

# Interne Kommunikation

## Interne Kommunikation im Umbruch

Fachtagung | 27. Mai 2010 | NH Hotel Mediapark, Köln

**Referenten:** Lars Bank, Metro AG | Ariana Fischer, ICOM GmbH | Matthias Goldbeck, Commerzbank AG | Werner Idstein, SIGNUM communication GmbH | Janine Krönung, ING-DiBa AG | Elisabeth Pohl, Ford-Werke GmbH | Carsten Rossi, Kuhn, Kammann & Kuhn AG | Michael Röhl, Vodafone D2 GmbH | Henriette Viebig, RWE AG | Frank Wolf, T-Systems GmbH | Dr. Guido Wolf, conex Institut

### scm-Workshops am 28. Mai 2010

W1: Intranet und Web 2.0 in der Internen Kommunikation

W2: Mitarbeiterzeitschriften: Nur die Champions League zählt

W3: Veränderungs- und Führungskommunikation

[www.interne-kommunikation.net](http://www.interne-kommunikation.net)

# K2 Interne Kommunikation im Umbruch



Die Disziplin Interne Kommunikation steckt in mehrfacher Hinsicht mitten im Umbruch. Aufgrund wirtschaftlicher Probleme ist in vielen Firmen die Bedeutung der Internen Kommunikation als Mittler zwischen Belegschaft und Management stark gewachsen. Weil viele Unternehmen Mitarbeiter entlassen oder in Kurzarbeit schicken müssen, erkennt die Führungsebene, wie wichtig jene Kommunikationsfachleute sind, über die sie sich für gewöhnlich an ihre Belegschaft wenden. Die Rolle des internen Kommunikators verändert sich zunehmend. Anstatt nur Botschaften von der Vorstands- auf die Arbeitsebene zu

verankern, müssen interne Kommunikatoren künftig auch zu wahren Kommunikationsmanagern werden und die unterschiedlichen Rollen als Berater, Coach, Moderator, Medienmacher und Dienstleister ausfüllen. Zudem verändert die mediale Revolution mit dem Erstarben neuer Dialogformen wie Intranet, Blogs, Wikis und anderen Social Media-Kanälen generell die Art und Weise, wie in Unternehmen, Verbänden und Organisationen kommuniziert wird. „Die Interne Kommunikation wird vom Sender von Informationen zum Moderator“, prognostiziert Gaby Neujahr, Leiterin Interne Kommunikation der Otto Group.

Der hauseigene Redakteur, früher in erster Linie für die Texte in der Mitarbeiterzeitschrift verantwortlich, wird zum „Wiki-Gärtner“, der Themen heranzieht, bei Bedarf in andere Medien umtopft oder inhaltliches Unkraut jätet. Die Führungskräfte nehmen in diesem Spannungsfeld eine Schlüsselrolle ein und müssen entsprechend gecoacht werden: Sie müssen die Werte und Ziele der oberen Unternehmensebenen authentisch kommunizieren und gleichzeitig die Interessen und Sichtweisen der Mitarbeiter berücksichtigen. Wenn das gelingt, tragen motivierte Mitarbeiter auch in unsicheren Zeiten ent-

scheidend zum Erfolg des Unternehmens bei und können im Extremfall sogar die besten externen Fürsprecher sein: Wenn entsprechend unterfütterte „Employee Branding“-Prozesse Angestellte zu Botschaftern machen. Welche Chancen eröffnen sich der Internen Kommunikation im Jahr 2010? Welchen Einfluss haben wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen auf die Organisationen und auf die Arbeit der Internen Kommunikation? Wie sehen die Strategien und Tools der Zukunft aus? Welcher Medienmix ist im jeweiligen Unternehmen in welcher Situation angemessen? Und wie positioniert sich die Interne Kommunikation zu anderen funktionalen Einheiten, etwa der Human Resources? Diese und weitere Fragen diskutieren Referenten aus Praxis und Wissenschaft. Anhand von Best-Cases, Round-Table-Sessions, Fachvorträgen, Diskussionsrunden und Hintergrundgesprächen berichten die Experten über ihre konkreten Erfahrungen, Konzepte und Lösungsansätze für den Auf- und Ausbau sowie über die Optimierung der internen Kommunikationsstrategie.

## Was können Sie erwarten?

- Keynotes, Vorträge und aktuelle Praxisbeispiele von erfahrenen Referenten
- Round-Table-Sessions: Einzelne Themen können vertiefend bearbeitet und diskutiert werden. In Tischrunden sind Sie nah dabei, wenn Ihnen Fallbeispiele aus drei verschiedenen Themengebieten von Experten live präsentiert und mit Ihnen bearbeitet werden.
- Wählen Sie am Nachmittag zwischen interessanten Panel-Vorträgen oder der parallelen Praxiswerkstatt
- Platz für den fachlichen Austausch mit Kollegen und die Möglichkeit zum Networking
- Abschlusspodium mit genügend Raum für Fragen und Diskussionen

## Wen Sie auf dieser Tagung treffen:

Leitende Mitarbeiter/ innen aus den Abteilungen Interne Kommunikation, Unternehmenskommunikation, Human Resources, Vorstandskommunikation, Veränderungskommunikation, Führungskommunikation, Unternehmensstrategie, Corporate Identity und Public Relations sowie Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsleitung und PR-Fachleute aus Agenturen, die im Auftrag eines Kunden agieren.





## Lars Bank

ist seit 2005 in der Unternehmenskommunikation der METRO Group tätig. Seit September 2008 leitet er Interne und On-

line Kommunikation der METRO AG. Zuvor war Lars Bank von 2000 bis 2005 Berater bei Hering Schuppener, Unternehmensberatung für Kommunikation. Von 1999 bis 2000 war er als Deutschlehrer in Japan tätig.



## Ariana Fischer

ist Leiterin Consulting und Managing Partner bei ICOM GmbH und führt seit 1998 Beratungsprojekte bei verschiedenen Großunter-

nehmen in den Bereichen Interne und Externe Kommunikation durch. 2003 übernahm sie die Bereichsverantwortung für das Thema Kommunikationscontrolling, das sie für den Einsatz in der Internen und Externen Kommunikation weiterentwickelt hat. Nach ihrem Studium der Wirtschaftswissenschaften betreute Ariana Fischer von 1995 bis 1998 die Öffentlichkeitsarbeit und Marktforschung einer Tochterfirma des Südwestrundfunks zur Einführung des digitalen Hörfunks.



## Matthias Goldbeck

leitet seit August 2006 den Bereich Interne Konzernkommunikation bei der Commerzbank AG in Frankfurt am Main. In dieser

Funktion verantwortet er auch die Kommunikation im Rahmen der Integration der Dresdner Bank. Zuvor war er Leiter Kommunikation und Marketing bei der Bremer Landesbank. Von 2001 bis 2005 verantwortete Matthias Goldbeck den Bereich Business Development & Communications bei der Anwaltssozietät Freshfields Bruckhaus Deringer in Frankfurt. Von 1998 bis 2001 war er als Leiter Unternehmenskommunikation bei der Sparkasse Leipzig tätig. Seine Berufslaufbahn begann Matthias Goldbeck 1991 bei Merck, Finck & Co., Privatbankiers, in München, wo er zuletzt Leiter Kommunikation war. Matthias Goldbeck ist Bankkaufmann und Diplom-Kaufmann.



## Werner Idstein

verfügt als studierter Physiker über langjährige Erfahrung in der Unternehmenskommunikation. In Verlagen und Agenturen

war er unter anderem als Chefredakteur für zahlreiche Mitarbeiter- und Kundenpublikationen verantwortlich. Seit drei Jahren ist Werner Idstein bei SIGNUM communication GmbH tätig und betreut dort die Mitarbeiter-

medien mehrerer namhafter Unternehmen. Weitere Schwerpunkte seiner Arbeit sind die Konzeption neuer Publikationen sowie Beratung rund um die strategische Ausrichtung der Internen Kommunikation.



## Janine Krönung

arbeitet bei der ING-DiBa im Bereich der Internen Kommunikation. Nach ihrem Studium der Soziologie und Medien- und

Kommunikationswissenschaften absolvierte sie ein Volontariat zur Verbraucherjournalistin. Sie arbeitete in Berlin als Fernsehredakteurin für den Rundfunk Berlin Brandenburg sowie als Journalistin und Projektmitarbeiterin für die Stiftung Warentest. 2006 wechselte sie zur ING-DiBa, bei der sie zunächst als Redakteurin tätig war. Seit 2007 ist sie als Chefredakteurin für die Mitarbeiterzeitschrift zuständig. Darüber hinaus betreut sie verschiedene interne Kommunikationsprojekte, begleitet Veränderungsprozesse und beschäftigt sich mit der Krisenkommunikation. Seit 2010 leitet sie den Arbeitskreis Interne Kommunikation der DPRG.



## Elisabeth Pohl

ist seit dem Jahr 2006 als Leiterin Interne Kommunikation im Bereich Public Affairs bei Ford Deutschland tätig. In dieser

Funktion verantwortet sie u. a. den „fordreport“, die unternehmenseigene Mitarbeiterzeitschrift, und steuert interne Kommunikationsmaßnahmen. Nachdem sie 1999 zu Ford gewechselt hatte, übernahm sie – auf europäischer Ebene – verschiedene Positionen der Internen Kommunikation und der Unternehmenskommunikation. Zuvor betreute Elisabeth Pohl als PR-Beraterin redaktionelle Projekte und Veranstaltungen der Automobilbranche von Agenturseite aus.



### **Carsten Rossi**

verantwortet seit 2007 als Vorstand die Bereiche Strategie, Business Development, Marketing und Finanzen. Die Schwerpunkte

seiner Arbeit liegen in der methodischen Ausrichtung und Beratungskompetenz der Agentur. Sein Fokus liegt dabei auf der Weiterentwicklung von Strategien und Tools für ein aktives Reputation Management. Unter anderem fungierte der studierte Komparatist als Berater bei großen Unternehmen in Deutschland, Frankreich, der Schweiz, Belgien und den USA.



### **Michael Röhl**

ist seit 2009 Stellvertretender Leiter Konzernkommunikation, Politik & Stiftungen, Leiter Executive & Interne Kommunikation

Vodafone D2 GmbH. Von 2008 bis 2009 war Michael Röhl Leiter Interne Kommunikation bei der Vodafone D2 GmbH. Zuvor arbeitete er als Konzernpressesprecher und als Leiter Interne Kommunikation bei der TUI AG. Von 1999 bis 2003 war Michael Röhl Leiter Interne Kommunikation der Stinnes AG.



### **Henriette Viebig**

ist seit März 2007 Leiterin Interne und Online Kommunikation der RWE AG in Essen. Zuvor war sie Hauptreferentin Interne Kommunikation des Konzerns RWE. Von 2000 bis 2002

war sie als Managing Supervisor einer internationalen PR Agentur in Frankfurt/ Main und zuvor als PR-Beraterin in Braunschweig tätig.



### **Frank Wolf**

ist seit 2007 Leiter des Bereiches eBusiness Strategie der T-Systems Multimedia Solutions. Er beschäftigt sich mit sozialer

Software und ihren Anwendungsgebieten im Unternehmen wie Wissensmanagement, Projektmanagement, Innovation und Kommunikation. Zuvor war er als Manager bei Accenture im Bereich eBusiness- und Prozessberatung tätig. Frank Wolf studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der Technischen Universität Dresden.



### **Dr. phil. Guido Wolf, M.A.,**

ist Kommunikationswissenschaftler, arbeitet seit 1990 als Unternehmensberater, Trainer und Coach. Mit Gründung von

conex. Institut für Consulting, Training, Management Support (Bonn) im Jahr 1998 begleitet Dr. Wolf große und mittelständische Unternehmen bzw. Konzerne verschiedener Produktions- wie Dienstleistungsbranchen in ihren Veränderungsprozessen. Besondere Bedeutung kommt dabei der nachhaltigen Verankerung von Strategien und Managementansätzen durch effiziente und effektive interne Kommunikation zu.“

27. Mai 2010 | NH Hotel Mediapark, Köln | Einlass: 8.30 Uhr – Ende: 18.30 Uhr | 690 Euro, zzgl. MwSt.

### **9.00 Uhr Begrüßung durch den Moderator**

*Wolf-Dieter Rühl, prmagazin, Geschäftsführender Redakteur*

### **9.10 Uhr Keynote: Bedeutungszuwachs der Internen Kommunikation**

*Elisabeth Pohl, Leiterin Interne Kommunikation, Ford-Werke GmbH*

Nicht zuletzt durch die Wirtschaftskrise steigt die Bedeutung der Internen Kommunikation. Mitarbeiter, die um ihren Arbeitsplatz fürchten, verlangen nach klarer Information durch ihre Unternehmensführung. Zeitgleich führt der Einsatz digitaler Instrumente zu einem neuen Selbstverständnis der Disziplin: Ein Trend ist die Entwicklung vom internen Redakteur zum Moderator und Kommunikationsmanager.

### **10.00 Uhr Kommunikation bei Übernahmen und Integrationen - das Beispiel Commerzbank und Dresdner Bank**

*Matthias Goldbeck, Leiter Interne Kommunikation, Commerzbank AG*

Die Integration zweier bedeutender Banken ist schon zu normalen Zeiten eine große Herausforderung für die Kommunikation - eine Wirtschafts- und Finanzkrise macht sie nochmals größer. Ein Werkstattbericht über die interne Vermittlung der neuen Commerzbank.

### **10.50 Uhr Kaffeepause**

### **11.15 Uhr Zielgruppe Führungskräfte. Interne Kommunikation zur Integration von Arcor in Vodafone Deutschland**

*Michael Röhl, Stv. Leiter Konzernkommunikation und Leiter Interne Kommunikation, Vodafone D2 GmbH*

In Veränderungsprozessen nehmen Führungskräfte eine Schlüsselposition ein. Sie müssen aktiv kommunizieren, die Botschaft der Veränderung glaubwürdig vertreten und die Mitarbeiter für den Wandel begeistern. Vodafone Deutschland hat deshalb die Kommunikationsmaßnahmen zur Integration von Arcor genau auf ihre Anforderungen und Bedürfnisse abgestimmt.

### **12.00 Uhr Vorstellung der Round-Table-Sessions**

### RT-Session I

Interne Kommunikation managen: Ein Einstieg in die Erfolgskontrolle mit Kennzahlen  
*Ariana Fischer, Leiterin Consulting und Managing Partner, ICOM GmbH*

#### Impuls:

- Von der Theorie zur Praxis: In drei Schritten zur Erfolgskontrolle mit Kennzahlen
- Wie können Wirkung und Wertbeitrag der Internen Kommunikation gemessen werden und welchen Nutzen hat dies?
- Die Wirkungsstufen als Bezugsrahmen für Kennzahlen: Fallbeispiel mit Gruppenarbeit
- Gemeinsames Erarbeiten von Kennzahlen für 1-2 Medien der Internen Kommunikation anhand eines konkreten Fallbeispiels
- Vorstellen der Ergebnisse

### RT-Session II

Den Change-Prozess erfolgreich treiben: Praxiswerkzeuge für die Planung, Gestaltung, Evaluation und Verbesserung der Internen Kommunikation  
*Dr. Guido Wolf, M.A., Institutsleitung conex, Institut für Consulting, Training, Management Support*

Ein bewusst provokativ gehaltener Impulsvortrag zeigt auf, welche Potentiale die systematische Planung, Steuerung und Bewertung unternehmensinterner Kommunikation für den Change-Prozess bietet. Die Teilnehmer lernen den Lösungsansatz „Business Discourse“ sowie die „Kommunikationsaudits“ als praxisbewährtes Instrumentarium kennen und gewinnen konkrete Anwendungshinweise anhand praktischer Beispiele (kurze Übungen). Ein abschließendes Statement zeigt auf, welchen Anforderungen die Kommunikationsmanager genügen müssen, wollen sie (weiterhin?) akzeptierte Treiber im Change-Prozess sein.

### RT-Session III

Die Zukunft der internen Unternehmenskommunikation. Social Media hinter der Firewall.  
*Carsten Rossi, Vorstand, Kuhn, Kammann & Kuhn AG*

Ein Hauptaugenmerk dieser Round-Table-Session liegt auf dem Einsatz und der Entwicklung innovativer Tools im Rahmen strategischer Mitarbeiter und Change-Communication. Anhand von neun konkreten und aktuellen Business Cases aus Deutschland und der Schweiz werden gemeinsam mit den Teilnehmern die Do's und Don't's von Social Media in der Internen Kommunikation erarbeitet und die wichtigsten Tools für den Dialog „hinter der Firewall“ vorgestellt. Am Ende der Session stehen zwei konkrete Checklisten, die den Teilnehmern bei der Planung entsprechender Projekte helfen sollen.

### 13.15 Uhr Mittagspause

### 14.15 Uhr Round-Table-Sessions (2. Durchlauf)

### 15.30 Uhr Panels

#### **Fokus: Strategie**

Strategische Themenplanung: Vom Werksredakteur zum Newsdesk

*Janine Krönung, Referentin Interne Kommunikation, Ing-DiBa AG*

In Themen denken und nicht in Medien. Das ist im schnelllebigen Arbeitsalltag der Internen Kommunikation oft leichter gesagt als getan. Eine strategische Themenplanung hilft die wichtigsten Botschaften vorher festzulegen und die richtigen Instrumente an Board zu haben. Denn wer die Instrumente der Internen Kommunikation gut orchestrieren will, sollte vorher eine Melodie festgelegt haben. Um ausgewogen und über alle Kanäle hinweg zu kommunizieren, ist ein enger Austausch aller Beteiligten wichtig.

#### **Fokus: Praxis**

Aus drei mach eins: Interne Kommunikation beim Aufbau einer neuen, konzerninternen Gesellschaft

*Henriette Viebig, Leiterin Interne und Online Kommunikation, RWE AG*

#### **Aus der Praxis**

Überall ankommen: Von der Kunst, globale und lokale Inhalte in der Internen Kommunikation zu verzahnen

*Werner Idstein, SIGNUM communication GmbH*

Wirksame Mitarbeiterkommunikation liefert eine sinnvolle Mischung aus globalen und lokalen Inhalten. Der Vortrag zeigt am Beispiel eines weltweit tätigen Unternehmens, welche organisatorischen Strukturen dafür nötig sind und wie gedruckte und elektronische Medien dabei zusammenspielen.

### 16.30 Uhr Kaffeepause

## 17.00 Uhr Panels

### **Fokus: Strategie**

Dialog per Mausclick? Wie Interne Kommunikation die Veränderung eines Konzerns moderiert.

*Lars Bank, Leiter Interne Kommunikation, Metro AG*

In Zeiten, in denen der Wandel Alltag ist, steigen auch die Anforderungen an die Interne Kommunikation, Veränderungen aktiv mitzugestalten. Reine Faktenvermittlung reicht dazu nicht aus. Stattdessen muss Interne Kommunikation den direkten und offenen Austausch zwischen Management und Mitarbeitern moderieren.

### **Fokus: Praxis**

Vom Intranet 1.0 zum Intranet 2.0: Wie man Wiki, Blog und Co. schrittweise im Unternehmen etabliert

*Frank Wolf, Leiter des Bereiches eBusiness Strategie, T-Systems GmbH*

Viele Unternehmen fühlen sich überfordert von den Möglichkeiten und Herausforderungen von Social Software für die Interne Kommunikation. Der Vortrag zeigt anhand von konkreten Beispielen und Kundenprojekten, wie Social Software Funktionalitäten schrittweise in einem neuen Intranet eingeführt und erfolgreich gemacht werden können.

### **Aus der Praxis**

Überall ankommen: Von der Kunst, globale und lokale Inhalte in der Internen Kommunikation zu verzahnen

*Werner Idstein, SIGNUM communication GmbH*

Wirksame Mitarbeiterkommunikation liefert eine sinnvolle Mischung aus globalen und lokalen Inhalten. Der Vortrag zeigt am Beispiel eines weltweit tätigen Unternehmens, welche organisatorischen Strukturen dafür nötig sind und wie gedruckte und elektronische Medien dabei zusammenspielen.

## 18.00 Uhr Abschlusspodium

## 18.30 Uhr Ende der Tagung



# Beschreibung der Elemente

## Round-Table-Sessions

Diese runden Tische eignen sich als moderne Kommunikationsform für einen lebendigen Austausch zwischen den Teilnehmern. In Round-Table-Sessions können Sie einzelne Themen vertiefend bearbeiten und diskutieren. In Tischrunden sind Sie nah dabei, wenn Ihnen Fallbeispiele aus drei verschiedenen Themenblöcken von Experten live präsentiert und mit Ihnen bearbeitet werden:

- Interne Kommunikation managen:  
Ein Einstieg in die Erfolgskontrolle mit Kennzahlen
- Den Change-Prozess erfolgreich treiben:  
Praxiswerkzeuge für die Planung, Gestaltung, Evaluation und Verbesserung der Internen Kommunikation
- Die Zukunft der internen Unternehmenskommunikation. Social Media hinter der Firewall.

Der erste einstündige Durchlauf der Round-Table-Session beginnt um 12.05 Uhr. Am Nachmittag haben die Teilnehmer erneut die

Möglichkeit, an einer alternativen einstündigen Round-Table-Session teilzunehmen. An einen kurzen Impulsvortrag am Beginn jeder Sitzung schließt sich eine moderierte Fragerunde mit Diskussion an. Die kleinen Gruppen während der Sessions ermöglichen einen interaktiven Wissensaustausch, einen intensiven Dialog und effektives Networking zwischen den Teilnehmern.

## Aus der Praxis

Die einstündige Praxiswerkstatt läuft um 15.30 Uhr und um 17.00 Uhr parallel zu den Panelvorträgen. Da im Tagungsprogramm sich wiederholende Round-Table-Sessions vorgesehen sind, können Sie anstatt einer Table-Session alternativ eine Praxiswerkstatt-Session auswählen.

## Panels

Die Teilnehmer können am Nachmittag zwischen Vorträgen aus den beiden Panelsträngen „Strategie“ und „Praxis“ wählen.

28. Mai 2010 | NH Hotel Mediapark, Köln | 450 Euro, zzgl. MwSt. | Teilnehmerzahl: 6 – 14

### Beschreibung

Im Seminar stehen Chancen und Herausforderungen durch Intranet und Web 2.0 in der Internen Kommunikation im Mittelpunkt. Chancen werden als Anwendungsmöglichkeiten (Fallstudien bzw. Best Practice) mit einer kritischen Diskussion des Nutzens präsentiert. Den Herausforderungen stehen Anleitungen für das Intranet Management, Governance Beispiele und Erfolgsfaktoren gegenüber.

### Ablauf

Änderungen vorbehalten!

9.00 – 17.00 Uhr • inkl. 2 Pausen á 30 Min. und 1 Pause á 60 Min.

- Schwerpunkte beim Intranet Management setzen
- Strategische Weiterentwicklung und Positionierung des Intranets
- Intranet Usability steigern
- Nutzen und Anwendungen für Wikis, Blogs etc. im Unternehmen

- Web 2.0 effektiv für die Ziele der Internen Kommunikation einsetzen
- Medienmix mit Intranet, Blogs etc. optimieren und crossmedial kommunizieren
- Erfolgsfaktoren für Intranets, Blogs, Wikis & Co.
- Online-Communities im Unternehmen pflegen und aufbauen
- Governance für Web 2.0 Anwendungen im Unternehmen

### Trainer



Jürgen Mirbach

Er verantwortet als Spezialist für Usability und Informationsarchitektur den Bereich Intranet & Mitarbeiterportale. Seit 1999 betreut er für die ICOM GmbH in Beratungsprojekten Großunternehmen und mittelständische Kunden. Vor seinem Einstieg bei der ICOM hat er Erfahrung

als Account Manager bei Dow Jones Markets gesammelt. Seinen Abschluss als Master of Science in Economics hat er an der Schwedischen Wirtschaftsuniversität in Helsinki erworben.

### Methodik

Das Seminar besteht aus Vortrag- und Workshopteilen zum praxisorientierten Erfahrungsaustausch. Die Seminarteilnehmer haben im Vorfeld die Chance, über einen Fragebogen die Schwerpunkte des Seminars zu beeinflussen und eigene Fragestellungen zur Diskussion einzureichen. Im Seminarteil Intranet-Usability können Intranets der Teilnehmer bewertet werden (Online oder Screenshots).

28. Mai 2010 | NH Hotel Mediapark, Köln | 450 Euro, zzgl. MwSt. | Teilnehmerzahl: 6 – 14

### Beschreibung

Vom Vorstandsjubelblättchen zur Mitarbeiterzeitung. In diesem Workshop soll die Mitarbeiterzeitung als Instrument für internes Branding, Change- und Wissensmanagement vorgestellt werden. Das „Projekt Mitarbeiterzeitung“ soll in seinen Facetten, Rahmenbedingungen und Umsetzungsvoraussetzungen erarbeitet und besprochen werden. „Was macht eine gute Mitarbeiterzeitung aus?“ „Wie mache ich ein Thema zu einer mitreißenden Geschichte?“ sind Fragen, die im Workshop erörtert werden. Dabei bleibt Raum für den Vergleich verschiedener Instrumente der Internen Kommunikation: Einsatz, Sinn und Zusammenspiel von Print, Online und Dialog.

### Ablauf

Änderungen vorbehalten!

9.00 – 17.00 Uhr • inkl. 2 Pausen á 30 Min. und 1 Pause á 60 Min.

- Die Mitarbeiterzeitung im Kanon der Internen Kommunikation

- Mittel der Internen Kommunikation
- Bedeutung von Mitarbeiterzeitungen (MAZ)
- Einsatz und Beispiele von MAZ
- Wie macht man eine Mitarbeiterzeitung?
- Der Konzeptions- und Strukturprozess
- Der Planungsprozess
- Die Umsetzung
- Die Auswertung
- Intelligente Umsetzung: Storytelling on Strategy
- Wie kann ich Mitarbeiter von Ihrer Firma überzeugen?

### Trainer



**Dr. Gerhard Vilsmeier**

Er arbeitete seit 1987 bei der Siemens AG u.a. als Chefredakteur der Mitarbeiterzeitschrift SiemensWelt, später als Leiter der Internen Kommunikation und schließlich als Leiter

Marketing & Communications bei Siemens Real Estate. Seit Oktober 2009 leitet er sein eigenes Medienbüro für Interne und Externe Kommunikation – i&e Communications. In der DPRG ist er im Vorstand für die Finanzen und die Interne Kommunikation zuständig und gehört dem Präsidium der FEIEA an.

### Methodik

In diesem Workshop findet ein Wechsel zwischen Wissensvermittlung und praktischen Übungen statt. Dazu gehören Gruppenübungen, Fallanalysen und Anwendung auf konkrete Situationen.

Bitte reichen Sie eigene Textbeispiele bzw. Mitarbeiterzeitschriften im Vorfeld des Workshops bei uns ein!

Hinweis: Eine ausführliche Agenda finden Sie auf unserer Homepage [www.interne-kommunikation.net](http://www.interne-kommunikation.net)

28. Mai 2010 | NH Hotel Mediapark, Köln | 450 Euro, zzgl. MwSt. | Teilnehmerzahl: 6 – 14

### Beschreibung

Wirkungsvolle Veränderung setzt auf professionelle Veränderungskommunikation. Der Erfolg von Veränderungsprozessen hängt maßgeblich von Führungskräften ab. Sie sind Schlüsselfiguren für einen tatsächlichen Wandel, der nicht bei neuen Prozessen und Strukturen stehen bleibt. Ulrich E. Hinsen veranschaulicht praxisnah auf Basis langjähriger Erfahrung in komplexen Veränderungssituationen:

- wie Veränderungskommunikation wann am besten zum Einsatz kommt,
- wie Führungskommunikation in Veränderungen zu gestalten ist und
- wie die Zusammenarbeit zwischen Kommunikationsverantwortlichen und Führungskräften gelingt.

### Ablauf

Änderungen vorbehalten!

9.00 – 17.00 Uhr • inkl. 2 Pausen á 30 Min. und 1 Pause á 60 Min.

### Veränderungskommunikation

- Einführung
- Fallstudie: C-System (Gruppenarbeit)  
Einbettung der Veränderungskommunikation in das Change-Management
- Auswertung der Fallstudie
- Diagnosemethoden: X-PLOERER, NAVIGATOR & CO.
- ChangeModeler: Modellierungen
- Die richtigen Medien

### Führungskommunikation in Phasen der Veränderung

- Führungskommunikation im Wandel
- Rollenspiel C-System
- Auswertungen zum Kommunikationsverhalten

### Zusammenspiel Interne Kommunikation und Führungskommunikation

- Ergebnisbereiche der Veränderungskommunikation
- Führungskräfte für die Kommunikationsarbeit gewinnen

- One Voice Policy in der Praxis
- Zusammenfassung und Online-Hilfe

### Trainer



Ulrich E. Hinsen

Er berät seit vielen Jahren in den Bereichen Change-Management und Restrukturierung. Er leitet große Veränderungsprojekte für die SKP AG und baute das management-radio.de auf. Darüber hinaus ist der diplomierte Pädagoge als Führungskoach tätig.

### Methodik

Der Workshop verbindet die Wissensvermittlung der grundlegenden Prinzipien von Führungskommunikation in Veränderungsprozessen mit der Darstellung und Analyse von konkreten Praxisbeispielen.



Tagungsort ist das NH Köln Mediapark, das direkt im Zentrum von Köln nahe der Autobahn 57 liegt. Das Hotel befindet sich in bester Innenstadtlage direkt in einem großen Park und unweit der Messe. Den Tagungsteilnehmern und -teilnehmerinnen steht ein begrenztes Zimmerkontingent im Tagungshotel zur Verfügung. Nähere Informationen zur Zimmerreservierung erhalten Sie bei Anmeldung in Ihrer Bestätigung.

Beachten Sie bitte, sich mit uns oder dem Hotel frühzeitig in Verbindung zu setzen, da wir über ein begrenztes Zimmerkontingent verfügen!



## Tagungskoordination:

Susanne Kretschmer  
Tel.: +49 (0) 30 47 98 97 89  
E-Mail: susanne.kretschmer@k2-gipfel.de

**Allgemeine Geschäftsbedingungen** für Fachtagungen veranstaltet von der K2 und Workshops veranstaltet von der scm c/o prismus communications GmbH

### 1. Preisnachlässe

Mitglieder von BdP, DJV, FCP, PRVA und SPRG sowie Mitarbeiter von GPRA-Mitgliedsagenturen erhalten einen Rabatt von 10 % auf die Teilnahmegebühren der Tagung. Die persönliche Mitgliedschaft des Teilnehmers muss zum Zeitpunkt der Buchung bestehen und schriftlich nachgewiesen werden. Abonnenten des prmagazins und Mitglieder der DPRG gewähren wir einen Rabatt von 20 % auf die Teilnahmegebühr von Tagungen (andere Rabatte sind nicht aufrechenbar).

Bei Anmeldung bis 8 Wochen vor Veranstaltung erhalten alle übrigen Anmeldenden einen Frühbucherrabatt von 5 %. Dies gilt nicht bei einer kombinierten Buchung von Tagung und Workshop, hier gilt der ausgeschriebene Kombinationspreis. Bei gleichzeitiger Anmeldung von 3 Teilnehmern des gleichen Unternehmens gewähren wir einen Gruppen-Rabatt von 10 %.

### 2. Annullierung und Umbuchung

Bei Annullierung einer Veranstaltungsbuchung fallen folgende Gebühren an:

- Annullierung bis zu 28 Kalendertagen vor Veranstaltungsbeginn: keine Kosten
- Annullierung bis zu 14 Kalendertagen vor Veranstaltungsbeginn: 50 % der gesamten Teilnahmegebühr

- Annullierung weniger als 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn: gesamte Teilnahmegebühr

Bei Umbuchung einer Veranstaltung fallen folgende Gebühren an:

- Umbuchung bis zu 28 Kalendertagen vor Veranstaltungsbeginn: keine Kosten
- Umbuchung bei weniger als 28 Kalendertagen vor Veranstaltungsbeginn: 200 Euro

Bei Nichtteilnahme wird die Teilnahmegebühr in voller Höhe in Rechnung gestellt. Entscheidend ist der Eingang der Stornierungserklärung bei der K2 bzw. scm in schriftlicher Form. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit kostenfrei benannt werden.

### 3. Absagen und Änderungen

Programmänderungen aus wichtigem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Insbesondere ist der Veranstalter berechtigt, in begründeten Fällen die Veranstaltung von anderen, als den angegebenen Referenten durchführen zu lassen. Bei zu geringer Teilnehmerzahl und aus anderen dringenden Gründen kann der Veranstalter die Veranstaltung verschieben, absagen oder mit anderen Veranstaltungen zusammenlegen. Dem Teilnehmer steht in diesem Fall ein Rücktrittsrecht zu. Weitergehende Ansprüche, insbesondere auf Aufwendersersatz (Stornogebühren für gebuchte Anreise, Übernachtung, Arbeitsausfall oder anderen Schäden), bestehen nicht.

### 4. Gerichtsstand

Gerichtsstand ist Berlin.



# K2 Anmeldung

Fax: +49 (0) 30 47 98 98 00 | Post: K2, Weichselstr. 6, 10247 Berlin | online: [www.interne-kommunikation.net](http://www.interne-kommunikation.net)

## Ihre Daten

\_\_\_\_\_  
Name | Vorname

\_\_\_\_\_  
Titel

\_\_\_\_\_  
Firma | Institution

\_\_\_\_\_  
Funktion | Abteilung

\_\_\_\_\_  
Straße | Postfach

\_\_\_\_\_  
PLZ | Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon | Telefax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

**Ja**, ich nehme teil an der Fachtagung „Interne Kommunikation“ am 27. Mai 2010\* und/oder an einem der Workshops am 28. Mai 2010 und akzeptiere die Teilnahmebedingungen sowie die AGB.

- 690,00 Euro** für die Teilnahme an der Fachtagung am 27. Mai 2010.
- 621,00 Euro** für BdP-, DJV-, FCP-, GPRA-, PRVA- und SPRG-Mitglieder bei einer Teilnahme an der Fachtagung am 27. Mai 2010. Bitte Nachweis faxen an +49 (0) 30 47 98 98 00.
- 655,50 Euro** für eine Early-Bird-Anmeldung bis zum 1. April 2010 bei einer Teilnahme an der Fachtagung am 27. Mai 2010.
- 552,00 Euro** für **Abonnenten des pmagazins und Mitglieder der DPRG** bei einer Teilnahme an der Fachtagung am 27. Mai 2010.

## Abweichende Rechnungsadresse

\_\_\_\_\_  
Name | Vorname

\_\_\_\_\_  
Titel

\_\_\_\_\_  
Firma | Institution

\_\_\_\_\_  
Funktion | Abteilung

\_\_\_\_\_  
Straße | Postfach

\_\_\_\_\_  
PLZ | Ort

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

**W1:** Intranet und Web 2.0 in der Internen Kommunikation

EP 450,00 Euro  KP 410,00 Euro

**W3:** Veränderungs- und Führungskommunikation

EP 450,00 Euro  KP 410,00 Euro

**W2:** Mitarbeiterzeitschriften: Nur die Champions League zählt

EP 450,00 Euro  KP 410,00 Euro

\* Bei Anmeldung von mehr als zwei Personen eines Unternehmens erhalten Sie einen Nachlass von **10 Prozent** auf Ihre Buchung. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. | \*\*Aus organisatorischen Gründen können wir Ihre Workshopanmeldung nur dann bearbeiten, wenn Sie einen Workshop ankreuzen.

**Datenschutz-Hinweis:** Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG).



K2 ist eine Kooperation des prmagazins und der scm. Die Partner fördern mit ihrer Tagungsreihe den Austausch über Kommunikation und tragen damit zur weiteren Professionalisierung der Branche bei. Das Angebot versteht sich als Ergänzung zu etablierten Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung im Feld der Public Relations. Im Zentrum von K2 steht der Erfahrungsaustausch: Namhafte Kommunikationsexperten vernetzen ihr Wissen, geben es weiter und diskutieren aktuelle Entwicklungen innerhalb der Disziplin.

**K2 | Weichselstraße 6 | 10247 Berlin**

Tel. +49 (0) 30 47 98 97 89

Fax +49 (0) 30 47 98 98 00

info@k2-gipfel.de

www.k2-gipfel.de

Partner der Veranstaltung:



K2 ist eine Kooperation von:

