

# Change Communications Congress

Traditionen | Werte | Rituale - Nur wer sich ändert bleibt sich treu?!

2010

>> Mit spannenden Praxisbeiträgen von:

Allianz 

Austrian 

SIEMENS

AUTOVISION

ZEISS

... T ...

BASF  
The Chemical Company

maico 

>> Mit Key Notes von:



**Martin Hehemann**

Head of Corporate Communications  
Austrian Airlines (A)

11. November 2010  
Kavalierhaus Klessheim in Salzburg



**Prof. Heike Bühler**

Deutsches Ministerium für Wissenschaft,  
Forschung und Kunst, Stuttgart (D)



**Dr. Henrik Jungaberle**

Institut für Medizinische Psychologie,  
Universitätsklinikum Heidelberg (D)

powered by

 **symbiosis**  
bring your story into life

**create.at**  
mediadesign2.0

>> Medienpartner

 **MARKENLEXIKON.COM**  
Markenwissen von A bis Z

 **marke.at**  
Die Expertensplattform für Markenführung und -strategie

**Salzburger Nachrichten**  
www.salzburg.com

 **medium**  
medium for journalists

 **karriere.at**  
Österreichs Karriereportal

 **journalist**  
Der Österreichische Journalistenverband

 **VIKOM**  
VERBAND FÜR INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

 **journalist**  
Schweizer Journalistenverband

 **SALZBURG**  
CONVENTION BUREAU

 **INDUSTRIE**  
MAGAZIN

 **AUSTRIA TREND**  
HOTEL SALZBURG WEST  
SALZBURG

 **PRVA**  
Public Relations Verband Austria

 **Competence**  
SITE  
www.competence-site.de

 **business-wissen.de**

**BILANZ**

 **medianet**  
Inside Your Business. Today.

## >> Vorwort

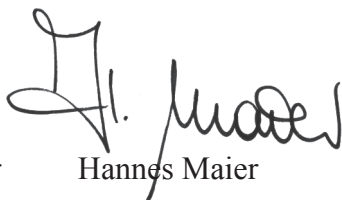
### Change Communications Congress 2010

Im historischen Ambiente von Schloss Klessheim bei Salzburg stehen am 11. November 2010 wieder die beliebten runden Tische bereit. Unter dem diesjährigen Titel „Traditionen, Werte, Rituale – nur wer sich ändert, bleibt sich treu?!“ präsentieren Fachleute aus namhaften Unternehmen in Form von Praxisrunden aktuelle Projekte rund um Veränderungskommunikation (siehe Programm). Und das im Dialog mit den KongressteilnehmerInnen, d.h. ExpertInnen aus Unternehmenskommunikation, Marketing, Human Resources sowie GeschäftsführerInnen. Auch Key Notes dürfen nicht fehlen. Hochkarätige ReferentInnen informieren über die jüngsten Entwicklungen und Praxisprojekte.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen



Christoph Harringer



Hannes Maier

### Change Communications – was dahinter steckt.

Fusionen, Strategiewechsel, Rebranding etc. - Unternehmen verändern sich. Doch viele Menschen scheuen Veränderungen. Change Communications (Veränderungskommunikation) ist die Kommunikation in Change-Prozessen. Für einen erfolgreichen Wandel ist es wichtig, MitarbeiterInnen und Führungskräften

- die Bedeutung der Veränderungen zu vermitteln,
- sie in den Prozess einzubinden bzw. sie dafür zu gewinnen und
- sie letztlich auch dafür zu qualifizieren.

Change Communications vereint Instrumente und Ansätze aus Unternehmenskommunikation, Management- und Betriebswirtschaftslehre, Change Management, Organisations- und Personalentwicklung und hat Interesse an den Emotionen der Menschen - damit der Change gelingt.

## >> Keynote Speaker



### **Martin Hehemann**

Head of Corporate Communication,  
Austrian Airlines (A)

#### **„Austrian bleibt Austrian“**

Warum sich Austrian Airlines radikal verändern, um sich treu bleiben zu können. Wir setzen ein umfassendes Programm zur Neuausrichtung des Unternehmens um: Wir senken die Kosten, bieten konkurrenzfähige Preise und verbessern das Produkt. Kurz: Austrian ist aus dem Dornröschenschlaf erwacht und greift am Markt an. Aber wir werfen nicht alles über Bord: Austrian bleibt Austrian – und zwar dort, wo es für den Kunden relevant ist. Wie schaffen wir diese Balance und bringen die Mitarbeiter mit ins Boot – oder besser: ins Flugzeug!?



### **Prof. Heike Bühler**

Dt. Ministerium für Wissenschaft,  
Forschung und Kunst, Stuttgart (D)

#### **„Tradition kommunizieren“ - Wie Unternehmen ihre Wurzeln und Werte professionell vermitteln**

Der Bedarf nach Orientierung und einer Schärfung der Identität ist gerade auch bei Change-

Prozessen enorm. Die Kommunikation über Wurzeln und Werte, Tradition und Geschichte bietet für Unternehmen enorme Potenziale, weil diese Elemente die Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit unterstreichen.



### **Dr. Henrik Jungaberle**

Institut für Med. Psychologie,  
Uniklinikum Heidelberg (D)

#### **„Die versteinerten Verhältnisse zum Tanzen zwingen?!“ - Rituale zwischen Beharrung, Regelbruch und Erneuerung.**

Menschen und vor allem Organisationen kommunizieren nicht nur mit Worten. Im Gegenteil benutzen Sie Körpersprache, Symbole, Räume und Verhaltensroutinen, um sich auszudrücken, um Macht auszuüben oder zu untergraben, um zu zeigen, wer sie sind. Sich der Ritualkultur im Unternehmen bewusst zu werden und sie zu gestalten, kann ein wichtiges Instrument der Veränderung und zugleich der Identitätssicherung sein. Was macht Rituale eigentlich aus? Warum übt das Thema gerade in den aufgeklärtesten Gesellschaften große Faszination aus? Wer sind die Ritualmacher und wann gelingen Rituale?

## >> Praxisprojekte



### **Heiko Hünsch**

*Head of Leadership Communications,  
Siemens (D)*



### **Felicitas von Imhoff**

*Referentin Unternehmenskommunikation  
& Projektleiterin Wertekommunikation,  
Siemens (D)*

### **Wertekommunikation bei Siemens: „Vom Bewusstseins- zum Kulturwandel“**

Mehr Bewusstsein für die Unternehmenswerte schaffen und damit den Kulturwandel im Unternehmen vorantreiben. Mit dieser Zielsetzung wurde vor drei Jahren eine langfristig angelegte und mehrstufige interne Kommunikationskampagne zur Bedeutung der Unternehmenswerte für die über 400.000 Siemens-Mitarbeiter gestartet. Bis heute läuft dieser Prozess erfolgreich in allen Geschäftseinheiten und in allen Regionen des Weltkonzerns.



### **Dagmar Ewert**

*Leiterin Unternehmens- und Marketing-  
kommunikation, Carl Zeiss SMT (D)*

### **Werte im Unternehmen verankern: Definieren, Implementieren und Leben von Werten**

Vom produktverliebten Technologiekonzern hin zum Partner mit ‚Passion‘ für Kunden und wertorientierten Arbeitgeber. Dieses Ziel hat sich der Carl Zeiss Konzern vor zwei Jahren – kurz vor dem Ausbruch der Wirtschaftskrise - auf die Fahnen geschrieben. Kann man es trotz Krise schaffen, 13.000 Mitarbeiter in 42 Ländern mit den Werten vertraut zu machen und sie dafür begeistern? Die ‚Cultural Journey von Carl Zeiss‘.



### **Martina De Rosi**

*Leitung Service Center Kommunikation,  
Maico (I)*



### **Andreas March**

*Service Center Kommunikation/  
Marketing, Maico (I)*

### **„Mein Vertrauen hast Du. Mein Misstrauen musst Du Dir erarbeiten.“**

Unternehmenskultur als Kernkompetenz: sie ist die Summe aller Selbstverständlichkeiten in einem Unternehmen. Sie ist Garant für Beständigkeit und trotzdem einem ständigen Wandel unterworfen. Wie schafft es ein mittelständisches Handelsunternehmen, aus seiner Kultur immer wieder neue Wettbewerbsvorteile zu generieren?



**Claudia Reichmuth**  
*Group Communications,*  
*Allianz (D)*

**„Schafft die Kommunikatoren ab“**

Wie die Allianz daran arbeitet, dass Mitarbeiter und Manager selbst für Dialog und Informationsarbeit im Unternehmen sorgen - und warum dies gerade in Veränderungsprozessen so wichtig ist.



**Bernd Klumpp**  
*Vice President Quality & Processes,*  
*Dt. Telekom (D)*



**Lars Guillium**  
*Head of QP Processes & Operations,*  
*Dt. Telekom (D)*

**„Beteiligung und Involvierung der Mitarbeiter als ein wesentlicher Erfolgsfaktor unserer Veränderung“**

Stronger – das Changeprogramm von Products & Innovation war die Reaktion auf wesentliche Strukturveränderungen in unserer Organisation. Im Rahmen des Programms standen wir vor der Herausforderung, die Mitarbeiter zu erreichen und aktiv in die Veränderung einzubinden. Wir haben für uns dazu zwei elementare

Prinzipien aufgestellt und gelebt:

- Von den Mitarbeitern für die Mitarbeiter
- Informieren, Aktivieren, Integrieren

Welche konkreten Aktivitäten haben wir daraus abgeleitet und welche Erfahrungen haben wir gemacht?



**Dr. Ingo Hamm**  
*Head of Strategic Networking and*  
*Communication, BASF (D)*

**„Back to the future - with traditional media“**

Mit Change Communication werden ganz selbstverständlich neue Medien assoziiert, doch der Einsatz von Social Media bei Veränderungsprojekten stößt oft an Grenzen. Traditionelle Medien und Kommunikationsformate machen durchaus sehr viel Sinn - für bestimmte Zielgruppen und Kommunikationsziele. Der Praxisbeitrag von Ingo Hamm versucht anhand von Fallbeispielen Hintergründe und Lösungsansätze aufzuzeigen.





**Silvia Wulf**

Leiterin Unternehmenskommunikation,  
AutoVision GmbH- ein Unternehmen im  
Volkswagen Konzern (D)



**Ulrike Jussen**

Unternehmensentwicklung & Koordination  
Change Management, AutoVision GmbH (D)

**Der Change-Prozess der AutoVision GmbH:  
„schneller, grüner, besser“**

Sieben Jahre nach der Unternehmensgründung steht der Personal- und Prozessdienstleister AutoVision GmbH Ende 2007 vor der Herausforderung eines unternehmensweiten Optimierungs-Prozesses. Nach einem rasanten Wachstum auf rund 8000 Mitarbeiter und einen Umsatz von 280 Mio € haben sich die Strukturen des Unternehmens heterogen entwickelt. Mit der Strategie „AutoVision 2.0“ wird die konsequente Neuausrichtung des Unternehmens auf die Bedürfnisse der Kunden und des Marktes formuliert. Wie haben wir es geschafft, das Management und die Mitarbeiter zu Markbotschaftern zu machen, für das Thema zu gewinnen und im Anschluss das Rekordjahr seit Unternehmensgeschichte hinzulegen?

**>> Teilnehmerstimmen des letzten Jahres**

**Ulrike Jussen**

*Unternehmensentwicklung,  
AutoVision GmbH*

Mein aufrichtiges Kompliment für den gelungenen Change Communications Congress! Er war durch und durch professionell und hochwertig aufgezogen, mit Engagement und best practice gewürzt, mit kulinarischen Leckerbissen angereichert und wurde durch die interaktive Atmosphäre abgerundet. Über die Drittplatzierung in der Kategorie Cultural Change sind meine KollegInnen und ich begeistert!



**Bernd Klumpp**

*Senior Vice President Quality & Processes Products & Innovation; Deutsche Telekom AG*

Nochmals herzlichen Dank für den unvergesslichen Abend am vergangenen Donnerstag im Kavaliershaus in Salzburg. Die Auszeichnungen für unser Changeprogramm stronger sind für uns Anerkennung und zugleich Ansporn auf dem eingeschlagenen Weg weiter zu machen. Vielen Dank auch an Ihre Kollegen und das Team, dass die Internal Branding Academy uns die Möglichkeit bot an diesem Wettbewerb teilzunehmen und gleichzeitig eine Plattform für das wichtige Thema damit bereitete. Den Preis konnten wir natürlich nur stellvertre-

tend für die vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserem Unternehmen entgegennehmen, die das Programm gestaltet haben und heute leben.

.....

**Eva Bauernfeind-Schimek**

*Corporate Marketing,  
Fronius International GmbH*

Als Teilnehmerin des Change Communications Congress möchte ich gerne rückmelden, dass mir die Veranstaltung in jeder Hinsicht ausnehmend gut gefallen hat. Vor allem die Konzeption „großer“ Vortrag durchmischt mit „kleinen“ Gesprächsrunden unbedingt auch für das nächste Mal beibehalten! Herzlichem Dank für die tolle Veranstaltung.

.....

**Martina De Rosi**

*Service Center Kommunikation,  
MAICO GMBH*

Bei uns in der Firma ist der Wahnsinn ausgebrochen – Gratulationsmails schwirren durch die Gegend, Willkommensplakate hängen am Eingang zu unserer Abteilung und alle sind aus dem Häuschen wegen unserem beflügelten Silberei. Nochmals ein dickes Kompliment für die Veranstaltung – uns hat es riesig Spaß gemacht und wir werden ganz bestimmt Anregungen auch für uns weiterentwickeln und ins Unternehmen tragen!

**Tina Deutsch, M.Sc.**

*Leiterin Change & Int. Kommunikation,  
BAWAG PSK*

Herzlichen Dank noch einmal für die Möglichkeit, am Change Communications Kongress in Salzburg teilzunehmen! Es war wirklich interessant, die diversen Themen mit anderen KollegInnen aus den verschiedensten Unternehmen zu diskutieren.

.....

**Wolfgang Hoffmann**

*Leiter Personalentwicklung,  
E.ON Bayern*

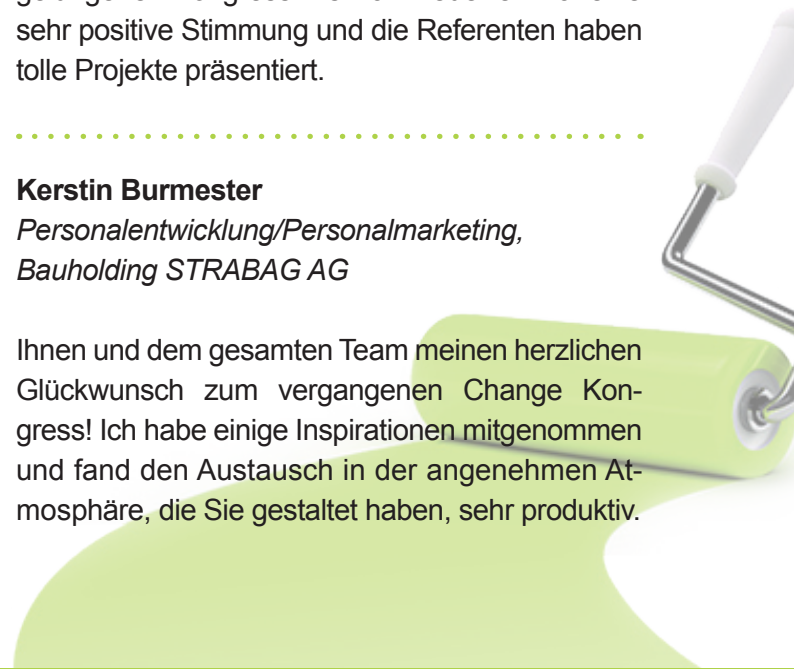
Noch einmal meine Glückwünsche zu dem wirklich gelungenen Kongress. Es war wieder einmal eine sehr positive Stimmung und die Referenten haben tolle Projekte präsentiert.

.....

**Kerstin Burmester**

*Personalentwicklung/Personalmarketing,  
Bauholding STRABAG AG*

Ihnen und dem gesamten Team meinen herzlichen Glückwunsch zum vergangenen Change Kongress! Ich habe einige Inspirationen mitgenommen und fand den Austausch in der angenehmen Atmosphäre, die Sie gestaltet haben, sehr produktiv.



## >> Das Programm

09 <sup>00</sup>	Begrüßung und Eröffnungsritual
10 <sup>00</sup>	Prof. Heike Bühler: „Tradition kommunizieren“ - Wie Unternehmen ihre Wurzeln und Werte professionell vermitteln
11 <sup>00</sup>	Pause
11 <sup>30</sup>	Praxisrunde 1: 6 Praxisprojekte werden im Wissensdialog an runden Tischen serviert
12 <sup>15</sup>	Dr. Martin Hehemann: „Austrian bleibt Austrian“. Warum sich Austrian Airlines radikal verändern, um sich treu bleiben zu können
13 <sup>15</sup>	Mittagspause
14 <sup>15</sup>	Praxisrunde 2: 6 Praxisprojekte werden im Wissensdialog an runden Tischen serviert
15 <sup>00</sup>	Dr. H. Jungaberle: „Die versteinerten Verhältnisse zum Tanzen zwingen?!“ - Rituale zwischen Beharrung, Regelbruch und Erneuerung
15 <sup>45</sup>	Pause
16 <sup>15</sup>	Praxisrunde 3: 6 Praxisprojekte werden im Wissensdialog an runden Tischen serviert
17 <sup>00</sup>	Praxisrunde 4: 6 Praxisprojekte werden im Wissensdialog an runden Tischen serviert
18 <sup>00</sup>	Stadtführung; Traditionen - Werte - Rituale: die Stadt Salzburg zwischen Erzbisum, Mozart und den Salzburger Festspielen
19 <sup>30</sup>	Präsentation der Nominees zum Change Communications Award 2010
20 <sup>00</sup>	Preisverleihung European Change Communications Award 2010 im Rahmen des Gala-Dinners. Veranstaltungsende: ca. 22 <sup>00</sup>

## >> Anmelden

### Melden Sie sich online an!

[www.ChangeCommunications.eu/congress](http://www.ChangeCommunications.eu/congress)

### Preis für ein Tagesticket:

€ 590,-- excl. MwSt\*

*\* Der Eintrittspreis beinhaltet auch die Teilnahme am Dinner und den Eintritt zur Change Communications Award-Gala*

## >> Kontakt

### Symbiosis

Kommunikations und Strategieberatung

**A:** Paracelsusstraße 11a  
5020 Salzburg

**T:** +43(0)662-890013

**E:** [office@symbiosis.co.at](mailto:office@symbiosis.co.at)

**W:** [www.symbiosis.co.at](http://www.symbiosis.co.at)

[www.ChangeCommunications.eu](http://www.ChangeCommunications.eu)