

HARBOURCLUB

HarbourClub

Der HarbourClub wurde zwanzig Jahre alt

Ursprünglich war die Obergrenze des Clubs bei fünfzig Mitgliedern, heute sind es hundert. Ein deutliches Zeichen, dass der HarbourClub einem Bedürfnis entspricht. Happy birthday!

Text: **Andreas Jäggi** Bild: **HarbourClub**



Anlässlich des Sommerfests 2020 wurde der Alt-Präsident Dominique Morel vom Vorstand geehrt. V. l. n. r.: Roman Sidler, Edi Estermann, Hans-Peter Nehmer (Präsident.) Alice Chalupny, Dominique Morel, Myriam Käser.

Am Mittwoch, dem 30. August 2000, fand im HarbourHouse in Zürich Wollishofen die Gründungsversammlung eines Vereins statt, der heute aus der Kommunikationslandschaft der Schweiz nicht wegzudenken ist: der HarbourClub – Chief Communications Officers. Das regnerische Wetter tat der Stimmung keinen Abbruch. Viele der Anwesenden, gut zwei Dutzend Kommunikationschefinnen und -chefs grosser Schweizer Unternehmen, trafen sich das erste Mal bei einem Stehlunch mit Aussicht auf den Zürichsee. Bald waren sie in einem regen Austausch und starteten damit eine Tradition, die mittlerweile zwanzig Jahre alt geworden ist. Während der Vormonate hatte sich ein kon-

spiratives Grüppchen getroffen, der spätere erste Vorstand, um über die Statuten zu brüten und erste Mitglieder zu gewinnen. Der Club wollte Plattform sein für die weitere Professionalisierung, Qualitätssicherung,

Andreas Thommen, Gründer:
«Ich wollte keinen andere Organisation konkurrenzieren.»

den kontinuierlichen Informationsaustausch und für mehr Transparenz des noch jungen Berufsstandes. Die Idee für den Club stamm-

Präsidium HarbourClub 2000–2020

2000–2005	Walter Vaterlaus
2005–2011	Alexander Fleischer
2011–2014	Corina Atzli
2014–2020	Dominique Morel
Seit 2020	Hans-Peter Nehmer

te von Andreas Thommen, damaliger Head of Wirz Corporate Communications. «Mir war wichtig, keine Konkurrenz zu bestehenden Organisationen ins Leben zu rufen. Wir wollten kein Verband mit den damit verbundenen Aufgaben und Verpflichtungen sein, sondern ein Club von Gleichgesinnten, die Diskussionen auf Augenhöhe führen und ihre Aktivitäten ganz nach den Bedürfnissen der Mitglieder organisieren konnten.» Schon bald nach der Gründung setzte unter dem Gründungspräsidenten Walter Vaterlaus, damals CCO von Clariant, ein stetiges Mitgliederwachstum ein. Der Club emanzipierte sich schnell von den Gründungsvätern und -müttern. «Es war erfreulich zu sehen, dass die Idee des Clubs bei den Kolleginnen und Kollegen auf so gute Resonanz stiess. Aus den persönlichen Begegnungen sind auch Freundschaften entstanden, die ich pflege», sagt Walter Vaterlaus, der auch heute noch in regem Kontakt mit vielen seiner früheren Berufskollegen steht.

Das Angebot wird stetig ausgebaut

Zu den regelmässigen Club-Lunches, zuerst im HarbourHouse, dann im Hotel Belvoirpark und später und bis heute im Widder, trafen sich immer mehr Kommunikations-

verantwortliche. Gleichzeitig wurde eine Reihe von Mitgliedern vorbehaltenen Nachmittags-Workshops gestartet, in denen Sachthemen tiefgehend und auf Augenhöhe diskutiert werden.

Seit Beginn des Clubs spielte das jährliche Symposium eine wichtige Rolle. Damals wie heute ist diese Veranstaltung ein wichtiger Anlass, an dem sich Mitglieder und Öffentlichkeit zur Diskussion aktueller Herausforderungen in der Branche treffen. Dass es dieses Jahr wegen der Corona-Krise das erste Mal nicht stattfinden konnte, war für den

Ebenfalls 2006 fand das erste Sommerfest des HarbourClub statt. Zusammen mit Wirtschaftsjournalisten und Partnern des Clubs feiern die Mitglieder jeweils den Sommerbeginn. Ein Anlass, der auf stets grosses Interesse stösst und einen fixen Platz in den vollen Jahresagenden hat.

Der jährliche Neumitglieder-Apéro geht auf das Jahr 2007 zurück. Sei es bei der Besichtigung des kurz vor der Eröffnung stehenden Uetlibergtunnels, des neuen SRF-Newsrooms oder beim Sechseläuten mit direktem Blick auf den «Böög»: Der Club will



Willkommen – lassen sie uns einen Sprung in die Zukunft machen! Einerseits verändern Datenkenntnisse, Personalisierung, Visualisierung und Künstliche Intelligenz das Umfeld, in dem Kommunikation stattfindet, andererseits treibt die Kommunikation die Digitalisierung und die damit verbundenen Prozesse aktiv voran – und dies mit hoher Geschwindigkeit.

#bravenewcommunications

HARBOURCLUB

2018 veröffentlichte der HarbourClub mit «Brave new Communications» seine zehn Thesen zur Unternehmenskommunikation der Zukunft.



Bild Corina Atzli, erste Präsidentin des HarbourClub, wird vom jetzigen Präsidenten Hans-Peter Nehmer zu früheren Zeiten interviewt.

Club ein grosser Stimmungsdämpfer im Jubiläumsjahr. Schon 2006 baute der Verein seine Aktivitäten stark aus: Er übernahm die Schirmherrschaft über das traditionsreiche Bilanz-Geschäftsberichte-Rating, etablierte eine dritte Jury, weitete das Sample auf alle in der Schweiz börsenkotierten Unternehmen aus und bewertet heute über 220 Berichte im Online- sowie im Printbereich zu gleichen Teilen. Damit wurde ein Rating etabliert, das weltweit einmalig ist. Mit der diesjährigen Etablierung der Textjury des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW wurde ein weiterer Ausbauschritt realisiert.

das erste Zusammentreffen mit den neuen Kolleginnen und Kollegen zu einem Erlebnis machen.

Bereit für die Zukunft

Die Beschränkung auf fünfzig Mitglieder fiel 2008. Die Obergrenze steht heute bei hundert Mitgliedern und wird 2021 erstmals erreicht werden. Ein lebender Beweis für die Attraktivität und die Lebendigkeit des Clubs.

«Wir passen auf, nicht zu selbstzufrieden zu werden und den Club nur noch zu verwalten», meint Hans-Peter Nehmer, Head of Corporate Communications bei Allianz Suisse und seit Anfang 2020 Präsident des Har-

HarbourClub

Der HarbourClub dankt seinen Partnern für die Unterstützung und die langjährige Zusammenarbeit: Linkgroup, Antalis, Apostroph, Argus Data Insights, Beekeeper, Leap Partners, Media Focus, Relevant und Supertext sowie den Hochschulpartnern Universität Zürich, Zürcher Hochschule der Künste, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften und den Medienpartnern Bilanz und «persönlich».



Das HarbourClub-Symposium bietet immer Gelegenheit zum fachlichen Austausch auf höchstem Niveau, 2010 als Gast der UBS im Grüenhof in Zürich.

bourClub. «Mit unserer Mitgliederumfrage zu Beginn des nächsten Jahres wollen wir wissen, ob wir unser Angebot anpassen müssen.» Am Hauptzweck des Clubs wird sich so schnell nichts ändern. Hans-Peter Nehmer: «Die Kernfrage ist nach wie vor, welchen Herausforderungen sich Kommunikationsverantwortliche angesichts des technologischen und gesellschaftlichen Wandels stellen müssen und wie sehr sich das Berufsbild dabei ändert.» Und dies wird wohl auch in den nächsten zwanzig Jahren so bleiben. □