

## Kommunikationstag 2007

### Allgemeine Informationen

Der diesjährige Kommunikationstag findet am Donnerstag, 25. Januar 2007 im BallyLab in Schönenwerd statt und steht unter dem Motto „Blick in die Zukunft“. Wir werden einen Blick in die kommunikative Zukunft wagen und uns den Themen Neue Medien und Kommunikationstrends widmen.

### Programm

Ablauf	Themen	Wer
08.00 – 08.30 Uhr	Fakultatives Briefing Workshop-Leitende	Gundekar Giebel, Leiter E-Medien, Post
08.15 - 09.00 Uhr	Eintreffen der Teilnehmenden, Begrüssungskaffee	
09.00 – 09.30Uhr	Begrüssung, Einstieg zu Themen	Dr. Daniel Mollet, Leiter Unternehmenskommunikation, Post
09.30 – 10.00 Uhr	<b>Inputreferat „Neue Medien und ihre Rolle in der Zukunft“</b>	Philipp Schaer, Branding-Institute
10.00 – 11.00	Workshop-Runde 1	
11.00 – 11.30	Pause / Verschiebung	
11.30 – 12.30	Workshop-Runde 2	
12.30 – 13.45	Gemeinsames Mittagessen	
13.45 – 14.30	<b>Podiumsdiskussion</b> (Erste Erkenntnisse aus den Workshops)	
14.30 – 15.00	<b>Referat Konzernleiter Post, inkl. Fragerunde</b>	Dr. Ulrich Gygi, Konzernleiter Post
15.00 – 15.15	Pause	
15.15 – 15.45	<b>Referat „Digitale Kommunikation morgen - Chancen und Herausforderungen für Unternehmen“</b>	Prof. Dr. Katarina Stanoevska-Slabeva
15.45 – 16.15	Auflösung des Wettbewerbs und Schlusswort	Dr. Daniel Mollet
16.15 – 17.00	Schlussapéro und individuelle Heimreise	

### Übersicht Workshops

Thema	<b>Workshop 1: Corporate Blogging / Weblogs Rundtischgespräch Swisscom, SBB, Post</b>
Beschrieb	<p>Die Internetwelt steht vor einer Wende. Benutzerinnen und Benutzer werden zu Teilhaberinnen und Teilhabern im weltweiten Netz. Sie werden zu Berichterstattern und Kommentatoren, zu Schriftstellern und Bildergaleristen. Die Technik ist in den vergangenen Jahren so simpel geworden, dass es keine Spezialistenkenntnisse braucht, um sich im WWW den eigenen Platz zu schaffen.</p> <p>Wohin führt diese Reise? Wen wollen die neuen „Informationslieferanten“ erreichen? Sollen sich Unternehmen in diese Welt einloggen und eine aktive Rolle spielen?</p> <p>Dies einige Fragen, die an diesem Roundtable diskutiert werden. Interessante und futuristische Überlegungen zur Rolle von Blogs im Unternehmensalltag.</p>
Workshopleitung	Gundekar Giebel, Leiter E-Medien Post

Thema	<b>Workshop 2: Herausforderung Crossmedia - die Zukunft der integrierten Kommunikation.</b>
Beschrieb	Ein stündiger Workshop für Kommunikationspraktiker, die wissen möchten, wie man bestehende Potentiale erkennt und crossmedial maximale Synergien erzeugt. Was bedeutet Crossmedia? Die Vernetzung einer Kommunikationsidee über verschiedene Medien, die zu einem vertieften, interaktiven Erlebnis einer Marke oder eines Angebotes führt und einen Mehrwert schafft.  Ziel: Vermitteln eines theoretischen und praktischen Ansatzes, um Crossmedia-Potential erkennen zu können.
Workshopleitung	Patrick Theus, Beratungsgruppenleiter Optimedia AG Roland Schwarz, Verantwortlicher Unternehmenswerbung Post

Thema	<b>Workshop 3: Podcasting</b>
Beschrieb	Was ist Podcasting und wie nutze ich den Kanal Podcasting überhaupt? In diesem Workshop lernen Sie was Podcasting ist, welche Formen es gibt und welche Relevanz dieser Kanal in der Medienlandschaft hat. Sie haben die Möglichkeit in verschiedene Podcasts „reinzuhören“ bzw. „reinzusehen“ und können sich ein Bild von den Einsatzmöglichkeiten und Grenzen des Podcasting in der Unternehmenskommunikation machen.
Workshopleitung	Philipp Schaer, Projektleiter Branding-Institute

Thema	<b>Workshop 4: E-Paper</b>
Beschrieb	Die Zukunft hat schon begonnen: die multimediale Strategie eines führenden Schweizer Verlagshauses  <ul style="list-style-type: none"> <li>– Multikanale Medienangebote werden zur Selbstverständlichkeit: Die multimediale Strategie der CASH-Gruppe (E-Paper und Crossmedia)</li> <li>– Journalismus wandelt sich vom Produktansatz zum Themenansatz (Die Contentfabrik?)</li> <li>– Inhaltequalität erhält mit Multikanalität eine weitere Dimension</li> <li>– Medienorganisationen rekonfigurieren ihre Redaktions- und Vermarktungsprozesse (welchen Einfluss hat dies auf die Arbeit von PR-Abteilungen z.B. bei der Post?)</li> <li>– Bedeutung von Medienmarken nimmt zu</li> </ul>
Workshopleitung	Dr. Christoph Bauer, Geschäftsführer CASH-Gruppe

Thema	<b>Workshop 5: "Grosse Informationsnetze bauen": Bringt man Ordnung ins Chaos?</b>
Beschrieb	Wie bringt man lose Systeme zusammen und wie löst der Bund den Departementalismus und Föderalismus in der Elektronik. Zwei praktische Beispiele, wie Inhalt und Technik in Einklang gebracht werden können: <a href="http://www.admin.ch">www.admin.ch</a> und <a href="http://www.ch.ch">www.ch.ch</a> .
Workshopleitung	Amr Huber, Leiter Sektion elektronischer Behördenverkehr, Eidg. Bundeskanzlei

Thema	<b>Workshop 6: Suchmaschinen-Marketing oder weshalb sich (fast) alles um Google dreht</b>
Beschrieb	Suchmaschinen-Marketing = Suchmaschinen-Optimierung & Suchmaschinen-Werbung  - Wie funktioniert eine Suchmaschine? - Wieso wurde BMW von Google vor die Tür gesetzt? - Welches sind die wichtigsten Optimierungs-Tricks? - Was ist Suchmaschinen-Werbung?
Workshopleitung	Beat D. Wyser, Geschäftsführer Netcast AG

Thema	<b>Workshop 7: Online-Spiele</b>
Beschrieb	Online-Spiele als Kommunikationsmittel  Im Internet spielen erfreut sich immer grösserer Beliebtheit. Doch was sind die Hintergründe der Online-Spiele? Wozu dienen Online-Spiele - welche Ziele werden verfolgt und wer ist die Zielgruppe?  Im Workshop werden anhand von Beispielen die kommunikativen Aufgaben von Online-Spielen aufgezeigt. Edutainment, Virales Marketing, Community-Bildung und Bindung, In-Game Advertising sind einige Aspekte der Vielfalt im Online-Gaming.  Im Workshop werden bestehende Online-Spiele vorgestellt und gespielt um dann selbst ein Online-Spiel zu konzipieren.
Workshopleitung	Thomas Schmelzer, Corporate Design Online, Post und Philipp Leuthold, E-Medien, Post

Thema	<b>Workshop 8: Interaktive Kommunikationsformen - Neue Erwartungshaltung der Marktteilnehmer</b>
Beschrieb	Bis anhin haben Unternehmen Informationen an ihre Marktteilnehmer ausgestrahlt, eine Rückmeldung war nicht vorgesehen. Bereits heute verfügen immer mehr Medien über einen Feedbackkanal. Inserate und Plakate bekommen einen Handycode, TV eine Fernbedienung mit instant Feedback, auf Websites kommentiert, bewertet und via Video gesprochen. Die Erwartungshaltung an Unternehmen und ihre Kommunikation hat sich geändert. Wie gehen wir damit um? Auf was müssen wir uns einstellen? Mit wem sollen wir wie kommunizieren? Was wird ein Flop?
Workshopleitung	Reto Hartinger, Präsident der Erfa-Gruppe Internet Briefing

## Anfahrt

Wir empfehlen die Anreise mit dem Zug. Der Bahnhof Schönenwerd liegt direkt vor dem Eingang des Bally-Areals (zwei Gehminuten zur Eventhalle). Bahnverbindungen: ([www.sbb.ch](http://www.sbb.ch)) .

Mit dem Auto:



## BallyLab - Eventhalle

Parkstrasse 2  
5012 Schönenwerd  
[www.ballylab.ch](http://www.ballylab.ch)

Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

Sabine Glauser  
Projektleiterin Strategie und Führungsunterstützung

Die Schweizerische Post  
Unternehmenskommunikation  
Führungskommunikation  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon +41 031 338 45 12  
Fax +41 031 338 13 11  
E-Mail [sabine.glauser@post.ch](mailto:sabine.glauser@post.ch)  
Internet [www.post.ch](http://www.post.ch)