



DVA

Deutsche
Versicherungsakademie

Fachtagung Unternehmens- kommunikation 2006



Das Schwierigste ist
die Glaubwürdigkeit –
und ihre Basis ist das
Vertrauen.
Wir schaffen das!

6. – 7. November 2006
Dorint Novotel Hannover



Wir sind Partner
im Bildungsnetzwerk
Versicherungswirtschaft

Fachtagung Unternehmenskommunikation 2006

Sonntag, 5. November 2006 (Vorprogramm)

16.00 Uhr

Stadtführung Hannover

Auf Einladung der Hannover Versicherungsunternehmen – Treffpunkt Foyer 15:40

19.00 Uhr

Und von welcher Gesellschaft kommen Sie?

Get-together im 12 Apostel

– vielleicht gibt's sogar ein Pfingstwunder und wir reden hinterher in allen Zungen – auf Einladung der DVA

Montag, 6. November 2006

09.00 Uhr

Ja, wen haben wir denn da?

Begrüßungskaffee und Kamera ab: Steckbriefe in Wort und Bild neu aufgelegt

09.30 Uhr

Heinrich Heine war hier (»Mein Gott! Da sieht es sauber aus!«),
Theodor Lessing war hier (»Die fahlste unserer Städte«), wir sind hier.

Hannover stellt sich vor

Dr. Kerstin Bartels, Leiterin Unternehmenskommunikation, VHV Gruppe, Hannover

09.40 Uhr

Vertrauen und Glaubwürdigkeit – Gefühle, die man nicht beschreiben kann?

Willkommen und Einstieg ins Generalthema

Tagungsleiter Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

10.00 Uhr

Nur der Glaubwürdige bekommt Vertrauen auf Vorschuss. Vertrauen lohnt sich für alle, sofern es niemand missbraucht.

Was ist Glaubwürdigkeit? – Aspekte der individual- und sozialpsychologischen Glaubwürdigkeit

- Funktion von Vertrauen
- vom Urvertrauen zum Institutionenvertrauen

Prof. Dr. Beatrice Dernbach, Studiengangsleiterin Fachjournalistik (B.A.) und Science Communication (M.A.), Hochschule Bremen

10.45 Uhr

Kaffeepause

11.00 Uhr

Am Ende ist man immer schlauer.

Wie Versicherungen erst die Erwartungen ihrer Kunden schüren und dann enttäuschen – eine Betrachtung aus Kundensicht

- Das problematische Produkt
- Die Masche der Vertreter
- Das späte Erwachen

Rüdiger von Schönfels, Gründer und Geschäftsführer der PR-Agentur KOMMposition, Berlin

Schnell verspielt, schwer wieder aufgebaut

Das kleine Einmaleins der Glaubwürdigkeit

- Glaubwürdigkeit dient dem Unternehmenserfolg
- Glaubwürdigkeit gehört ins Kommunikationsziel / Unternehmensziel
- Die Stellung der Presseabteilung im Unternehmen wirkt sich auf ihre Glaubwürdigkeit aus
- Glaubwürdigkeit baut Vertrauen aus
- 9 Konsequenzen für die tägliche Arbeit

Andreas Krosta, Leiter Presse, AachenMünchener Versicherung, Aachen

Anschließend Fragen und Diskussion

12.30 Uhr

Mittagessen

Fachtagung Unternehmenskommunikation 2006

14.00 Uhr

Trau, schau, wem

Was bestimmt das Verhältnis zwischen Vertrauensgeber und Vertrauensnehmer?

Podiumsdiskussion – Moderation: Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Prof. Dr. Beatrice Dernbach, Studiengangsleiterin Fachjournalistik (B.A.) und Science Communication (M.A.), Hochschule Bremen

Andreas Krosta, Leiter Presse, AachenMünchener Versicherung, Aachen

Richard Sommer, Leiter der Bundesfachgruppe Versicherungen bei verdi, Berlin

Rüdiger von Schönfels, Gründer und Geschäftsführer der PR-Agentur KOMMposition, Berlin

Marlies Hirschberg-Tafel, Vorstandsmitglied, Deutscher Ring, Hamburg

15.15 Uhr

Kaffeepause

15.45 Uhr

Vertrauen gewinnen, aber wie? Aus der Praxis für vertrauensbildende Maßnahmen

Kreatives Brainstorming in Arbeitsgruppen

1. Wir reagieren nicht auf Beschwerden, oder?

Martina Westholt, Pressesprecherin Komposit, VHV Gruppe, Hannover und

Heinz-Gerhard Wilkens, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, HanseMercur Versicherungsgruppe, Hamburg

2. Wenn Medien »falsch« berichten: Aktion und Reaktion ohne juristisches Fingerhakeln

Andreas Meinhardt, Leiter Kommunikation und Presse, Verband öffentlicher Versicherer, Deutsche Rückversicherung AG, Düsseldorf

3. Bilanzpressekonferenz – und keiner kommt

Neue Wege der Bilanzpressekonferenz

Corinna Hartmann, Pressereferentin, Gothaer Versicherungsbank VVaG, Köln

4. Produkt PR - Verkaufsförderung oder Pressearbeit?

Michael Krath, Pressesprecher, SV Sparkassenversicherung, Stuttgart

18.45 Uhr

Geht das? Bier und Korn gleichzeitig?

Vorher den typischen Klammergriff der Ortsansässigen üben!

Abfahrt zur Abendveranstaltung:

Erlebnis - Zoo Hannover, Festscheune auf Meyers Hof

Dienstag, 7. November 2006 2006

09.00 Uhr

Der Kunde zahlt dem Versicherer die Prämie und gibt ihm auch noch Kredit – den Vertrauensvorschuss

Warum kaufen wir nicht gute Meinung?

- Die anhaltenden Veränderungen im Informationsverhalten und im Medienbereich nötigen die Unternehmenskommunikation für Versicherer zur grundlegenden Neuorientierung.
- »Integrierte Kommunikation« scheitert an mangelnder Abstimmung unternehmensintern und an der Hackordnung der Abteilungen.
- Die überholte Unterscheidung zwischen (bezahlter) Werbung und (unbezahlter) Pressearbeit verhindert effizienten Medieneinsatz. »Unternehmenskommunikation« ist ein ebenso oft missverstandener Begriff wie Marketing.

Dr. jur. Klaus Hattemer, Marketingberater und Publizist, Düsseldorf

10.00 Uhr

Kaffeepause und Checkout

10.30 Uhr

Brandaktuell – die Themen des Tages – »Aktuelle Stunde«

Themen werden erst am Morgen festgelegt mit Diskussion.

u.a. mit Ulrike Pott, PKV-Verband

12.00 Uhr

»Der KamiKatze« von und mit dem kabarettistischen Musikclown Herrn Fröhlich

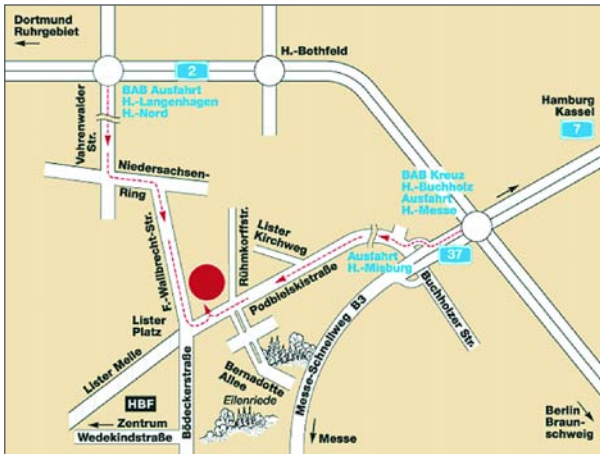
Eine Mischung aus Heinz Erhard und Mr. Bean

12.45 Uhr

Resümee und Ausblick vom Tagungsleiter **Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler**

13.00 Uhr

Kleines Buffet zum Abschluss



Hotel / Tagungsort
 Dorint Novotel Hannover
 Podbielskistr. 21-23
 30163 Hannover
 Telefon: 0511 3904-0
 Telefax: 0511 3904-100

So bequem erreichen Sie uns:

- ...mit Ihrem Auto**
- von der Autobahn A2 aus Richtung Berlin oder Dortmund:**
- Abfahrt Hannover/ Langenhagen, Richtung Hannover-Nord, auf die Vahrenwalder Straße
 - nach ca. 3 km an der Ampel links in den Niedersachsenring (am Marktkauf) einbiegen
 - dem Straßenverlauf ca. 1,5 km folgen und dann links in die Podbielskistr. abbiegen
 - nach 150 m liegt das Hotel auf der linken Seite

- von der Autobahn A7 aus Richtung Hamburg:**
- Abfahrt Hannover Dreieck Nord auf die A 352
 - nach ca. 12 km Abfahrt Flughafen Langenhagen, Richtung Hannover Nord bzw. Innenstadt
 - Sie sind jetzt auf der Flughafenstraße und gelangen automatisch auf die Vahrenwalder Straße
 - ab jetzt, wie von der A 2 kommend

- von der Autobahn A 7 aus Richtung Kassel:**
- Abfahrt Dreieck Hannover Süd auf die A 37, Richtung Messe bzw. Celle
 - an der Pferdeturmkreuzung abfahren, Richtung Congresszentrum / Stadthalle und Zoo (an der Ampel links)
 - gleich an der nächsten Ampel rechts in die Clauswitzstraße einbiegen
 - folgen Sie der Vorfahrtsstraße, geradeaus am Zoo vorbei
 - anschließend an der 2. Kreuzung links abbiegen
 - das Hotel liegt direkt links gegenüber, an der Kreuzung

- ... mit dem Flugzeug**
- vom Flughafen Langenhagen per Taxi oder S-Bahn Linie 5 (alle 30 Minuten) zum Hauptbahnhof
- ... mit dem Zug**
- Hannover Hauptbahnhof, anschl. mit den U-Bahn Linien 3,7 oder 9, Richtung Lahe oder Fasanenkrug
 - an der 2. Station »Lister Platz« in Fahrtrichtung aussteigen, das Hotel liegt nach ca. 50 m auf der linken Seite



Deutsche
 Versicherungsakademie
 (DVA) GmbH

Arabellastraße 29
 81925 München

Ansprechpartnerin
 Tanja Dränert
 Telefon: 089 455547-732
 Telefax: 089 455547-710
 E-Mail: tanja.draenert@versicherungsakademie.de

Termin
 Montag, 6. November, bis Dienstag, 7. November 2006
 Vorprogramm am Sonntag, 5. November 2006

Tagungsleitung
 Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler

Teilnehmer
 Fachkräfte für interne und externe Kommunikation und Information, insbesondere Leiter und Mitarbeiter/-innen der Pressestellen und PR-Abteilungen, Redakteur/-innen von Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften der Versicherungswirtschaft

Teilnahmegebühr
 895,- € zzgl. gesetzl. MwSt.
 Die Teilnahmegebühr beinhaltet die Verpflegung während der Tagung inklusive der Abendveranstaltungen (exklusive der Getränke beim Get-together am 5. November 2006) sowie umfangreiche Arbeitsunterlagen.