Ulrich Märki, IBM
IBM legt in ihrer Führungsausbildung viel Wert auf die soziale
Kompetenz und das integre Verhalten seines Managements.

> Workshop 3

Die Werte der Medien
Ueli Haldimann, Chefredaktor SF
Was überwiegt: das öffentliche Interesse oder der Schutz der
Persönlichkeit? Wie weit gehen Medien bei der Aufdeckung
vermeintlicher Ungereimtheiten?

> Workshop 4

Wettbewerbsvorteile durch nachhaltige
Unternehmensstrategie
Reto Ringger, CEO SAM
Wie kann ein Unternehmen die Chancen und Risiken aus einer
nachhaltigen Entwicklung erfolgreich umsetzen?

15.00 Kurze Pause

15.15 Medien im Spannungsfeld zwischen
journalistischer Verantwortung und
Instrumentalisierung

Ingrid Deltenre, Schweizer Fernsehen
Inwieweit lassen sich Medien durch Interessensgruppen
instrumentalisieren?

15.45 Wertpluralismus im internationalen
Kontext

Rolf Schläpfer, Roche
Wie reagiert ein internationaler Pharmakonzern auf die
unterschiedlichen Wertevorstellungen seiner Stakeholders
rund um die Welt?

16.30 Podiumsdiskussion mit Valentin Landmann,
Pater Lukas Niederberger und Hans Ulrich Märki.
Leitung: René Lüchinger

17.15 Verabschiedung durch Gaby Tschofen, Vize-
Präsidentin .HarbourClub.

17.30 Apéro

.HARBOURCLUB. 50 CHIEF COMMUNICATIONS OFFICERS

.Anmeldung.

Anmeldungen am einfachsten online unter www.harbourclub.ch
oder Antworttalon an die Adresse auf der Rückseite einsenden.

Bei Stornierung nach Anmeldeschluss (6. November 2007) ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

Symposium «Moral als Wettbewerbsvorteil»

vom Donnerstag, 22. November 2007

08.30 bis 17.30 Uhr beim Schweizer Fernsehen,
Fernsehstrasse 1-4, 8052 Zürich

- 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 _____

E-Mail _____

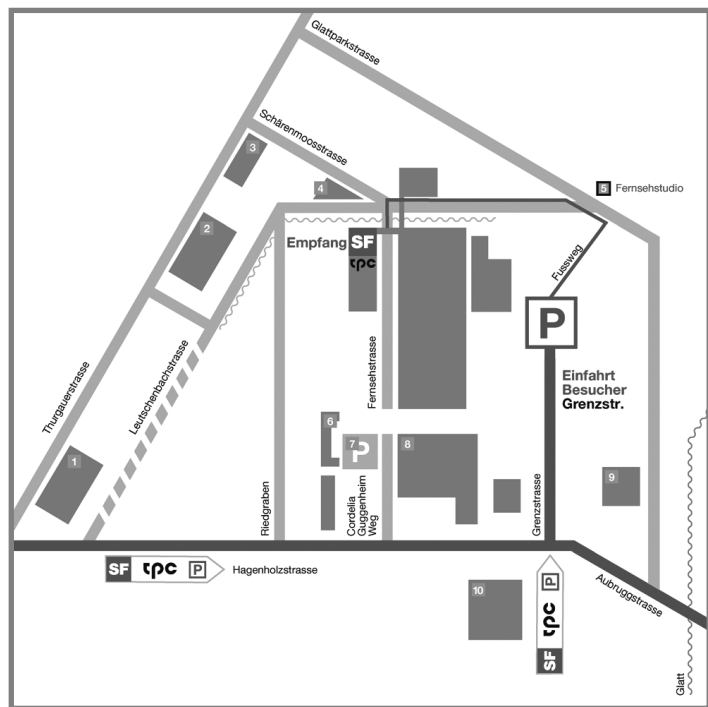
Datum, Unterschrift _____

.Information.

**Symposium «Moral als Wettbewerbsvorteil»
vom Donnerstag, 22. November 2007**

Anmeldeschluss: 6. November 2007

Ihr Weg zum Schweizer Fernsehen



Sponsoren und Partner




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.harbouclub.ch.

Mit freundlicher Unterstützung von *economiesuisse*.

Anfahrt mit dem öffentlichen Verkehr

Mit Tram Nr. 11 ab Hauptbahnhof Zürich oder Bahnhof Oerlikon, Richtung Auzeleg, bis Station «Fernsehstudio». Zu Fuss ist das Studio vom Bahnhof Oerlikon in 20 Minuten erreichbar.

Anfahrt mit dem Auto

Es ist eine beschränkte Anzahl von kostenpflichtigen Parkplätzen vorhanden. Achten Sie auf der Autobahn und in der Stadt Zürich auf das Zeichen  der Messe Zürich. Folgen Sie ihm, denn das Fernsehstudio liegt ganz in der Nähe. Achten Sie auf den Wegweiser «SF/tpc Besucher».

Symposiumssekretariat

Marianne Kaufmann
Telefon +41 (0)71 246 51 13, Fax +41 (0)71 246 51 01
marianne.kaufmann@mediapolis.ch

Teilnahmegebühr

Preis (inkl. Pausenverpflegung und Lunch): CHF 780.-.
Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Bei Stornierung nach Anmeldeschluss ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

Anmeldung Symposium .HarbourClub. vom 22. November 2007, 8.30 bis 17.30 Uhr bei SF, Fernsehstrasse 1-4, 8052 Zürich.

Anmeldeschluss 6. November 2007

.HARBOURCLUB.

50 CHIEF COMMUNICATIONS OFFICERS
c/o Mediapolis
Kirchenweg 4
8032 Zürich