

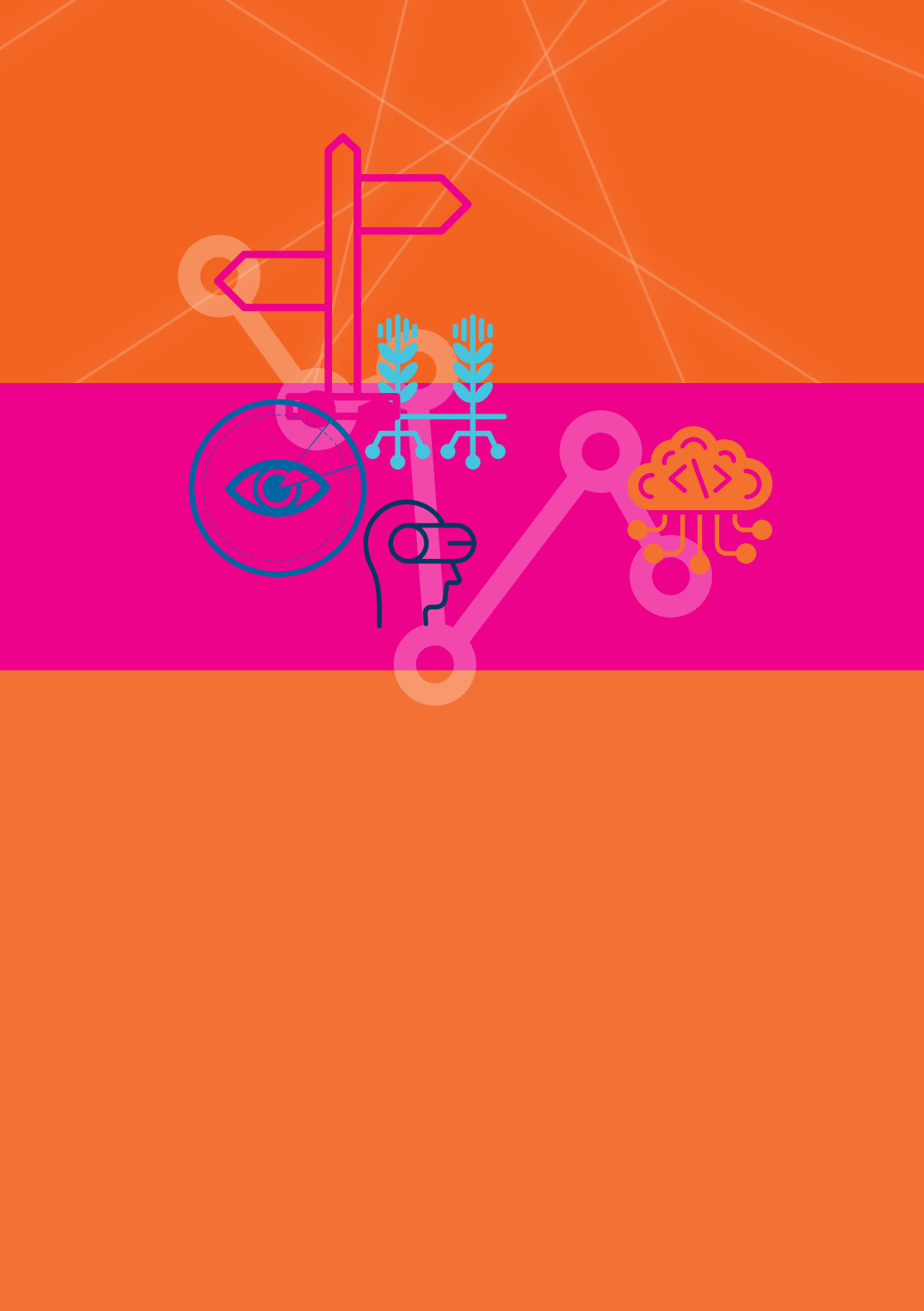
HarbourClub Symposium

# ANTICIPATE!

Mittwoch, 21. November 2018  
8.30 Uhr bis 18.30 Uhr  
Kraftwerk Zürich



HARBOURCLUB





**Dominique Morel**  
Präsident  
HarbourClub

## HERZLICH WILLKOMMEN

Erfolg gründet in der heutigen Fähigkeit, künftige Entwicklungen zu antizipieren und auch für Unerwartetes bereit zu sein. Haben wir einen Platz in der Zukunft der Kommunikation? Wie sich Unternehmen in einer digitalisierten Welt auf die kommenden Herausforderungen einstellen, zeigt das 19. HarbourClub Symposium im Kraftwerk in Zürich. Hauptpartner sind diesmal die Schweizerischen Bundesbahnen. Freuen Sie sich auf neue Impulse!

# REFERENTINNEN UND REFERENTEN



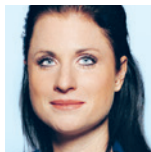
**Hannes  
Britschgi**

Nach dem Anwaltspatent arbeitete Hannes Britschgi 15 Jahre lang beim Schweizer Fernsehen («Karusell», «Max», «Kassensturz», «Rundschau»), dann drei Jahre als Chefredaktor beim Schweizer Nachrichtenmagazin «Facts» und seit 13 Jahren ist er bei Ringier engagiert («RingierTV», «SonntagsBlick»), heute als Ringier-Publizist und Leiter der Ringier Journalistenschule.



**Kathrin  
Amacker**

Dr. Kathrin Amacker ist Mitglied der Konzernleitung SBB AG. Seit 1. Mai 2013 verantwortet sie die Markenführung, den Dialog mit Anspruchsgruppen und Partnern, den Bereich Regulation und Politik, die interne und externe Kommunikation sowie das Nachhaltigkeitsmanagement. Zuvor leitete sie die Unternehmenskommunikation der Swisscom und war Mitglied der Konzernleitung des Telekommunikationsunternehmens. Zu Beginn ihrer beruflichen Karriere war Kathrin Amacker bei Novartis tätig, unter anderem als Projektleiterin in technischen Bereichen sowie im Human Resources Management. Sie war zudem sozialpartnerschaftlich und politisch aktiv, unter anderem als CVP-Nationalrätin.



**Angela  
Geering**

Angela Geering ist seit Anfang 2017 Head of Corporate Communications & Public Affairs bei Generali Schweiz. Im Verlauf ihrer Karriere wurde sie mit der ganzen Klaviatur der Kommunikationsdisziplinen vertraut und verantwortete unter anderem Bereiche wie Sponsoring & Events sowie Brand Management & Marketingkommunikation. Als Verantwortliche für die gesamte Unternehmenskommunikation bei Generali verfolgt sie den Ansatz der integrierten Kommunikation und hat erfolgreich den Generali Newsroom ins Leben gerufen und implementiert. Angela Geering ist eidgenössisch diplomierte Marketingfachfrau und absolviert zurzeit einen Wirtschaftsmaster in Communications Management.



**Lino  
Guzzella**

Prof. Dr. Lino Guzzella ist seit Anfang 2015 Präsident der ETH Zürich und seit 1999 ordentlicher Professor für Thermotronik. Von Mitte 2012 bis Ende 2014 war er Rektor der ETH Zürich. Lino Guzzella studierte an der ETH Zürich Maschinenbau, wo er 1986 auch promovierte. Nach Industrieerfahrungen in Forschung und Entwicklung bei den Firmen Sulzer und Hilti wurde er 1993 als Assistenzprofessor an die ETH Zürich berufen. Von 2003 bis 2004 war er Honda Visiting Professor an der Ohio State University. In seiner Forschung konzentrierte er sich auf neue Ansätze in der Systemdynamik und in der Regelung von Energiewandlungssystemen, wofür er mit mehreren Preisen ausgezeichnet wurde. Er ist Mitglied der Schweizerischen Akademie der Technischen Wissenschaften (SATW) sowie des Stiftungsratsausschusses des Swiss Innovation Park.



**Frederike  
Petzschner**

Dr. Frederike Petzschner ist seit 2013 Senior Research Fellow bei der Translational Neuromodeling Unit (TNU) der Universität Zürich und der ETH Zürich. Davor hat sie ihren Master in Physik an der Universität Würzburg und einen Dokortitel in Neurowissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität in München erworben. In ihrer wissenschaftlichen Arbeit verwendet Frederike Petzschner mathematische Modelle, um unsere Wahrnehmung und unser Entscheidungsverhalten zu erklären.



**Dominique  
Morel**

Dominique Morel ist Partner und Head Marketing, Communications & Sales von KPMG in der Schweiz. In diesen Bereich gehören die integrierte Marketing- und Kommunikationsstrategie, Public Relations & Affairs, Internal Communications, Digital Media, Brand Management, Marketing and Sales Support (inkl. CRM). Bevor er 2001 bei KPMG als Brand Manager einstieg, war er zwei Jahre Managing Partner einer Internet- & Branding-Agentur. Von 1996 bis 2000 erlernte er das Handwerk der Kommunikation bei Wirz Identity und Wirz Werbung. Dominique Morel ist Betriebsökonom FH mit Executive MBA HSG und Weiterbildung (TGM 2012) am Insead (Fontainebleau/Singapur).



**Thomas  
Fröhlich**

Thomas Fröhlich ist seit über zehn Jahren engagiert für die Schweizer Salinen – zuletzt in der Funktion des Leiters Marketing und Verkauf. Er hat weitreichende Erfahrung in den Themen Markenführung, Strategieentwicklung und Geschäftsmobilisierung gesammelt, unter anderem als langjähriger Geschäftsführer des Instituts für Markentechnik in Genf. Er ist Gründungspartner von Leap Partners.



**Michelle  
Rothen**

Michelle Rothen ist Leiterin Strategisches Marketing und Nachhaltigkeit sowie Mitglied der Geschäftsleitung Kommunikation SBB. Sie verantwortet die Bereiche Strategie, Dachkommunikation SBB, Marketing Konzern, Customer Insights & Analytics, Customer Experience & Touchpoint Mgt, Digitale Transformation & Kommunikation und Nachhaltigkeit. Sie ist seit 15 Jahren im Unternehmen in unterschiedlichen leitenden Positionen tätig. Sie ist studierte Wirtschaftsinformatikerin und Betriebsökonomin mit einem MAS in Business Communication der Hochschule für Wirtschaft Zürich.



**Fabian Scherer**

Fabian Scherer ist Co-Leiter des Mobility-as-a-Service-Innovationsinkubators und des Corporate Startups SBB Green Class. Nach seinem Master in Umweltnaturwissenschaften an der ETH Zürich arbeitete er als Unternehmensberater im Bereich Nachhaltigkeit. Eine entscheidende Erfahrung in seinem Berufsweg waren darauf die vier Jahre im Software-Startup und ETH-Spinoff Ecospeed als Berater und Softwareentwickler. Ab 2014 arbeitete er für die SBB als Nachhaltigkeitsmanager, wo er unter anderem für nachhaltige Mobilität und grüne Innovation verantwortlich war. Dies führte ihn dazu, Initiator von SBB Green Class zu werden. Er ist dort seit 2016 die treibende Kraft.



**Michael Schlechtriem**

Michael Schlechtriem beschäftigt sich seit Anfang 2018 als VP Digital Transformation & Development im Bereich Corporate Communications der Deutschen Telekom AG kontinuierlich mit der Weiterentwicklung der Unternehmenskommunikation. Davor war er rund zehn Jahre lang für die Kommunikationsstrategie des Telekommunikationskonzerns zuständig. Vor seinem Wechsel in strategische Funktionen in der Konzernkommunikation verantwortete er ab 2005 als SVP Corporate Communications die Gesamtkommunikation der T-Online International AG, damals grösster Internetprovider Europas, und später die externe Kommunikation des Festnetzgeschäfts der Deutschen Telekom.



**Bakel Walden**

Bakel Walden studierte an den Universitäten Siegen und Poitiers Medienplanung, -entwicklung und -beratung (MA). Ab 2002 absolvierte er ein Volontariat als Unterhaltungsredaktor bei RTL in Köln. In seiner zehnjährigen Tätigkeit bei der RTL Group arbeitete er unter anderem im Strategieteam der Luxemburger Zentrale (2006–2008) und als Leiter Programmplanung und -entwicklung für die griechische Tochtergesellschaft Alpha TV (2009–2012). Von 2012 bis 2017 war Bakel Walden als Bereichsleiter Programmstrategie SRF zuständig für Fragen der Programmnutzung, der Positionierung und Gestaltung des Angebots sowie der Performance der einzelnen Vektoren und Inhalte. Seit Januar 2018 leitet er die neue SRG-Direktion «Entwicklung und Angebot» und ist Mitglied der nationalen Geschäftsleitung.

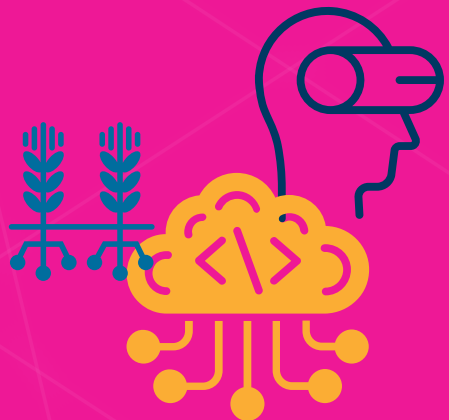


**Harald Welzer**

Prof. Dr. Harald Welzer ist Soziologe und Sozialpsychologe, Mitbegründer und Direktor von «Futurzwei. Stiftung Zukunftsfähigkeit», Professor für Transformationsdesign und -vermittlung an der Universität Flensburg sowie ständiger Gastprofessor für Sozialpsychologie an der Universität St. Gallen. Er hat zahlreiche Bücher zu gesellschaftspolitischen Fragen und zur Nachhaltigkeit geschrieben, unter anderem «Klimakriege. Wofür im 21. Jahrhundert getötet wird», «Selbst denken. Eine Anleitung zum Widerstand», zuletzt «Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit», alle erschienen im S. Fischer Verlag. Daneben ist er Herausgeber von «Futurzwei. Magazin für Zukunft und Politik».

Der HarbourClub tritt für ein starkes Kommunikationsmanagement in Unternehmen und Organisationen ein und fördert den Diskurs über Trends, Kernfragen und den Wertbeitrag der integrierten Kommunikation.

**Weitere Informationen unter**  
**[www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch)**



# PROGRAMM

8.30

Kaffee

9.00

Begrüssung

**Begrüssung und Einführung durch Dominique Morel, Präsident HarbourClub**

9.15

Womit wir nicht gerechnet haben

**Prof. Dr. Harald Welzer, Universität Flensburg, Direktor der Stiftung Futurzwei** Antizipieren heisst auch, Unbekanntes in Rechnung zu stellen. Doch was sind die tatsächlichen Herausforderungen unserer Gesellschaften, und genügen die heute von Politik und Wirtschaft angebotenen Lösungsansätze? Ein Plädoyer für eine angstfreie Beschäftigung mit der Zukunft.

10.00

Erwartung und Antizipation

**Dr. Frederike Petzschner, ETH Zürich & Universität Zürich, Translational Neuromodeling Unit** Alle unsere Entscheidungen gründen auf Erwartungen und der Vorwegnahme der Zukunft. Die Hirnforscherin Frederike Petzschner zeigt auf anschauliche Weise, woher Erwartungen kommen und wie sie unsere Wahrnehmung und Entscheidung beeinflussen.

10.45

Pause

11.15

Mobilitätsbedürfnisse der Zukunft

**Fabian Scherer, Co-Leiter Innovationsinkubator SBB:** Der Mobilitätsmarkt steht vor grossen Veränderungen. Die SBB tritt diesen aktiv entgegen und entwickelt sich zur nachhaltigen Mobilitätsdienstleisterin für die ganze Reise von Tür zu Tür. So wagt sie sich mit SBB Green Class auf die Strasse und bietet erstmals ein umfassendes, flexibles und umweltfreundliches Mobilitätskombipaket mit GA und Elektroauto an. Die nachhaltige Produktidee wurde in einem neuen Innovationsprozess schnell entwickelt und mit Kunden am Markt getestet.

12.00

Lunch



13.30

Breakout Sessions in fünf Gruppen  
(erste Durchführung)

14.30

Breakout Sessions in fünf Gruppen  
(zweite Durchführung)

15.30

Pause

**16.00**

Netflix – und sonst?  
Bewegtbild in  
der digitalen Zukunft

**Bakel Walden, Direktor Entwicklung und Angebot SRG SSR**  
Die Mediengewohnheiten verändern sich rasend schnell. Lange Texte haben es schwer, der Anteil des Bewegtbildes am Kommunikationsmix steigt weiter. Wie können Unternehmen und TV-Stationen darauf reagieren? Was sind die Erfolgsformate der Zukunft? Und wie sieht die neue digitale Player-Strategie der SRG aus?

**16.45**

Antizipieren  
disruptiver Zeiten

**Kathrin Amacker, Mitglied der Konzernleitung SBB AG, im Gespräch mit Lino Guzzella, Präsident ETH Zürich.**

**17.15**

Verabschiedung

**Verabschiedung** durch Dominique Morel, Präsident HarbourClub.

17.30

Apéro

# BREAKOUT SESSIONS

## BREAKOUT SESSION 1

### Content Factory – Plattform des Stakeholder-Dialogs

#### **Michael Schlechtriem, Deutsche Telekom**

Wer im digitalen Medienzeitalter erfolgreich kommunizieren möchte, muss den Stakeholder-Dialog in Echtzeit organisieren und seine Kommunikation maximal vernetzen. Die Content Factory der Deutschen Telekom AG arbeitet kanalübergreifend an vier zentralen Themenschwerpunkten. Basis ist dabei ein disruptiver Ansatz für das Management der Kommunikationsabteilung, der die agile Projektarbeit und die Partizipation der Mitarbeitenden in den Fokus rückt.

## BREAKOUT SESSION 2

### Change Management – Purpose, Führung und Kunden vereint

#### **Thomas Fröhlich, Schweizer Salinen**

Unternehmen müssen heute mehr denn je offen, schnell und wirksam auf veränderte Marktbedingungen oder sich ergebende Chancen reagieren. Hierzu braucht es eine entsprechend dynamische Arbeitskultur innerhalb der Organisation und wirksame Regeln und Instrumente für die Zusammenarbeit. Thomas Fröhlich, Leiter Marketing und Verkauf bei den Schweizer Salinen, zeigt anhand konkreter Beispiele auf, wie sich eine solche Kultur erfolgreich implementieren lässt, was es dazu braucht und was dies für die Organisation im Ergebnis bedeuten kann.

## BREAKOUT SESSION 3

### Corporate Story – Emotionen bewegen die Schweiz

#### **Michelle Rothen, SBB**

Die Entwicklung vom ehemaligen Staatsbetrieb zu einem wirtschaftlich geführten Unternehmen erforderte einen tiefgreifenden kulturellen Wandel. Heute steht die SBB im Spannungsfeld, die Kundenerwartungen im Jetzt zu erfüllen und sich gleichzeitig auf die Mobilitätswelt von morgen einzustellen. Dabei gilt es, die Effizienz zu erhöhen, einen hervorragenden Service public zu erbringen und die Schweiz und ihre Regionen zu verbinden. Die neue SBB Dachkommunikation will dieses Spannungsfeld mit einer emotionalen Ansprache adressieren: Unter dem Begriff «Meine SBB» zeigen Menschen, was ihnen die SBB bedeutet.

#### **BREAKOUT SESSION 4**

## Operating Model – Integration von Kommunikation

### **Dominique Morel, KPMG**

Strategien, Datenerkenntnisse, Personalisierung und Visualisierung verändern das Umfeld, in dem Kommunikation stattfindet. Andererseits treibt die Kommunikation die Digitalisierung und die damit verbundenen Prozesse der Client Experience aktiv voran. Dabei wird zunehmend auch ausserhalb der traditionellen Strukturen und Handlungsmuster gedacht. KPMG zeigt das Zusammenspiel der Disziplinen Marketing, Kommunikation und Sales in einem vollintegrierten Operating Model.

#### **BREAKOUT SESSION 5**

## Plain Language – Verständlichkeit schafft Vertrauen

### **Angela Geering, Head of Corporate Communications & Public Affairs, Generali Schweiz**

60 % der Menschen verstehen 80 % der Texte nicht. Ein Problem – speziell, wenn man Versicherungen in Zukunft mehr online und ohne Beratung verkaufen will. Darum trimmt Generali seine Corporate Language seit 2016 auf Verständlichkeit, Vertrauen und schnellere Conversions – international standardisiert vom Top-Management bis zum Call-Center-Agent. Ein Erfahrungsbericht.

# ANMELDUNG UND VERANSTALTUNGSPORT

## Symposium «Anticipate!»

Anmeldeschluss: 16. November 2018

Teilnahmegebühr: Preis inkl. Pausenverpflegung und Lunch: CHF 950.-. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Bei Stornierung nach Anmeldeschluss ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

## Anmeldungen zum HarbourClub Symposium 2018

[www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch)

## Ihr Weg zum Kraftwerk Zürich

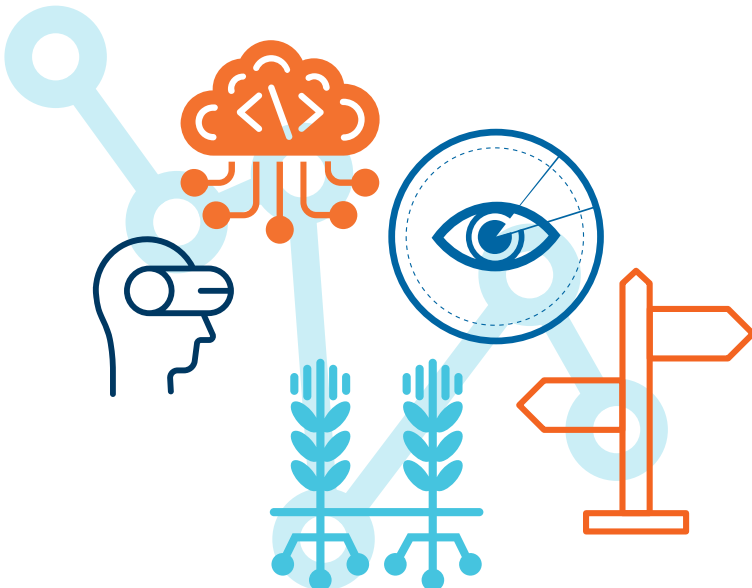
Selnaustrasse 25, 8001 Zürich

Das Kraftwerk ist mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Die Tram-Stationen Stauffacher, Bahnhof Selnau und Sihlstrasse sowie der SBB-Bahnhof Selnau liegen in Gehdistanz (max. 3 Minuten). Wichtig: Direkt vor dem Kraftwerk gibt es kaum Park-Möglichkeiten. Das City Parkhaus liegt 4 Gehminuten entfernt.

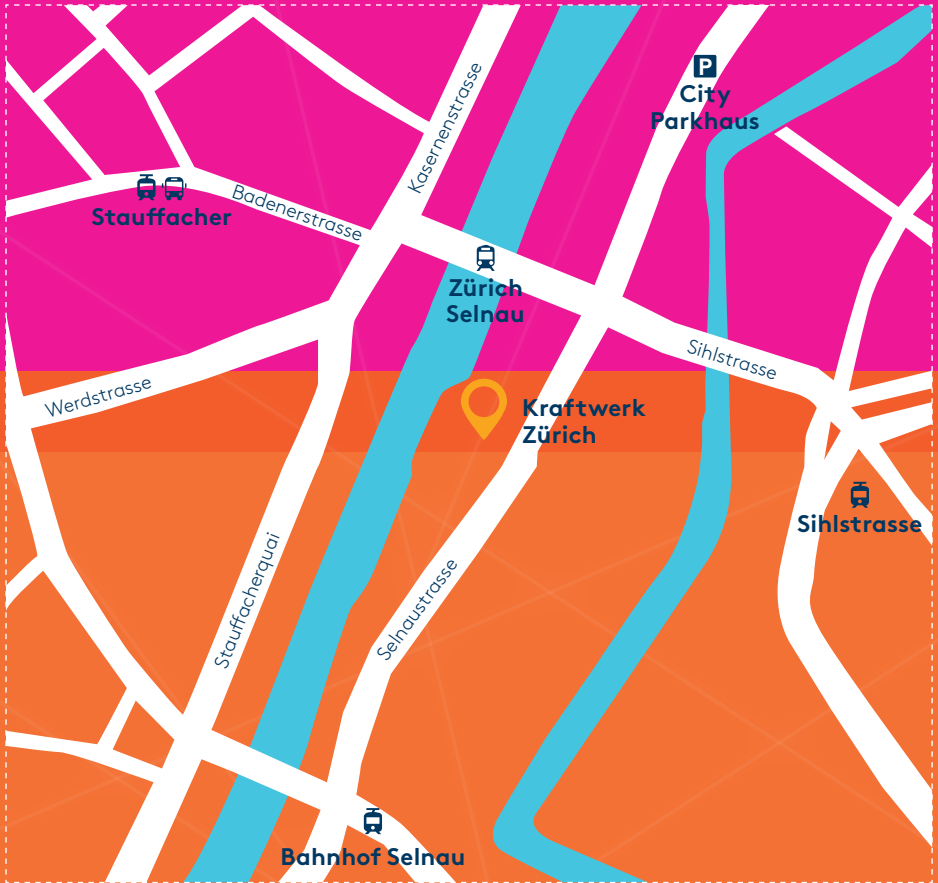
## Kontakt

[info@harbourclub.ch](mailto:info@harbourclub.ch)

#harboursymposium18



# Kraftwerk Zürich

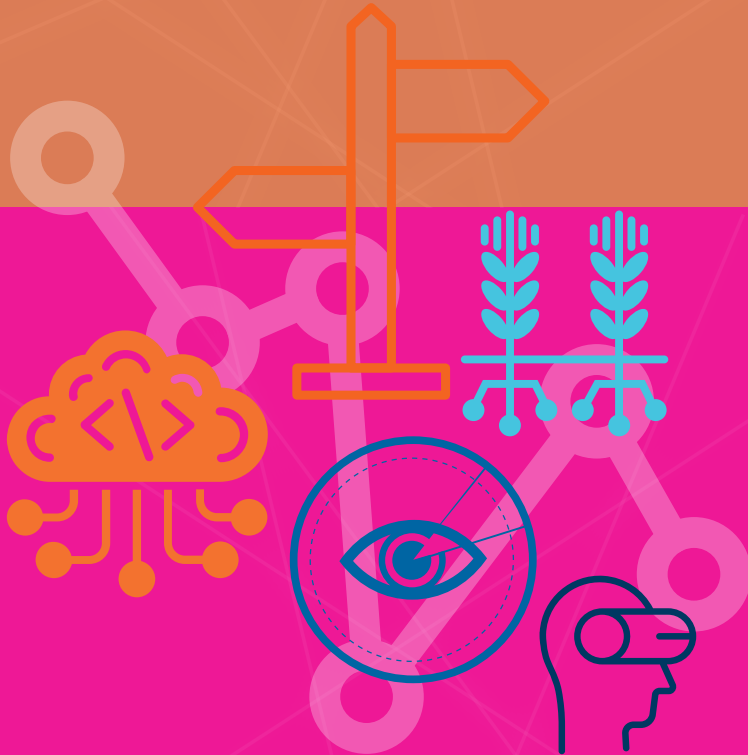


# UNSERE VERANSTALTUNGSPARTNER

Veranstaltungspartner



**SBB CFF FFS**



## Partner



linkgroup



LEAP PARTNERS

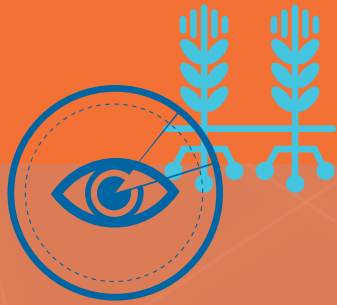


MIGROS

## Medienpartner

BILANZ

persönlich



 #HarbourSymposium18  
Symposiumssekretariat: [info@harbourclub.ch](mailto:info@harbourclub.ch)  
Weitere Informationen unter [www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch)

Das Design wurde durch Leap Design, Layout, Prepress und Press durch die Linkgroup AG ermöglicht und realisiert.