

1. Schweizer Public Affairs und Lobbying Tagung

Erfolgreiche und glaubwürdige Interessenvertretung durch Wirtschaft, Politik & Verbände



Prof. Dr. Iwan Rickenbacher
Universität Bern



Dr. Ulrich Gygi
CEO, Die Post



Norbert Hochreutener
Nationalrat CVP



Fredy Müller
economiesuisse, SPAG



Filippo Leutenegger
Nationalrat FDP, CEO Jean Frey AG



Dr. Kenneth Angst
Publizist & Politik-Berater

u.a. mit Referenten von Swisscom, Credit Suisse, Konferenz der Kantonsregierungen, Schweizerischer Leasingverband, Weltwoche sowie internationalen Public Affairs-Experten

- **Effiziente Interessenwahrnehmung gegenüber Politik & Öffentlichkeit**
- **Überzeugende Informations- und Kommunikationsarbeit**
- **Issue Management: Welche aktuellen Themen beeinflussen Ihre Ziele?**
- **Zusammenarbeit mit Medien: Erfolg im Wettbewerb um Aufmerksamkeit**
- **Lobbying in der EU: Die politischen Prozesse in Brüssel**
- **Die Aufgabe des Unternehmers als Lobbyist**

Kooperationspartner:

SPAG
SCHWEIZERISCHE
PUBLIC AFFAIRS-
GESELLSCHAFT

Burson-Marsteller

Kommunikationsberatung · Public Relations BPRA

Medienpartner:

KMU Magazin

persönlich
DIE ZEITSCHRIFT FÜR MARKETING UND INTERNE KUNDENBEZIEHUNGEN

27. – 28. Juni 2005
KKL Kultur & Kongresszentrum, Luzern

1. Schweizer Public Affairs & Lobbying Tagung

Durch die politische Polarisierung und die zunehmende Komplexität der gesetzlichen Rahmenbedingungen wird eine effiziente Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Politik und Verbänden immer schwieriger und nimmt gleichzeitig an Bedeutung zu.

Nachhaltige Lösungen kommen nur durch einen konstruktiven Dialog unter Einbezug der Interessengruppen zustande. Deshalb müssen Spielregeln über den Prozess und die Form der Kommunikation zwischen Wirtschaft, Politik und Verbänden aufgestellt werden.

Public Affairs und Lobbying spielen an dieser Schnittstelle eine Schlüsselrolle. Lobbying als Instrument der Interessensvertretung ist in der Schweiz nach wie vor undefiniert und wird in der Gesellschaft mit skeptischer Haltung betrachtet.

Durch den Einsatz der richtigen Instrumente und Methoden und durch Verbesserung der Transparenz können Unternehmen und Verbände ihre Anliegen effizient vertreten und die Glaubwürdigkeit aller Beteiligten im politischen Entscheidungsprozess erhöhen.

Was Sie erwartet:

Mit hochkarätigen Referenten, Praxis-Beiträgen und Workshops werden die Entwicklungen und Erfolgsfaktoren für eine effektive und transparente Interessensvertretung in der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Politik, Verbänden thematisiert, analysiert und kommentiert.

Networking Plattform:

Während der Tagung und am Lobbying-Dinner bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, mit interessanten Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Medien in Kontakt zu treten.

Referenten

Key Note Speakers

Canisius Braun

Geschäftsleitender Sekretär, Konferenz der Kantonsregierungen, Geschäftsführer der ch Stiftung

Urs Paul Engeler

Bundeshausredaktor „Weltwoche“, promovierter Sprachwissenschaftler, schreibt seit 1987 für die „Weltwoche“

Dr. Mark Eisenegger

Leiter Öffentlichkeitsmonitoring, fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft, Universität Zürich

Dr. Ulrich Gygi

Konzernchef der Schweizerischen Post und ehem. Direktor der Eidgenössischen Finanzverwaltung

Norbert Hochreutener

Nationalrat CVP, Geschäftsleitung und Leiter Public Affairs Schweizerischer Versicherungsverband, Bern

Dr. Peter Köppl M.A.

Managing Partner der Kovar & Köppl Public Affairs Consulting, Wien, Mitglied des Redaktionsbeirates von „politik & kommunikation“ sowie der Fachjury des „Politikaward“ (Berlin), Fachautor sowie Lektor an Universitäten und Fachhochschulen

Fredy Müller

Mitglied der Geschäftsleitung economiesuisse, Zürich und Vorstandsmitglied der Schweizerischen Public Affairs Gesellschaft (SPAG)

Prof. Dr. Iwan Rickenbacher

Honorarprofessor für politische Kommunikation an der Universität Bern, Inhaber eines Büros für Kommunikation in Schwyz, langjähriger Generalsekretär CVP Schweiz

Detlev Samland

Partner und European Director Public Affairs bei Pleon Kohtes Klewes GmbH, Deutschland. Davor Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten in Nordrhein-Westfalen und Mitglied des Europäischen Parlaments

Praxis-Foren

Dr. René Buholzer

Leiter Public Affairs Credit Suisse Group, Lehrbeauftragter der Universität St. Gallen und Dozent an der ZHW, ehemaliges Mitglied der Geschäftsleitung economiesuisse

Dr. Markus Hess

Rechtsanwalt und Geschäftsführer Schweizerischer Leasing-Verband, ehemaliger Präsident FDP, Kanton Zürich

Stefan Nünlist

Chief Communications Officer, Leiter Group Communications & Public Affairs und Mitglied der Gruppenleitung Swisscom AG, Bern

Podiums-Gespräch

Dr. Kenneth Angst

Publizist, Selbständiger Kommunikations- und Politik-Berater, Küsnacht, ehemaliger persönlicher Mitarbeiter von Kaspar Villiger und stellvertretender Chef-Redaktor NZZ

Zielgruppe: Wer sollte teilnehmen?

- CEO's, Geschäftsleitungs-Mitglieder, Verwaltungsräte, PR-, Kommunikations- und Public Affairs-Fachleute
- Leiter, Vorstände und Kommunikations-Verantwortliche von Berufs- und Branchenverbänden und aus NGO's/NPO's
- Lobbyisten, Anwälte, Interessenvertreter und Personen mit Doppelfunktionen in Unternehmen, Verbänden und Politik
- Vertreter von Schweizer Behörden, insbesondere aus der Bundesverwaltung und aus Kantonen sowie ausländische Vertreter aus grenznahen Bereichen
- Leiter von Kommunikations- und PR-Unternehmen sowie selbständige Politik- und PR-Berater
- Vertreter von Internationalen Unternehmen mit politischen Interessen in der Schweiz sowie CEO's von ausländischen Unternehmen mit bestehender oder zukünftiger Tätigkeit in der Schweiz

Ihr Nutzen

- Sie lernen die Abläufe und die Interventionspunkte im politischen Entscheidungsprozess kennen
- Sie nehmen konkrete Ideen und Impulse mit, um Ihre Aktivitäten im Bereich Public Affairs und Lobbying erfolgreich und glaubwürdig vertreten zu können
- Anhand von praktischen Beispielen lernen Sie, wie Sie die einzelnen Instrumente von Public Affairs und Lobbying anwenden
- Sie erfahren die Sicht der verschiedenen Akteure im Entscheidungsprozess und können dadurch Ihre Interessen ziel- und zielgruppenorientierter vertreten

Moderation / Tagungsleitung

Reto Brennwald, Moderator „Rundschau“, SF DRS

Dr. Kuno Hämisegger

Mitgründer und Quästor, SPAG, Delegierter für Public Affairs Schweiz, Schweizerische Bankiervereinigung, Basel. Vormalig Wirtschaftsberater von Bundesrat Jean-Pascal Delamuraz & Chefökonom des EVD

Pierre Jaccoud

Sekretär der Konzernleitung, Leiter des Chairman's Office & Corporate Sustainability Committee, F. Hoffmann-La Roche AG, Basel

Filippo Leutenegger

Nationalrat FDP und CEO der Jean Frey AG, Zürich, ehemaliger Chefredaktor und Mitglied der Geschäftsleitung SF DRS sowie Redaktionsleiter der „Arena“

Dr. Martin Pfisterer

Mitglied Unternehmensleitung der BKW FMB Energie AG, Bern

Themen-Workshops

Marie-Louise Baumann

Mitglied der Geschäftsleitung Burson-Marsteller Schweiz und Leiterin des Kompetenzfeldes Public-Affairs, davor Leiterin des politischen Sekretariats der FDP Schweiz und Sektionschefin in der Bundeskanzlei

Dr. Daniel Frey

Inhaber und Geschäftsführer Frey Communications, alt Parteisekretär FDP Kanton Zürich und ehemaliger Head of Marketing & Communications bei Accenture

Dr. Peter Köppl

(siehe Key Note Speakers, erste Spalte)

Montag, 27. Juni 2005

13.30 Check-In, Begrüssungskaffee

14.00 – 15.00

Die Aufgabe von Public Affairs und Lobbying im politischen Entscheidungsprozess

■ Definitionen und Abgrenzung von Public Affairs und Lobbying ■ Das Spielfeld bestimmen, die Spieler identifizieren, Spielregeln festlegen ■ Verstehen des politischen Entscheidungsprozesses ■ Die wichtigsten Interventions-Punkte für Interessenvertretung ■ Die Bedeutung des Lobbying im politischen Entscheidungsprozess und in der Meinungsbildung

Iwan Rickenbacher

15.00 – 16.00

Absicherung des Unternehmenserfolgs durch Public Affairs & Lobbying

■ Chance oder Risiko: Die Politik mischt sich immer ein ■ Erfolgreiche Aussenpolitik für Ihr Unternehmen ■ Professioneller und systematischer Aufbau von Public Affairs Management ■ Das Dilemma der Aufmerksamkeit meistern ■ Bearbeitung des Marktes Politik ■ Überzeugen statt überreden ■ Strategie, Ziele und Messung des Bottom-line-impact

Peter Köppl

16.00 – 16.30 Pause

16.30 – 17.30

Drei parallele Praxisforen A1-A3

Themen und Referenten siehe 3. Spalte

17.30 – 18.30 Podiumsdiskussion

Effiziente Zusammenarbeit im Interessenkonflikt

■ Vernetzung und Dialog ■ Suche nach Win-Win-Konstellationen ■ Glaubwürdigkeit und Ruf des Lobbying

Filippo Leutenegger, Pierre Jacoud, Kuno Hämisegger, Martin Pfisterer, Canisius Braun, Diskussionsleiter: Kenneth Angst

ab 18.30

Networking-Apéro

ab 19.15

Lobbying-Dinner im KKL, Kultur und Kongresszentrum, Luzern

Zeitplan / Ihre Agenda

Terminplan 1.Tag:

13.30 Uhr: Begrüssungskaffee
14.00 Uhr: Start Referate
16.00 Uhr: Kaffee-Pause
16.30 Uhr: Praxis-Foren
18.30 Uhr: Networking-Apéro
19.15 Uhr: Lobbying-Dinner

Terminplan 2.Tag:

08.00 Uhr: Begrüssungskaffee
08.30 Uhr: Start Referate
10.15 Uhr: Kaffee-Pause
12.15 Uhr: Mittagessen
15.00 Uhr: Kaffee-Pause
17.00 Uhr: Abschluss, Farewell-Drink

Dienstag, 28. Juni 2005

08.00 Welcome (Kaffee & Gipfeli)

08.30 – 09.30

Gestiegene Anforderungen an das Politikmanagement: Konsequenzen für das Lobbying

■ Zukunftsperspektiven im Politikmanagement ■ Ueberblick über die politische Einflussnahme ■ Strategische und operative Politiksteuerung ■ Der Handlungsbedarf in der Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ■ Praktische Umsetzung im Lobbying

Fredy Müller

09.30 – 10.15

Kritik oder Kooperation?

Die Rolle der Medien

■ Medien(schaffende): Freund oder Feind des Lobbyisten? ■ Wie funktionieren Medien: Gesetzmässigkeiten beim Wettbewerb um die Aufmerksamkeit

Urs Paul Engeler

10.15 – 10.45 Pause

10.45 – 11.15

Issue-Monitoring als Basis für effizientes Public Affairs

■ Einsatz und Nutzen von Issue Monitoring ■ Aktuelle Beispiele: Was ist heute auf der Agenda

Mark Eisenegger

11.15 – 12.15

Drei parallele Themen-

Workshops B1-B3 (siehe 3. Spalte)

12.15 – 13.45 Mittagessen

13.45 – 14.30

Interessenvertretung durch Allianzen am Beispiel der Kantone

■ Agenda-Setting: Identifizierung der gemeinsamen Interessen ■ Direkte Interessenvertretung der Kantone gegenüber Verwaltung und Parlament ■ Einbezug der Medien

Canisius Braun

14.30-15.00

Informationen als Basis für die Entscheidungsfindung

■ Wie kommen Informationen in die Politik ■ Welche Interessen kommen an? ■ Umgang mit Doppelfunktionen: Politiker und Lobbyist ■ Erfahrungen aus Sicht des Adressaten und der Lobbyisten

Norbert Hochreutener

15.00 – 15.30 Pause

15.30 – 16.00

Der CEO als Lobbyist

■ Offene Kommunikation der Strategie und des Spannungsfelds ■ Proaktiver Dialog mit den Stakeholder ■ Chancen und Risiken im Umgang mit den Medien

Ulrich Gygi

16.00 – 17.00

Lobbying in der EU:

Die politischen Prozesse in Brüssel

■ Die Verlagerung der Entscheidungsträger ■ Umgang mit Grösse und Komplexität in Brüssel ■ Der politische Entscheidungsprozess in der EU ■ Der Aufbau einer Interessenvertretung

Detlev Samland

17.00 Abschluss, Farewell-Drink

Parallele Praxisforen

Wählbare Praxisforen & Workshops

Praxis-Forum A1

Praxiscase Credit Suisse Public Affairs und Issue Management

■ Public Affairs Konzepte ■ Der dreistufige Issue Management Prozess: Monitoring – Assessment – Lobbying

René Buholzer, Leiter Public Affairs, Credit Suisse Group

Praxis-Forum A2

Praxiscase Swisscom Einbettung von Public Affairs in die integrierte Kommunikation

■ Einsatz der verschiedenen Public-Affairs-Instrumente ■ Priorisierung und Abstimmung mit Corporate und Marketing-Kommunikation

Stefan Nünlist, Head of Group Communications & Public Affairs, Swisscom

Praxis-Forum A3

Praxiscase Verband Direkte Interessenwahrnehmung gegenüber Verwaltung & Parlament

■ Opinion Leaders identifizieren ■ Informations- und Ueberzeugungsarbeit ■ Erfahrungen und Learnings aus der Praxis

Markus Hess, Geschäftsführer Schweizerischer Leasingverband

Workshop B1

Campaigning und Issue-Management

■ Vom politischen "Produkt" bis zur Kampagne ■ Konzeption integrierter Kampagnen ■ Ansätze im Issue-Management

Marie-Louise Baumann, Burson-Marsteller Schweiz

Workshop B2

Integrierte Public Affairs-Konzepte für Unternehmen

■ Public Affairs als Querschnittsfunktion ■ Evaluierung externer Faktoren & Ableitung interner Issues vom Business-Plan ■ Steuerung des Risikomanagements

Peter Köppl, Kovar & Köppl Public Affairs Consulting

Workshop B3

Lobbying in der Praxis

■ Wie Unternehmen und Organisationen ihre Interessen im politischen Prozess wahrnehmen können ■ Fallbeispiel von A bis Z ■ Definition der eigenen Interessen ■ Definition der „Zielgruppen“ ■ Wahl des geeigneten Vorgehens

Daniel Frey, Frey Communications

Datum und Tagungsort

27. – 28. Juni 2005

KKL Kultur- & Kongresszentrum

Europaplatz 1
CH-6005 Luzern
Tel: 041 226 70 70
www.kkl-luzern.ch



Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer:

Grand Hotel National

Haldenstrasse 4
CH-6006 Luzern
Telefon: 041 419 09 09
Fax: 041 419 09 10
www.national-luzern.ch

Die Kontingente sind beschränkt. Falls das Hotel ausgebucht ist, reservieren wir für Sie ein Zimmer in einem Hotel in der näheren Umgebung.

Preis

ZfU-Mitglieder CHF 1850.–
Standardpreis CHF 1990.–

Im Preis inbegriffen: 1 Mittagessen, 1 Networking-Apéro, alle Pausengetränke sowie eine umfassende Dokumentation. **Rabatt:** 15% für den zweiten und jeden weiteren Teilnehmer des gleichen Unternehmens.

Lobbying-Dinner

27. Juni 2005 ab 19.15 Uhr (CHF 120.–)

Nur erster Halb-Tag

ZfU-Mitglieder CHF 980.–
Standardpreis CHF 1'050.–

Nur zweiter Tag

ZfU-Mitglieder CHF 1480.–
Standardpreis CHF 1590.–

Firmenpackages

5 Plätze für die ganze Tagung:
ZfU-Mitglieder CHF 7400.–
Standardpreis CHF 8000.–

Annullations: gem. AGB (www.zfu.ch/agb)

Sprache & Methodik

Die Tagungssprache ist Deutsch. Nach den Referaten und Foren steht Zeit für die Beantwortung individueller Fragen zur Verfügung.

Fachlicher Beirat

- Fredy Müller, economistesuisse & SPAG
- Roman Geiser, CEO, Burson Marsteller, Zürich/Bern
- Dr. Kenneth Angst, Kommunikations- und Politikberater

Haupt-Kooperationspartner

Burson-Marsteller

Kommunikationsberatung · Public Relations BPPRA

www.b-m.ch

Burson-Marsteller ist eines der führenden PR-Beratungsunternehmen der Schweiz mit Niederlassungen in Zürich und Bern sowie affilierten Partnern für die Westschweiz und das Tessin.

International ist Burson-Marsteller in über 50 Ländern vertreten und gehört zur Young & Rubicam Agenturgruppe. B-M Schweiz bietet mit über 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern PR-Dienstleistungen in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Financial Communications, Health Care Communications, Media Relations und Public Affairs an.

Das Public Affairs-Angebot reicht unter anderem von Lobbying und Governmental Affairs über Issue Management bis zum Projektmanagement von eidgenössischen Abstimmungsvorlagen. Zu den Kunden von B-M gehören zahlreiche Unternehmungen, Interessen- und Branchenverbände sowie Organisationen der Wirtschaft.

Beratung / Kontakt

Fachliche Auskunft:

Roger Oberholzer, Projektleiter Kompetenzzentrum Führung & Kommunikation, Corporate Communication
Tel. +41 1 722 85 21,
roger.oberholzer@zfu.ch

Organisation:

Korinna Bäumle, Projektmitarbeiterin
Tel. +41 1 722 85 22,
korinna.baemle@zfu.ch

Weitere Kooperationspartner

SPAG
SCHWEIZERISCHE
PUBLIC AFFAIRS-
GESELLSCHAFT

**Schweizerische Public
Affairs Gesellschaft**

www.public-affairs.ch

Die Schweizerische Public Affairs Gesellschaft (SPAG) wurde am 31. Mai 1999 gegründet. Sie verfolgt als beruflicher Interessenverband den Zweck, Behörden und Öffentlichkeit für Sinn und Wert politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Lobbyings und dessen Bedeutung im demokratischen Entscheidungsprozess zu sensibilisieren.

Weitere Ziele sind, die für die berufliche Tätigkeit ihrer Mitglieder massgebenden Rahmenbedingungen positiv zu beeinflussen, insbesondere durch Vereinfachung des Zugangs zu Parlament und Behörden, die berufliche und ethische Verlässlichkeit ihrer Mitglieder und damit das Ansehen des Berufsstandes zu fördern sowie durch qualitativ hochstehende Informations- und Kommunikationsarbeit zur Verbesserung der politischen Willensbildung beizutragen. Eine Ständekommission wacht über die Einhaltung der Ständeregeln.

Frey Communications

• FREY Communications •

www.frey-com.ch

Frey Communications steht für Business & Politik. Wir beraten und begleiten Organisationen und Führungskräfte aus beiden Bereichen in allen Fragen der Kommunikation. Im Bereich Public Affairs, an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Politik, ist das Unternehmen ebenfalls tätig.

ALPAC – Austrian Lobbying & Public Affairs Council

ALPAC

Austrian Lobbying &
Public Affairs Council

www.alpac.at

ALPAC ist Österreichs erste Plattform für Lobbying, Public Affairs und andere Formen der Beratung über Politik.

Anmeldung 1. Schweizer Public Affairs und Lobbying-Tagung

So geht's am schnellsten: **Visitenkarte anheften & faxen: +41 1 722 85 86**
oder via Internet: **www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/patt.htm**

Herr
 Frau Name/Vorname

Firma

Telefon/Fax

E-Mail

Funktion/
Abteilung

Strasse/
Postfach

Dies ist Firmenadresse
 Privatadresse

Land/PLZ/Ort

Hotelzimmer-Reservation

EZ / DZ von _____ bis _____

Nur einzelne Tage (sonst leer lassen)

1. Halbtage 2. Tag

Teilnahme Praxisforen/Workshops

Forum A1-3: _____ Workshop B1-3: _____

Teilnahme Lobbying-Dinner 27.6.2005

Ja Nein