



Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

Geschäftsantwortsendung
Envoi commercial-réponse

Invio commerciale-risposta

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR
Frau Eveline Amrhyn
Zentralstrasse 9
Postfach 2940
CH-6002 Luzern

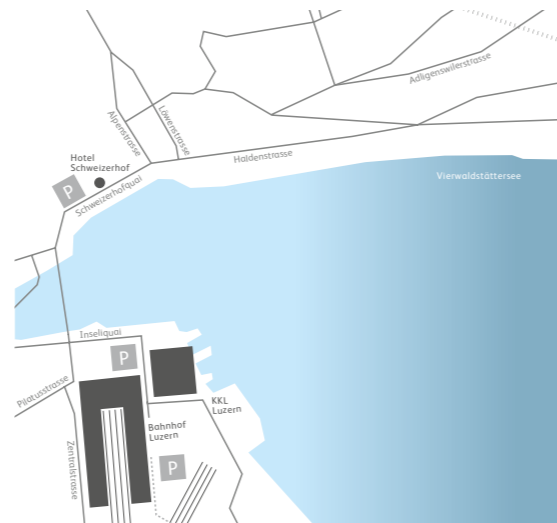
Teilnahme

Die Teilnahmegebühr für das Forum für Familienunternehmen beträgt **CHF 590.–** inklusive Speisen und Getränke. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt auf 60 Personen. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt. Bitte retournieren Sie die Anmeldekarte per Post, Fax oder E-Mail bis spätestens 31. Dezember 2010.

Bei einem Rückzug der Anmeldung bis zehn Tage vor Veranstaltungsbeginn bleiben 50% der Teilnahmegebühr geschuldet. Bei weniger als zehn Tagen oder bei Nichterscheinen bleibt der Gesamtbetrag geschuldet.

Veranstaltungsort

Das Forum findet im passenden Rahmen statt: Das Hotel Schweizerhof in Luzern ist selbst ein in der fünften Generation geführtes Familienunternehmen.



Organisation

Das Forum für Familienunternehmen ist eine Initiative der Hochschule Luzern – Wirtschaft und wird gemeinschaftlich organisiert durch das Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR (unter der Leitung von Prof. Dr. Erik Nagel) und das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ (unter der Leitung von Prof. Dr. Christoph Lengwiler). Unterstützt wird das Forum von den Familien Christiane & Hugues Höfer und Christof & Karl Reichmuth sowie von der Wirtschaftsförderung Luzern. Das Family Business Network Deutsche Schweiz engagiert sich partnerschaftlich im Forum.

Kontakt

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Zentralstrasse 9
Postfach 2940
6002 Luzern

Eveline Amrhyn
eveline.amrhyn@hslu.ch
T +41 41 228 41 55
www.hslu.ch/wirtschaft

Beirat

Ein herzlicher Dank gebührt unserem Beirat! Die Beirätinnen und Beiräte unterstützen die Organisatoren des Forums und stellen die Praxisnähe des Forums für Familienunternehmen sicher.

- Mark Bachmann**, 4B Gruppe, Hochdorf
- Stephan Baer**, Baer-Amman GmbH, Küssnacht
- Dr. Bianca Braun**, maxon motor, Sachseln
- Dr. Leonhard Fopp**, Family Business Network Deutsche Schweiz, Zürich
- Michael Hauser**, Hotel Schweizerhof, Luzern
- Dr. Hugues Höfer**, Höfer Single Family Office AG, Meggen
- Werner Hug**, HUG AG, Malers
- Stefan Leumann**, Collano Gruppe, Sempach
- Adrian Pfenniger**, Trisa AG, Triengen
- Christof Reichmuth**, Privatbankiers Reichmuth & Co., Luzern
- Hans-Rudolf Schurter**, Schurter Holding AG, Luzern
- Beni Stöckli sen.**, Stöckli Swiss Sports AG, Wolhusen
- Franziska Tschudi**, WICOR Gruppe, Rapperswil
- Hans-Peter Ueltschi**, BERNINA, Steckborn

Wir danken für die Unterstützung:



In Zusammenarbeit mit:



FH Zentralschweiz

Erfolg dank Diskretion und Öffentlichkeit

1. Forum für Familienunternehmen

Dienstag, 1. Februar 2011
Hotel Schweizerhof Luzern



Knapp 90 % der KMU in der Schweiz sind Familienunternehmen – und kaum eines spricht darüber. Nur eine Minderheit von ihnen kommuniziert ihre Familienidentität aktiv gegenüber der Öffentlichkeit. Dabei weiss man: Familienunternehmen unterscheiden sich von Publikumsgesellschaften nicht nur in Fragen der Strategie oder der Finanzierung, sondern auch darin, wie sie von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden – nämlich als sympathisch, zuverlässig, ehrlich und sozial.

Im Rahmen des 1. Forums für Familienunternehmen der Hochschule Luzern – Wirtschaft gehen wir der Frage nach, wie Familienunternehmen sowohl unternehmensintern, als auch nach aussen kommunizieren: Wie funktioniert die Kommunikation innerhalb der Unternehmerfamilie, und wie innerhalb der Unternehmung? An wen richten Familienunternehmen ihre externe Kommunikation, und wie viel geben sie von sich preis? Und schliesslich: Wie kommt diese Kommunikation bei den relevanten Anspruchsgruppen an?

Am Forum für Familienunternehmen 2011 werden zwei Themenkreise beleuchtet: Der Morgen ist der Frage nach «Privatsphäre versus öffentlichem Interesse» gewidmet und thematisiert das kommunikative Spannungsfeld, in welchem sich Familienunternehmen bewegen. Am Nachmittag wenden wir uns der «Marke Familie» zu und diskutieren, unter welchen Umständen das Kommunizieren der Familienidentität einen Vorteil darstellt, und wann allenfalls einen Nachteil.

Was erwartet Sie?

Ein ausgewählter Kreis von maximal 60 Teilnehmenden (ausschliesslich Mitglieder der Eigentümerfamilie/n) sowie eine ausgewogene Mischung aus Referaten von Praktikern für Praktiker, Gesprächen in Kleingruppen, Podiumsdiskussionen und den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen machen das Forum für Familienunternehmen zu einer Plattform für inspirierende Inhalte und zu einem Netzwerk für wertvolle Kontakte und nachhaltigen Erfahrungsaustausch.

«Die Unternehmenskommunikation von Familienunternehmen – die externe wie die interne – muss in Zukunft aus eigenem Antrieb offensiver und transparenter werden. Die auf diese Weise offengelegten Tatsachen befähigen die Mitarbeitenden zu zielgerichteten Leistungen und geben den übrigen Stakeholdern die Gewissheit, mit dem richtigen Unternehmen zusammenzuarbeiten bzw. in das richtige Unternehmen zu investieren.»

Hans-Rudolf Schurter, Schurter AG

Wie Familienunternehmen kommunizieren, trägt massgeblich zu dem Bild bei, das Kunden oder potentielle Mitarbeiter von diesem Betrieb haben. Familienunternehmen bewegen sich in einem kommunikativen Spannungsfeld zwischen der gewünschten Diskretion zum Schutz der familiären Privatsphäre und der von aussen geforderten Transparenz. Ein oft genannter Vorwurf lautet, dass Familienunternehmen ihre Geschäftsergebnisse weniger kommunizieren als Publikumsgesellschaften: Wir diskutieren, welche Vor- und Nachteile diese eher zurückhaltende Art zu kommunizieren mit sich bringt.

08.30 Uhr

09.15 Uhr

09.30 Uhr

10.15 Uhr

11.00 Uhr

11.30 Uhr

12.00 Uhr

12.30 Uhr

Check-In & Registration

Begrüssung

Verantwortung, Vertrauen, Transparenz
Philipp Rhomberg, Generaldirektor Toyota AG, ein Unternehmen der Emil Frey Gruppe, Zürich

Podium: Wann ist Reden wirklich Gold?

Franziska Tschudi (WICOR Gruppe, Rapperswil)
Mark Bachmann (4B Gruppe, Hochdorf)
Philipp Rhomberg (Emil Frey Gruppe, Zürich)
Hans-Peter Ueltschi (BERNINA, Steckborn)

Moderation: Prof. Dr. Christoph Lengwiler (Hochschule Luzern – Wirtschaft)

Pause

Wie nutze ich die Medien für mein Unternehmen?

Simon Kopp, Medientrainer MAZ, Luzern

Kommunikation zwischen Diskretion und Öffentlichkeit

Christof & Karl Reichmuth, Privatbankiers Reichmuth & Co., Luzern

Lunch

«Wir sind froh, dass wir nicht wie Publikumsgesellschaften quartalsweise Analysen und Aktionäre befriedigen müssen, sondern uns auf unsere Kunden und Mitarbeiter konzentrieren können – vor allem in der Krise war dies für maxon sehr wichtig.»

Dr. Bianca Braun, maxon motor

«Offene Kommunikation und Transparenz im Unternehmen sind wichtig, um Vertrauen zu schaffen und Innovation zu fördern. Wir investieren unsere Energie, unsere Zeit und unser Geld in die Herstellung dieser Transparenz, und nicht in das Verstecken von Informationen.»

Stefan Leumann, Collano Group

Familienunternehmen stehen bei der breiten Öffentlichkeit für Qualität, Zuverlässigkeit, Authentizität und Bodenständigkeit. Verständlich, wenn verschiedene Studien zum Schluss kommen, dass sich die «Marke Familie» für den Geschäftserfolg nutzen lässt: Das gute Image der Familienunternehmen wirkt sich positiv auf das Image des Unternehmens und dadurch auf das Kaufverhalten und die Loyalität der Konsumenten aus. Unternehmer erzählen aus persönlicher Erfahrung, weshalb sie ihre Familienidentität offen kommunizieren, und welche Vorteile sie sich davon erhoffen. Dazu präsentiert die Hochschule Luzern – Wirtschaft die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse.

Speed Dating

Die «Marke Familie» für den Geschäftserfolg nutzen – Erkenntnisse aus der Wissenschaft

André Briw & Claudia Binz, Hochschule Luzern – Wirtschaft

Typisch! Familienunternehmen als Arbeitgeber – Beobachtungen aus der Nähe und aus der Distanz

Jörg Lienert, Unternehmensberatung in Personalfragen, Luzern

Pause & Poster Session

World Café

Moderierte Diskussion in Kleingruppen

«Dafür stehe ich mit meinem Namen»

Prof. Dr. Claus Hipp, HIPP Werk Georg Hipp OHB, Pfäeffenhofen (D)

Wrap-up

Apéro riche & Ausklang

Der Anlass wird moderiert von Prof. Dr. Erik Nagel (Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR) und Dr. Bianca Braun (maxon motor, Sachseln)

«Familienfirmen wie BERNINA wirken sympathisch und berechenbar, sofern Konsumenten wissen, dass sich das Unternehmen im Privatbesitz befindet. Einen grossen Vorteil hat BERNINA auch gegenüber dem Fachhandel, welcher das langfristige Denken und die persönliche Art miteinander umzugehen sehr schätzt.»

Hans-Peter Ueltschi, BERNINA

Ich melde mich für das Forum für Familienunternehmen vom 1. Februar 2011 an.

Privat

Vorname

Name

Titel

Strasse

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Geschäft

Firmenname

Strasse

Postfach

PLZ/Ort

Telefon direkt

E-Mail

Ich bin ein Mitglied der Eigentümerfamilie(n).

Korrespondenzadresse: Geschäft Privat
Rechnungsadresse: Geschäft Privat