

# Teilnahme

- HWZ-Fachtagung:** «Rechnen für den Erfolg»
- Termin:** Donnerstag, 31. Mai 2007, 13.00 bis 19.00 Uhr
- Ort:** Auditorium der HWZ
- Teilnahmebeitrag:** **Fr. 380.–** inklusive Apéro  
**Fr. 280.–** für Mitglieder des veb.ch, für Abonentinnen und Abonenten der Werbewoche oder des Media Trend Journals sowie für Alumni, Studierende und Dozierende der HWZ.

Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung sowie die Rechnung. Bei Stornierung nach Anmeldeschluss ist der gesamte Teilnahmebeitrag fällig.

- Auskunft:** HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich  
Ursina Meier  
Sihlhof (beim Hauptbahnhof)  
Lagerstrasse 5  
8021 Zürich  
Telefon 043 322 26 17

- Anmeldung an:** [ursina.meier@fhhwz.ch](mailto:ursina.meier@fhhwz.ch)  
[www.fhhwz.ch](http://www.fhhwz.ch) (Online-Anmeldeformular)

- Anmeldeschluss:** 17. Mai 2007

## HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ist mit rund 1500 Studierenden und über 250 Dozierenden die grösste berufsbegleitende Hochschule der Schweiz und etabliertes Aus- und Weiterbildungszentrum für vertiefte und praxisorientierte Managementausbildungen. Die HWZ ist Mitglied der Zürcher Fachhochschule.

### Konferenz-Partner

Hauptsponsor



Medienpartner



Druckpartner



Co-Sponsor



### Anfahrt

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt nur drei Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich entfernt. Sie erreichen uns mit Tram N.r 14 und 3 oder Bus Nr. 31 gleich bei der Haltestelle Sihlpost. Parkplätze: öffentliches Parkhaus Gessnerallee.



HWZ Hochschule für  
Wirtschaft Zürich  
Auditorium,  
Lagerstrasse 5  
8021 Zürich  
Telefon 043 322 26 00  
Fax 043 322 26 10  
8021 Zürich  
[www.fhhwz.ch](http://www.fhhwz.ch)

## Einladung zur HWZ-Fachtagung



**Communications-Controlling 2007**

## «Rechnen für den Erfolg»

**Donnerstag, 31. Mai 2007, 13.00 Uhr bis 19.00 Uhr**  
**HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich (beim HB Zürich)**  
[www.fhhwz.ch](http://www.fhhwz.ch)

# Vorwort / Konferenz-Programm

## Vorwort

Solange Werthaltigkeit und Erfolg nicht nachgewiesen werden können, werden Unternehmensverantwortliche die Kommunikation weiterhin vornehmlich als Kostenfaktor wahrnehmen. Ein unabdingbarer Schritt auf dem Weg zur strategischen, wertschöpfenden Rolle der Unternehmenskommunikation ist deshalb ein verlässliches Communications-Controlling.

Nach vielen Jahren der Theorie-Diskussion zeigen sich nun in der Praxis vielversprechende Ansätze, wie die anspruchsvolle Aufgabe der Messung der sogenannten weichen Faktoren gemeistert werden kann. Voraussetzung ist jedoch ein fachübergreifendes Vorgehen von Controllern und Kommunikationsspezialisten.

*Cyril Meier, EMBA HSG,  
Leiter HWZ Center for Communications*

## Konferenz-Programm

<b>13.00</b>	Eintreffen der Gäste
<b>13.15</b>	Begrüssung, Prof. Dr. Jacques F. Bischoff, Rektor HWZ
<b>13.20</b>	<b>Wo werden Kommunikationsmehrwerte bilanziert?</b> <b>Dr. Daniel Rentsch, Leiter Center for Accounting &amp; Controlling, HWZ</b> Die Investitionen in die Kommunikation einer Unternehmung entfalten ihren Nutzen nicht bloss in der einen aktuellen Rechnungsperiode. Der Referent legt dar, ob und wie diese gemäss den nationalen und internationalen Rechnungslegungsvorschriften in den Bilanzen als Vermögenswert aufgeführt werden dürfen.
<b>13.50</b>	<b>Die Probleme der Kommunikatoren mit den Zahlen. Der Überblick</b> <b>Dr. Mark-Steffen Buchele, Universität Leipzig</b> Eine der dringlichsten Herausforderungen für die Unternehmenskommunikation ist es, ihren Beitrag für den Unternehmenserfolg nachzuweisen. Der Vortrag ordnet bewährte Evaluationsmethoden und Kennziffern und skizziert bislang fehlende Messgrössen sowie übergeordnete Steuerungstools, um der künftigen Forderung eines umfassenden Kommunikations-Controlling gerecht zu werden.
<b>15.00</b>	<b>Pause / Networking</b>

---

15.30

**Praxisbeispiel Post: Der messbare Beitrag der Kommunikation zum Unternehmenserfolg**

**Rudolf Blankschön, Leiter Führungskommunikation, Die Schweizerische Post**

Welches sind die Hürden und Herausforderungen beim Aufbau eines Kommunikationscontrollingsystems, und wie kann man diese Hürden bewältigen? Der Referent wird aufzeigen, welchen Beitrag ein Kommunikationscontrolling zum Unternehmenserfolg leistet.

---

16.15

**Streitpunkt Markenbewertung: Sind die aktuellen Markenbewertungsmodelle brauchbar?**

**Prof. Marco Casanova, und Max Meister, Branding-Institute, Bern**

Die Markenbewertung steht seit Jahren im Zentrum von betriebswirtschaftlichen Diskussionen. Ist die Markenbewertung überhaupt sinnvoll? Gibt es Modelle, die den Wert einer Marke wissenschaftlich fundiert bewerten können?

---

17.00

**Podiumsdiskussion**

Leitung: Martin Spieler, Chefredaktor Handelszeitung

Dr. Mark-Steffen Buchele (Universität Leipzig)

Herbert Mattle (veb.ch)

Prof. M. Casanova (Branding-Institute)

Dr. Daniel Mollet (Die Schweizerische Post)

---

18.00

Apéro riche

---

19.00

Schluss der Veranstaltung

# Die Referenten



## **Rudolf Blankschön**

Rudolf Blankschön ist seit dem 1. Januar 2005 Leiter Führungskommunikation und stellvertretender Leiter der Unternehmenskommunikation der Schweizerischen Post. Zuvor baute er das Kommunikationscontrolling der Schweizerischen Post auf.



## **Dr. Mark-Steffen Buchele**

Mark-Steffen Buchele ist Projektleiter im Kompetenzfeld Strategie und Wertschöpfung am Lehrbereich Kommunikationsmanagement und Public Relations der Universität Leipzig sowie geschäftsführender Gesellschafter von aexea – Gesellschaft für Unternehmenskommunikation.



## **Prof. Marco Casanova**

Marco Casanova ist Geschäftsführer des Branding-Institute. Daneben ist er Professor an der Berner Fachhochschule für Corporate Brand Management.



## **Max Meister**

Max Meister ist Partner und Senior Consultant des Branding-Institute in Bern. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Markenführung, Markenbewertung und strategische Kommunikation.



## **Dr. Daniel Rentsch**

Daniel Rentsch ist Leiter des Center for Accounting & Controlling der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich. Er ist in dieser Funktion Studienleiter des MAS Master of Advanced Studies in Controlling und des MAS in Accounting & Finance.



## **Martin Spieler**

Martin Spieler ist Chefredaktor der Handelszeitung. Während über 10 Jahren war er als Finanzjournalist und Kolumnist u.a. bei der Sonntagszeitung, Tages-Anzeiger, Facts und bei Radio 24 tätig.

# Anmeldung zur HWZ-Fachtagung

Communications-Controlling 2007

## «Rechnen für den Erfolg»

Donnerstag, 31. Mai 2007, 13.00 bis 19.00 Uhr  
HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich (beim HB Zürich)  
[www.fhhwz.ch](http://www.fhhwz.ch)

### Kosten:

Fr. 380.– inklusive Apéro und Dokumentation  
Fr. 280.– für Mitglieder des veb.ch, für Abonentinnen und Abonenten der Werbe-  
woche oder des Media Trend Journals sowie für Alumni, Studierende und  
Dozierende der HWZ.

### Anmeldeschluss:

17. Mai 2007

### Absender

Herr  Frau

Titel

---

Name

Vorname

---

Firma

---

Funktion

---

Strasse/Nr.

---

PLZ

Ort

---

E-Mail

---

Datum

Unterschrift

---



**A**

Nicht frankieren  
Ne pas affranchir  
Non affrancare

Geschäftsbearbeitung im/via commerciale-risposta  
Envoi commercial-réponse



**HWZ Hochschule für  
Wirtschaft Zürich**  
Frau Ursina Meier  
Lagerstrasse 5  
8021 Zürich