

10. Internationale Konferenz

# Chefsache Issues Management



## Social Media Dynamics: Kontrollverlust oder Kommunikationschance?

Mit Referenten von: BASF, Deutsche Post DHL,  
BMW Group, Google, F.A.Z., Schwäbisch Hall

8. November 2011

Frankfurter Rudergesellschaft  
Germania 1869 e.V.

Veranstalter:

In Zusammenarbeit mit:



**I M A G E** Issues Management  
Gesellschaft Deutschland e.V.



LeadershipReputationInstitute

F.A.Z.-INSTITUT

VERANTWORTUNG  
ZUKUNFT

kommunikationsmanager



## Konferenzprogramm:

- 8:45 Uhr      Registrierung und Begrüßungskaffee
- 9:20 Uhr      **Eröffnung und Einführung**  
Dr. Gero Kalt / Dr. Achim Kinter,  
Issues Management Gesellschaft (IMAGE) Deutschland e.V.
- 9:45 Uhr      **Ideen, Recherche, Vermarktung:**  
**Der Social-Media-Dreiklang im Journalismus**  
Carsten Knop, Ressortleiter Unternehmen, F.A.Z.
- 10:15 Uhr     **Social Media – eine Managemententscheidung?**  
Klaus Oskar Schmidt, Generalbevollmächtigter,  
Bausparkasse Schwäbisch Hall AG
- 10:45 Uhr     Kaffeepause
- 11:15 Uhr     **Social Media – Projekte & Initiativen bei der Deutschen Post DHL**  
Silje Skogstad, SVP Global Media Relations, Deutsche Post DHL
- 11:45 Uhr     **Monitoring und Alerting im Internet –**  
**Instrumente gegen den Kontrollverlust**  
Bernd Hitzemann, Prime Research International AG
- 12:15 Uhr     **Podiumsdiskussion**
- 13:00 Uhr     gemeinsames Mittagessen
- 14:30 Uhr     **Youtube als Bestandteil einer Social Media Strategie**  
Jens Quadbeck, Industry Head Financial Services,  
Google Deutschland GmbH
- 15:00 Uhr     **Social Media als integraler Bestandteil der**  
**BMW Group Kommunikation und aktuelle Herausforderungen**  
Torsten Julich, Konzernkommunikation und Politik, BMW Group
- 15:30 Uhr     Kaffeepause
- 16:00 Uhr     **Social Media und Issues Management –**  
**Themenrecherche und Themensetzung im Internet**  
Andreas Fitger, News und Issues Manager, BASF SE
- 16:30 Uhr     **Podiumsdiskussion**
- 17:00 Uhr     Ende der Konferenz und Get Together

## Die Referenten



**Andreas Fitger** ist Informationswissenschaftler und in der BASF für das „News und Issues Management“ zuständig. Er kümmert sich um die Informationsversorgung des oberen Managements, entwickelt Verfahren für die Beobachtung des Internets und lotet die Möglichkeiten neuer Kommunikationsinstrumente aus.



**Bernd Hitzemann** ist Projektmanager Social Media bei der Prime Research International AG. Im Unternehmen betreut er Ad-Hoc-Analysen und entwickelt Konzepte und Tools für internationale Großkunden.



**Torsten Julich** ist seit 1999 bei der BMW Group und arbeitete in verschiedenen Unternehmensbereichen, bevor er 2007 in den Bereich „Konzernkommunikation und Politik“ wechselte. Er verantwortet als Referent u.a. die Online-Kommunikation und ist beteiligt an der Umsetzung einer unternehmensweiten Social Media Strategie.



**Dr. Gero Kalt** ist Vorstand der Prime Research International AG, Herausgeber des Fachmagazins >kommunikationsmanager sowie Vorstandsmitglied der DPRG und der IMAGE Deutschland e.V. Zuvor war er rund 18 Jahre als Geschäftsführer und Chefredakteur im F.A.Z.-Institut tätig.



**Dr. Achim Kinter** ist Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Issues Management Gesellschaft (IMAGE) Deutschland e.V. und Inhaber der Kommunikationsagentur tabula rasa in Frankfurt. 2010 gründete er das LeadershipReputationInstitute GmbH, das u.a. die Beziehung von Social Media und Führungsverständnis untersucht.



**Carsten Knop** ist in der F.A.Z. als Ressortleiter für die Unternehmensberichterstattung aus dem In- und Ausland sowie die samstags erscheinende Sonderseite „Die Lounge“ verantwortlich. Von 1999 bis 2003 war Knop (Twitter: @carstenknop) für die F.A.Z. Korrespondent in den Vereinigten Staaten, davor in Düsseldorf tätig.



**Klaus Oskar Schmidt** ist Generalbevollmächtigter Marketing und Auslandsmärkte der Bausparkasse Schwäbisch Hall. Zuvor war der Betriebswirt als Vorstand bei der ING-DiBa für die Bereiche Marketing, Kundendialog sowie Produkt- und Zielgruppenmanagement zuständig.



**Jens Quadbeck** ist Betriebswirt und Bankkaufmann, er war bei McKinsey & Company als Berater tätig und ist seit 2008 bei Google Deutschland. Dort betreut er die Kunden aus der Finanzdienstleistungsbranche.



**Silje Skogstad** ist seit Anfang 2009 Senior Vice President Global Media Relations bei der Deutschen Post DHL und verantwortet die globale Pressearbeit des Konzerns. Zuvor war sie Teamleiterin Media Relations und Konzernsprecherin für Finanz- und Wirtschaftsthemen. Bis 2004 arbeitete sie bei Bloomberg News in Frankfurt und berichtete über Europäische Banken und Versicherungen

„Wieviel Kontrolle sind wir bereit abzugeben? Wo sind unsere wichtigsten Stakeholder, und auf welchen Kanälen erreichen wir sie am besten? Wenn man darauf die richtigen Antworten findet, sind Social Media dauerhaft eine wichtige Ergänzung im Kommunikationsmix“.

*Thorsten Strauß,  
Leiter Unternehmenskommunikation  
der Bertelsmann AG im Magazin  
>kommunikationsmanager 4/2010*

## Zielsetzung der Konferenz

Social Media haben sich zum dynamischen Massenphänomen entwickelt, das Unternehmen vor große Herausforderungen stellt. Facebook, Twitter, YouTube, Blogs, Wikileaks und Co. sowie die Online-Ausgaben der Medien erreichen heute Millionen Menschen und geben ihnen die Möglichkeit, aktiv am Publikations- und Meinungsbildungsprozess teilzunehmen. Die klassischen Medien haben im Netz weitgehend ihre Gatekeeper-Funktion verloren, Meinungsbildung und Mobilisierung von Zielgruppen erhalten eine ganz neue Dimension. Entsprechend fragen sich viele Unternehmen, wie man dieser Revolution am besten begegnen kann. Denn völliger Kontrollverlust ist ebenso wenig hinnehmbar wie das Verpassen von neuen Kommunikationschancen im direkten Zugang zur Zielgruppe. Die Konferenz stellt die aktuellen Trends vor, identifiziert zentrale Player und Plattformen und zeigt an zahlreichen Fallbeispielen, wie man erfolgreich von der Entwicklung profitieren kann.

## Zielgruppe

Die Konferenz richtet sich an alle Unternehmensvertreter und Dienstleister, für die Social Media eine Herausforderung darstellen. Dabei werden praxiserfahrene Referenten aus PR und Marketing sowohl grundsätzliche Einschätzungen über die Dynamik und Trends im Internet abgeben als auch vorstellen, welche Aktivitäten sich als erfolgreich erwiesen. Ausführlich behandelt die Konferenz konkrete Maßnahmen und Anwendungen, mit denen relevante Inhalte identifiziert, analysiert, bewertet und gesteuert werden können. Die Konferenz wird sich dabei weniger auf technische Feinheiten als vielmehr auf strategische und operative Fragen konzentrieren. Somit spricht die Veranstaltung auch Geschäftsführungen, Unternehmensstrategen, Marketing- und Kommunikationsentscheider sowie Krisen- und Issuesmanager an.

## Konferenzdaten



### Veranstaltungsort

Frankfurter  
Rudergemeinschaft  
Germania 1869 e.V.  
Schaumainkai 65,  
60596 Frankfurt a. M.  
[www.frg-germania.de](http://www.frg-germania.de)

### Teilnahmegebühr

895,- Euro zzgl. MwSt

Im Preis enthalten sind die Kosten für die Konferenz, die Tagungsdokumentation, das gemeinsame Mittagessen, Kaffeepausen, und Erfrischungsgetränke.

### Übernachtung

Mit Ihrer Anmeldebestätigung senden wir Ihnen eine Liste mit Hotelempfehlungen per E-Mail zu. Bitte nehmen Sie die Buchung der Übernachtung sowie die Abrechnung mit dem Hotel selbst vor.

## Buchempfehlung



### Strategisches Issues Management.

Vom erfolgreichen Umgang mit Krisen und Profilierungsthemen.

Konzepte - Innovationen - Best Practices.

Gero Kalt, Achim Kinter, Michael Kuhn (Hg.)  
Frankfurt a. M., 2009; Preis: 39,90 Euro



### Chefsache Issues Management.

Ein Instrument zur strategischen Unternehmensführung.  
Grundlagen, Praxis, Trends.

Michael Kuhn, Gero Kalt, Achim Kinter (Hg.)

Frankfurt a. M., 2003; Preis: 39,90 Euro (als E-Book erhältlich)

Beide Bücher sind Standardwerke für das Thema Issues Management. Während „Chefsache Issues Management“ vor sieben Jahren besonders die Grundlagen vorstellt, kann „Strategisches Issues Management“ vor allem mit Best Practice-Beispielen eine etablierte Disziplin in Unternehmen zeigen. Zusammen bilden die beiden Bände eine umfassende Dokumentation, wie renommierte Unternehmen in Deutschland und international Risiken und Chancen managen.

### Anmeldung per Post:

tabula rasa  
Dr. Achim Kinter  
Rothschildallee 26  
60389 Frankfurt a. M.

### Anmeldung per Fax:

(061 01) 505971

### Anmeldung per E-Mail:

[g.kalt@t-online.de](mailto:g.kalt@t-online.de)

### Anmeldung per Telefon

Telefon: (061 01) 505977

### Weitere Informationen:

Telefon: (061 01) 505977

## ANMELDUNG ZU KONFERENZ

NAME

VORNAME

POSITION

ABTEILUNG

TELEFON, FAX

E-MAIL (für Ihre Anmeldebestätigung)

FIRMA

POSTFACH, STRASSE

PLZ, ORT

DATUM, UNTERSCHRIFT

- Ich nehme am 8. November 2011 in Frankfurt teil.
- Ich bin Mitglied der DPRG / GPRA und erhalte 10% Rabatt.
- Ich bin Mitglied der IMAGE e.V. und erhalte 25% Rabatt.

### Stornierung

Eine Stornierung (unbedingt schriftlich) ist bis zu sechs Wochen vor der Veranstaltung kostenfrei. Bei schriftlicher Abmeldung bis 14 Tage vor der Veranstaltung sind 50% der Teilnahmegebühr zu zahlen. Danach müssen wir Ihnen leider die Gesamtsumme berechnen. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen.