



Tagungsprogramm

- ab 9.30 Uhr Eintreffen der Gäste und Willkommenskaffee**
- 10.00 Uhr Begrüssung**
Dr. Ludovit Szabo, Managing Director GfK Switzerland AG
- 10.05 Uhr GfK Business Reflector 2016 - Awardverleihung und Studienerkenntnisse**
Dr. Anja Reimer, Senior Research Consultant Brand and Customer Experience, GfK Switzerland AG
- 10.40 Uhr Die Reputation der Migros als verantwortungsvolles Unternehmen – oder weshalb sich die Orientierung an Werten auch wirtschaftlich lohnt**
Cornelia Diethelm, Leiterin Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management im Migros-Genossenschafts-Bund (MGB)
- 11.00 Uhr Rechnet sich Reputationsmanagement?
Zur betriebswirtschaftlichen Relevanz des guten Rufs**
Prof. Dr. Manfred Schwaiger, Institut für Marktorientierte Unternehmensführung, Ludwig-Maximilians-Universität München
- 11.20 Uhr Zwischen Vergötterung und Verdammung:
Wie die Mediennutzung die Reputationswahrnehmung prägt**
Jörg Schneider, Geschäftsführer js_studien+analysen und Prof. Dr. Mark Eisenegger, Professor für Organisationskommunikation an der Universität Salzburg
- 11.40 Uhr Issue Monitoring: Wie Social Media Intelligence als Frühwarnindikator für das Reputationsmanagement dienen kann**
Jörg Heinecke, Division Manager Brand and Customer Experience, GfK Switzerland AG
- 12.00 Uhr Fragen und Schlusswort**
- anschliessend Networking und Steh-Lunch**

KONTAKT
GfK Switzerland AG
Obermattweg 9, 6052 Hergiswil
041 632 91 19, events.ch@gfk.com

www.gfk.com

GfK. Growth from Knowledge



GfK BUSINESS REFLECTOR 2016

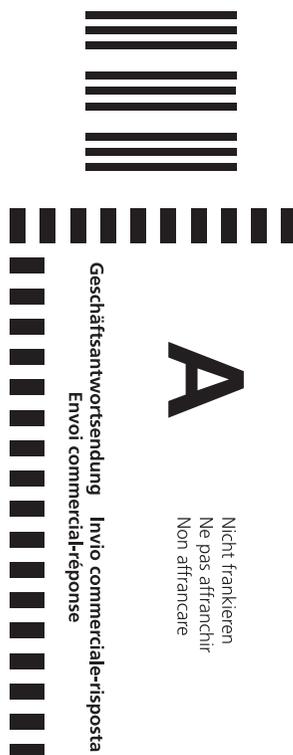
Award-Verleihung und Informationstagung zu den Ergebnissen des GfK Business Reflectors mit spannenden Hintergrund-Informationen

1. April 2016, 10 bis 12 Uhr
im Hotel Park Hyatt
Beethovenstrasse 21, 8002 Zürich

fög

Forschungsinstitut
Öffentlichkeit und Gesellschaft

GfK Switzerland AG
Business Events
Obermattweg 9
6052 Hergiswil



Willkommen

Sehr geehrte Damen und Herren,

Der **GfK Business Reflector** misst seit nunmehr einem Jahrzehnt die Reputation der führenden Schweizer Unternehmen, vergleicht sie und stellt so jährlich einen wichtigen Seismographen in der Schweizer Unternehmenslandschaft und eine Orientierungshilfe für jedes dieser Unternehmen dar. Neben dem Erfüllen wirtschaftlicher Erwartungen und der Pflege eines einzigartigen Profils ist die Nachhaltigkeit bzw. die sozialmoralische Verantwortung der Unternehmen eine wichtige Säule der Gesamtreputation. Viele Unternehmen setzen sich daher aktiv für ein verantwortungsvolles Handeln ein.

Anlässlich des 10-jährigen Jubiläums des GfK Business Reflectors widmen wir in diesem Jahr dem Thema Nachhaltigkeit besonderes Augenmerk.

Am Freitag, 1. April 2016, stellen wir Ihnen ab 10 Uhr im Hotel Park Hyatt in Zürich Uhr die Gewinner und Aufsteiger des diesjährigen GfK Business Reflectors vor und verleihen erneut den GfK Business Reflector Award. Zudem zeigen wir auf, inwiefern ein nachhaltiges Handeln zur Reputation der erfolgreichsten Schweizer Unternehmen beiträgt. Referenten aus Praxis und Wissenschaft teilen Ihre Erfahrungen und liefern spannende Hintergrundinformationen.

Darüber hinaus erfahren Sie, wie die Mediennutzung die Reputationswahrnehmung prägt, und wie Social Media Intelligence Anhaltspunkte für das Reputationsmonitoring liefern kann.

Wir freuen uns auf einen spannenden und interessanten Anlass.

Im Namen von GfK Switzerland heisse ich Sie zum Business Reflector Event 2016 ganz herzlich willkommen!

Dr. Anja Reimer

Referenten



Dr. Ludovit Szabo verantwortet das Schweizer Geschäft der GfK als Managing Director und gleichzeitig auch das Ressort CE Consumer Experiences (Ad hoc-Marktforschung). Ludovit Szabo blickt zurück auf eine lange internationale Karriere in der Marktforschung.



Dr. Anja Reimer ist Senior Research Consultant und Studienleiterin des GfK Business Reflectors. Sie betreut seit vielen Jahren komplexe und internationale Projekte im Bereich Brand and Customer Experience.



Cornelia Diethelm leitet die Direktion Nachhaltigkeit & Issue Management im Migros-Genossenschaftsbund (MGB). Sie ist für die Nachhaltigkeitsstrategie der Migros-Gruppe verantwortlich und analysiert die gesellschaftlichen Entwicklungen im Umfeld des Unternehmens.



Prof. Dr. Manfred Schwaiger ist Ordinarius für Betriebswirtschaft und Studiendekan an der Fakultät für Betriebswirtschaft der Ludwig-Maximilians-

Universität München. Seine Forschungsinteressen konzentrieren sich hauptsächlich auf das Management immaterieller Werte und den Return on Marketing.



Jörg Schneider ist selbstständiger Sozial- und Marktforscher und Geschäftsführer von js_studien+analysen. Er ist Kooperationspartner des Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) an der Universität Zürich.



Prof. Dr. Mark Eisenegger ist ordentlicher Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Organisationskommunikation an der Universität Salzburg. Er ist zudem Stiftungsratspräsident des fög – Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich.



Jörg Heinecke ist Division Manager der Abteilung Brand and Customer Experience, GfK Switzerland. Sein Fokus liegt auf der Beratung nationaler und internationaler Kunden rund um die Themen Kundenzufriedenheit, Marken- und Kommunikationsforschung.

Veranstaltungsort

Hotel Park Hyatt, Beethovenstrasse 21, 8002 Zürich. Parkplätze sind im Hotel-Parking vorhanden. Alternativ mit Tram der VBZ, Station Stockerstrasse.

Teilnahme

Die Teilnahme ist kostenlos. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt. Melden Sie sich mit dem Anmeldetalon, oder direkt online unter www.gfk.com/businessreflector oder per Telefon an unter: 041 632 91 19. Falls Sie am 1. April 2016 kurzfristig verhindert sind, wären wir froh um einen kurzen Bescheid über Tel. 078 824 74 75, an Herrn Lukas Häusermann.

Anmeldung

■ Gerne melde ich mich/uns für die Business Reflector Präsentation an

Firma

Position

Name/Vorname

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Unterschrift

2. Teilnehmer

Name/Vorname

Position

E-Mail

Hinweis: Ihre Kontaktdaten geniessen selbstverständlich vollen Datenschutz. Sie werden von uns vertraulich behandelt und ausserhalb von GfK und unserem Veranstaltungspartner erhält niemand zu keinem Zeitpunkt Zugriff auf Ihre Daten.