

**Schweizerische Fachtagung Communications Controlling 2017**

# Auf dem Sprung in die Zukunft

**Donnerstag, 29. Juni 2017**

**13 bis 19 Uhr**

**Auditorium der HWZ**

**Lagerstrasse 5 (beim HB)**

**8004 Zürich**



**HWZ**

Die Hochschule für Wirtschaft  
in Zürich

# Digitalisierung als Game-Changer

In der Unternehmenskommunikation wurde Controlling im Sinne eines Steuerns auf empirischer Basis seit den 1990er Jahren mehr und mehr zum Thema. Im deutschsprachigen Raum hat sich das sog. Wirkungsstufenmodell etabliert, entwickelt von einer gemeinsamen Arbeitsgruppe des Internationalen Controller Vereins ICV und der Deutschen PR-Gesellschaft DPRG. In der Marketing-Welt ganz allgemein und der Marketing-Kommunikation im Besonderen hingegen ist das Controlling als Wirkungs- und Erfolgsmessung unter dem Primat der Werbewirkung und des Markterfolgs gleichsam Teil der DNA.

Trotz der weiteren Annäherung der beiden Kommunikationsdisziplinen in den letzten Jahren hat man sich bisher nicht auf gemeinsame Modelle oder nur schon Begrifflichkeiten verständigen können. Mit der immer mächtigeren Digitalisierung des Wirtschafts- und Soziallebens verändern sich nun aber die Voraussetzungen für ein Communications Controlling grundsätzlich: Anstatt Einstellungen von Stakeholdern durch teure Befragungen zu evaluieren und ihr Verhalten mit aufwendigen Analog-Verfahren zu erheben, eröffnen sich mit Big Data neue, günstige und breit nutzbare Möglichkeiten.

Welche Erwartungen, zumal mit Blick auf ein integriertes, Stakeholder-orientiertes Communications Controlling, vermögen sie zu erfüllen? Welche Erkenntnisse zu Wirkungen und Effizienz lassen sich gewinnen? Wo lauern Schwachstellen, Limitationen, Trugschlüsse?

Unsere diesjährige Fachtagung Communications Controlling beleuchtet die neuartigen Möglichkeiten der «Open Data Intelligence» für die Marketing-Kommunikation wie auch die Unternehmenskommunikation. Holen Sie sich wertvolle Impulse, wie Sie den Einsatz Ihrer Kommunikationsressourcen noch besser steuern können!



**Cyril Meier, M.A./EMBA**  
**Leiter Center for Communications**  
**HWZ**

---

**13.00**      **Eintreffen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer**

---

**13.15**      **Begrüßung durch Cyril Meier**  
**Leiter Center for Communications, HWZ**

---

**13.30**      **Die Zukunft des Communications Controlling**  
**Prof. Dr. Christopher Storck, Quadriga Hochschule Berlin<sup>6</sup>**

Seit einem Vierteljahrhundert beschäftigen sich Wissenschaftler und Praktiker mit der Messung des Erfolgs von Unternehmenskommunikation. Seit einem Jahrzehnt existiert Kommunikations-Controlling als Management-Disziplin, die man sogar studieren kann. In der Praxis hat sich bislang allerdings kein Standard für die Kommunikationssteuerung mit messbaren Zielen etabliert, die an die Unternehmensstrategie anschließen. Inwiefern werden die Digitalisierung, Demokratisierung und Stakeholder-Orientierung der Kommunikation daran etwas ändern?

---

**14.15**      **Die Datenunordnung im Netz kann bedrücken,**  
**wie ein unaufgeräumtes Zimmer**  
**Patrick Bunk, CEO Ubermetrics, Berlin<sup>7</sup>**

Unternehmensverantwortliche kennen den grossen Wert einer geordneten Datenstruktur. Mindestens in der Buchhaltung. Die Gestaltung und Steuerung vieler zukünftiger Geschäftsmodelle wird jedoch stark mit der Kontrolle über öffentlich verfügbare Daten zu tun haben. Sehen und verstehen Sie Befähigung und Einsatzgebiete von «Open Data Intelligence».

---

**15.00**      **Pause / Networking**

---

**15.30**      **Erste Durchführung der Labs A-E**

---

**16.15**      **Zweitdurchführung der Labs A-E**

---

6



7



8



17.00

### **Markenaufbau – The financial effectiveness of TV-Advertising Chris Öhlund, Chairman of the Board, Verivox AG, Switzerland<sup>8</sup>**

Die Prognose auf Werbeeefekte und die Ermittlung von Akquisitionskosten für Neukunden pro Kundensegment gehören heutzutage zur Standardausrüstung der datengetriebenen Marketing-Kommunikation. Ein Paradebeispiel der kontinuierlichen Erfolgsmessung.

17.45

### **Apéro riche**

19.00

### **Ende der Veranstaltung**

## Labs: Wissensaustausch im kleinen Kreis

1

### **Marketing Controlling & Performance Management in Zeiten der Digitalen Disruption**

#### **Lars Hanf, Director Marketing Communication, Sartorius AG<sup>1</sup>**

Die Digitalisierung eröffnet völlig neue Perspektiven und Chancen für eine effektive Messung, Beurteilung und Optimierung von Marketing- und Kommunikationsmassnahmen. Jedoch sind aktuell viele Unternehmen noch gar nicht bereit für neue Technologien und Prozesse, ergo gar nicht in der Lage, diese vielfältigen neuen Möglichkeiten zu nutzen. Erfahren Sie anhand konkreter Fallbeispiele, wie sich Unternehmen für die Zukunft eines digitalisierten und automatisierten Marketing & Communications Controlling rüsten können.

2

### **Ohne Messpunkte entsteht ein Gefühl für eine Situation. Mehr nicht Daniel Hünebeck, Daniel Hünebeck Digital GmbH<sup>2</sup>**

In Zeiten von Big Data scheint die Messung nicht die Herausforderung zu sein. Die Herausforderung ist eher, den Menschen ein konkretes Bild zu vermitteln, was messbar ist, was die Messergebnisse aussagen können. Am Ende wäre es noch schön, wenn Ziele gesetzt würden und allfällige Erkenntnisse sich in Massnahmen niederschlagen. Wer den praktischen Weg noch vor sich hat, muss praktisch all diese Aspekte beherrzigen.



---

**3**      **Communications Controlling ganz praktisch. Wie packe ich es an?**  
**Rainer Pollmann, Stv. Leiter Fachkreis Kommunikations-Controlling des Internationalen Controllervereins<sup>3</sup>**

Methoden und Instrumente für das Communications Controlling zu entwickeln und in der Praxis zu etablieren, ist das Ziel des seit 2007 tätigen Fachkreises. Dazu treffen sich Kommunikatoren und Controller, Praktiker, Berater und Wissenschaftler drei Mal im Jahr, um 1,5 Tage intensiv zu arbeiten. Rainer Pollmann gibt konkrete Tipps und Vorgehensweisen, wie ein Communications Controlling im eigenen Unternehmen aufzubauen ist.

---

**4**      **Datengetriebene Kommunikation – heute gehört zu jeder Kommunikationsstrategie eine KPI Scorecard**  
**Daniel Jörg, Head Digital, Farner Consulting AG<sup>4</sup>**

Als führende Kommunikationsagentur berät Farner Kunden aller Branchen in der Konzeption und Realisation ihrer integrierten Kommunikation. Das Digital Team von Farner ist unter anderem spezialisiert auf Analytics & Insights. Daniel Jörg wird in seinem Lab verschiedene KPI-Scorecard-Modelle sowie deren Operationalisierung vorstellen: Von klassischen MarketingFunnel Dashboards über Sichtbarkeitsmessungen gegenüber Suchmaschinen bis hin zu Reputations-, Niederschlags- oder Share-Of-Voice-Analysen in klassischen sowie sozialen Medien.

---

**5**      **Beyond Controlling – Intelligenz durch Vernetzung**  
**Marion Marxer, marxerevolution GmbH, Zürich<sup>5</sup>**

Intelligenz entsteht durch die Vernetzung von Informationen. Im menschlichen Gehirn genauso wie im Marketing und in der Kommunikation. Wissen allein bringt heute nichts mehr, wir müssen das Warum und die Zusammenhänge verstehen. Finden Sie in diesem Lab heraus, mit welchen konkreten Fragestellungen und KPIs Sie ihre bestehende Marketing-/Kommunikationsarchitektur auf Vordermann trimmen können.

# Teilnahme

---

<b>Fachtagung</b>	<b>«Communications Controlling: Auf in die Zukunft!»</b>
<b>Termin</b>	Donnerstag, 29. Juni 2017, 13.00 bis 19.00 Uhr
<b>Ort</b>	Auditorium der HWZ
<b>Teilnahmegebühr</b>	<b>Fr. 380.-</b> inklusive Apéro riche <b>Fr. 280.-</b> für Alumni, Studierende und Dozierende der HWZ sowie für Mitglieder des ICV und des SWA
<b>Auskunft</b>	HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich Andrea Hausammann Lagerstrasse 5 8004 Zürich 043 322 9133 andrea.hausammann@fh-hwz.ch
<b>Anmeldung</b>	<a href="http://www.fh-hwz.ch/fachtagung">www.fh-hwz.ch/fachtagung</a> (per elektronischem Anmeldeformular)
<b>Anmeldeschluss</b>	22. Juni 2017. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Bei Stornierung nach Anmeldeschluss ist der gesamte Teilnahmebetrag fällig.

---

## Anfahrt

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt wenige Gehminuten vom HB Zürich entfernt. Sie erreichen uns auch mit Tram Nr. 3 und 14 oder Bus Nr. 31 (Haltestelle Sihlpost).

---

## Parkplätze

Öffentliches Parkhaus Gessnerallee

---



## HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Zürcher Fachhochschule

Auditorium (1. Stock)

Lagerstrasse 5 (neben Sihlpost)

8004 Zürich

Telefon 043 322 26 00

[www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

# Tagungspartner

## Presenting Partner



## Medienpartner



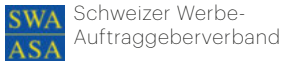
## Partner Mediendienstleister



## Online-Partner

FARNER

## Patronat



# HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich

Die **HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich** ist Mitglied der Zürcher Fachhochschule (ZFH). Mit 2200 Studierenden ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe sowie rund 50 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings für Unternehmen.

Die HWZ wurde 2016 als erste Hochschulinstitution nach neuem HFKG institutionell akkreditiert.

Das **Center for Communications** an der HWZ mit seinen rund 700 Studierenden umfasst die Studiengänge «Bachelor of Science in Kommunikation» (8 Semester), «Master of Advanced Studies (MAS) in Business Communications» (5 Semester) sowie «MAS in Live Communication»; sodann, nebst zahlreichen weiteren, die CAS «Corporate Communications» und «Marketing Communications» (je ein Semester). Alle berufsbegleitend und für Macher.

**Mehr Informationen unter:** [www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch), [www.facebook.com/fhhwz](https://www.facebook.com/fhhwz),  
[www.twitter.com/fhhwz](https://www.twitter.com/fhhwz)